



## DISCOVER PUERTO RICO PRESENTA PLAN PARA LA RECUPERACIÓN DESPUÉS DE LA CRISIS

**San Juan, Puerto Rico, 2 de abril de 2020-** Discover Puerto Rico (DPR) organizó una actualización virtual de la industria sobre los efectos del COVID-19 en el sector turístico puertorriqueño y cómo la organización ayudará a liderar la recuperación. Discover Puerto Rico compartió lo que el equipo ha estado haciendo en medio de la emergencia y presentó las investigaciones que han guiado las estrategias específicas que ayudarán a que la isla tenga un cambio más rápido que otros destinos, recuperando empleos en este sector que ha sido tan afectado por la crisis.

"El sector turístico tendrá una nueva realidad después de que esta pandemia se estabilice y surgirán muchas oportunidades. Aunque el sentimiento general de los viajeros de hoy es el miedo, estamos seguros de que Puerto Rico ofrece lo que los viajeros buscan cuando sea el momento adecuado. Con las medidas extremas tomadas por nuestro gobierno al comienzo de la crisis, estamos mejor posicionados que otros destinos", expresó Brad Dean, CEO de Discover Puerto Rico.

A través de nuestra investigación, podemos ver que la caída en la ocupación de Puerto Rico ha sido más rápida y severa que el promedio de Estados Unidos, con un -71% en Puerto Rico versus -56% en el territorio continental de Estados Unidos. Debido a que la isla tiene muchos hoteles exclusivos y de lujo, se percibe que el impacto semana a semana también es más alto que el promedio de EE.UU., debido a que esos hoteles fueron los más afectados durante las primeras semanas. Antes de los terremotos, tanto las reservaciones de ocio como las de grupos estaban por encima del 2019. A pesar de que hubo una disminución en las semanas posteriores al terremoto, las reservas continuaban por encima del 2019 hasta la primera semana de marzo, cuando se vieron las fuertes caídas en futuras reservaciones en las últimas dos semanas.

*Destination Analysts* realizó una investigación para monitorear el comportamiento de los viajeros en respuesta al COVID-19, donde el 47% había decidido hacer una "staycation", o "estadia en casa", este año, mientras que el 36% tiene viajes tentativos planeados para julio y agosto. En otra encuesta, también realizada por *Destination Analysts*, el 63% de los viajeros estadounidenses están "de acuerdo" o "totalmente de acuerdo" en que extrañan viajar y no pueden esperar para volver a viajar. Por esta razón, Puerto Rico como destino debe promover la isla con más intensidad.

Leah Chandler, CMO de Discover Puerto Rico, habló sobre el Plan de Acción COVID-19 (CAP), que fue adaptado e implementado específicamente a principios de marzo. El CAP se divide en cuatro fases: impacto, reorganización, rebote y nueva realidad. En la primera fase, el DMO compartió proactivamente las medidas de seguridad implementadas por el gobierno, pero de manera positiva, para posicionar el destino como líder con el ejemplo y aclarar cualquier posible inexactitud con los viajeros, los medios de comunicación, los planificadores de reuniones y los asesores de viajes. En la segunda fase, en la que nos encontramos en este momento, el DMO ofrece de manera responsable mensajes y activaciones inteligentes que aluden a las circunstancias globales actuales y los mandatos locales, pero mantiene a Puerto Rico en la mente de los consumidores. En las últimas dos fases, la organización utilizará la investigación para guiar los esfuerzos de mercadeo y generar mensajes de viaje inmediatos.

**Contacto:** Anamari Caratini, Public Affairs Director  
787-402-0329 | [Anamari.caratini@discoverpuertorico.com](mailto:Anamari.caratini@discoverpuertorico.com)



“Es crucial para nosotros que nuestro destino se mantenga en la mente de todos en medio de las nuevas realidades. Este es el momento de ser creativos e impulsar contenido de interés periodístico para mantener a Puerto Rico en la consideración de los consumidores a pesar de las limitaciones actuales de viaje. Si las personas no pueden ir a Puerto Rico, nosotros les llevaremos a Puerto Rico”, comentó Chandler durante la actualización de la industria.

Discover Puerto Rico planea reingresar agresivamente al mercado con mensajes revisados para generar conciencia y mantener a Puerto Rico en la mente. Estamos desarrollando una nueva campaña que generará conciencia, inspirará a la audiencia en este momento de incertidumbre, incitará a la acción inmediata y generará demanda.

En las ventas de MICE y ocio, el equipo presentó esfuerzos que incluyeron acercamientos particulares y adquisición de clientes. Su enfoque está en posponer reservas en lugar de cancelarlas, volver a asegurar reservaciones canceladas y otorgar recompensas a través de programas de fidelización, puntos y millas aéreas.

“El equipo de Discover Puerto Rico continuará trabajando para mantener nuestro destino en la mente de los viajeros. Hemos demostrado al mundo que volvemos de una crisis cada vez más fuertes, y esto no será la excepción”, dijo 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, Public Affairs Director  
787-402-0329 | [Anamari.caratini@discoverpuertorico.com](mailto:Anamari.caratini@discoverpuertorico.com)