

DISCOVER

Puerto Rico

2019

2020

REPORTE ANUAL



ÍNDICE

- 4 MENSAJE DEL CEO
- 5 MISIÓN Y VISIÓN
- 6 VALORES
- 7 DISCOVER PUERTO RICO EN NÚMEROS
- 9 GOBERNANZA
- 16 ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
- 22 RESUMEN ANUAL 2019-2020
- 23 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
- 29 RESUMEN DE INVESTIGACIÓN
- 32 RESUMEN DE MERCADEO
- 40 VENTAS Y SERVICIOS DE APOYO AL DESTINO
- 49 PANORAMA LOCAL DE COMUNICACIONES Y ENLACES
- 54 MIRANDO AL FUTURO
- 58 APÉNDICE

MENSAJE DEL CEO

BRAD DEAN

Estimados amigos,

Al contemplar los pasados 12 meses, puedo afirmar con confianza que ha sido un año lleno de desafíos inmensos y gran progreso. Las protestas políticas masivas, las tormentas tropicales, la actividad sísmica y la pandemia del COVID-19 han afectado nuestra industria turística. Sin embargo, a pesar de esto, disfrutamos de muchos logros y alcanzamos varios hitos importantes, incluyendo una mayor demanda de visitantes y más ingresos por turismo y ventas de reuniones / convenciones.

Al examinar el progreso realizado en el segundo año de tu DMO, Discover Puerto Rico, estoy muy orgulloso de informar que juntos, ¡estamos logrando grandes cosas! A pesar de invertir significativamente menos que muchos de nuestros competidores, hemos logrado un alto retorno de inversión y mejoras significativas en la salud de nuestra marca de destino. Esto contribuyó a un crecimiento récord en el impacto económico del turismo, la recaudación de impuestos y el empleo visto a lo largo del 2019.

Cuando entramos al 2020, el futuro del turismo parecía brillante, con reservaciones y capacidad de aerolíneas que apuntaban a aumentos sustanciales. Desafortunadamente, la actividad sísmica, una pandemia global y una recesión económica han interrumpido temporalmente nuestro progreso. Sin embargo, Puerto Rico sigue siendo un destino turístico de primer nivel y seguimos comprometidos con elevar el turismo a nuevas alturas.

La resiliencia de nuestra isla ha sido probada una y otra vez y ahora nos preparamos para escribir otra increíble historia de recuperación. Nos maravillan nuestros héroes locales que han actuado de manera admirable al ayudar a los necesitados: desde los socorristas y los agentes del orden público que ayudaron a muchos durante la actividad sísmica, hasta los profesionales de atención médica que están ganando la batalla contra el COVID-19 y los educadores que se adaptaron rápidamente para atender a nuestros hijos a pesar de que las escuelas están cerradas. También admiramos a nuestros socios de la industria que han sufrido grandes dificultades y ahora se preparan para superar desafíos sin precedentes una vez más.

Nuestro talentoso equipo en Discover Puerto Rico está decidido a trabajar con nuestros socios en el sector público y privado para liderar la recuperación del turismo post-COVID y ser un extraordinario ejemplo de eficiencia e inclusión en los próximos años. Diariamente, nos esforzamos por fomentar una cultura estratégica e innovadora. Si bien hemos tenido muchos éxitos en el último año, miramos hacia el futuro con optimismo y entusiasmo. Tenemos la misión de transformar la economía del visitante de la isla, acelerar nuestra recuperación económica y posicionar a Puerto Rico como un destino global, donde todos los viajeros son bienvenidos, apreciados e invitados a disfrutar de experiencias de clase mundial. El turismo nunca ha sido más importante para la salud económica de nuestra isla. Juntos, volveremos a superar la adversidad al poner en funcionamiento el poder transformador de los viajes para el pueblo de Puerto Rico.

¡Adelante!

Brad Dean
Principal Oficial Ejecutivo
Discover Puerto Rico

MISIÓN

TRAER PROSPERIDAD A PUERTO RICO AL POSICIONAR NUESTRA ISLA ÚNICA Y DIVERSA, DE FORMA COLABORATIVA, COMO UN DESTINO PRINCIPAL PARA EL OCIO, LOS NEGOCIOS Y LOS EVENTOS.

VISIÓN

CONVERTIRSE EN UNA ORGANIZACIÓN DE MERCADEO DE DESTINO TRANSFORMADORA, ORIENTADA A RESULTADOS E INNOVADORA, IMPULSANDO EL CRECIMIENTO ECONÓMICO SOSTENIBLE.

VALORES

INCLUSIVIDAD

Estamos firmemente comprometidos con la inclusión en nuestro trabajo y nuestro mercadeo. **Respetamos a todas las personas** y creemos que la diversidad es esencial para el éxito de nuestra organización, nuestra industria, nuestra isla y nuestra sociedad.

AGILIDAD

Somos rápidos para responder a las necesidades de nuestros grupos de interés y clientes, así como a los cambios en nuestra isla e industria.

COLABORACIÓN

Trabajamos en estrecha colaboración con socios del sector público y privado a nivel local, regional y nacional para identificar objetivos comunes y **lograr el progreso, juntos.**

INNOVACIÓN

Buscamos mejorar constantemente en todo lo que hacemos, tanto a nivel individual como colectivo.

ORIENTADO A RESULTADOS

Buscamos impactar positivamente nuestra isla, los negocios locales y la calidad de vida de los residentes de Puerto Rico.

TRANSPARENCIA

Buscamos proporcionar a nuestra comunidad y partes interesadas **acceso fácil a información relevante** para evaluar nuestra asignación de recursos, investigación de estrategias, resultados, procedimientos y toma de decisiones. Nuestro portal de la industria, DiscoverPuertoRico.com/industry, tiene más de 1,700 documentos, incluyendo contratos, RFPs, minutas de reuniones, estados financieros, presupuestos, investigación, análisis y presentaciones.

APRENDIZAJE Y LIDERAZGO

Estamos comprometidos con la educación y capacitación continua para permitirnos alcanzar nuestros objetivos estratégicos y liderar nuestra industria.

