



## **Discover Puerto Rico allana el camino para la recuperación del sector turístico**

**San Juan, Puerto Rico, 19 de marzo de 2021-** Cuando Puerto Rico cerró debido a la pandemia de COVID-19, Discover Puerto Rico eligió un enfoque diferente al de muchos otros destinos. El equipo de la Organización de Mercadeo del Destino (DMO, por sus siglas en inglés) oficial de la Isla trabajó para tener el destino en la mente de los consumidores, sentando las bases para la recuperación cuando fuera el momento adecuado. Para seguir construyendo sobre esa base, el DMO lanzará pronto una hoja de ruta enfocada en el futuro, basada en datos e impulsada por los resultados, que guiará el camino de la industria turística de Puerto Rico hacia la recuperación.

“Desde el principio optamos por ser transparentes con los planificadores, asesores y consumidores, brindando una gran cantidad de información relevante, buscando ser el recurso confiable para obtener información precisa y oportuna. Elegimos no ser silenciosos e invisibles con nuestro mercadeo, como hicieron muchos especialistas en mercadeo de destino. En cambio, nos comprometimos a mantener de manera innovadora nuestra marca turística en la mente de los planificadores, asesores y consumidores, brindando constantemente un equilibrio saludable de información e inspiración. También redujimos todos los gastos no esenciales para poder conservar nuestros recursos para cuando pudieran tener mayor impacto y, en cambio, confiamos en gran medida en las relaciones públicas, los canales de redes sociales y la promoción virtual. Lo más importante es que optamos por conservar relaciones clave, enfocándonos en mantenernos en contacto con clientes, consorcios, asesores de viajes y socios estratégicos. Y, mientras otros presionaron el botón de pausa en sus esfuerzos de ventas, nosotros redoblamos nuestros esfuerzos de ventas de ocio y de reuniones y convenciones, encontrando formas creativas de involucrar a los socios y recordarles a los planificadores y asesores de viajes lo que les espera cuando el turismo reabra”, expresó Brad Dean, principal oficial ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico.

Adara, el socio de datos que rastrea la actividad de búsqueda y reserva en línea para destinos, muestra un movimiento significativo en las reservas a principios de año cuando Discover Puerto Rico pudo comenzar las campañas publicitarias gracias a los fondos de la Ley CARES. Adara también muestra que los viajes que los consumidores están reservando ahora son para viajes que se realizarán en unos 40 días y que llegarán entre abril y mayo. En los primeros dos meses de las campañas publicitarias de la Ley CARES, Adara estima que la publicidad del DMO de la Isla ha generado más de \$112 millones en reservas de hoteles. Con los anuncios activos, Discover Puerto Rico está enfocándose en atraer visitantes responsables. Los datos de reservas muestran que más del 60% de las reservas desde principios de año han sido realizadas por hogares con ingresos anuales superiores a \$100,000 y más del 53% de los consumidores que vieron publicidad reciente a través de Expedia Group reservaron un hotel de 4 estrellas o más.

Mientras que otros destinos están viendo aumentos en las reservas, nadie más está viendo el tipo de aumentos año tras año que está experimentando Puerto Rico. Tanto los hoteles como los alquileres están reservando mucho mejor que el resto del conjunto competitivo durante el resto del año fiscal. Las reservas de hoteles hasta finales de junio son un 18% más bajas que hace un año. Aunque el mercado hotelero se ha recuperado considerablemente, el mercado de alquiler en Puerto Rico sigue superando a otros destinos. El crecimiento actual año tras año no tiene precedentes. Las reservas de alquiler hasta fines de

**Contacto:** Anamari Caratini, Directora de Asuntos Públicos  
787-402-0329 | [Anamari.caratini@discoverpuertorico.com](mailto:Anamari.caratini@discoverpuertorico.com)



junio son un 82% más altas que hace un año, mientras que los competidores continúan experimentando pérdidas año tras año.

La principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico, Leah Chandler, señaló que Discover Puerto Rico pronto lanzará "*The Great Recovery: A Playbook*", que presenta cómo las acciones tempranas del DMO al comienzo de la pandemia ayudaron a manejar la interrupción y mitigar el impacto de COVID-19 en la industria del turismo –dirigiendo ágilmente el destino desde la restauración, el rebote, hasta superar las expectativas para el 2021 y más adelante. Este documento examina cómo el enfoque proactivo del DMO (actuar con rapidez y determinación durante un período de incertidumbre) aborda todas las decisiones estratégicas con una "mentalidad de recuperación", posicionando a la Isla para recuperarse.

"Seguimos confiando en que el 2021 será un año de recuperación para todos nosotros. El manual de estrategias de 'La Gran Recuperación' guiará a nuestra industria hacia adelante, no solo recuperándonos, sino que crecerá y se elevará incluso más alto que las metas anteriores establecidas por Discover Puerto Rico", dijo Chandler.

Discover Puerto Rico, junto con Ketchum, Miles Partnership y R&R Partners, organizarán un seminario web para presentar en detalle "*The Great Recovery: A Playbook*", que se llevará a cabo el martes, 30 de marzo a las 10:00 a.m. Puede registrarse entrando al siguiente enlace: <https://fal.cn/3e7OY>.

###