



CONSUMIDORES Y PLANIFICADORES SIGUEN INTERESADOS EN PUERTO RICO

Discover Puerto Rico quiere reiniciar pronto el motor turístico

San Juan, Puerto Rico, 10 de septiembre de 2020- La investigación de Discover Puerto Rico muestra que, a pesar de las restricciones vigentes, los consumidores y planificadores siguen interesados en Puerto Rico y esperan ansiosamente visitar la Isla. Discover Puerto Rico, la Organización de Mercadeo de Destino (DMO, por sus siglas en inglés) oficial, continúa educando a los futuros visitantes sobre las Guías de Salud y Seguridad mientras mantiene a Puerto Rico en la mente de los consumidores. El enfoque de la organización es liderar la recuperación del sector turístico, cuyo impacto económico a causa del COVID-19 en la Isla es de aproximadamente \$2,500 millones hasta la fecha.

“Para nosotros, la recuperación no termina con la reapertura del turismo, ni con una vacuna para el COVID. Para nosotros, la recuperación no termina hasta que las tasas de ocupación se recuperen, los aviones estén llenos y los restaurantes y atracciones vuelven a estar repletos. Seguimos comprometidos a hacer eso una realidad, ojalá sea pronto”, expresó Brad Dean, principal oficial ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico, durante la Actualización de la industria mensual de la organización.

Alisha Valentine, directora de investigación y análisis de Discover Puerto Rico, compartió detalles sobre cómo las aerolíneas están constantemente haciendo cambios en los itinerarios futuros a base de la demanda anticipada. “Antes del cierre de la isla el 16 de julio, las aerolíneas estaban agregando capacidad de asientos en los mercados objetivos de Discover Puerto Rico. Aunque los asientos se redujeron después de la reversión de la apertura, el hecho de que las aerolíneas vuelvan a agregar asientos al mercado antes de que finalice el año calendario es una señal fuerte de que anticipan demanda para Puerto Rico”, aseveró Valentine.

El análisis de los principales economistas de la industria de *Tourism Economics* muestra que, entre la primera semana de marzo y la semana del 15 de agosto, Estados Unidos ha perdido \$340,500 millones en gastos de visitantes. Si bien el turismo representa alrededor del 25% de las pérdidas financieras totales, la industria ha sido la más afectada en términos de pérdida de empleos, con un 40% proveniente del sector turístico. Al considerar las pérdidas por estado y territorio, Puerto Rico ha perdido más de \$1,750 millones en gastos directos de visitantes, más que 13 estados de EE. UU. Dados los impactos económicos adicionales del gasto de visitantes perdidos, se estima que el impacto económico total del COVID-19 en el sector turístico hasta la fecha es de aproximadamente \$2,500 millones.

Destination Analysts, un socio de datos clave del DMO, ha estado rastreando la opinión de los consumidores en torno a los viajes desde principios de marzo, y más consumidores que nunca dicen que están "listos para viajar". Por esta razón, los esfuerzos de mercadeo son clave. Mientras Discover Puerto Rico continúa promoviendo la salud y la seguridad, es importante equilibrar cuidadosamente los activos de nuestra Isla que nuestros seguidores esperan.

“Debemos tener claro que la Isla no está abierta, pero podemos recordarles la belleza de la Isla para que seamos incluidos en su consideración una vez que abramos nuevamente al turismo del exterior. A partir del 19 de agosto, retomamos nuestro mensaje de ‘Todo a su tiempo’, para combinarlo con el mensaje de salud y seguridad. Producimos activos asombrosos para esta campaña al inicio del COVID; algunos de ellos

Contacto: Anamari Caratini, Directora de Asuntos Públicos
787-402-0329 | Anamari.caratini@discoverpuertorico.com



no se utilizaron a su máximo potencial, por lo que vamos a relanzarlos y es probable que se creen nuevos activos dependiendo del tiempo que la Isla permanezca cerrada”, explicó Leah Chandler, principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico.

El DMO lanzará en octubre una nueva serie de videos llamada “Suenan a Puerto Rico”, que se enfoca en el lenguaje y el sonido. Estos videos están siendo desarrollados por el equipo interno de la organización para crear contenido nuevo que eduque a los visitantes potenciales sobre la Isla de una manera entretenida, generando inspiración e ideas de viajes para futuras visitas. Las investigaciones muestran que las restricciones del COVID-19 encendieron el deseo de que las personas aprendan una nueva destreza, les interesen nuevos pasatiempos y prueben nuevas actividades. Chandler comentó que, “los anfitriones de Discover Puerto Rico llevarán a los espectadores en un viaje para descubrir sonidos y palabras únicas para complementar su viaje a Puerto Rico. Junto con los locales, se revelarán los significados de las palabras y cómo usarlas correctamente, experimentando los verdaderos sonidos de nuestra Isla”.

El equipo de servicios del destino de Discover Puerto Rico y cinco hoteles asociados organizaron la primera experiencia de destino virtual, enfocada en el Distrito del Centro de Convenciones, El Distrito y los hoteles circundantes. Un total de 120 organizadores de reuniones se unieron al grupo para saber por qué Puerto Rico sería una buena opción para sus eventos futuros y cómo los anfitriones planean mantener seguros a sus asistentes. Desde que comenzó la crisis, el equipo de ventas ha visto más de 82,000 habitaciones solicitadas y ha confirmado casi 17,000 habitaciones para un total de \$16 millones en impacto económico.

“La pandemia del COVID ha devastado nuestra industria de formas que nadie podría haber anticipado. Como tú, estamos ansiosos por reabrir el turismo a los visitantes del exterior y reanudar la promoción y venta de Puerto Rico. Pero ninguno de nosotros puede ignorar la batalla económica que tenemos por delante, una batalla que estamos comprometidos a ganar con ustedes y para ustedes. En Discover Puerto Rico, continuaremos ayudándolos a que la gente vuelva a trabajar tan pronto como sea posible. Cuando sea el momento adecuado para retomar la promoción del turismo, actuaremos rápido y agresivamente para reiniciar el motor turístico lo más rápido posible”, finalizó Dean.

###

Acerca de Discover Puerto Rico

Discover Puerto Rico es una empresa privada, sin fines de lucro, recientemente establecida, cuya misión es hacer que Puerto Rico sea visible para el mundo como un destino de viajes de primer nivel. El DMO traerá prosperidad a la gente de Puerto Rico, colocando de manera colaborativa la diversidad y la singularidad de la isla para el turismo de ocio, negocios y eventos. Es responsable de todo el mercadeo global, ventas y promoción del destino y debe trabajar en colaboración con los principales entes locales gubernamentales y no gubernamentales a través de la economía del visitante y la comunidad de Puerto Rico en general, mientras fomenta el crecimiento económico. Puede visitarnos en: [DiscoverPuertoRico.com](https://www.discoverpuertorico.com)

Contacto: Anamari Caratini, Directora de Asuntos Públicos
787-402-0329 | Anamari.caratini@discoverpuertorico.com