



Discover Puerto Rico enfocado en inspirar a viajeros responsables

San Juan, Puerto Rico, 17 de febrero de 2021- Discover Puerto Rico, la Organización de Mercadeo de Destino (DMO) de la Isla, ha estado destacando la demanda reprimida que se ha estado acumulando para aquellos que no han podido viajar, pero todavía están soñando con sus próximas vacaciones. Su enfoque ha sido inspirar a los viajeros responsables al posicionar a Puerto Rico como un destino seguro mientras mantienen la marca en la mente y comparten las increíbles experiencias que esperan a los viajeros cuando pueden visitar.

“Estamos empezando a ver un movimiento en el ciclo de reservas, una señal muy bienvenida. Nuestros planes publicitarios promueven la planificación de viajes a través de una presencia constante en el mercadeo digital combinada con anuncios de televisión, diseñados específicamente para capturar los intereses de los posibles viajeros que buscan vacacionar. Sabemos que el mercado del ocio será el primero y el más rápido en recuperarse, también nos alienta ver un aumento en el interés en los segmentos de reuniones, convenciones e incentivos”, expresó Brad Dean, principal oficial ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico.

La investigación muestra que las reservas se han recuperado y continúan aumentando. El socio de datos del DMO, *Adara*, el cual analiza la actividad de búsqueda y reservas en Internet, muestra un aumento dramático en las reservas a principios de año, lo que coloca las reservas en aproximadamente un 10% por debajo respecto al año anterior. El resto del Caribe también experimentó un repunte a principios de año, lo que los llevó a un ritmo de 10% por debajo también, pero no se ha mantenido.

Discover Puerto Rico continúa actualizando sus mensajes de cara al público para informar y educar a los viajeros sobre las medidas en la Isla como el toque de queda en toda la Isla de 12:00 a.m. a 5:00 a.m.; capacidad en los restaurantes al 30%; museos, piscinas de hoteles y casinos se amplió al 50% de capacidad y la reanudación de eventos deportivos y actividades recreativas siguiendo los protocolos locales. Se han revisado los mensajes de COVID-19 en el aviso de viajes en nuestro sitio web, así como las preguntas y respuestas para el consumidor y los materiales MICE y están diseminando información a los medios de comunicación internacionales y de EE. UU. para mantener a Puerto Rico en la mente de los consumidores.

“La investigación es clave. Al cambiar la estrategia de mercadeo para el destino, el DMO se ha centrado en las características del viaje que buscan los viajeros potenciales. Una encuesta realizada por *Destination Analysts* muestra que el 60.3% de los viajeros buscan disfrutar de la belleza escénica, el 57.5% quiere actividades en climas cálidos y el 55.2% quiere visitar destinos de playa o resorts. Cuando se les preguntó en enero qué tipos de vacaciones de ocio buscaban los consumidores, los “destinos de playa y resort” se clasificaron constantemente entre las experiencias más deseadas. Sabemos que las playas y el clima cálido son siempre un factor clave durante el invierno, pero específicamente durante la pandemia, sabemos que los viajeros buscan productos al aire libre, que tenemos en abundancia y en los que debemos enfocarnos”, explicó Leah Chandler, principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico.

Al encuestar los atributos específicos de los planificadores de reuniones, se les preguntó qué tipo de elementos querían ver más en la publicidad del destino y las tres respuestas principales incluyeron: imágenes de reuniones socialmente distanciadas en el destino, qué hay nuevo en el destino y espacios al



aire libre o para grupos. Para Puerto Rico, los informes de ritmo sugieren que la recuperación de MICE comenzará a tener un impacto a partir de octubre de 2021.

“Si bien mucho ha cambiado en la industria del turismo, dos cosas siguen siendo las mismas para el DMO. Primero, continuamos construyendo constantemente sobre nuestra estrategia de marca central con estrategias creativas y activaciones innovadoras. En segundo lugar, nuestras decisiones y estrategias están informadas y guiadas por investigaciones y datos sólidos y confiables. La continuidad estratégica y las estrategias respaldadas por la investigación fueron dos de las razones por las que se creó el DMO, por lo que sigue siendo una premisa fundamental de todo lo que hacemos. El turismo es un esfuerzo de equipo, así que trabajando juntos, las empresas, el gobierno y su DMO, saldremos de esta crisis más rápido, mejor y más fuertes que nuestra competencia”, 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)