HONESTIDAD, INTEGRIDAD Y PROFESIONALISMO

Somos profesionales que sirven a profesionales y buscamos **ganarnos el respeto** de los demás.

GANAR

Estamos orientados al éxito y **nunca paramos de esforzarnos** por ayudar a Puerto Rico a ser exitoso.

DISCOVER PUERTO RICO EN NÚMEROS

ENFOCADOS EN LOS RESULTADOS

Construyendo sobre la base de los impresionantes resultados en el primer año de la organización, nuevamente logramos un sólido desempeño en todas las áreas, a pesar de varios desafíos sin precedentes.

3,284,007

Sesiones web

4,800

Empresas / organizaciones promovidas a través de DiscoverPuertoRico.com

78

Municipios representados con contenido personalizado en DiscoverPuertoRico.com

104,819,326

Impresiones en redes sociales (Facebook, Instagram y Twitter)

252,552

Noches de habitación / futuros clientes potenciales de ventas MICE

14,000

Imágenes editadas

125+

Horas de video

\$189,796,545

Ingresos por viajes de ocio directamente atribuibles a publicidad

150+

Videos promocionales de corta y mediana extensión y documentales

43

FAMs para planificadores de reuniones

\$91.8M

Ventas de reuniones y convenciones contratadas

\$55.5M

Ingresos generados por impuestos de alojamiento*

124

Inspecciones de sitios para planificadores

254

Ferias comerciales presenciales / virtuales, presentaciones / seminarios web / eventos y misiones de ventas

\$144M

Valor publicitario por cobertura mediática positiva generada

17,769

Asesores de viajes inscritos en el programa de certificación

200+

Reuniones, mesas redondas y eventos locales

* Refleja los ingresos de acuerdo a la certificación de impuesto a la habitación de la CTPR para el Año Fiscal 2019-2020.

GOBERNANZA

JUNTA DE DIRECTORES

Como lo requiere la Ley 17, las operaciones y las finanzas de Discover Puerto Rico son supervisadas por una Junta de Directores. Esta Junta sirve en calidad de fiduciario y se reúne regularmente durante todo el año para revisar los planes, el progreso y el estado financiero de la organización.

La Junta de Directores está compuesta por una amplia gama de líderes que representan al sector privado, el sector público y las organizaciones sin fines de lucro.

JON BORSCHOW

Presidente
Foundation for Puerto Rico

JOSÉ (PECO) SUÁREZ

Vicepresidente
Hoteles IHE

ALBERTO ESCUDERO

Tesorero
Profesional de ventas minoristas

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Secretaría
Travel Services, Inc.

JORGE HERNÁNDEZ

Aerostar

CARLA CAMPOS

Compañía de Turismo de Puerto Rico

FEDERICO STUBBE JR.

PRISA Group

SECRETARIO MANUEL LABOY

Departamento de Desarrollo Económico y Comercio

MIGUEL VEGA

HI Development PR

TOMÁS RAMÍREZ

Combate Beach Resort

NOELIA GARCÍA

Autoridad del Distrito de Convenciones de Puerto Rico

OSCAR SANTAMARÍA

Asuntos jurídicos, Despacho de abogados

COMITÉS Y GRUPOS DE TRABAJO

La gobernanza de la organización es supervisada por la Junta de Directores, que utiliza varios comités y grupos de trabajo con profesionales que tienen experiencia específica. Los empleados de la organización están dirigidos por el principal oficial ejecutivo, quien se reporta a la Junta de Directores, y un Equipo de Liderazgo Ejecutivo.



JUNTA DE ASESORÍA ESTRATÉGICA

Este grupo, formado de acuerdo con la Ley 17, está compuesto por expertos de la industria y líderes de opinión que examinan el progreso de Discover Puerto Rico y ofrecen ideas y sugerencias relacionadas con la estrategia y la innovación.

ADAM SACKS

Presidente, Tourism Economics
An Oxford Economics Company

ALBERT HERRERA

Vicepresidente Sénior de Producto Global
Virtuoso

AMANDA HILLS

Presidenta
Hills-Balfour

CARLOS MUÑOZ

Gerente de Campaña, Política Pública y Comunicaciones
Airbnb

CHRISTOPHER THOMPSON

Presidente & CEO
Brand USA

DARREN TEMPLE

Principal Oficial de Operaciones
Meeting Professionals International (MPI)

DAVID BURGESS

Presidente & CEO
Miles Partnership

DAVID DUBOIS

Presidente & CEO
International Association of Exhibitions and Events (IAEE)

DAVID PECKINPAUGH

Presidente
Maritz Global Events

DENISE GODREAU

Principal Oficial de Marca e Innovación
Orange Lake Resorts - Holiday Inn Club Vacations

DIANA PLAZAS

Vicepresidenta, Propietaria y Relaciones de Franquicia + Marca, Mercadeo y Digital
Marriott International

DON WELSH

Presidente & CEO
Destinations International

FERNANDO LUIS

Director Comercial Sénior / Caribe y América Latina
Hilton

JORGE JORGE

Presidente
Toro Verde Adventure Park

MANUEL PIETRANTONI

Abogado
Pietrantonio Mendez & Alvarez LLC

MARIELA SÁNCHEZ

Gerente General, Desarrollo de Ventas Especializadas
Delta Airlines

MICHAEL PAYNE

Presidente
Smith Bucklin

MICHELE PAIGE

Presidenta
Florida Caribbean Cruise Association

MIKE DOYLE

Presidente & CEO
Ketchum

RACHID MOLINARY

Estratega Sénior de Mercadeo Digital
Banco Popular of Puerto Rico

RAFAT ALI

CEO y Cofundador
Skift

RICHARD HARPER

Vicepresidente Ejecutivo
HelmsBriscoe

RICHARD REASONS

Presidente
Simpleview

ROGER DOW

Presidente & CEO
US Travel Association

SHERRIF KARAMAT

Presidente & CEO
Professional Conference Management Association (PCMA)

STEPHEN MCGILLIVRAY

CMO & Oficial de Comunicaciones
Travel Leaders Group

STEVEN PAGANELLI

Jefe de Mercadeo de Destino, América
Tripadvisor

SUSAN ROBERTSON

Presidente & CEO
American Society of Association Executives (ASAE)

ZANE KERBY

Presidente & CEO
American Society of Travel Advisors (ASTA)

JUNTA ASESORA AL CLIENTE

Discover Puerto Rico también colabora con clientes existentes que se reúnen regularmente para brindar perspectivas dinámicas y consejos innovadores sobre tendencias de la industria, prioridades comerciales y dirección estratégica.

