DISCOVER

Puerto Rico

DiscoverPuertoRico.com



DISCOVER Puerto Rico

Actualización para la Industria Región Este

21 DE OCTUBRE DE 2026

Agenda

01



JORGE L. PÉREZ

Principal Oficial Ejecutivo

02



LARESSA MORALES

Directora Senior de Investigación y Análisis

03



SCARLETTE ESPINAL

Vicepresidente de Mercadeo

04



JACQUELINE ROSA

Directora de Estrategia de Ventas de Convenciones

05



VANESSA FIGUEROA

Directora Senior de Experiencia del Destino

06



CLARISA JIMÉNEZ

Presidenta y CEO, PRHTA



Bienvenida

HON. MARÍA DE LOURDES RAMOS

Representante

DISCOVER Puerto Rico



Bienvenida

CARMEN MEDINA CALDERÓN

Representante Distrito 37



Bienvenida

JORGE L. PÉREZ

Principal Oficial Ejecutivo

DISCOVER Puerto Rico

DISCOVER PUERTO RICO

¿QUIÉNES SOMOS?

- Ley 17 de 2017
- Promoción viajes de placer, eventos y convenciones en Puerto Rico.
- Junta de Directores responde mayormente a la industria turística
- Sin consideraciones partidistas.
- No somos la CTPR



EVOLUCION DE LOS DMOs

DE LA PROMOCIÓN DE VISITANTES A LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DEL DESTINO

1896

Detroit crea el primer Buró de Convenciones y Visitantes

1915

Se funda la Asociación de Secretarios de Convenciones

1950–1980

Rápida expansión de los CVBs en EE. UU.

1974

La IACB se convierte en la IACVB

Años 1990

Surge el término DMO (Destination Marketing Organization)

2005

La IACVB se convierte en la DMAI

Años 2010-2020

1. Expansion digital
2. Rol de DMOs expande más allá de promoción a desarrollo económico
3. DMO = Destination Management Organization

2017

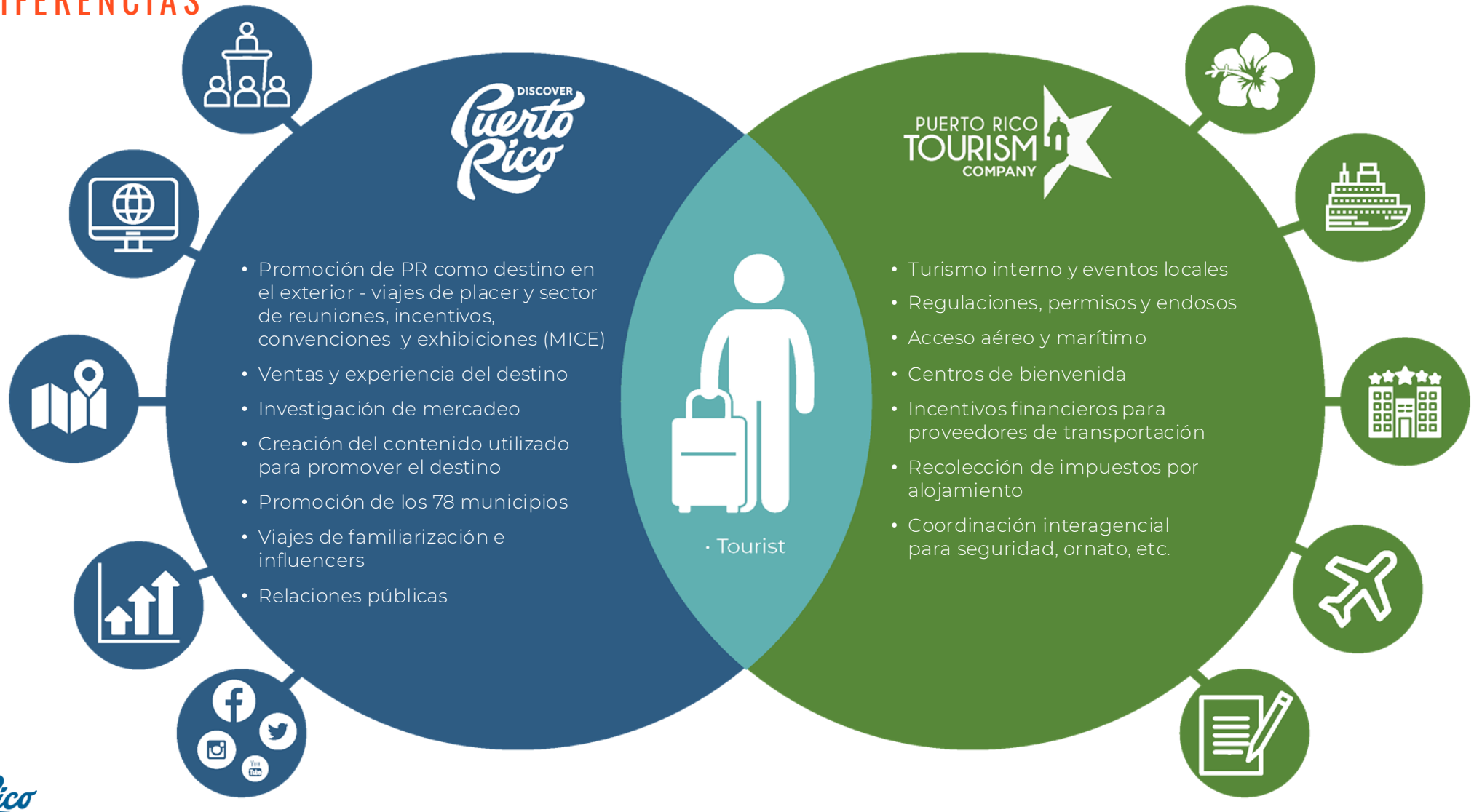
1. DMAI se renombra Destinations International
2. Ley 17-2017 crea la Corporación para la Promoción del Destino - Discover Puerto Rico

2020–presente

Era de Destination Stewardship Organizations (gestión y custodia del destino)

ROLES: DISCOVER PUERTO RICO VS CTPR

DIFERENCIAS



DISCOVER Puerto Rico

LA FÓRMULA DEL ÉXITO DEL DESTINO



+



PROMOCIÓN Y MERCADEO

-Awaken Your Senses

-MICE

-Events

-PR

TRABAJO EN EQUIPO

-Gobierno

-CTPR

-Stakeholders

-Resultados
Destination Next 2025
Futures Study (Destinations International)

DISCOVER Puerto Rico

DNEXT 2025 FUTURES STUDY

DESTINATION INTERNATIONAL'S

- Major DMO Study produced every two years

- Input from:
  - Global Advisory Panel
  - Survey from over 500 DMOs from 36 countries
  - 5 major takeaways in 2025 Study



DISCOVER Puerto Rico

FIVE MAJOR DMO INDUSTRY TRENDS

- Advocacy is Now a DMO's Most Critical Function
- DMO Roles Have Fundamentally Expanded
- Destination Development is Now a Core Function
- AI is Reshaping Everything in Travel & Tourism
- Success is Redefined & Measured Differently

Source: Destination International's DNEXT Futures Study 2025

ADVOCACY IS NOW A DMO'S MOST CRITICAL FUNCTION

ADVOCACY ISN'T JUST COMMUNICATIONS. IT'S A CORE FUNCTION OF DMO LEADERSHIP AND YOUR ORGANIZATION'S SURVIVAL DEPENDS ON IT. TODAY, DMO BOARDS SHOULD STRIVE TO:

- Strengthen government relations and actively shape supportive policies
- Build strategic alliances across multiple economic sectors
- Demonstrate the organization's unique value as a public good
- Cultivate resident and business support to neutralize opposition
- Position tourism as delivering jobs, tax revenue and community prosperity

DMO ROLES HAVE FUNDAMENTALLY EXPANDED

DMOS HAVE EVOLVED FROM MARKETERS TO MULTIDIMENSIONAL COMMUNITY LEADERS. THIS REQUIRES NEW CAPABILITIES, PARTNERSHIPS AND HONEST CONVERSATIONS ABOUT WHAT YOU CAN REALISTICALLY ACCOMPLISH, INCLUDING:

- Destination development and tourism product/experience creation
- Government relations and policy development
- Community engagement and resident sentiment
- Workforce development and housing advocacy
- Crisis management

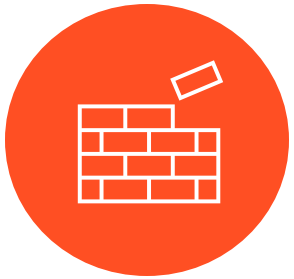
5. SUCCESS IS REDEFINED & MEASURED DIFFERENTLY

BOARDS ARE ADOPTING MULTIDIMENSIONAL KPIS THAT TELL A COMPLETE STORY ABOUT VALUE CREATION — NOT JUST ECONOMIC IMPACT. ROOM NIGHTS AND VISITOR SPENDING ARE NO LONGER ENOUGH. STAKEHOLDERS ARE ASKING FOR METRICS SUCH AS:

- Resident sentiment and community benefits
- Long-term event legacy and social impact
- Quality of the visitor experience
- Visitor psychographic data (who they are, what they want)
- Stakeholder engagement and partner satisfaction

LA FÓRMULA DEL ÉXITO DEL DESTINO


+

+

= ÉXITO

PROMOCIÓN Y MERCADEO

-Awaken Your Senses

-MICE

-Events: Cirque, Residencia, WBC

-PR

TRABAJO EN EQUIPO

-Gobierno

-CTPR

-Stakeholders

-Resultados
Next Survey 2025
Destinations International

EXPERIENCIAS

-Ustedes

-Resultados
YOY 2019-2026

-Forecast 12.31.26

-Programa Service Excellence Recognition

-MICE

DISCOVER Puerto Rico

NATIONAL GEOGRAPHIC

THE BEST PLACES IN THE WORLD TO TRAVEL TO IN 2027

- Seleccionado entre los 25 mejores destinos del mundo para visitar en 2027.
- Reconocimiento a nuestra riqueza cultural, tradiciones y autenticidad.
- Destaca las experiencias que conectan a los visitantes con nuestra gente y comunidades.
- Refuerza el posicionamiento de Puerto Rico como un destino que ofrece mucho más que sol y playa.



