



DISCOVER PUERTO RICO SE PREPARA PARA RECIBIR A LOS TURISTAS EL 15 DE JULIO

San Juan, Puerto Rico, 1 de julio de 2020 - Discover Puerto Rico (DPR) ha promovido continuamente a la isla para mantener a Puerto Rico en la mente de los consumidores por los pasados dos años desde la apertura de la organización. Mientras el sector turístico se prepara para recibir a los turistas el 15 de julio, Discover Puerto Rico se compromete a liderar la recuperación del turismo en la isla. La organización de mercadeo de destino (DMO en inglés) ejecuta planes basados en investigaciones para llevar el mensaje correcto al mercado adecuado, que tenga la mayor probabilidad de visitar la isla.

"Puerto Rico se ha ganado admiración del mundo por su resiliencia y determinación ante la adversidad. Durante los últimos dos años, hemos creado una gran biblioteca de investigación y datos que ha guiado e informado nuestra toma de decisiones, así como una gran colección de imágenes y videos multimedia que muestran lo que es realmente especial sobre nuestra isla. Pero, una de las obligaciones más importantes de nuestra organización es la coherencia de los mensajes y la promoción que diferencia a nuestra isla y fortalece nuestra marca de destino. Mientras, logramos unas estrategias de ventas, publicidad y servicio de alto rendimiento que nos brindan una ventaja competitiva, incluso cuando estamos invirtiendo menos en promoción que nuestros competidores", expresó Brad Dean, CEO de Discover Puerto Rico.

Durante la actualización de la industria virtual, Discover Puerto Rico compartió una investigación que muestra que Puerto Rico continúa teniendo el tipo de producto que los consumidores buscan a medida que vuelven a viajar, incluyendo las playas y los destinos rurales. La encuesta de sentimiento de los viajeros de *Destination Analysts* muestra que las playas y deportes acuáticos, así como las visitas de amigos y familiares fueron los factores clave que cambiaron como motivadores de viajes desde enero. Dada la importancia de visitar amigos y familiares, el mercado de la diáspora se volverá aún más importante para la recuperación del destino a corto plazo.

A medida que evolucionan las restricciones de viaje y se abren los negocios, Discover Puerto Rico entra en la fase de "Rebote" de su Plan de Acción COVID-19, que incluye un aumento de los medios pagados, la amplificación del mensaje de que "estamos listos" a través de la cobertura mediática generada y la implementación de una campaña creativa de transición.

"En este momento, estamos atrayendo a los viajeros con un llamado directo a la acción para reservar su viaje, brindando incentivos tangibles para elegir a Puerto Rico como parte de nuestra campaña 'It's Almost Time' (Ya casi es hora). Esta campaña se desarrolló para abordar específicamente problemas relacionados con la inspiración y la confianza del consumidor como resultado del COVID-19. Estamos ansiosos por lanzar la fase final de la campaña, proclamando audazmente: 'It's Time' (Es hora)", explicó Leah Chandler, principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico.

[DiscoverPuertoRico.com](https://www.discoverpuertorico.com) tiene un aviso de viaje en la página de inicio, que detalla todo lo que los turistas necesitan saber antes de viajar a la isla. Este aviso se actualiza constantemente con la información anunciada por el gobierno, incluyendo las nuevas órdenes de presentar un resultado negativo de una prueba molecular COVID-19, tomada 72 horas antes de llegar a la isla.

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



A medida que el destino se acerca a la fecha de reapertura, Discover Puerto Rico tiene un total de 9,902 nuevos graduados del Programa de Expertos de Puerto Rico hasta la fecha. La organización está pasando de la educación pura a un llamado de acción, dando a estos graduados un incentivo de \$100 por su primera reserva mínima de estadía en uno de nuestros hoteles. La encuesta de *Northstar Meetings* muestra que los planificadores ahora son aún más optimistas sobre la reserva de reuniones hasta finales de este año, con nuevas reservas que vendrán durante el primer trimestre de 2021 en adelante.

“El equipo de Discover Puerto Rico continuará promoviendo a Puerto Rico y trabajará junto con socios públicos y privados que se comprometen a ayudar a que los visitantes regresen a nuestra isla. En el DMO, no se trata simplemente de promover el turismo, se trata de salvar nuestra industria y proteger 84,000 empleos. Se trata de ayudar a mantener vivos y saludables los 5,100 negocios y organizaciones que promovemos”, 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