ALISHA WHITE

Principal Oficial de Mercadeo
AMC Institute

ANDRE CHOLEWINSKI

Director Sénior de Reuniones y Alianzas Comerciales
American Association of Colleges of Pharmacy

BRAD HECHT

Vicepresidente, Viajes
Motivation Excellence

BRIAN HUNT

Vicepresidente de Ventas
Unbridled

CHADWICK HOUWMAN

Vicepresidente Ejecutivo/Socio
Prestige

CINDY HAGE

Gerente de Abastecimiento y Diseño de Propuestas
BCD Meetings & Events

DAHLTON BENNINGTON

Director de Reuniones e Incentivos
Profound Planning

DAVE CALDWELL

Vicepresidente Sénior
Maritz

DYHALMA TORRES

Vicepresidente Regional Asociado
HelmsBriscoe

FIONA NEIMAN

Planificador Sénior de Convenciones y Reuniones
The Episcopal Church

GLENN DARLINGTON

Vicepresidente Sénior
Creative Group

JOANIE PHILLIPS

Director, Planificación de Viajes y Eventos
One10

JOHN RUBSAMEN

Director de Reuniones y Eventos
Americans for the Arts

JOSH BROWN

Presidente
Josh Brown Company

JULIE KRUEGER

Gerente de Abastecimiento y Contratación, CMP
Land O'Lakes

KARI VRBA

Principal Oficial Comercial
Motivaction

LUZA BOHOQUEZ

Gerente Sénior de Mercadeo de Eventos Globales
Blackboard

MARK BONDY

Propietario
Viktor Meetings & Incentives

MICHAEL REGO

Vicepresidente, Ventas
Elevate

PATTY KARSTEN

Vicepresidente, Relaciones con la Industria
BI Worldwide

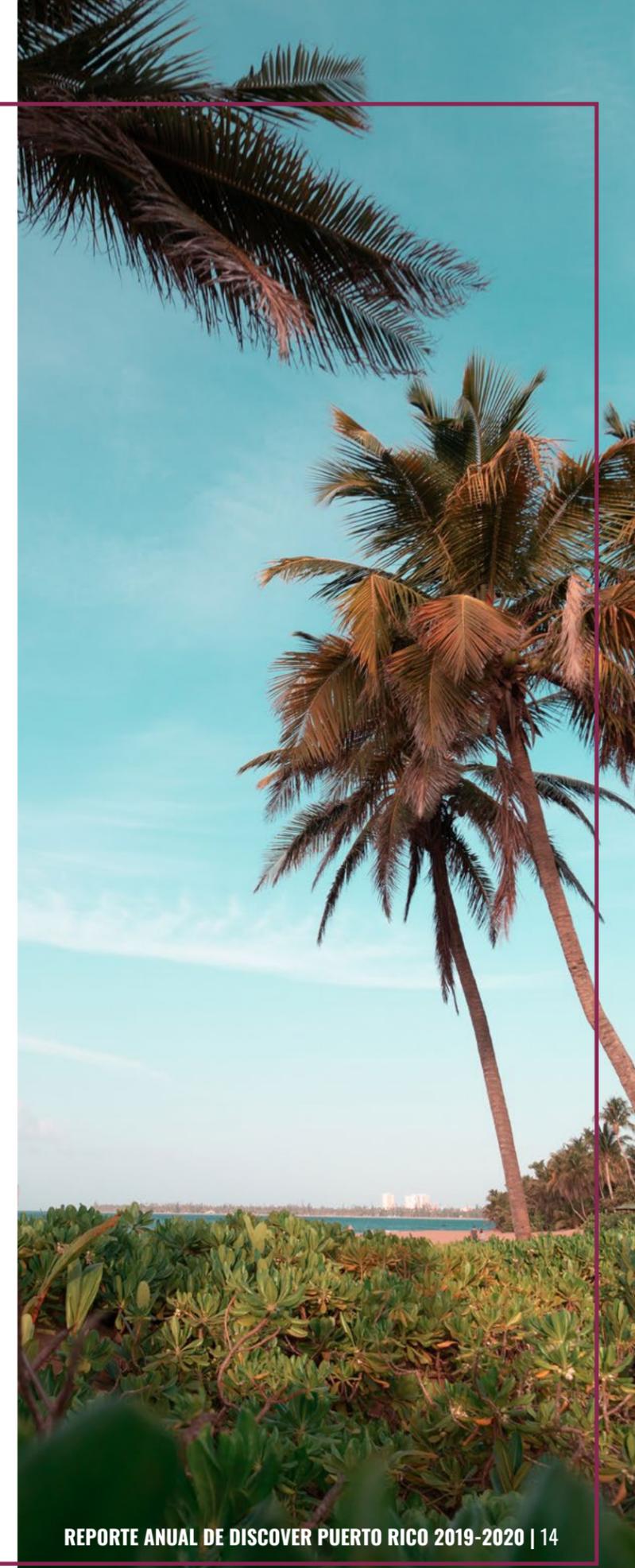
SANDRA DANIEL

Enlaces, Estratega de Incentivos/Fundadora
FIRE Light Group

WAYNE ROBINSON

Vicepresidente Adjunto
FM Global

Wyndham Grand Rio Mar Puerto Rico Golf
& Beach Resort
Río Grande, Puerto Rico



ADMINISTRACIÓN

FINANZAS

2019-2020 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES:	
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$7,749,397
Cuentas por cobrar	5,413,451
Gastos pagados por adelantado	621,447
Total de Activos Corrientes	13,784,295
INVERSIONES	229,395
PROPIEDAD Y EQUIPO, neto	323,841
TOTAL DE ACTIVOS	\$14,337,531
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES:	
Cuentas por pagar	\$1,625,816
Gastos acumulados	321,774
Ingresos diferidos	13,875
Préstamo por pagar - SBA ⁽¹⁾	824,400
Obligaciones para arrendamiento de capital	4,225
Compromisos con grupos definidos	1,027,560
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	3,817,650
PASIVOS NO CORRIENTES:	
Compromisos con grupos definidos	1,791,211
TOTAL DE PASIVOS	\$5,608,861
ACTIVOS NETOS	
Designado por la Junta - fondo de contingencia	\$1,000,000
Activos netos con restricciones de donantes	283,077
Activos netos no designados	7,445,592
TOTAL DE ACTIVOS NETOS	\$8,728,669

