



DISCOVER PUERTO RICO SE ENFOCARÁ EN VIAJEROS RESPONSABLES CUANDO REINICIE LA PROMOCIÓN DEL DESTINO

San Juan, Puerto Rico, 5 de agosto de 2020 - Discover Puerto Rico, junto al secretario del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio, Manuel Laboy Rivera, y la directora ejecutiva de la Compañía de Turismo de Puerto Rico, Carla Campos, ofrecieron hoy una actualización virtual centrada en la industria del turismo. El mes pasado, la organización de mercadeo de destino (DMO, por sus siglas en inglés) cambió sus planes, mensaje y tono en respuesta al aplazamiento de la apertura del turismo externo. Basado en su Plan de Acción COVID-19, la organización volvió a su "Fase de Reorganización", enfocándose en la educación a los consumidores y clientes sobre los protocolos y las guías de salud y seguridad en la isla, así como alentando solo los viajes esenciales.

“Una vez más, vemos un incremento en la preocupación de los consumidores que perciben los viajes como inseguros. En julio, el 60% de los consumidores consideraba que las actividades de viaje no eran seguras. A pesar de la inquietud creciente, hay consumidores que siguen dispuestos a viajar durante el resto del año 2020, algunas de las expectativas más altas para viajar hasta este año se fijan en octubre. Sin embargo, ahora vemos que más consumidores dicen que no será hasta el 2021 cuando estarán listos para viajar”, explicó Alisha Valentine, directora de investigación y análisis de Discover Puerto Rico.

Una encuesta realizada por *Destination Analysts*, con respecto a la etiqueta de viaje durante la pandemia, muestra que los visitantes están dispuestos a tomar medidas para garantizar su seguridad, lo que a su vez mantendrá seguros a los residentes. Los consumidores dicen que no solo están dispuestos a usar mascarillas y seguir las guías de distanciamiento social, sino que están felices de ver destinos que tienen tales políticas vigentes, lo que indica una ventaja una vez Puerto Rico esté oficialmente abierto para el turismo. Según una encuesta de *Gallup* realizada entre el 29 de junio y el 5 de julio, los consumidores educados y femeninos, que son el público objetivo principal de Discover Puerto Rico, son los que están más dispuestos a seguir las guías.

"Siguiendo la directriz de la gobernadora Wanda Vázquez Garced de que Discover Puerto Rico cese todo mercadeo relacionado con las visitas a la isla, nos alejamos de las imágenes hermosas y panorámicas diseñadas para atraer a los visitantes a la isla, reemplazándolos con mensajes destinados a restarle importancia a las visitas. Las imágenes que acompañan a estos mensajes deben ser simples, educativas e informativas. Hemos creado una apariencia consistente para ayudarnos a comunicar todo, desde el distanciamiento social y los requisitos de utilizar mascarilla, hasta protocolos en el aeropuerto y los cierres de playas. Al ir en contra de todo lo natural para los promotores del turismo, estamos amplificando los mensajes que reducirán las visitas mientras hacemos nuestra parte para proteger la isla y salvaguardar la economía del visitante para el futuro", expresó Leah Chandler, CMO de Discover Puerto Rico.



El vicepresidente senior de *Miles Partnership*, Nate Huff, se unió a la Actualización de la industria y compartió información relevante sobre los cambios en el sentimiento en torno a los viajes, a quién Discover Puerto Rico se dirigirá al reingresar al mercado de medios y cómo enviar mensajes para llegar a esa audiencia. Mirando hacia el futuro, el DMO ha desarrollado una estrategia de recuperación haciendo cambios en la demografía, centrándose en los viajeros "responsables", a través de la segmentación personalizada.

“Discover Puerto Rico continuará desarrollando sus planes utilizando la investigación, los datos actuales y las prácticas recomendadas de la industria. A pesar de que los planes para promover nuestra hermosa isla de Puerto Rico se han retrasado, estamos preparados y ansiosos por comenzar a mercadear nuevamente el turismo. Tan pronto como sea seguro viajar, y nuestra isla esté lista para recibir nuevamente a los visitantes, actuaremos rápido y proactivamente para difundir nuestra reapertura a visitantes externos y viajeros responsables cuando sea el momento adecuado”, finalizó Brad Dean, CEO de Discover Puerto Rico.

###

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)