DISCOVER Puerto Rico



Datos y Análisis

LARESSA MORALES

Directora Senior de Investigación y Análisis

DISCOVER Puerto Rico

Desempeño de la Industria

ACTUALIZACIÓN

METRICAS DE LA INDUSTRIA A SEPT 2026

EL DESEMPEÑO CONTINÚA A PASO RÉCORD



LLEGADAS AEREAS SJU

(AEROSTAR)

-3.1%

VS. 2025



INGRESO DE ALOJAMIENTO

(STR & AIRDNA)

+6%

VS. 2025



DEMANDA DE ALOJAMIENTO

(STR & AIRDNA)

+4%

VS. 2025



LLEGADAS DE CRUCERO

(SAN JUAN CRUISE PORT)

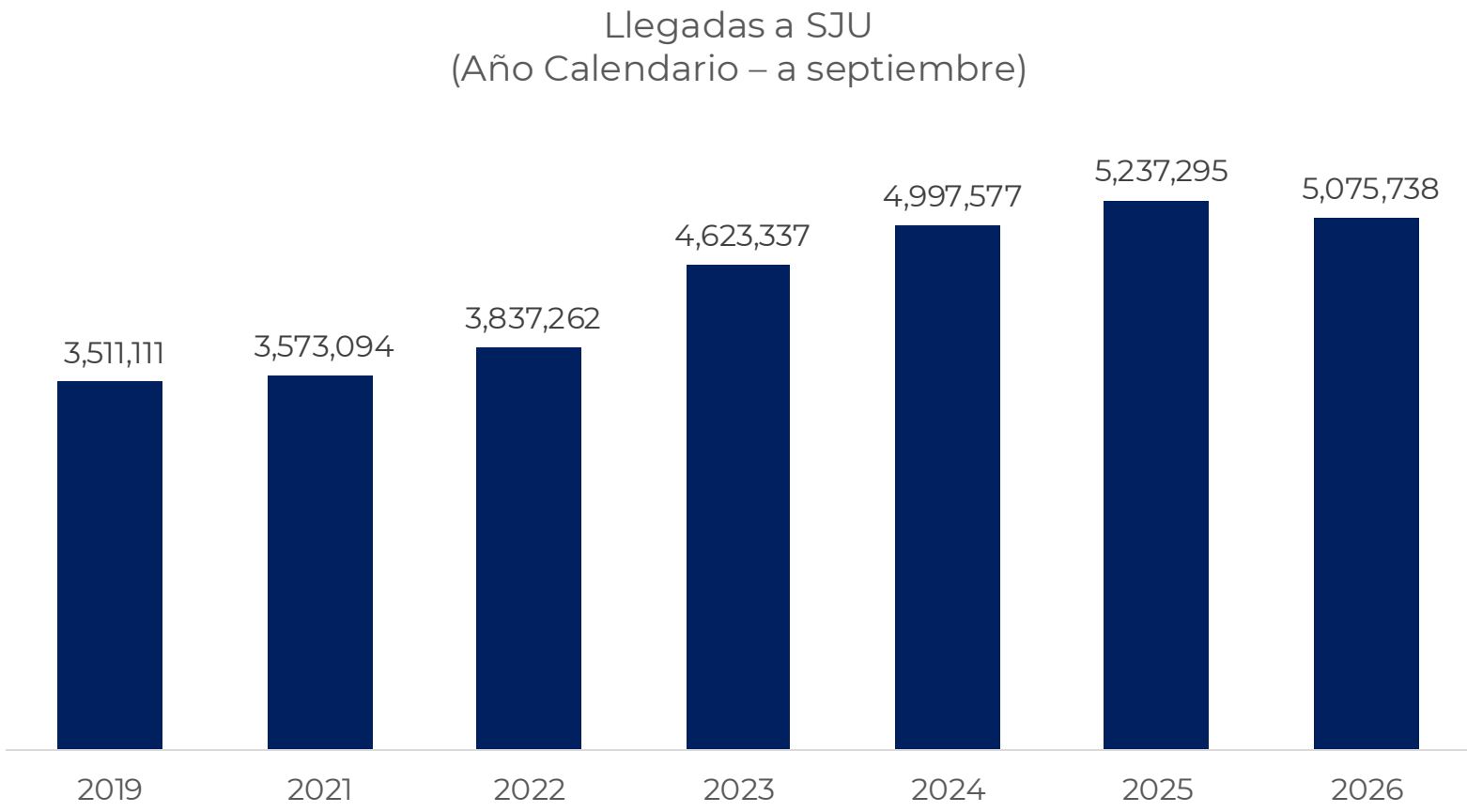
+27%

VS. 2025

Sources: STR, AirDNA (as of 10/10/26) & Aerostar Airport Holding, San Juan Cruise Port

LAS LLEGADAS A SAN JUAN POR DEBAJO DEL 2025

AJUSTES EN RUTAS, CAPACIDAD, Y SALIDA DE SPIRIT CONTRIBUYEN A LA CAIDA



AIR PASSENGERS

-3.1%

VS. 2025

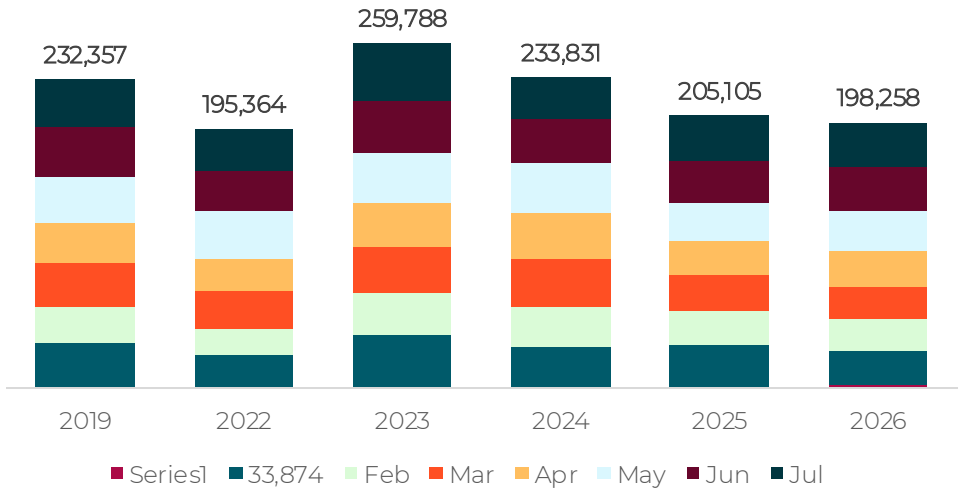
Source: Aerostar

DISCOVER Puerto Rico

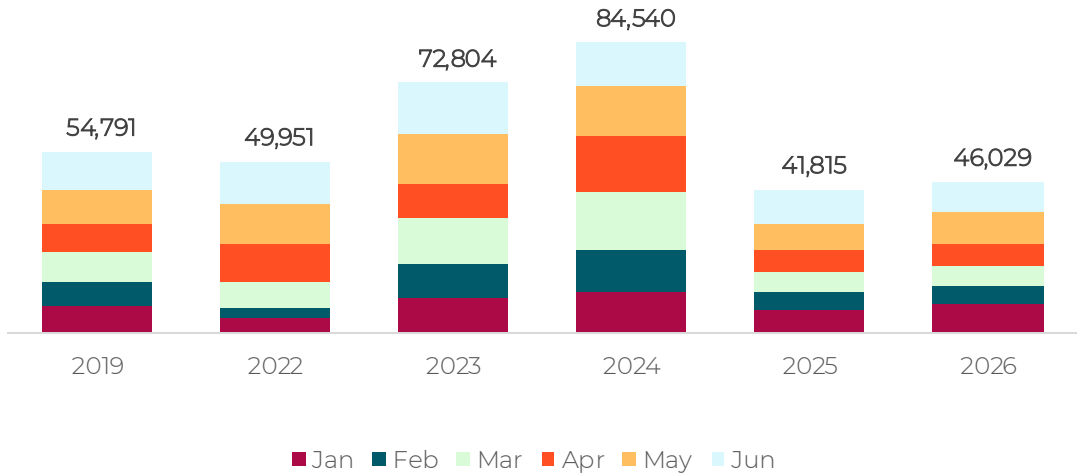
LLEGADAS REGIONALES

LAS LLEGADAS A AGUADILLA Y PONCE POR DEBAJO DE AÑOS ANTERIORES DEBIDO A MENOR CAPACIDAD DE ASIENTOS.

Aguadilla Arrivals
(YTD Jul)



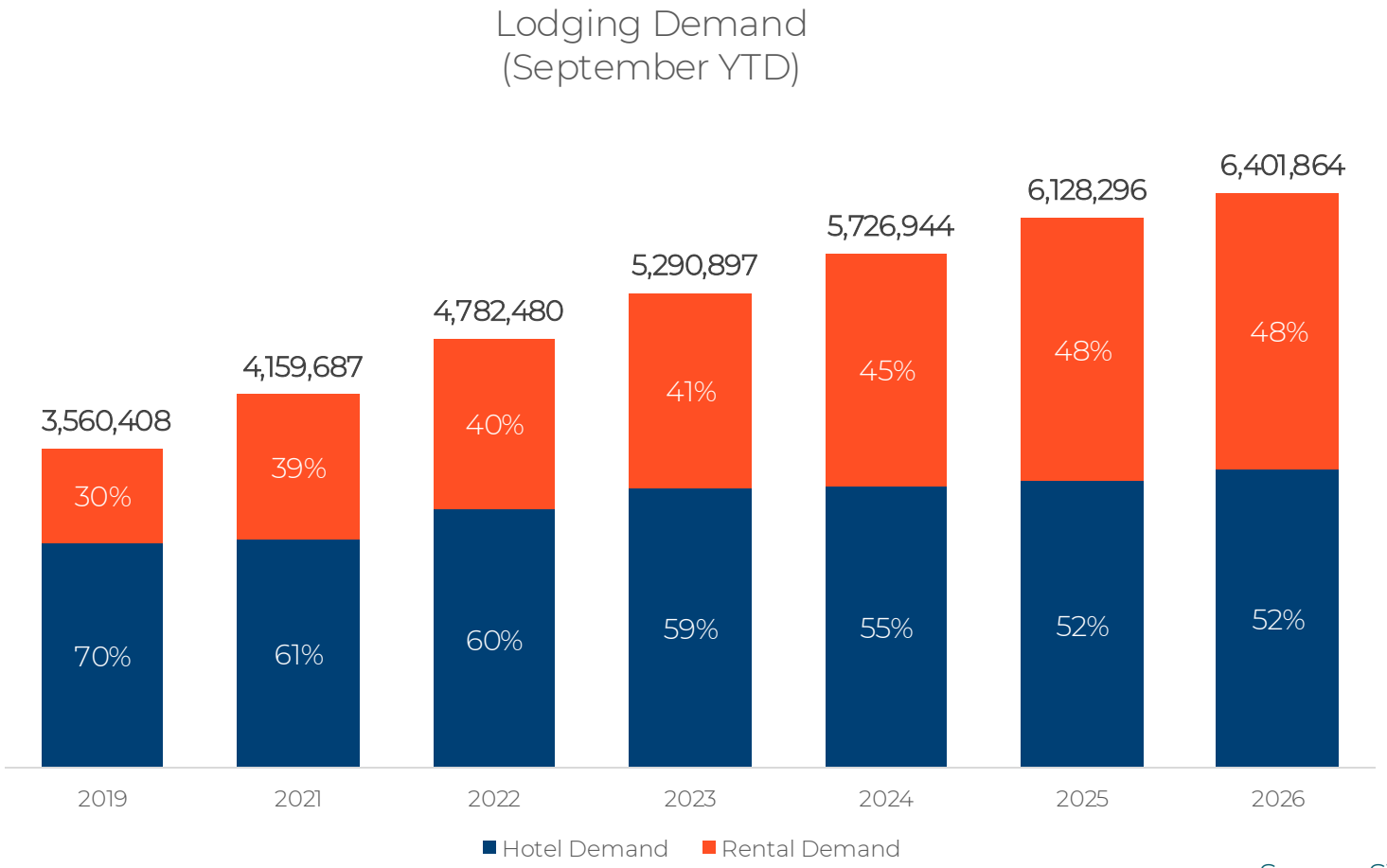
Ponce Arrivals
(YTD Jun)



Source: Autoridad de los Puertos

DEMANDA DE ALOJAMIENTO CRECE

EL CRECIMIENTO CONTINUA EQUILIBRADO; AMBOS SEGMENTOS CRECEN UN 4% INTERANUAL



LODGING DEMAND

(STR & AIRDNA)

