



Discover Puerto Rico logra crecimiento sostenido en percepción y familiaridad del destino con la campaña Live Boricua

El estudio “Brand Health & Marketing Awareness” de febrero de 2025 revela un notable aumento en los indicadores claves de desempeño, posicionando a la isla como uno de los destinos más reconocidos y atractivos del Caribe.

San Juan, Puerto Rico, 17 de marzo de 2025 – Los resultados del estudio “Brand Health & Marketing Awareness de Discover Puerto Rico, evidenciaron una mejoría sustancial en la percepción positiva, los niveles de familiaridad y la probabilidad de visita de los viajeros a Puerto Rico, los tres principales indicadores que miden la salud de marcas asociadas a destinos turísticos.

El estudio de febrero de este año y realizado por Strategic Marketing & Research Insights (SMARInsights), precisa que los tres renglones mejoran drásticamente entre los viajeros que conocen la campaña Live Boricua. En específico, la familiaridad con el destino sube de 38% a 56%, la percepción positiva de 40% a 58% y la probabilidad de visita de 16% a 33%. El último de estos indicadores sugiere que la iniciativa promocional duplica la intención de los viajeros de visitar a Puerto Rico.

“Los resultados del estudio confirman que Live Boricua sigue resonando con nuestra audiencia y fortaleciendo la identidad de Puerto Rico como un destino vibrante y auténtico. La conexión emocional que hemos logrado con los viajeros es clave para el crecimiento sostenido de la marca y el desarrollo de una industria con más visitantes, estadías más prolongadas y mayores gastos de los viajeros”, dijo Glorianna Yamín, Vicepresidenta de Mercadeo de Discover Puerto Rico.

“Estos resultados reiteran que cuando se toman decisiones basadas en datos y se desarrollan iniciativas a largo plazo, se pueden alcanzar resultados concretos para la economía puertorriqueña y el desarrollo de nuevas y mejores oportunidades de trabajo y negocios para todos nosotros que vivimos en nuestro hermoso destino”, dijo Fernando Rodríguez, Principal Oficial de Finanzas y CEO interino de Discover Puerto Rico,

La campaña Live Boricua fue lanzada en 2022 como un nuevo acercamiento a la promoción del destino enfocando temas culturales únicos de Puerto Rico, que no se comparen con el resto de los destinos caribeños. La campaña ha protagonizado los esfuerzos para estimular visitantes a la Isla en medio de la bonanza de este sector económico que ha roto sus récords industriales por los pasados cuatro años.

Este incremento en la familiaridad y percepción positiva es especialmente significativo porque, en la industria del turismo, cambios de esta magnitud generalmente requieren



años de trabajo y esfuerzo. Sin embargo, Discover Puerto Rico ha logrado estos avances en solo seis años, lo que refleja una estrategia de mercadeo efectiva y adaptada a las necesidades de los potenciales viajeros, sostuvo Rodríguez.

El estudio, además, establece que el reconocimiento de la marca alcanzó el 54% de los encuestados en 15 de los mercados principales de Puerto Rico.

El estudio también destacó que la campaña está llegando a diversas audiencias demográficas. El 66% de los hispanos encuestados demostraron alta familiaridad con la campaña, así como el 62% de los asiáticos y de los afroamericanos.

Los resultados también revelaron que, como resultado de la campaña, la percepción positiva de Puerto Rico ha mejorado notablemente en comparación con otros destinos competidores del Caribe. Tras ver los anuncios de Live Boricua 2.0 y 3.0, la percepción general de los consumidores sobre Puerto Rico mejoró y supera a destinos como Aruba, República Dominicana, México y Colombia.

El mercadeo pagado también ha fortalecido la imagen de Puerto Rico, mejorando la percepción de los atributos clave identificados por Discover Puerto Rico como punta de lanza para enaltecer el destino. De acuerdo con el estudio, de los cinco atributos, “vívido, bello, vibrante, auténtico y colorido”, la cualidad “hermoso” fue el que experimentó el mayor incremento en términos de reconocimiento. Este fortalecimiento de la imagen no solo ha mejorado la percepción global de la Isla, sino que también ha incrementado su atractivo ante los potenciales viajeros.

“Más importante es que la campaña inspira a los viajeros a tomar acción. Eso no es algo que se logra fácil en los esfuerzos de mercadeo. El estudio muestra que la campaña Live Boricua tiene un rendimiento que nos coloca entre las mejores organizaciones de mercadeo de destino en inspirar la búsqueda de información sobre el destino y en crear un deseo de viajar a la Isla”, dijo Yamín.

Con una inversión continua en campañas de medios pagados y estrategias de mercadeo efectivas, Discover Puerto Rico sigue demostrando su capacidad para posicionar a la Isla como un destino turístico de primer orden. El éxito de la campaña Live Boricua, reflejado en el estudio “Brand Health & Marketing Awareness / February 2025”, confirma que Puerto Rico sigue siendo un destino deseado y reconocido, con un futuro prometedor en el mercado global.

###

Contactos: ricardo.cortes@discoverpuertorico.com / janid.ortiz@discoverpuertorico.com