



PRESENCIA EN FERIA DE TURISMO DE DISCOVER PUERTO RICO

San Juan, Puerto Rico, 23 de enero de 2020 – El año pasado, Discover Puerto Rico tomó una decisión estratégica y financieramente responsable para cambiar el enfoque de mercado de ocio de Puerto Rico y reducir los altos gastos de producción que antes se hacían en ferias de turismo, específicamente en exhibiciones internacionales, dado que solamente alrededor del 6% de las visitas a Puerto Rico provienen de países fuera de los Estados Unidos. Hicimos un análisis de los gastos de todo el presupuesto de mercadeo, y las presentaciones que conllevaban una producción compleja, tuvieron un retorno de inversión muy limitado. A nivel internacional, estamos invirtiendo gradualmente, para impactar visitas del extranjero a medida que las rutas aéreas y la capacidad existentes continúan creciendo.

Mientras planificamos la mejor manera de maximizar nuestro limitado presupuesto de mercadeo para este año, reasignamos dólares de producción de exhibidores para llegar más directamente a posibles viajeros a través de canales digitales y activaciones con retornos de inversión mucho más sólidos, como lo es la publicidad digital y el contenido social, que son canales en los que los viajeros toman decisiones de viaje, inmediatas y a corto plazo, que afectan nuestro presupuesto de manera más eficiente y más rápida.

Nuestra presencia física en estas ferias se ha reducido para disminuir los gastos en áreas que no generan visitas directas; todavía tenemos presencia, dado a que la creación de relaciones en la industria y la participación en encuentros con los medios, en cada mercado, siguen siendo importantes. Por ejemplo:

- En FITUR, España, nuestro equipo de ventas está programado para reunirse con aproximadamente 30 representantes de la industria para establecer asociaciones y colaboraciones, y participaremos en varias entrevistas con medios para compartir la información más reciente sobre Puerto Rico que lleguen más directamente a nuestros posibles viajeros.
 - Hoy, el presidente de Iberia, Luis Gallego y Carla Campos, directora ejecutiva de PRTC, anunciaron que la aerolínea aumentará su oferta con Puerto Rico en un 55% en 2020, lo cual es una excelente noticia para el destino, que continuaremos amplificando a través de los medios en España y el resto de la región. La noticia ya se está difundiendo.
- En el New York Times Travel Show este fin de semana, solo tendremos presencia en el pabellón LGBTQ, para consolidar aún más nuestro posicionamiento como la Capital LGBTQ del Caribe. También hemos asegurado, de forma gratuita, uno de los 11 espacios de conferencia de prensa asignados por The New York Times. En la conferencia de prensa, brindaremos las últimas actualizaciones del destino con los medios de comunicación que asistirán, incluyendo Fodor's, Readers Digest, Conde Nast, AFAR y Thrillist, entre otros. Esto se suma a una gira de medios que se acaba de completar en la ciudad de Nueva York, donde los ejecutivos de Discover Puerto Rico se reunieron con importantes publicaciones como Washington Post, Skift, Travel & Leisure, The Points Guy y Lonely Planet, entre otros.

###



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, Public Affairs Director
787-402-0329 | Anamari.caratini@discoverpuertorico.com