+4%

VS. YTD 2025

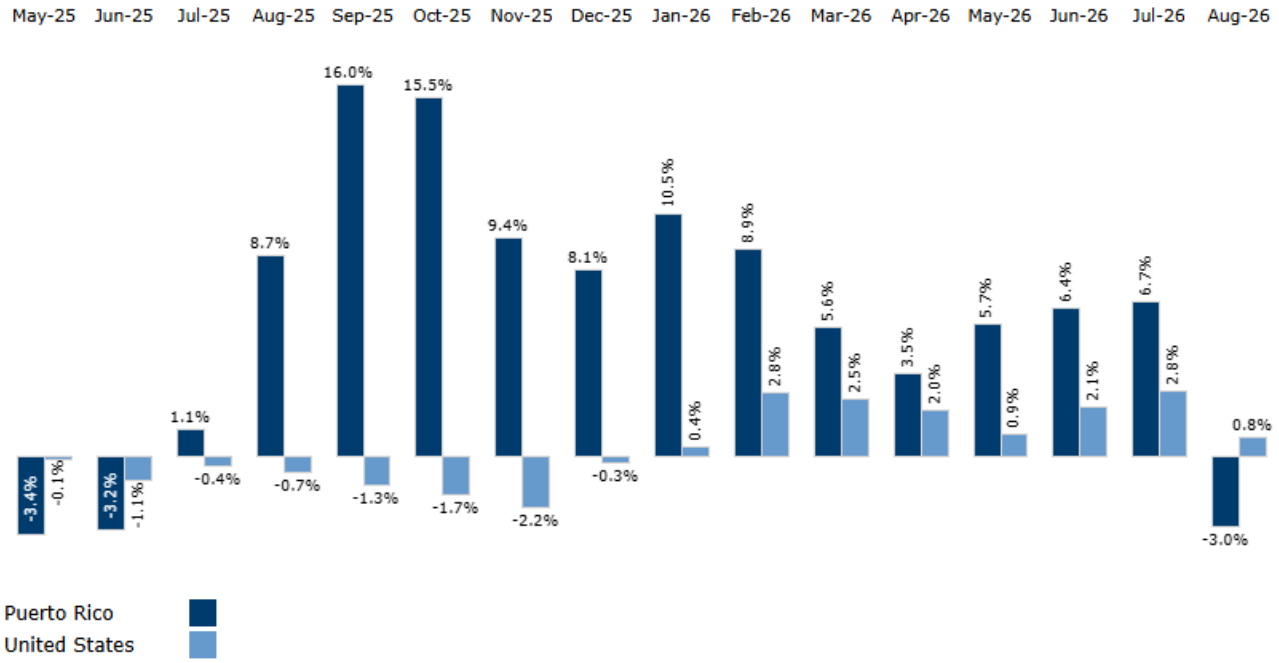
Source: STR & AirDNA (as of 10/19/26)

CRECIMIENTO SUPERA PROMEDIO NACIONAL

LA DEMANDA DE ALOJAMIENTO ACUMULADA EN PUERTO RICO HASTA AGOSTO LIDERA A TODOS LOS ESTADOS CON UN CRECIMIENTO DEL 5.5% VS. 1.8%

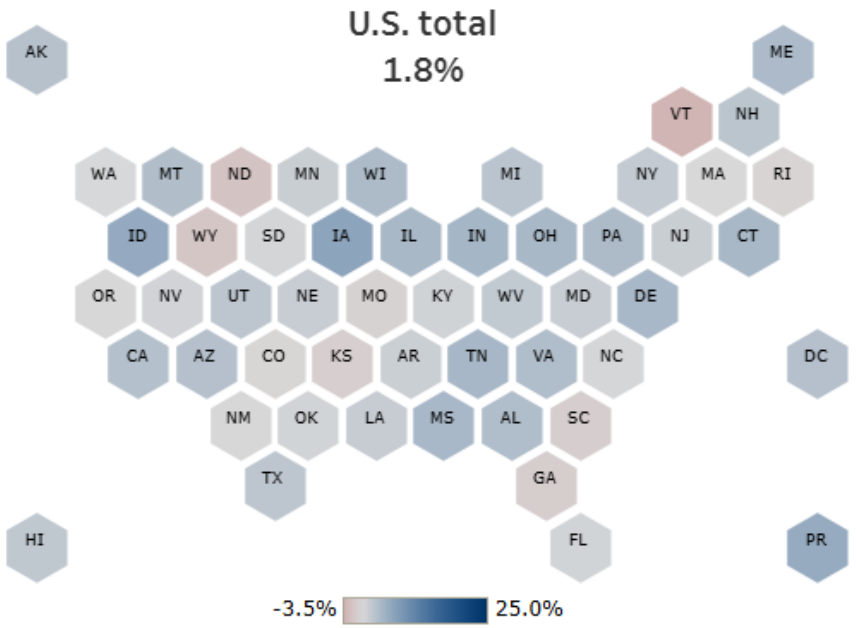
Lodging Demand by Month

Puerto Rico vs U.S., % Change YOY



Lodging Demand by State

August 2026 (Year-to-Date), % change YOY

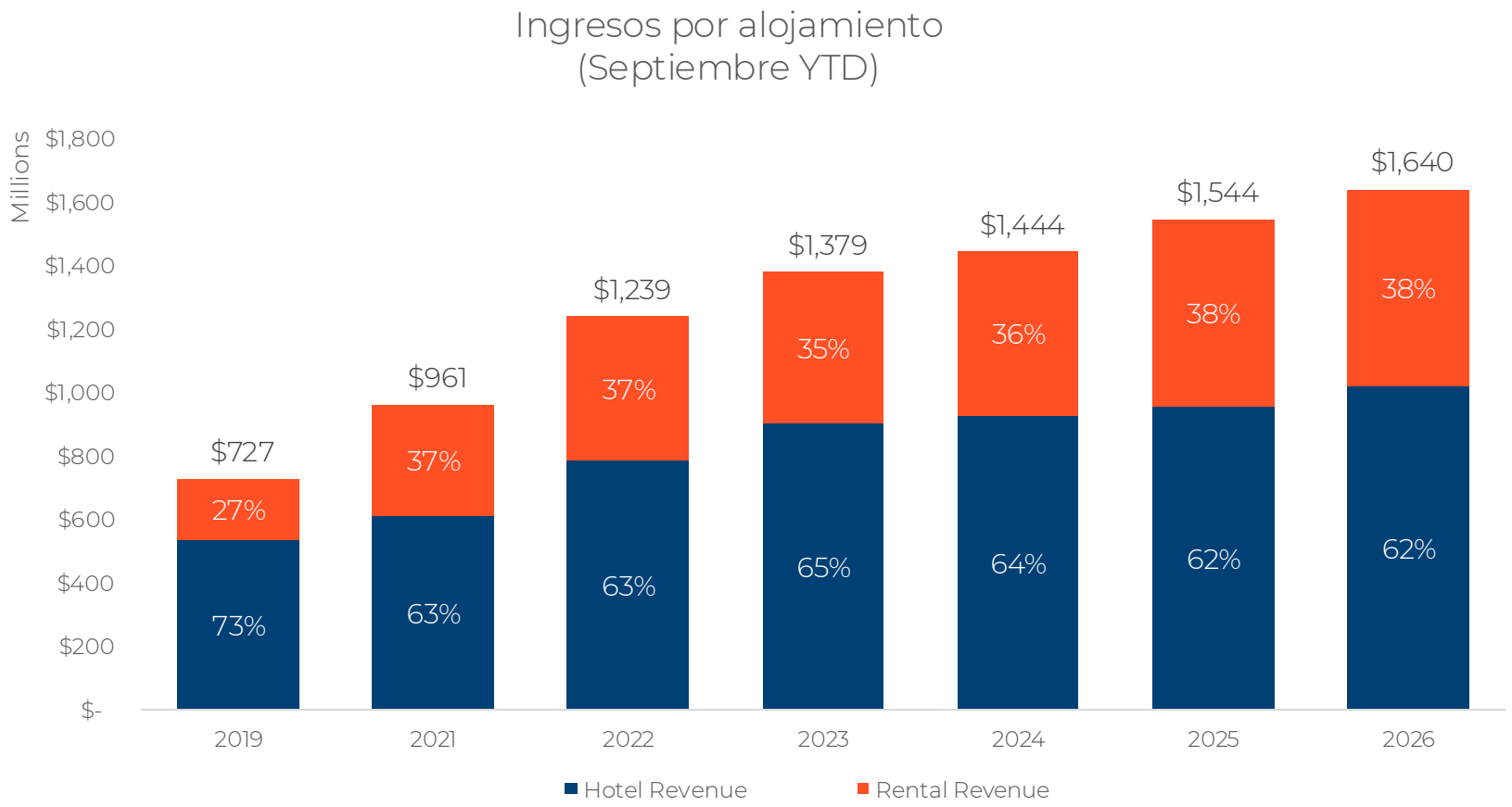


Source: US Travel Association

DISCOVER Puerto Rico

INGRESOS DE ALOJAMIENTO SUPERAN $1,600M

IMPULSADOS POR UNA FUERTE DEMANDA Y TASAS PROMEDIO, LOS INGRESOS CONTINUAN A RITMO RÉCORD.



