



## Discover Puerto Rico comparte la Guía para la Gran Recuperación de la Isla

**San Juan, Puerto Rico, 30 de marzo de 2021-** Mientras la industria de viajes y turismo del mundo lucha por sobrevivir a los impactos devastadores del COVID-19, Puerto Rico está viendo las primeras señales de recuperación. Discover Puerto Rico ha desarrollado una estrategia convincente para traer de regreso los viajes y el turismo a nuestra Isla, elaborando el Plan de la Gran Recuperación que guiará el renacimiento del sector turístico al tiempo que asegura la sensibilidad hacia la salud, la cultura y la calidad de vida de los residentes de Puerto Rico. Discover Puerto Rico presentó el plan de recuperación durante un seminario web, junto con un panel representado por sus agencias claves: Amberlee Eagle de R&R Partners, Nate Huff de Miles Partnership y Sara Garibaldi de Ketchum.

“El Plan de la Gran Recuperación está construido para ser ágil, sostenible y medible. Además de simplemente restaurar el gasto de los visitantes a niveles previos a la pandemia, necesitamos ir más allá, haciendo crecer y evolucionando nuestra base de visitantes. Este crecimiento debe ser inclusivo y, debido a que Puerto Rico ha sufrido reveses significativos antes de la pandemia, también necesitamos recuperarnos más rápido que nuestros competidores. Estos son objetivos ambiciosos, pero al trabajar en colaboración con los líderes de la Isla, nuestros socios de la industria y los residentes, la Gran Recuperación está a nuestro alcance”, expresó Leah Chandler, principal oficial de mercadeo (CMO) de Discover Puerto Rico.

El objetivo de la Organización de Mercadeo del Destino (DMO, por sus siglas en inglés) de la Isla para el 2021 es ayudar a estabilizar la economía de la Isla a través del turismo e impulsar el empleo y los ingresos generados por los visitantes a nuevos récords; esto incluye superar el número de visitas del 2019, aumentar el ADR y atraer a un "viajero cuidadoso".

Actualmente, Puerto Rico está entrando en la fase de rebote en nuestro camino hacia la recuperación. Utilizando la investigación para orientar los esfuerzos de mercadeo, identificar el momento adecuado y generar mensajes de viaje responsables, haremos lo siguiente:

- Continuar construyendo sobre nuestro objetivo de “viajero responsable”, adaptándonos y evolucionando para hacer crecer nuestra base de audiencia de aquellos visitantes con más probabilidades de seguir las pautas de salud y seguridad, así como demostrar un comportamiento respetuoso.
- Continuar monitoreando y ajustando los mercados objetivo según la fórmula de selección que prioriza la capacidad de asientos de las aerolíneas y la disminución de casos de COVID-19, entre otros factores.
- Implementar una estrategia sólida de medios y comunicaciones, ya desarrollada y escalable en función de los fondos disponibles.
- Inyectar fondos adicionales disponibles en toda la matriz de mercadeo y ventas para lograr un impacto significativo y transmitir la disposición de Puerto Rico para los visitantes de negocios y de placer.
- Utilizar los medios ganados para posicionar a Puerto Rico como significativamente avanzado en términos de preparación en comparación con el conjunto competitivo, basado en estrictas medidas de contención.
- Implementar mucho antes que otros destinos.

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



- Ampliar la "preparación" de Puerto Rico en relación con ejemplos pasados de resiliencia e importantes recuperaciones a pesar de los desafíos pasados.
- Activar una campaña creativa que se base en la demanda acumulada de viajes de los consumidores.
- Implementar planes sólidos de viajes de familiarización (ya establecidos) para traer periodistas de primer nivel, planificadores de reuniones y asesores de viajes a la Isla para amplificar nuestro mensaje de "preparación".
- Activar promociones de destinos tanto en el segmento de ocio como en el de grupo.
- Implementar el plan de medios de reuniones según lo permita el presupuesto, para entregar promociones a los objetivos apropiados.

La complejidad del entorno actual exige un enfoque completamente nuevo para el libro de estrategias de recuperación. Discover Puerto Rico desarrolló un método de hitos que describe puntos de referencia medibles, sin tiempos específicos, que activarán los desencadenantes y guiarán la actividad de respuesta del DMO en los canales de mercadeo, comunicación y ventas. Este método difiere del proceso de planificación anterior que se centró en la actividad basada en el calendario que incluía viajes y eventos de temporada. El método de hitos se centra en las variables de viaje clave, el volumen de visitantes y el impacto de negocios general para dirigir nuestra estrategia y la próxima fase de hitos. Además, ayudará a orientar el mensaje de Discover Puerto Rico y la actividad en todos los canales de mercadeo, como el sitio web, las relaciones públicas, los medios de comunicación y las ventas. Al identificar estos momentos clave, el DMO puede medir las actividades de mercadeo y comunicación de una manera altamente receptiva y adaptable.

“Al salir de la pandemia, los viajeros quieren, más que nada, volver a conectarse con el mundo exterior, fuera de sus hogares. Los consumidores buscan viajes más significativos, no solo relajación y lujo, sino encuentros culturales que amplíen sus horizontes y creen experiencias únicas e inolvidables. Puerto Rico es un excelente ejemplo del tipo de destino que buscan estos viajeros y esta relación puede ser de beneficio mutuo. Esta audiencia no solo es deseable desde el punto de vista financiero, sino que también ayudará a mantener la belleza y el espíritu de nuestra Isla”, finalizó Chandler.

###