NOTAS

⁽¹⁾ Refleja los fondos recibidos del Programa de Protección de Nómina, que es un préstamo de la SBA que ayuda a las empresas a mantener a su fuerza laboral empleada durante la crisis del COVID-19. Anticipamos que el préstamo será condonado ya que cumplimos con los requisitos de la SBA.

2019-2020 DECLARACIÓN DE ACTIVIDADES

INGRESOS	
Ingresos por impuestos de habitación	\$25,000,000
Otros	423,659
TOTAL DE INGRESOS	\$25,423,659
MERCADEO Y GASTOS RELACIONADOS	
Ventas - MICE ⁽¹⁾ y ocio	\$3,592,678
Mercadeo y promoción	7,388,352
Publicidad	3,988,079
Desarrollo creativo	170,641
Investigación	596,220
Compromiso con la comunidad / industria	176,527
	\$15,912,497
NÓMINA Y BENEFICIOS RELACIONADOS	
	\$4,890,571
GASTOS ADMINISTRATIVOS / OPERACIONALES	
	\$1,204,325
GASTOS TOTALES ⁽²⁾	
	\$22,007,393
AUMENTO DE ACTIVOS NETOS	
	\$3,416,266

Notas:

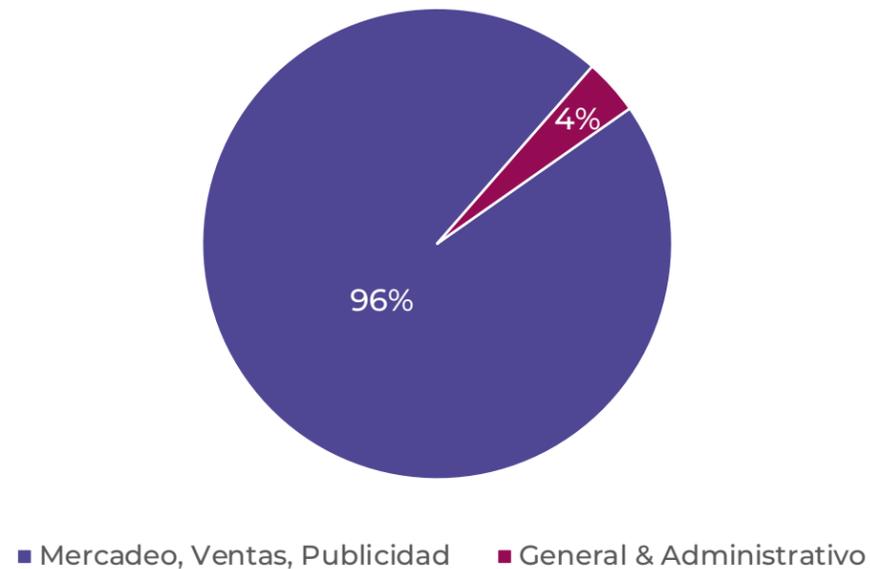
⁽¹⁾ MICE - tipo de turismo especializado en reuniones, incentivos, conferencias y exhibiciones.
⁽²⁾ Reducción del gasto debido a la crisis del COVID-19. Los fondos se desembolsarán estratégicamente una vez que se reanude el turismo.

DISTRIBUCIÓN DE FONDOS

PERFIL ANTERIOR DE ASIGNACIÓN DE RECURSOS | FINANZAS DEL AÑO FISCAL 2018-2019*

Discover Puerto Rico busca ser una organización eficiente, que prioriza los resultados a través de ventas y mercadeo efectivos, al tiempo que limita los recursos utilizados para operaciones, gastos generales y costos administrativos. Ten en cuenta que esta asignación, validada a través del proceso de auditoría anual, clasifica todos los gastos, incluyendo los servicios contractuales y de compensación de los empleados, tanto en Administración como en Programación. La Programación incluye ventas, mercadeo, comunicaciones y desarrollo creativo.

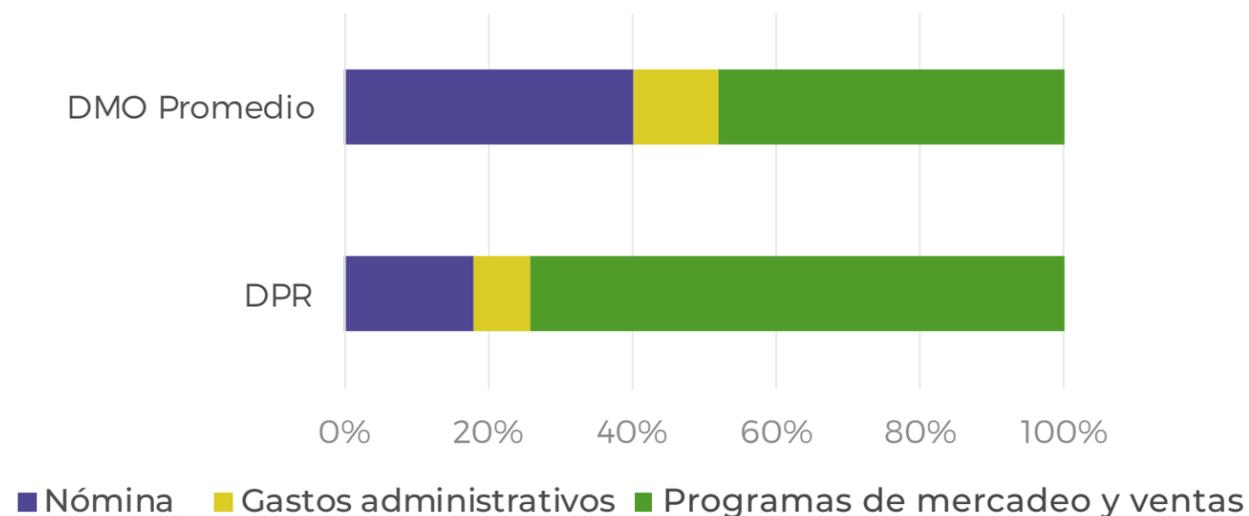
ASIGNACIÓN DE GASTOS POR FUNCIÓN | AÑO FISCAL 18-19