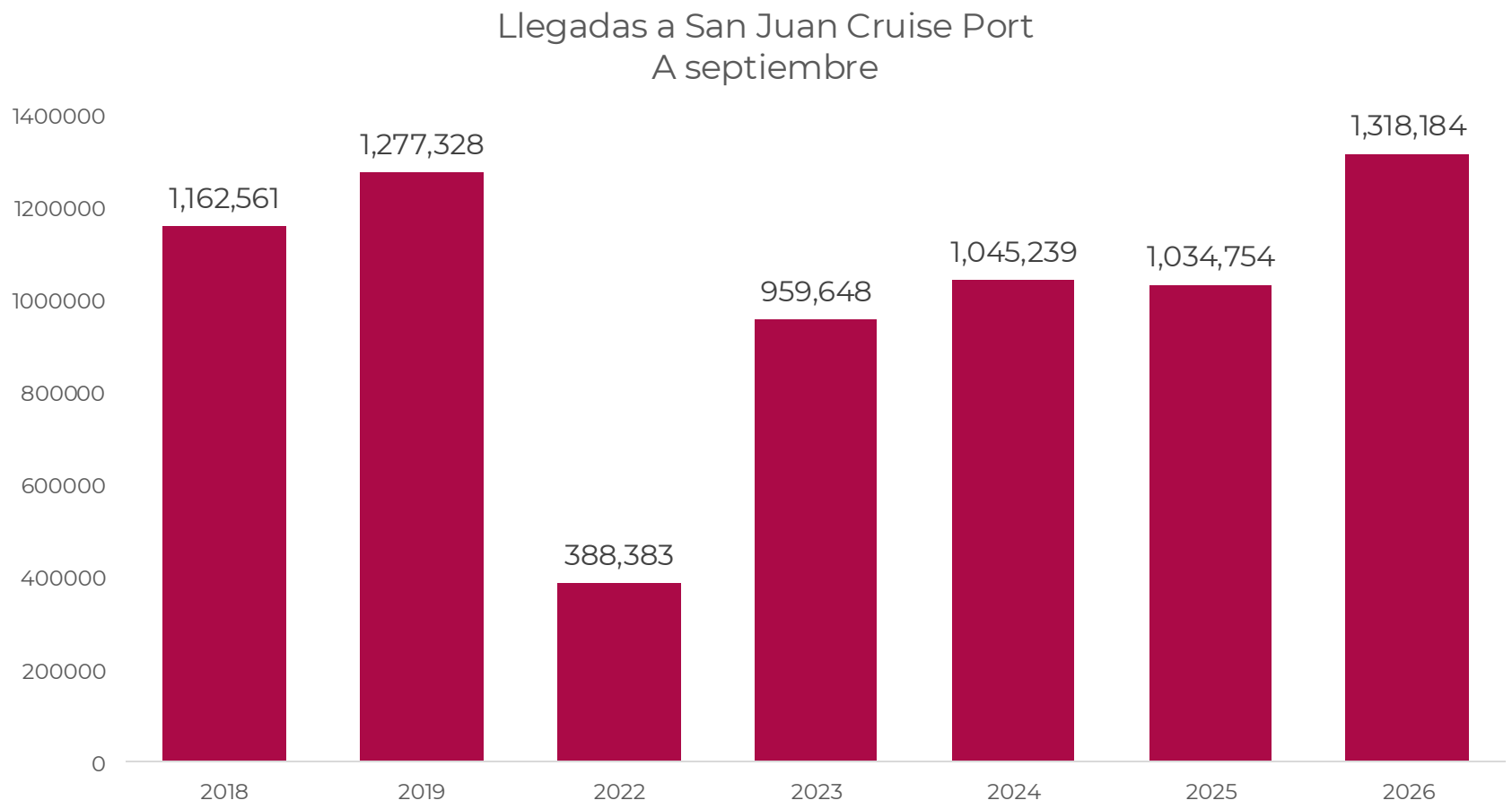
+6%

VS. YTD 2025

Source: STR & AirDNA as of 10/10/26 - Estimate

LLEGADAS CRUCERISTAS MANTIENEN UN RITMO RÉCORD

+283K MÁS PASAJEROS DE CRUCEROS HASTA SEPTIEMBRE



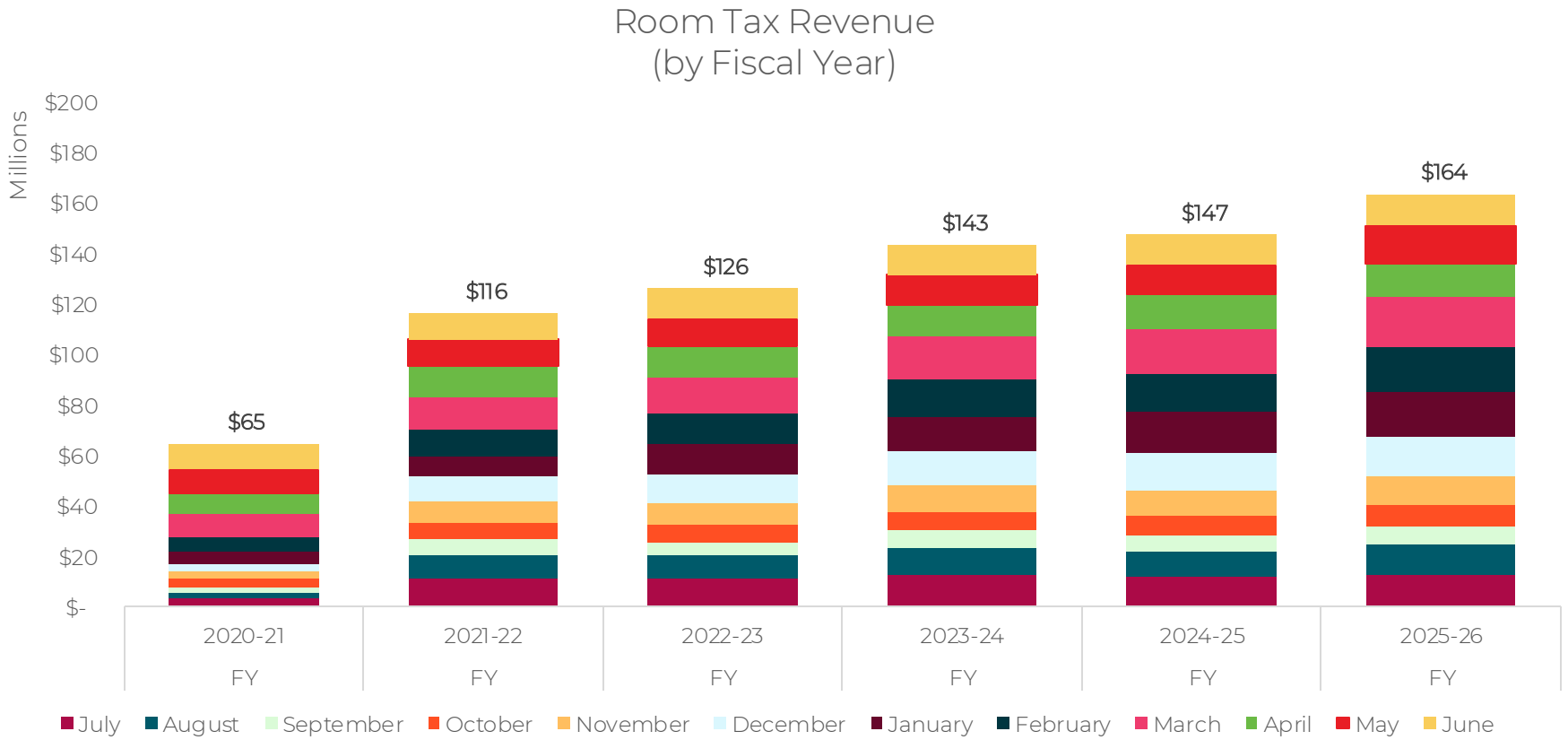
+27%

VS. YTD 2025

Source: San Juan Cruise Port

RECAUDOS DE ROOM TAX CRECEN 11% FY 25-26

EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA CONTINÚA DANDO BENEFICIOS DIRECTOS A LA ECONOMIA DE PUERTO RICO



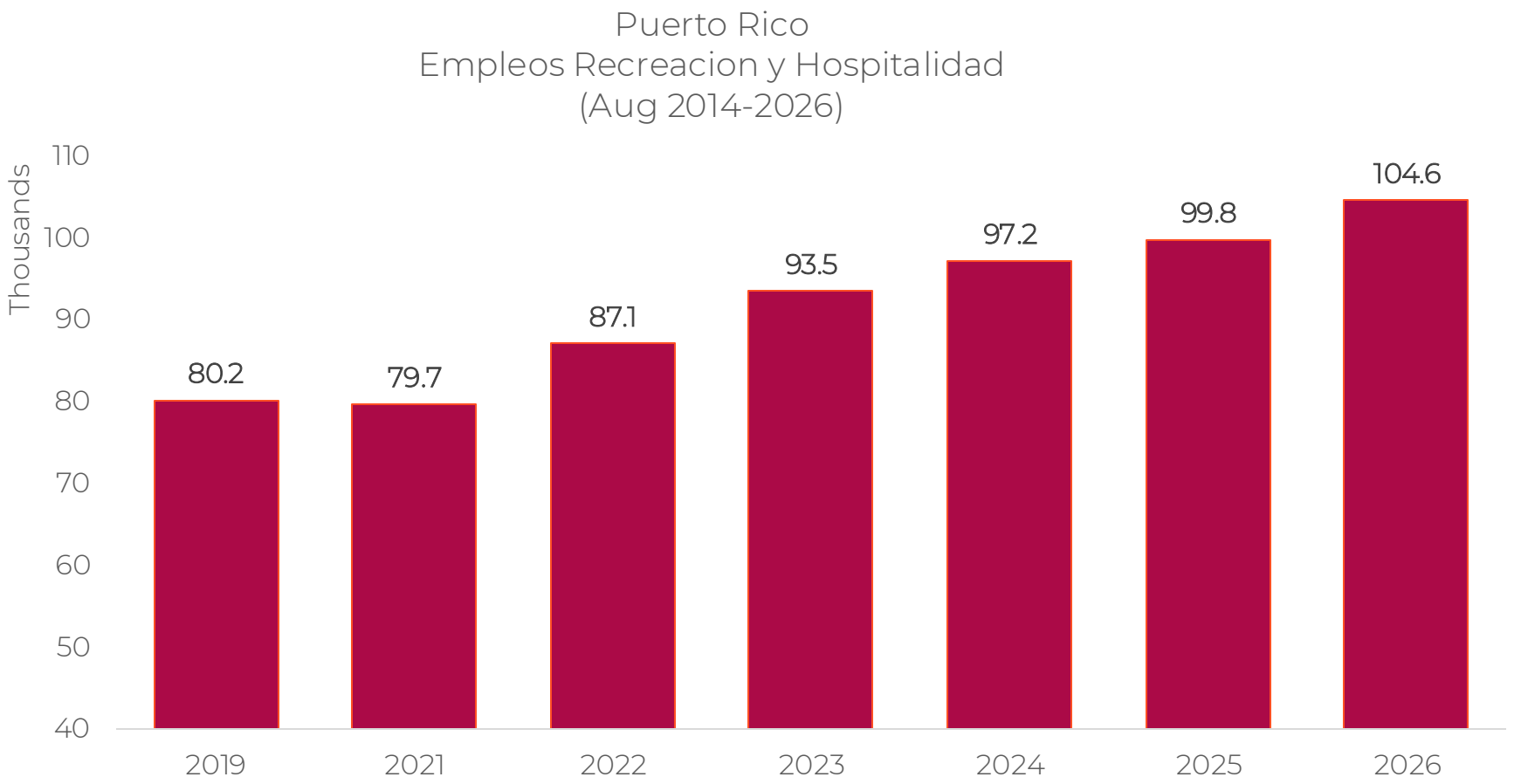
+11%

VS. FY 24-25

Source: Puerto Rico Tourism Company

AUMENTO EN EMPLEOS EN RECREACIÓN Y HOSPITALIDAD

PUERTO RICO LIDERA A TODOS LOS ESTADOS EN CRECIMIENTO Y EL PROMEDIO NACIONAL DE 1%



+5%

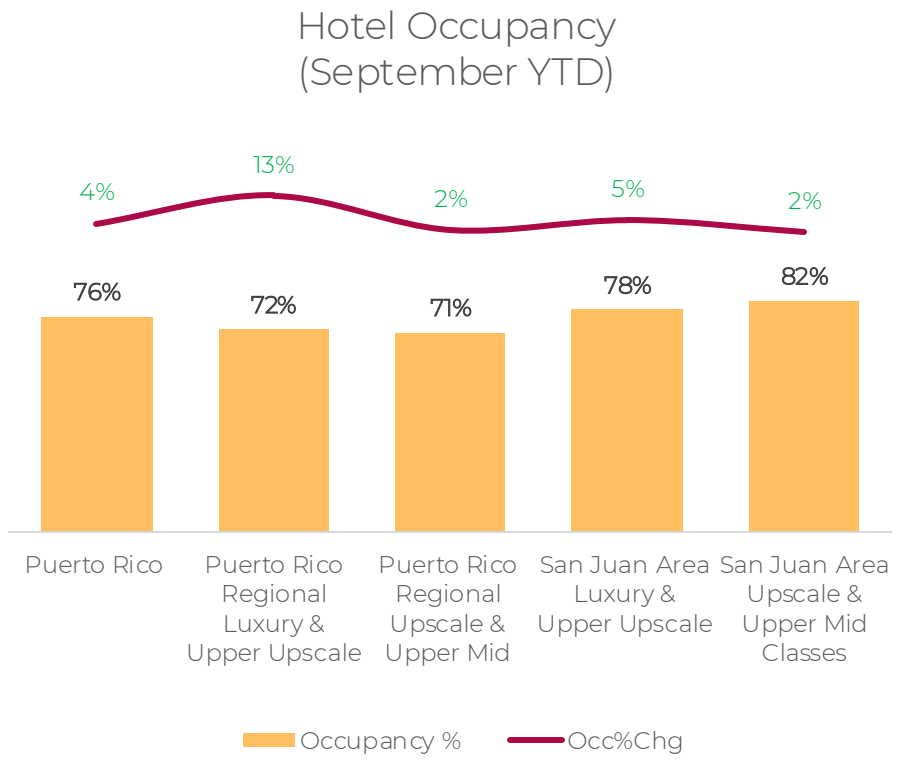
VS. AUG 2025

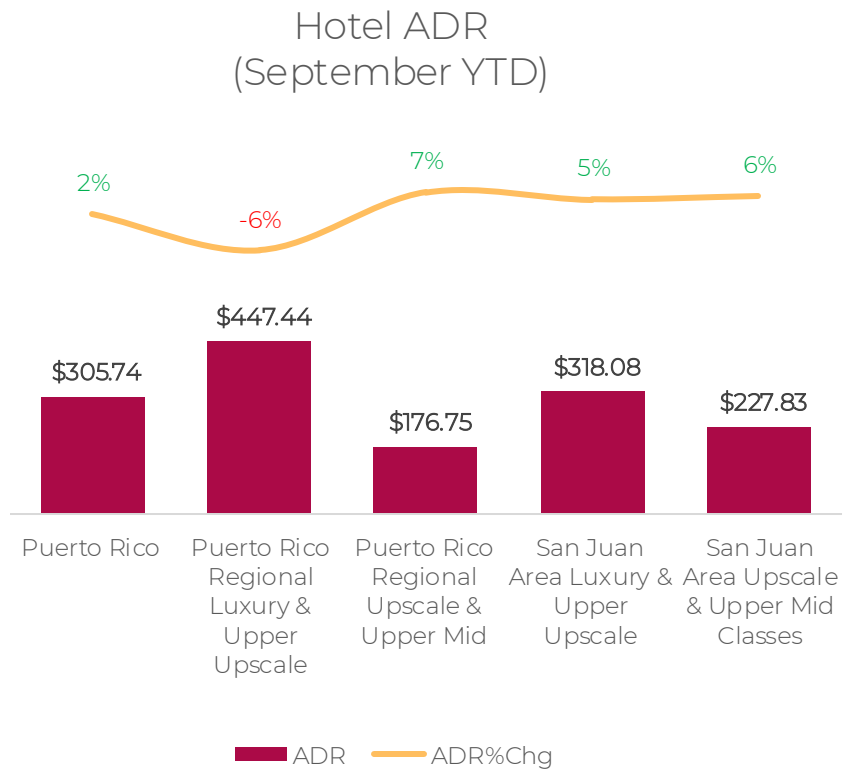
Source: Bureau of Labor Statistics Estimado

