



Discover Puerto Rico comparte los planes de reingreso al mercado internacional

La campaña "Es tiempo de reservar" se lanzará por fases.

San Juan, Puerto Rico, 28 de julio de 2021- Actualmente solo el 6% de las llegadas a Puerto Rico son internacionales. Al ver el potencial que tiene la Isla como destino turístico para el mercado internacional, Discover Puerto Rico y sus socios están enfocados en aumentar este porcentaje en el futuro para ayudar en la recuperación de la economía de la Isla. La Organización de Mercadeo del Destino (DMO, por sus siglas en inglés) organizó un seminario web para discutir sus planes de reingresar a los mercados internacionales para promover a Puerto Rico como un destino turístico. Durante el seminario web, la principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico, Leah Chandler, estuvo acompañada por Samuel Hancock, director senior asociado de Hills Balfour; Chris Thompson, presidente y CEO de Brand USA; y Fred Dixon, presidente y CEO de NYC & Co.

Desde el 2019, el DMO ha trabajado en una variedad de esfuerzos de mercadeo y comunicaciones con mercados internacionales específicos, incluidos España, Reino Unido, Alemania, Canadá y Colombia. En 2021-22, Discover Puerto Rico agregará a México como un mercado exploratorio para evaluar el potencial de los visitantes. Cada mercado fue seleccionado por Discover Puerto Rico, utilizando datos e investigación, así como el transporte aéreo a Puerto Rico y el potencial del mercado. Si bien otros destinos dejaron de promocionarse durante la pandemia, el DMO consideró imperativo permanecer en el mercado con niveles reducidos y garantizar que la Isla permaneciera visible a través de los medios ganados y la educación del comercio.

“Al expandir internacionalmente la marca Discover Puerto Rico, simplificar el contenido ha sido clave. Al contar con personas en cada uno de los mercados, tenemos la capacidad de traducir y adaptar el contenido para los mercados internacionales, asegurando siempre que el mismo se ajuste a los medios, el comercio y los consumidores de cada mercado. Las asociaciones han sido increíblemente importantes, por lo que hemos trabajado de cerca con Brand USA para promover aún más la marca Discover Puerto Rico”, dijo Leah Chandler, CMO de Discover Puerto Rico.

Si bien las restricciones cambian y evolucionan constantemente, el lanzamiento de la vacuna ha acelerado las estrategias de mercadeo de destino a nivel mundial. Los países europeos están viendo \$1.5 billones de dólares en ahorros familiares, lo que significa una gran cantidad de ingresos disponibles para gastar en viajes internacionales. Hay \$54 mil millones de dólares en vales de reembolso para gastar solo en el mercado del Reino Unido, y ellos decidirán dónde gastar esos vales de reembolso en sus próximas vacaciones. Además, la industria está viendo dos grupos clave, para las reservas en 2021-2022, aquellos que planean viajar en las próximas tres semanas y aquellos con una ventana de reserva más larga de 75 días o más. La necesidad de estar en el mercado es fundamental para captar futuras reservas.

“Los objetivos internacionales de Discover Puerto Rico incluyen aumentar la conciencia e impulsar las ventas al destacar la oferta de productos únicos de Puerto Rico a una audiencia de ocio a través de relaciones públicas, participación comercial, asociaciones y campañas digitales. Además, impulsar el crecimiento de visitantes a largo plazo y reconstruir mejor desde el punto de vista del impacto social, asegura que el turismo siga siendo un motor de cambio, preservando los recursos naturales y apoyando a las comunidades locales”, explicó Chandler.

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



“Durante el 2020 y la mayor parte de 2021, Brand USA ha mantenido un estado de preparación e implementó una estrategia de contenido para que los destinos, como Puerto Rico, sean una prioridad entre los amantes de los viajes”, dijo el presidente y CEO de Brand USA, Christopher L. Thompson. “Cuando sea el momento adecuado, estaremos listos para implementar una sólida campaña de recuperación, que comenzará restaurando la confianza del consumidor y demostrando que Estados Unidos está listo para dar la bienvenida a nuestros amigos internacionales. A medida que avanzamos hacia la recuperación, Brand USA continuará trabajando para ampliar el gran trabajo de Discover Puerto Rico y maximizar los recursos para extender nuestro alcance colectivo a nivel mundial”.

Discover Puerto Rico reanudará la actividad de mercadeo y relaciones públicas haciendo los ajustes necesarios por mercado y creando contenido para inspirar a los consumidores a elegir a Puerto Rico como un destino al que desean viajar.

La campaña, "Es tiempo de reservar", se lanzará en diferentes momentos en cada mercado según las restricciones de viaje y la apertura de fronteras. Cada mercado tiene un centro de contenido en su idioma. Todos los activos de la campaña se etiquetarán con píxeles de Adara Impact y etiquetas de Floodlight para permitir que el DMO optimice y realice un seguimiento en función de las reservas y conversiones, las búsquedas de vuelos, las noches de habitación de hotel, los pasajeros y los ingresos.

“Discover Puerto Rico ha tenido grandes resultados con los esfuerzos realizados antes de la pandemia y durante la pandemia, y estamos muy entusiasmados con el potencial para el mercado internacional, a medida que salimos de la pandemia. 2019 fue un año récord de llegadas internacionales a Puerto Rico y estamos seguros de que, con nuestro plan estratégico de reingreso, no solo regresaremos a las llegadas de 2019, sino que las sobrepasaremos”, finalizó Chandler.

###