Fuente: Auditoría Anual

DISCOVER PUERTO RICO VS OTROS DMOS

Reconociendo nuestras limitaciones presupuestarias, Discover Puerto Rico se ha establecido como una organización pequeña y eficiente. Para maximizar nuestro impacto, asignamos una porción más reducida de nuestro presupuesto a salarios y gastos administrativos, lo que nos permite invertir una porción mayor en mercadeo, ventas y publicidad, en contraste con otros DMOs.



*Basado en la plataforma Destinations International de Reportes de Desempeño de Organización de Destinos (datos del 2019)
Presupuesto del año fiscal 2020-2021 - Apéndice III

TECNOLOGÍA Y TALENTO

TECNOLOGÍA

Discover Puerto Rico busca ser líder en la utilización de tecnología para estimular la innovación, mejorar los resultados y garantizar el uso eficiente de los recursos. Utilizamos una base de datos CRM con amplias capacidades de informes y análisis, producida por Simpleview, un líder de la industria en aplicaciones CRM. Reconocido por la Asociación de Viajes de Estados Unidos (ESTO2019) como el mejor sitio web de mercadeo de destino para todos los estados y regiones, DiscoverPuertoRico.com está habilitado para dispositivos móviles y programado con Drupal.

Se emplean medidas de seguridad exhaustivas, como cuentas de usuario de AD con contraseñas, NTFS, O365 MFA, filtrado de DNS, protección AV centralizada, monitoreo en tiempo real para SPAM y capacitación en seguridad cibernética para usuarios.

Los programas de mercadeo se complementan con los mejores proveedores de la industria, como ADARA y Arrivalist, que proporcionan en tiempo real métricas de la actividad del consumidor y la efectividad de los anuncios. Al responder a las medidas implementadas para contrarrestar el impacto del COVID-19 en el mercadeo turístico, Discover Puerto Rico empleó varias herramientas, incluyendo vacaciones virtuales, ventas virtuales, recorridos virtuales de destinos a través de Google Earth, seminarios web de la industria y clientes y sesiones de capacitación a través de la web.

GESTIÓN DE TALENTO

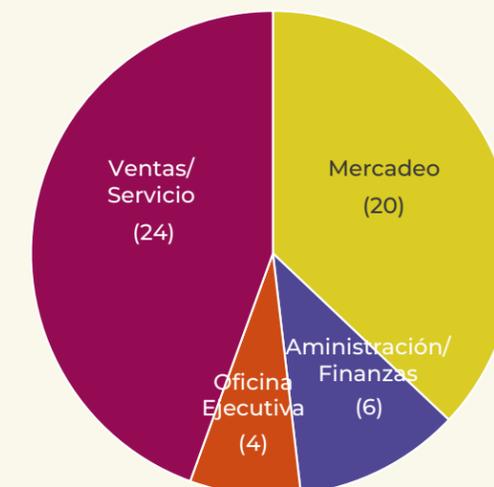
Discover Puerto Rico emplea a un talentoso grupo de profesionales para liderar sus funciones de ventas, mercadeo, comunicaciones y tareas de apoyo.

- 78% de los empleados son puertorriqueños
- 81% son mujeres
- 76% del equipo directivo son mujeres

Nuestro personal ha sido reconocido con varios premios y designaciones, incluyendo Ejecutivo de Manejo de Destino Certificado (CDME), Planificador de Reuniones Certificado (CMP), Destinations International 30 Under 30, HSMAI Top 25 Marketing & Sales Minds, U.S. Travel Association Destination Council Emerging Leaders y Destinations International Destination Leadership Award.

Utilizamos capacitación y desarrollo de alto impacto y bajo costo para asegurar que nuestro personal esté preparado para lograr excelentes resultados, incluyendo FranklinCovey Leadership Training y LinkedIn Learning.

PERSONAL | 54 EMPLEADOS



2019
2020

RESUMEN
ANUAL

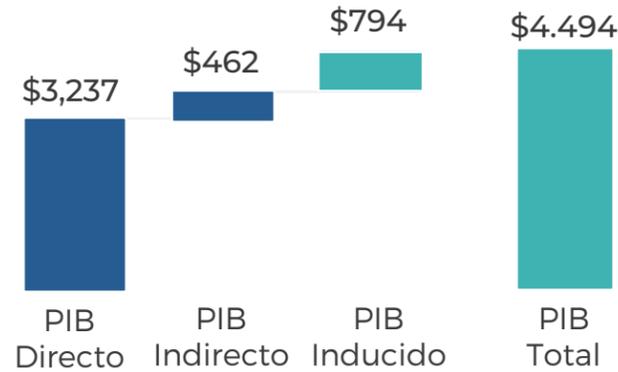
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. CRECIMIENTO ECONÓMICO

Discover Puerto Rico impacta positivamente la economía de Puerto Rico al aumentar el número de visitantes, así como la duración de su estadía, el gasto diario promedio y las visitas en todo el destino. Medimos nuestro éxito al monitorear métricas clave de la industria, tales como:

• CONTRIBUCIÓN TURÍSTICA AL PIB DE LA ISLA

RESUMEN DE IMPACTOS AL PIB (\$ MILLONES)



Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019

• IMPACTOS DEL PIB (VALOR AGREGADO) POR INDUSTRIA

	PIB Directo (valor añadido)	PIB Indirecto (valor añadido)	PIB Inducido (valor añadido)	PIB Total (valor añadido)
Total, todas las industrias (\$ millones)	\$3,237	\$462	\$794	\$4,494
POR INDUSTRIA (\$ MILLONES)				
Agricultura, pesca, minería	\$0.0	\$5.8	\$4.9	\$10.7
Construcción y utilidades	\$0.0	\$8.1	\$4.0	\$12.1
Manufactura	\$0.0	\$41.4	\$48.0	\$89.4
Comercio mayorista	\$0.0	\$39.8	\$35.2	\$74.9
Transporte aéreo	\$711.7	\$1.4	\$2.3	\$715.4
Otro transporte	\$226.4	\$36.3	\$5.9	\$268.7
Comercio al por menor	\$159.7	\$7.1	\$123.4	\$290.2
Estaciones de gasolina	\$33.5	\$1.4	\$6.4	\$41.3
Comunicaciones	\$0.0	\$34.4	\$38.0	\$72.4
Finanzas, seguros y bienes inmuebles	\$0.0	\$96.4	\$251.9	\$348.3
Servicios de negocios	\$0.0	\$150.1	\$50.3	\$200.4
Educación y cuidado de la salud	\$0.0	\$0.5	\$142.3	\$142.8
Recreación y entretenimiento	\$198.3	\$1.9	\$5.7	\$205.9
Alojamiento	\$925.0	\$7.5	\$12.2	\$944.7
Alimentos y bebidas	\$982.2	\$13.1	\$51.8	\$1,047.2
Servicios personales	\$0.0	\$0.0	\$9.6	\$9.6
Gobierno	\$0.0	\$17.0	\$2.6	\$19.6

Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019

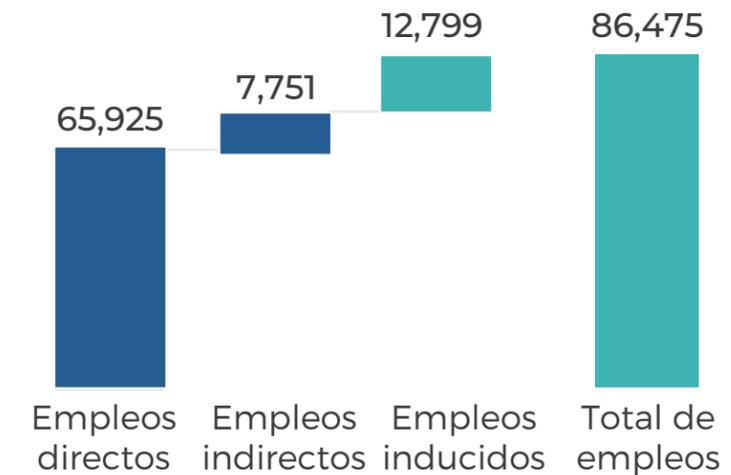
• CONTRIBUCIÓN TURÍSTICA A LA BASE TRIBUTABLE DE LA ISLA

	Impuestos directos	Impuestos indirectos e inducidos	Total de impuestos
Impuestos estatales y locales	\$643.7	\$118.3	\$761.9
Ventas	\$277.7	\$58.2	\$335.9
Impuestos de alojamientos	\$76.2	\$0.0	\$76.2
Ingresos personales	\$304.4	\$43.4	\$347.8
Corporativo	\$3.8	\$3.9	\$7.7
Seguro Social	\$3.3	\$0.8	\$4.1
Propiedad	\$6.0	\$2.3	\$8.3
Otros impuestos y tarifas	\$48.5	\$9.6	\$58.0

Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019

• EMPLEOS EN EL SECTOR TURÍSTICO

RESUMEN DE IMPACTOS EN EMPLEOS (NÚMEROS DE EMPLEOS)



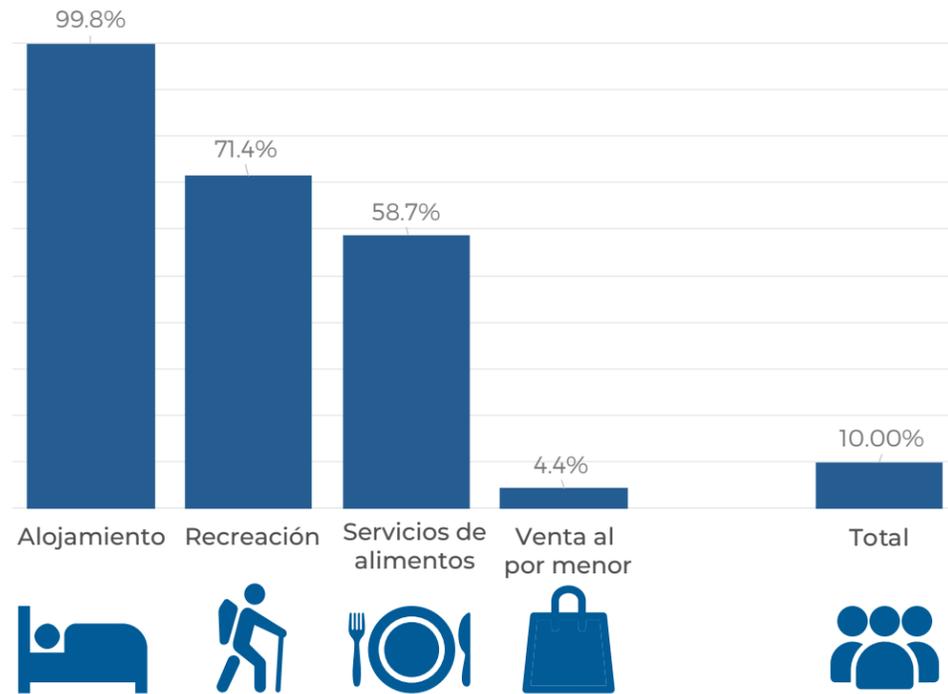
Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019