Datos Regionales y Proyección

MÉTRICAS DE HOTEL POR SEGMENTO - 2026

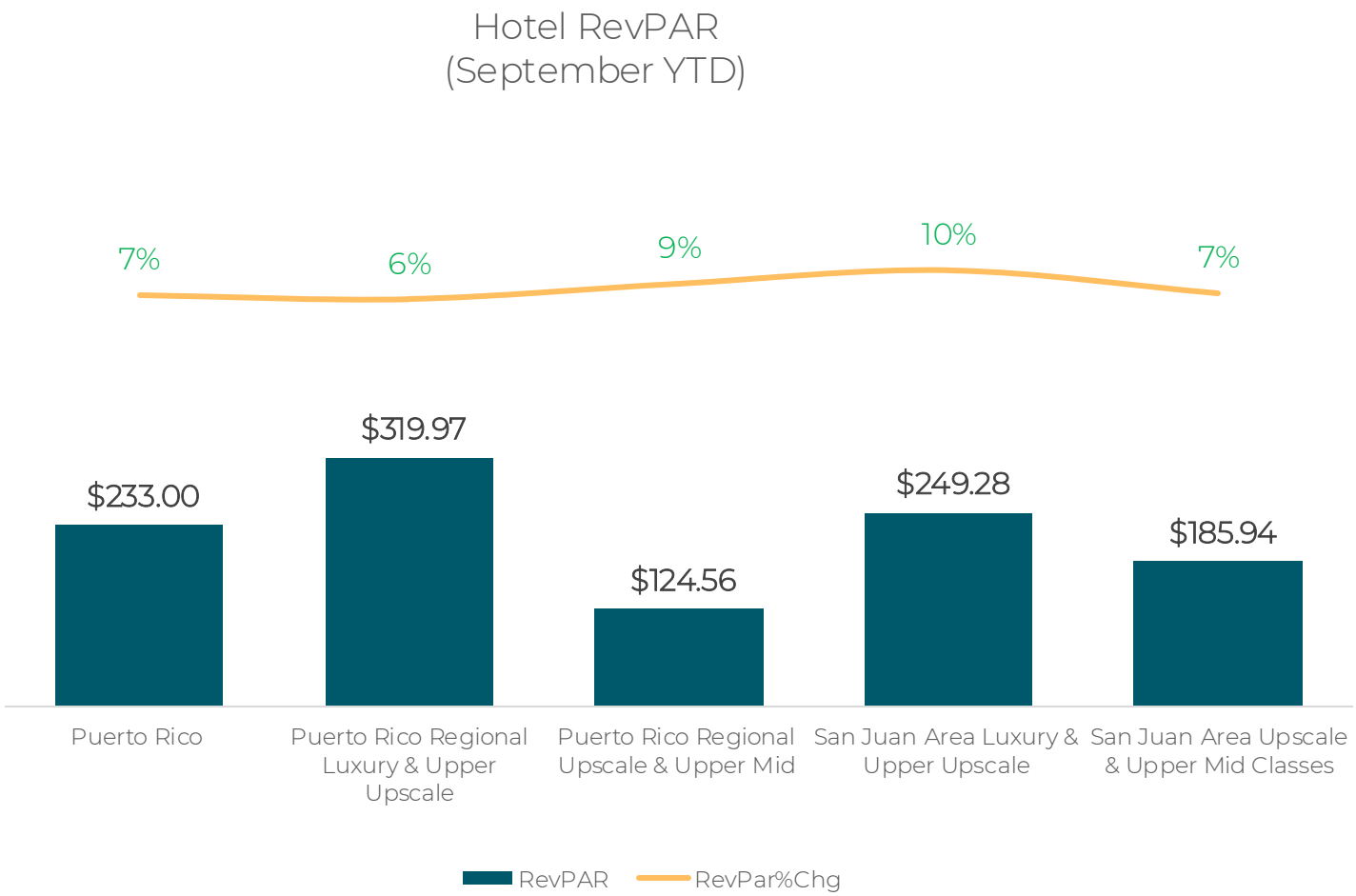
LA INDUSTRIA MUESTRA ESTABILIDAD





Source STR

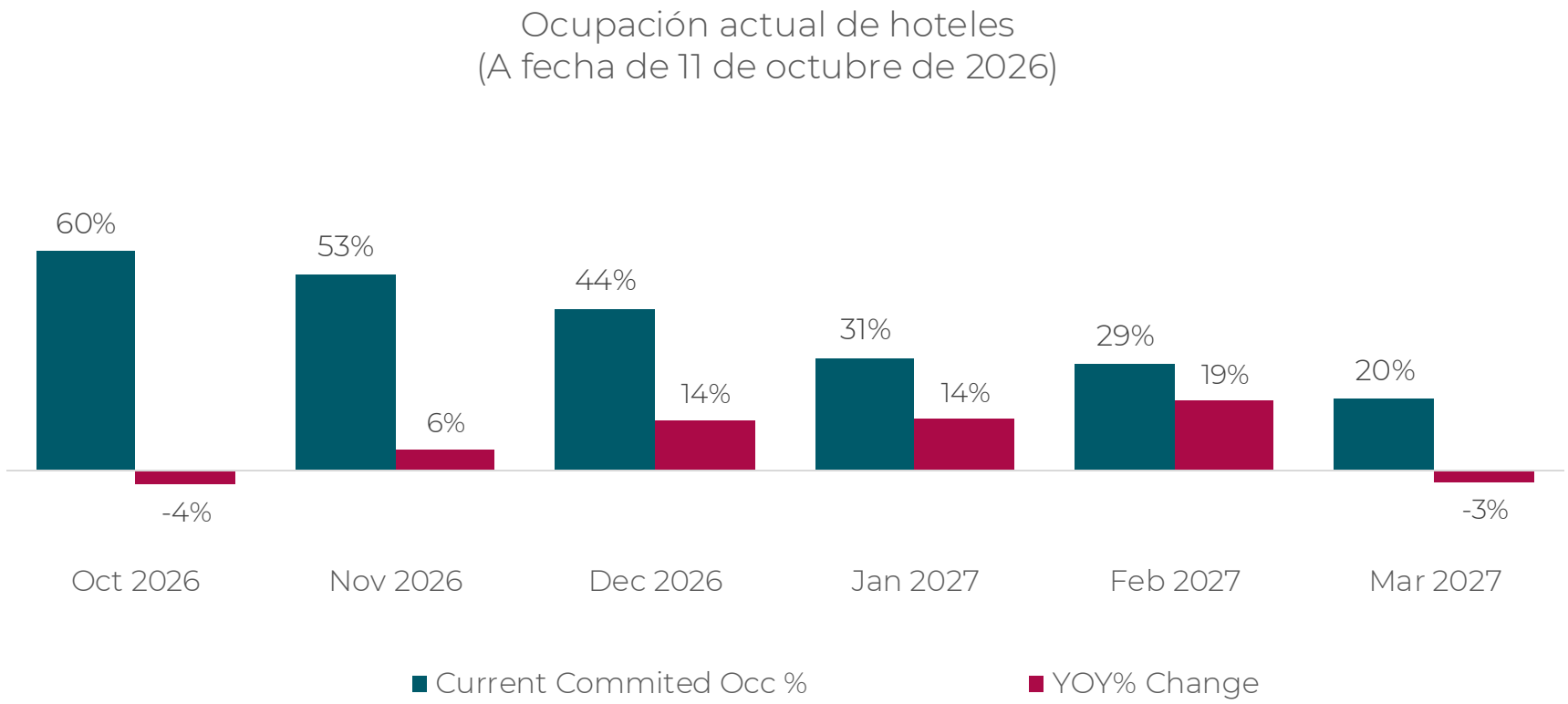
MÉTRICAS DE HOTEL POR SEGMENTO - 2026



Source: STR

RITMO DE RESERVAS - HOTELES

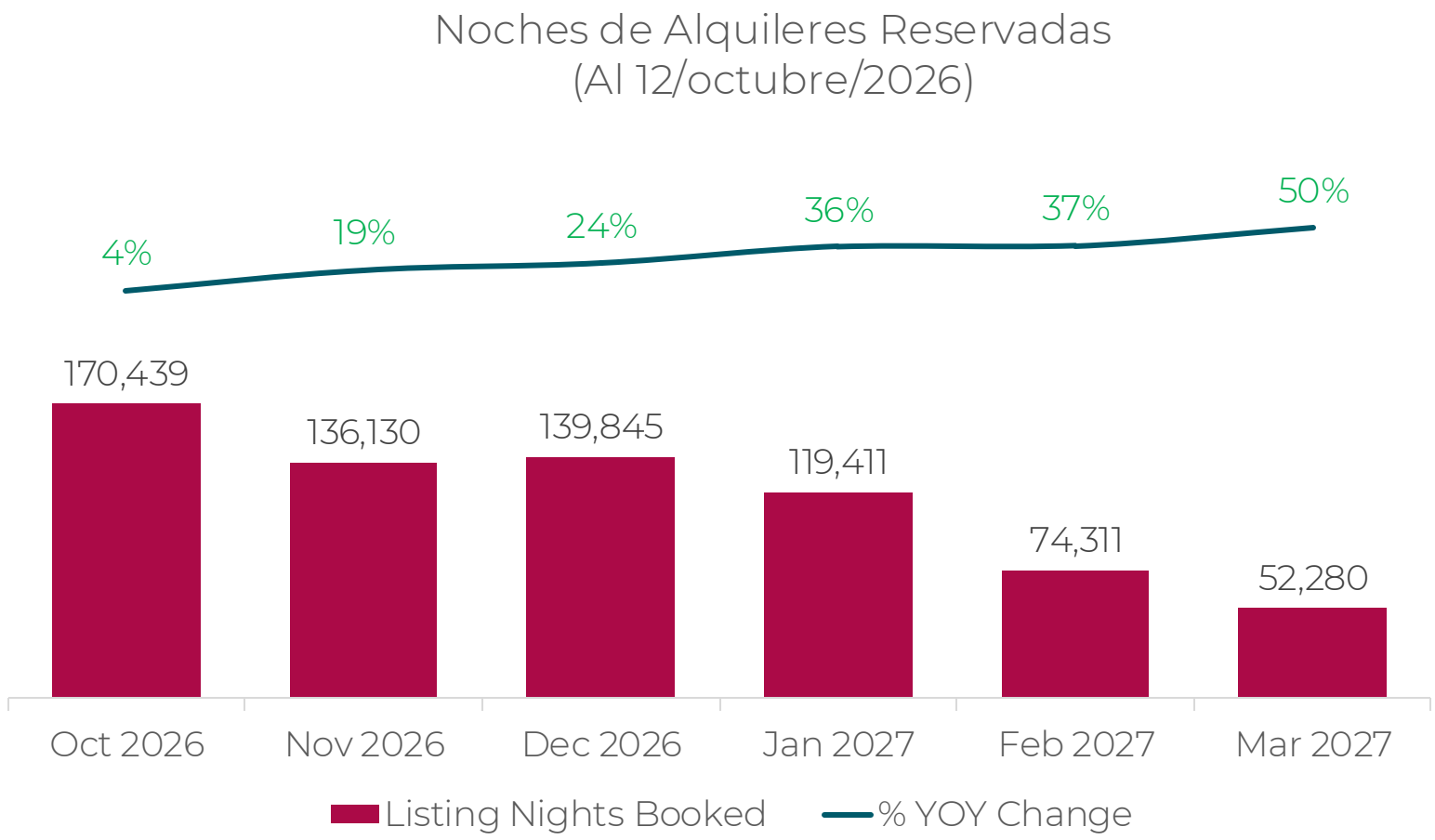
EL RITMO SE MANTIENE SOLIDO



Source: Amadeus Hospitality

RITMO DE RESERVAS - ALQUILERES

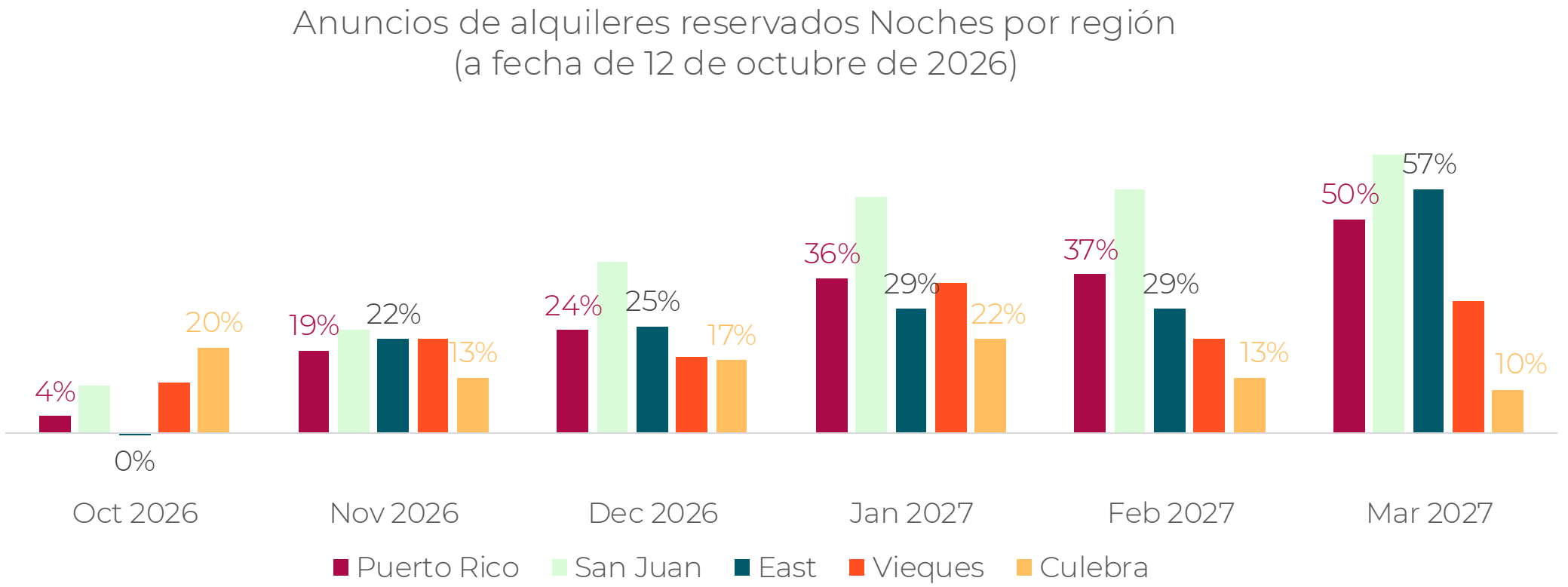
EN GENERAL, HAY MAS NOCHES ALQUILADAS QUE EN EL AÑO PASADO



Source: AirDNA

DATOS DE ALQUILERES POR REGIÓN

MÁS NOCHES RESERVADAS PARA LOS PRÓXIMOS SEIS MESES A TRAVÉS DE TODAS LAS REGIONES



Fuente: AirDNA

DATOS DE ALQUILERES POR REGIÓN HASTA SEP

NORTE TIENE ESTADÍA PROMEDIO MÁS LARGA. VIEQUES SE RESERVA CON MAS TIEMPO



Enero a Septiembre 2026 agregado	San Juan	Non-San Juan Metro	Oeste	Este	Norte	Sur	Vieques	Centro	Culebra
Participación en el mercado reservado	26%	18%	22%	19%	7%	4%	2%	2%	1%
# de listados reservados en promedio mensual	4,822	3,408	5,120	3,800	1,585	841	471	447	302
Noches Vendidas	795,620	558,616	663,544	569,329	223,959	107,668	62,137	54,502	39,768
Ingresos	$158,687,739	$ 103,698,644	$ 126,803,242	$ 128,221,534	$ 50,438,879	$ 16,801,180	$ 16,496,524	$ 10,807,326	$ 9,838,600
Tarifa Promedio	$ 196.92	$ 196.92	$ 188.96	$ 221.65	$ 222.48	$ 154.94	$ 258.62	$ 197.53	$ 244.75
Estadia Promedio	4.2	4.2	3.8	4.4	4.6	3.8	3.7	3.4	3.2
Dias entre reserva y llegada	41.2	41.2	43.6	47.9	40.6	34.8	59.9	41.8	48.3

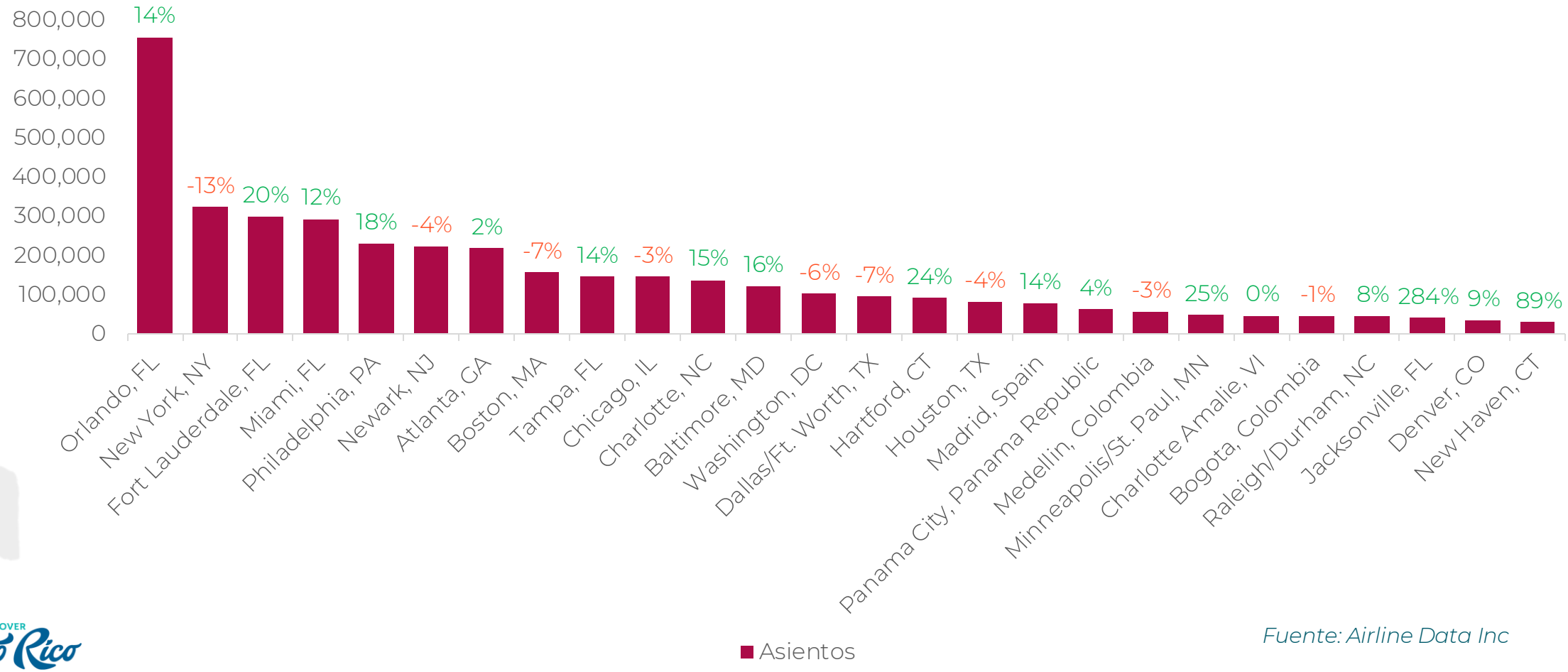
Fuente: AirDNA

DISCOVER Puerto Rico

CAPACIDAD ESTABLE EN SJU DE OCT-MAR

+8% CRECIMIENTO, MÁS CAPACIDAD, RUTAS NUEVAS Y CRECIMIENTO EN EUROPA

95% de la capacidad aérea a SJU, BQN Y PSE
(Oct 26'-Mar 27' con Cambio Interanual)



Fuente: Airline Data Inc

El estado de los viajes

OUTLOOK ECONÓMICO

DISCOVER Puerto Rico

EL ESTADO DEL VIAJERO AMERICANO

LA CONFIANZA CEDE, LOS VIAJES RESISTEN

- La confianza financiera está disminuyendo:
  - Solo 1 de cada 3 se siente mejor que hace un año y casi el 50% espera una recesión
- Los viajes siguen adelantándose al año pasado:
  - El 57% hizo un viaje de ocio con una noche el mes pasado, frente al 50% de hace un año
- Los ingresos deciden de forma significativa quién gasta:
  - Los que más ganan tienen un presupuesto de 13.600 dólares para viajes frente a 2.008 dólares para los que menos ganan
- Los planes navideños vuelven a acercarse a niveles del 2023:
  - El 48% tiene uno planeado para este año
- La IA está presente en la planificación de viajes:
  - La búsqueda y el word of mouth son los canales más fuertes, pero 1 de cada 3 utiliza IA para planificar viajes



Source: Future Partners

DISCOVER Puerto Rico

OUTLOOK ECONÓMICO

1. La demanda de viaje sigue creciendo, pero con asterisco

2. El viajero está pagando más por volar, y por ahora lo acepta

3. Dinero más caro: tasas en su nivel más alto en casi 20 años

4. La confianza es débil y el ingreso define quién gasta

5. Los visitantes internacionales buscan otros destinos



Source: Tourism Economics

DISCOVER Puerto Rico

PRONOSTICO PARA EL 2026

LA DEMANDA DE NO RESIDENTES LIDERA EL CRECIMIENTO

13.2M Total Visitantes 2025 +12.7%	$13.5B Gasto 2025 +17.5%	13.7M Total Visitantes 2026F +4.2%	$14.4B Gasto 2026F +6.1%
8.5M Visitantes No-residentes 2025	$9.0B Gasto 2025 +18.5%	8.9M Visitantes No-residentes 2026F	$9.5B Gasto 2026F +6.5%

Source:Tourism Economics, CoStar, AirDNA, TSA,

SCAN HERE



Laressa Morales

DIRECTORA SENIOR DE
INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

DISCOVER Puerto Rico



Marketing de destino

SCARLETTE ESPINAL

Vicepresidente de Marketing

DISCOVER Puerto Rico

Iniciativas de Marketing

ACTUALIZACIÓN

DISCOVER Puerto Rico

AWAKEN YOUR SENSES | DESPIERTA TUS SENTIDOS

PUERTO RICO SE VIVE CON TODOS LOS SENTIDOS A TRAVÉS DE NUESTROS PILARES PRINCIPALES.



GASTRONOMÍA

SABOR DEL PUEBLO

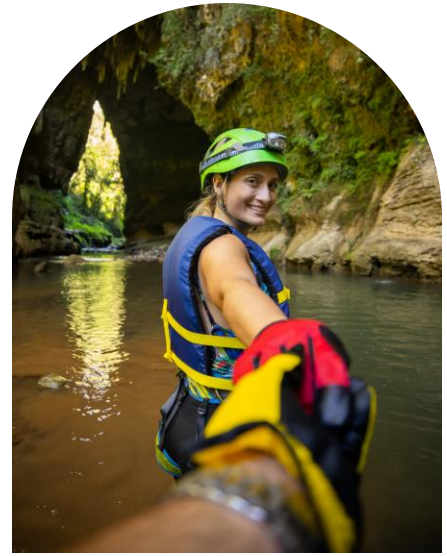


MÚSICA Y BAILE

MODO PARRANDA: ON

LATIN GRAMMY

LE LO LAI



AVENTURA Y NATURALEZA

CRUCEROS

PROYECTOS MULTIPILAR

TLC'S 90 DAYS HUNT FOR LOVE· Puerto Rico Bowl · Campaña Multi-Destino· New Web IA

DISCOVER Puerto Rico

NOV– FEB

MODO PARRANDA: ON

CONCEPTO EN DESARROLLO

El interruptor “ON”

Con la estética de Awaken Your Senses

Navidad boricua auténtica

Tradiciones y elementos reales de la Isla

Colores vibrantes

Una paleta llena de energía

Inspirado en DIVEDCO

Ilustraciones de la tradición gráfica boricua

VIDEO **Producción: 19–20 de octubre**





DISCOVER Puerto Rico

NOV– FEB

MODO PARRANDA: ON

CAMPAÑA DE NAVIDAD

PRE-LANZAMIENTO NOV



Creadores, artesanos y contenido navideño.

Generar expectativa

DURANTE NOV Y DIC



Medios, relaciones públicas y mercado navideño en Nueva York · 3 de diciembre

Lanzamiento: Latin GRAMMYs

EXTENSION ENE – FEB



Reyes, Octavitas y Fiestas de la Calle San Sebastián.

Cierre: Carnaval de Ponce

HOLIDAY HUB Contenido y experiencias en DiscoverPuertoRico.com.

PARA INCLUIR SUS EXPERIENCIAS PUEDEN ACCEDER AL FORMULARIO EN EL 'INDUSTRY PORTAL' DE DISCOVERPUERTORICO.COM ANTES DEL 5 DE NOVIEMBRE.

NOV 9-12

LATIN GRAMMY 2026

DESTINO OFICIAL Y LANZAMIENTO NAVIDEÑO

PARRANDA



MODE ON

RELACIONES PÚBLICAS



PRENSA INTERNACIONAL

CONCURSO



VIAJE A PR

CREADORES DE CONTENIDO



REDES SOCIALES

DISCOVER Puerto Rico

SEP – ENE

TLC 90 DAYS: HUNT FOR LOVE

FILMADO EN PUERTO RICO

CAMPAÑA INTEGRADA

TV, digital, y relaciones públicas.

CONCURSO

Viaje a Puerto Rico destacando experiencias de gastronomía, aventura y romance

RELACIONES PÚBLICAS

Cobertura mediática en EE. UU. y mercados internacionales



TEMPORADA 1

GASTRONOMÍA

SERIE: SABOR DEL PUEBLO

Con Bianca Sofía Montoya (TheUnusualGirls) y su abuela **María Legrand** (AbuLaFabu)

MAYAGÜEZ	Panadería Ricomini · Brazo Gitano Franco
LARES	Caffellatte Lares · Heladería El Grito
GUAYAMA	Bahía House Bar & Grill · La Casa de los Pastelillos

ESTAMOS BUSCANDO HISTORIAS DE NEGOCIOS ORIGINALES Y ÚNICOS PARA LA PRÓXIMA TEMPORADA



Heladería El Grito · Lares

DISCOVER Puerto Rico

OCT – APR

PROGRAMA DE CRUCEROS

TEMPORADA 2026-2027

1.4M	541	246	295
pasajeros esperados	paradas de cruceros	puerto base	en tránsito

OBJETIVOS

- Inteligencia de mercado
- Impulsa las estadías antes y después del crucero
- Alianzas y posicionamiento con la industria de cruceros

INICIATIVAS

- *Paquetes Bon Voyage* para viajes previos y posteriores al crucero
- Nueva sección de cruceros en DiscoverPuertoRico.com
- Eventos y conferencias del sector



DISCOVER Puerto Rico

POR FAVOR ENVÍEN SUS OFERTAS ANTES DEL 5 DE NOVIEMBRE

2027

SITIO WEB

NUESTRA ESTRATEGIA EN DISCOVERPUERTORICO.COM ES INSPIRAR AL VIAJERO A CONECTAR CON PUERTO RICO.

EL OBJETIVO PRINCIPAL es que la web sea la principal fuente de referencias para la industria turística de Puerto Rico a través de una conversación personalizada con un concierge IA.

Planes a la medida

Recomendaciones para vacaciones y para reuniones y eventos.

Puerto Rico en la IA

Información organizada para que ChatGPT y otras plataformas de IA recomienden la Isla.

Referidos a negocios

Conectamos al viajero con el negocio local correcto, y medimos cada referido.

La tecnología y los datos son propiedad de Discover Puerto Rico.

3 PASOS

SITIO WEB

CÓMO FUNCIONA LA IA

1. **El viajero pregunta**
   Conversa con un anfitrión digital boricua en el website.

2. **La IA entiende y recomienda**
   Usa información validada por DPR: lugares, eventos y negocios.

3. **Lo conectamos con negocios**
   Lo envía a negocios locales y la IA aprende de sus preferencias.

RESULTADO **Más visitantes en negocios locales y cada referido se podrá medir fácilmente.**



LA IMAGEN NO ES FINAL

DISCOVER Puerto Rico



ENLACE PARA INFORMACIÓN DE NEGOCIOS PARA WEB IA

Partnerships

ACTUALIZACIÓN

DISCOVER Puerto Rico

22 DIC

PUERTO RICO BOWL

NCAA

1er
bowl NCAA FBS en Puerto Rico

ESPN
transmisión nacional en EE. UU.

Midwest
fans de Ohio, Michigan, Illinois e Indiana

Impacto económico

Equipos estadounidenses, fans, medios y patrocinadores en hoteles, restaurantes, transporte y atracciones.

Exposición para Puerto Rico

Cultura, hospitalidad y experiencias de Isla ante un público nacional.



CIRQUE DU SOLEIL

LE LO LAI – INSPIRADO EN PUERTO RICO

12 FEB
estreno

5
funciones por semana

EN VIVO
banda boricua

Coca-Cola Music Hall · San Juan

Paquetes de viaje con Vibee
Boleto + hotel en un solo paquete.

Relaciones públicas
Puerto Rico en medios de EE. UU. e internacionales.

Música de Cucco Peña
Talento y música boricua en escena.



FUENTE: CIRQUE DU SOLEIL

15 OCT – 28 FEB

"EL CARIBE NOS UNE"

Campaña multidestino

UN ITINERARIO, DOS EXPERIENCIAS



Objetivo

Demanda incremental, estadías más largas y mayor inversión en la Isla.

Audiencia

Viajeros de EE. UU. 25+ que buscan el Caribe, sobre todo RD.

Medios

Google Search, redes sociales, banners y micrositio de TravelZoo.

PARA HOTELES Publiquen sus ofertas sin costo en TravelZoo.

DISCOVER Puerto Rico

TRAVELZOO®

DESDE LA EXPERIENCIA LOCAL A LA VISIBILIDAD

Cómo trabajamos juntos

LO QUE NECESITAMOS DE LA INDUSTRIA

Experiencias auténticas
Comunidades, festivales, rutas y talleres.

Historias con intención
La gente y las tradiciones detrás de cada experiencia.

Ofertas y paquetes
Para TravelZoo, el Holiday Hub y los cruceros.

Información al día
Negocios y eventos para que la IA los recomiende.

LO QUE TENEMOS PARA LA INDUSTRIA

Referidos cualificados
El website con IA conecta al viajero con su negocio.

Oportunidades de visibilidad
TravelZoo sin costo y experiencias en el Holiday Hub.

Grandes eventos de exposición para PR
Latin GRAMMYs, Puerto Rico Bowl y LE LO LAI.

Contenido y prensa
Series, creadores y viajes de prensa.

PRÓXIMO PASO Compartir información de sus negocios y ofertas

DISCOVER Puerto Rico

SCAN HERE



Scarlette Espinal

Ella/ella

MARKETING DE DESTINO

DISCOVER Puerto Rico


Gracias



Actualización de Ventas (Leisure & MICE)

JACQUELINE ROSA

Directora de Estrategia de Ventas de Convenciones

DISCOVER Puerto Rico

DEMANDA Y CONVERSIÓN DEL SEGMENTO DE GRUPOS

RESULTADOS | PRIMER SEMESTRE DE 2026 VS. 2025



Más oportunidades, pero hay oportunidad con la conversión.

Source: Simpleview Sales Quarterly Midyear 2026, as presented at the August FuturePace subscriber meeting

DISCOVER Puerto Rico

RESUMEN DE GRUPOS – SEPTIEMBRE 2026

THIS MONTH Sep 2026 vs Sep 2025

NEW LEADS GENERATED	REQUESTED ROOM NIGHTS	DEFINITE BOOKINGS	BOOKED RNS
129	61,426	35	19,207
+17.3% vs LY	-25.3% vs LY	+9.4% vs LY	-9.5% vs LY
LY: 110	*LY: 82,191*	*LY: 32*	*LY: 21,228*

FISCAL YEAR TO DATE Jul 1, 2026 – Sep 30, 2026 vs Jul 1, 2025 – Sep 30, 2025

NEW LEADS GENERATED	REQUESTED ROOM NIGHTS	DEFINITE BOOKINGS	BOOKED RNS
400	218,158	70	44,424
+10.5% vs LY	-15.2% vs LY	+11.1% vs LY	+11.2% vs LY
LY: 362	*LY: 257,305*	*LY: 63*	*LY: 39,952*

CALENDAR YEAR TO DATE Jan 1, 2026 – Sep 30, 2026 vs Jan 1, 2025 – Sep 30, 2025

NEW LEADS GENERATED	REQUESTED ROOM NIGHTS	DEFINITE BOOKINGS	BOOKED RNS
1,402	888,524	260	123,265
+17.6% vs LY	+5.4% vs LY	+8.8% vs LY	-34.0% vs LY
LY: 1,192	*LY: 843,017*	*LY: 239*	*LY: 186,698*

CONVERSION RATE MTD: 31.2% (–3.9% vs LY) | FYTD: 21.7% (–4.9% vs LY) | CYTD: 23.8% (+1.6% vs LY)

ACTIVE SALES PIPELINE	Active Leads	Requested Room Nights	Est. Economic Impact (EIC)
	877	603,633	$713.9M

★ *Excluding lead the Bad Bunny residency: CYTD booked RNs –11.0% (raw –34.0%)*

DISCOVER Puerto Rico

RESULTADOS DE GRUPOS EN PUERTO RICO

AÑO CALENDARIO HASTA SEPTIEMBRE DE 2026 VS. EL MISMO PERÍODO DE 2025

RECIBIDO

1,402 Prospectos
+17.6%

888,524 Noches Solicitadas
+5.4%

CONVERTIDO

260 Eventos Confirmados
+8.8%

123,265 Noches Contratadas
–11% reportado*

Las noches contratadas no incluyen a la residencia de Bad Bunny.

$713.9M **En impacto económico estimado de las oportunidades de negocio activas al 30 de septiembre. Estas representan oportunidades en proceso de negociación, no negocios confirmados.**

DISCOVER Puerto Rico

Source: Simpleview

CUSTOMER ADVISORY BOARD

22-25 DE SEPTIEMBRE 2026

- Escuchar: Los organizadores de eventos e intermediarios nos comparten qué están buscando los clientes, qué factores influyen en sus decisiones y cuáles son los principales retos que enfrentan.
- Aplicamos: El equipo de Mercadeo utiliza esta información para fortalecer nuestros mensajes y destacar las ventajas competitivas del destino.
- Ejecutamos: el equipo de Ventas utiliza esta información para identificar mejores oportunidades, enfocar sus conversaciones y fortalecer la colaboración con nuestros socios de la industria.
- Validar: Comparamos sus recomendaciones con los datos del mercado y la información que recopilamos a través de nuestras interacciones con los clientes.



DISCOVER Puerto Rico

CÓMO ESTAMOS RESPONDIENDO

ENFOCANDO NUESTROS ESFUERZOS PARA GENERAR MÁS NOCHES E IMPACTO ECONOMICO

01 **IDENTIFICAR Y ENFOCAR ESFUERZOS**

Clasificar las oportunidades según su potencial de generar noches y su impacto económico.

02 **RESPUESTA Y SEGUIMIENTO**

Definir próximos pasos y retomar oportunidades que no han avanzado.

03 **RECONECTAR Y ACTIVAR A LOS EMBAJADORES**

Recuperar oportunidades, conectar con clientes anteriores y generar referidos.



04 **CONVERTIR OPORTUNIDADES EN EQUIPO**

Trabajar más de cerca con nuestros hoteles para convertir más oportunidades en negocios juntos.

DISCOVER Puerto Rico

LEISURE SALES AND DISTRIBUTION FY 25/26 VS 24/25

DISTRIBUTION PARTNERSHIPS AND GROWING ADVISOR ENGAGEMENT RESULTS

$72M

in GDS bookings

+16% versus the prior year

$483M

in partner co-op bookings

+24%

GDS and partner co-op booking figures may overlap and should not be added together.



+40%

Puerto Rico Travel Specialist registrations

+111%

Puerto Rico Travel Specialist graduations

Source: Sales Strategy Meeting 2026, p. 56; FY2025–26 results

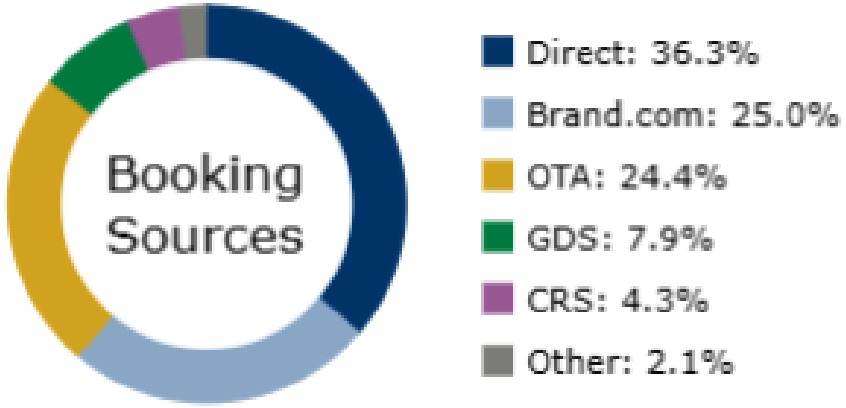
TRANSIENT BOOKING SOURCES

GDS HAS THE HIGHEST GROWTH AFTER **DIRECT SALES**

Market	Start Month	End Month	As Of
Puerto Rico	Jan 2026	Aug 2026	8/30/2026

Hotel Bookings for Stays in January - August 2026

Group committed rooms excluded



	Room Nights	YOY % Change
ALL Sources	1,942,548	+10.0% YOY
Direct	705,013	+18.0% YOY
Brand.com	486,422	+2.0% YOY
OTA	474,809	+8.2% YOY
GDS	152,979	+12.6% YOY
CRS	82,698	+0.6% YOY
Other	40,627	+17.6% YOY

FORTALECIENDO NUESTRAS RELACIONES

PRÓXIMAS ACTIVIDADES CON CLIENTES - OCTUBRE 2026 A ENERO 2027

	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO
GRUPOS Reuniones, incentivos, convenciones y eventos	**Oct 12–14** Sports ETA 4S Summit **Oct 13–15** IMEX America **Oct 26–28** TEAMS '26 Conference & Expo **Oct 28** NYSAE Synergy	**Nov 2–5** Global Incentive Summit **Nov 8–11** ICCA Congress **Nov 15–18** FICP Annual Conference **Nov 16–18** IAEE Expo! Expo! **Nov 17–19** IBTM World	**Dec 1–4** ConferenceDirect CD Forum **Dec 2–4** Association Forum Holiday Showcase **Dec 6–9** HelmsBriscoe FAM **Dec 8–9** AMEX INTERaction **Dec 9–11** NCBMP Annual Conference	**Jan 10–13** PCMA Convening Leaders **Jan 11–13** Sports ETA CEO Summit **Jan 19–22** SYTA Summit **Jan 24–27** HPN FAM
LEISURE Operadores turísticos y asesores de viajes	**Sep 28–Oct 1** Brand USA Travel Week U.K. & Europe **Oct 18–24** Cruise Planners Convention **October 28** ABC/CCRA PowerSolutions	**Ongoing** Puerto Rico Travel Specialist training, partner co-op activations and Rewards **Nov 3 - 5** World Travel Market London **Nov 30 – Dec 3** Argentina, Chile & Uruguay Copa Airlines Roadshow		**Jan 20–24** FITUR 2027, Madrid

DISCOVER Puerto Rico

Source: DPR Sales Calendar through December 2026 (with January 2027); Sales Strategy Meeting 2026, p. 47

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS POR SEGMENTO

ACTIVIDADES ENFOCADAS EN GENERAR NEGOCIO

GRUPO

ASOCIACIONES

IAEE Expo! Expo!, Association Forum Holiday Showcase, NYSAE Synergy and PCMA Convening Leaders

GRUPO

INCENTIVO Y CORPORATIVO

Global Incentive Summit, FICP Annual Conference and Strategic Partners Forum, AMEX INTERaction and Maritz Holiday Unwrapped

GRUPO

INTERMEDARIOS/ ORGANIZADORES DE EVENTOS

ConferenceDirect CD Forum, HelmsBriscoe and HPN FAMs, Teneo Partners Summit and the NECVB Reps Client Retreat

GRUPO

DEPORTES

Sports ETA 4S Summit, TEAMS '26, Sports ETA CEO Summit and Sports Express

GRUPO

MERCADO INTERNACIONAL

IMEX America, ICCA Congress, IBTM World, NCBMP Annual Conference and SYTA Summit

LEISURE

TRAVEL TRADE & ADVISORS

Brand USA Travel Week U.K. & Europe, ABC/CCRA PowerSolutions, WTM, Cruise Planners Annual Convention and FITUR 2027, plus ongoing advisor training and co-op activations

DISCOVER Puerto Rico

Source: DPR Sales Calendar through December 2026 (with January 2027); Sales Strategy Meeting 2026, p. 47



Destination **Experience**

VANESSA FIGUEROA

Destination Experience Senior Director

DISCOVER Puerto Rico

Destination Experience

ACTUALIZACIÓN

DISCOVER Puerto Rico

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

CELEBRANDO A LAS PERSONAS QUE HACEN A PUERTO RICO MEMORABLE

- Reconocemos a profesionales de la hospitalidad que van más allá de sus responsabilidades para ofrecer experiencias excepcionales en la industria de reuniones y eventos de Puerto Rico.
- Organizadores de reuniones y eventos, así como sus clientes, nominan a profesionales que se distinguen por su calidez, hospitalidad y excelencia en el servicio.
- Cada nominado recibe un pin de Excelencia inspirado en nuestra Flor de Maga, y trimestralmente se selecciona a un profesional para recibir un reconocimiento especial.



PROFESIONALES RECONOCIDOS EN Q1 Y Q2

RECONOCIENDO EXCELENCIA, CREANDO IMPACTO

- 44 profesionales resaltados!
- Representando la diversidad de la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) en Puerto Rico.
- Hoteles / DMCs / Tour Operadores/ Venues / Transportación/ Fotografía





PRORAMA DE RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

HONRANDO A QUIENES VAN MAS ALLA DE LO ESPERADO



PABLO GARCIA - SPOON

Profesional Distinguido del 1er Trimestre



BERK TANAL - GROUP SERVICES DMC

Profesional Distinguido del 2do Trimestre

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

EL IMPACTO DETRAS DEL RECONOCIMIENTO





PRHTA

CLARISA JIMÉNEZ

Presidenta y CEO

DISCOVER Puerto Rico

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

La voz de nuestra industria

Puerto Rico Hotel & Tourism Association

Clarisa Jiménez Mayoral
President & CEO

Una industria conectada

Desde 1950

Más de 400 socios corporativos

- Grupos de socios:
- Hoteles
- Casinos
- Aliados:
  - Restaurantes y atracciones
  - Operadores de excursiones
  - Aerolíneas y líneas de cruceros
  - Suplidores e instituciones educativas

PUERTO RICO Hotel & Tourism Association

El valor de pertenecer

Una voz ante quienes toman decisiones

Representación en los asuntos que afectan a tu empresa.

Acceso a la comunidad empresarial

Relaciones con colegas, líderes y posibles colaboradores.

Recursos para desarrollar tu negocio

Información, capacitación y oportunidades de visibilidad.

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

Representación de la industria

Los retos de una empresa pueden convertirse en una prioridad de toda la industria.

Política pública y asuntos regulatorios
Infraestructura y continuidad de operaciones
Seguridad y competitividad del destino

PUERTO RICO Hotel & Tourism Association

Apoyo cuando la operación enfrenta retos

Continuidad de operaciones

Coordinación

Comunicación con las agencias pertinentes ante interrupciones de servicios.

Información oportuna

Actualizaciones y acceso a una red de proveedores de agua y diesel, entre otros.

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

Información para decidir

Una perspectiva más amplia para tu negocio

Reportes de datos como STR y otros referents a la industria que apoyan en la toma de decisiones de negocio.
Tendencias del mercado turístico
Comunicaciones y actualizaciones para socios

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

Relaciones que abren oportunidades

Encuentros de la industria

Conversaciones con empresarios, ejecutivos y colegas del sector.

Participación en eventos

Oportunidades de exposición y contacto con otras empresas, grupos de interés (steakholders) y líderes de opinón clave (KOL's).

Colaboración entre socios

Un espacio para identificar necesidades y explorar negocios.

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

Desarrollo del talento

La experiencia del visitante la hacen las personas

Seminarios y talleres
Certificaciones y desarrollo professional enfatizandose en las necesidades al momento tales como: Servicio, supervición y leyes, entre otros.
Intercambio de experiencias entre equipos

PUERTO RICO Hotel & Tourism Association

Power of SHE



Liderazgo femenino en el turismo

Un espacio para compartir experiencias, conectar y apoyar a futuras líderes de nuestra industria.

La gastronomía como punto de encuentro



Saborea Puerto Rico

Un espacio de exposición y encuentro para la oferta gastronómica intercambio entres actores del sector de alimentos y Bebidas.



Equipo Culinario de Puerto Rico

Talento gastronómico de nuestra isla.

La participación da forma a nuestra agenda

Comités de trabajo

Asuntos Gubernamentales
Recursos Humanos
Mercadeo
Seguridad

Finanzas
Casinos
Transportación

Tu experiencia puede ayudar a atender un reto compartido.

PUERTO RICO Hotel & Tourism Association

Tu empresa tiene un lugar en PRHTA

Conversemos sobre cómo participar.

Membresía y comités de trabajo
Eventos y oportunidades de colaboración

prhta.org
info@prhta.org / 787-758-8001

PUERTO RICO
Hotel & Tourism Association

Q & A

OPEN DISCUSSION

DISCOVER Puerto Rico



DISCOVER Puerto Rico

Gracias