• **CLASIFICACIÓN DE EMPLEO EN PUERTO RICO POR INDUSTRIA**

RANGO	INDUSTRIA BLS	INDUSTRIA	EMPLEO BLS 2018
1	44-45	Comercio al por menor	122,584
2	62	Cuidados de salud y asistencia social	80,457
3	56	Servicios administrativos y de manejo de desperdicios	77,589
4	31	Manufactura	71,959
5		Turismo	65,925
6	54	Servicios técnicos y profesionales	31,491
7	42	Comercio mayorista	29,185
8	61	Servicios educativos	28,647
9	52	Finanzas y seguros	28,486
10	72	Servicios de alojamiento y alimentos	26,419
11	23	Construcción	26,265
12	51	Información	16,642
13	48-49	Transporte y almacenaje	16,161
14	55	Gestión de compañías y empresas	15,193
15	81	Otros servicios, excepto administración pública	14,222
16	53	Bienes inmuebles y alquiler y arrendamiento	13,372
17	11	Agricultura, ciencias forestales, pesca y caza	9,697
18	71	Arte, entretenimiento y recreación	3,650

Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019
*Neto de empleo directo generado por el turismo

• **CRECIMIENTO TOTAL DE EMPLEO POR INDUSTRIA**



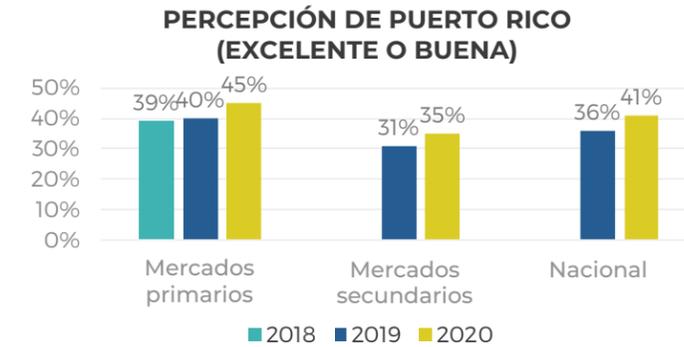
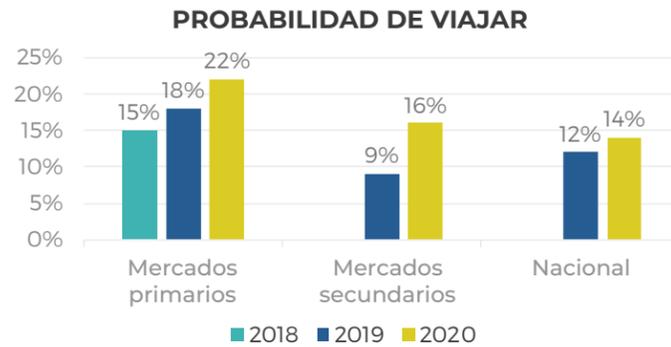
Fuente: Estudio de Impacto Económico de Tourism Economics 2019
Nota: El porcentaje total de empleos incluye impactos directos, indirectos e inducidos. Todos los demás porcentajes de la industria representan empleos directos solamente.

También medimos nuestro éxito al monitorear métricas organizacionales clave, tales como:

 <p>IMPACTO ECONÓMICO DE LA PUBLICIDAD</p> <p>\$189,796,545</p> <p>Fuente: ADARA y metodología desarrollada por Tourism Economics.</p>	 <p>RETORNO DE LA INVERSIÓN</p> <p>\$52:1</p> <p>Fuente: ADARA y metodología desarrollada por Tourism Economics.</p>	 <p>IMPACTO DE LA PUBLICIDAD EN LA DURACIÓN DE LA ESTADÍA</p> <p>+22.3%</p> <p>Los visitantes expuestos a la publicidad de Discover Puerto Rico se quedaron un 223% más que los que no estuvieron expuestos. El tiempo promedio de estadía para los visitantes no expuestos fue de 3 días, 22 horas en comparación con 4 días, 19 horas para visitantes expuestos.</p> <p>Fuente: Arrivalist</p>
 <p>VENTAS DE REUNIONES Y CONVENCIONES</p> <p>\$91,800,700</p> <p>Fuente: Ventas contratadas durante el año fiscal 2019-20 y Destinations International Impact Calculator.</p>	 <p>FLUJO DE VENTAS FUTURAS DE MICE</p> <p>\$217,200,000</p> <p>Fuente: Clientes potenciales calificados de Simpleview & Destinations International Impact Calculator.</p>	 <p>PUBLICIDAD POSITIVA CREADA</p> <p>\$144,392,670</p> <p>Fuente: Meltwater Tracking System y el cálculo estándar del valor de la cobertura mediática generada en la industria.</p>

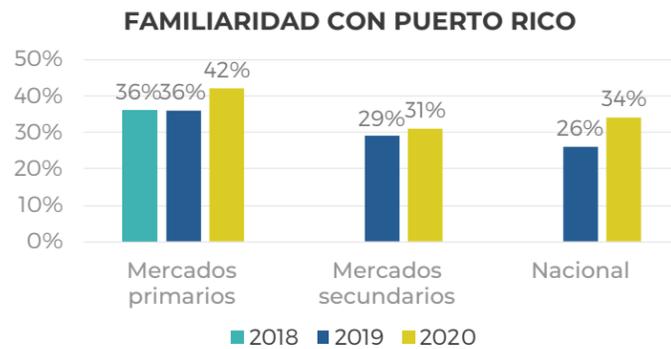
2. SALUD DE LA MARCA

Discover Puerto Rico mejora y protege la salud de la marca de Puerto Rico mediante un mercadeo altamente eficaz dirigido a segmentos clave de consumidores, así como generando una cobertura mediática positiva. Esto se mide utilizando varias métricas estándar de la industria, como:



Fuente: Strategic Marketing & Research Insights, LLC 2020 Brand Health Research

Fuente: Strategic Marketing & Research Insights, LLC 2020 Brand Health Research

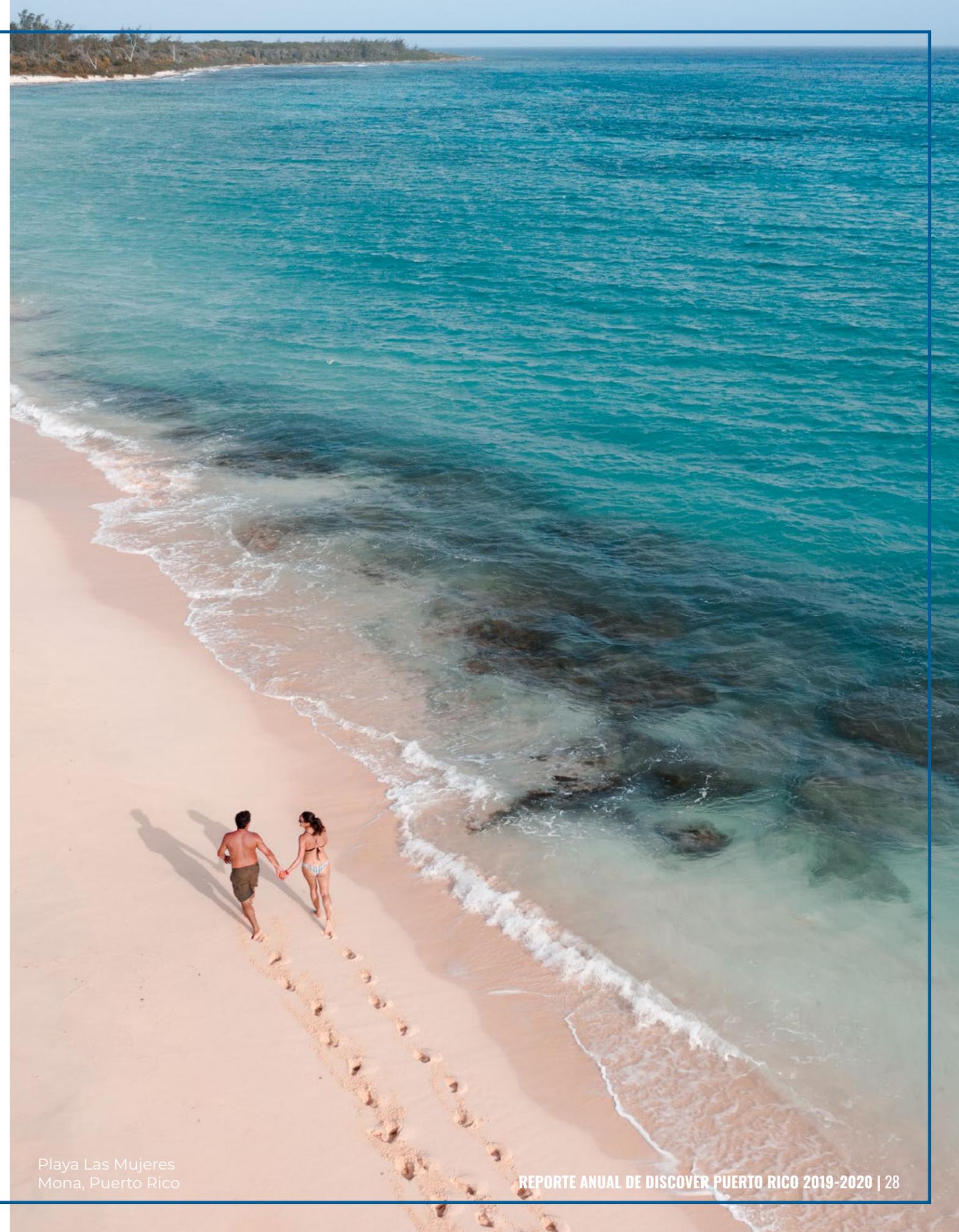


Fuente: Strategic Marketing & Research Insights, LLC 2020 Brand Health Research

3. EXCELENCIA ORGANIZACIONAL

Discover Puerto Rico busca operar a un alto nivel de eficiencia y efectividad. Esto se mide comparando la asignación de recursos (a organizaciones similares), las prácticas recomendadas y la acreditación de la industria.

- **96% del presupuesto total dedicado a mercadeo, ventas y comunicaciones**
- **Administración y gastos generales por debajo de los promedios de la industria**
- **Candidato a la acreditación completa de Destinations International 2020**
- **Representado en varias juntas y comités clave, incluyendo la Asociación de Viajes de Estados Unidos, Destinations International, la Junta Asesora de Viajes y Turismo de Estados Unidos, Meeting Planners International, Society of Human Resources Managers, Brand USA.**



INVESTIGACIÓN

Discover Puerto Rico está comprometido con la adquisición y difusión de los datos más confiables disponibles para la industria del turismo. Con ese fin, Discover Puerto Rico trabaja con los principales proveedores de datos del mundo para las organizaciones de mercadeo de destino. Dada la importancia de la industria de alojamiento en el impacto económico general del turismo, se le da una atención significativa a los datos de hoteles y alquileres independientes. Discover Puerto Rico no solo monitorea la ocupación y la demanda, sino también la oferta, los ingresos y la posición competitiva disponibles. Discover Puerto Rico confía en los líderes de la industria Smith Travel Research (STR) y AirDNA para estas métricas.



Para propósitos de hacer proyecciones y enfocar la estrategia de medios, Discover Puerto Rico monitorea las reservaciones semanales de hoteles y alquileres a través de TravelClick y AirDNA, así como la disponibilidad de vuelos de Airline Data, Inc. Airline Data, Inc. no solo provee información sobre la capacidad de asientos en el futuro, sino también sobre llegadas, tarifas y factores de carga.



Discover Puerto Rico rastrea el desempeño del mercadeo utilizando la tecnología más avanzada disponible en la industria. A través del seguimiento digital del comportamiento y el movimiento del consumidor, los socios de datos Adara y Arrivalist pueden vincular los esfuerzos publicitarios a las reservaciones de hoteles y vuelos, así como a las llegadas.



Discover Puerto Rico trabaja con una serie de empresas de investigación especializadas en mercadeo de destino. Durante el COVID-19, Destination Analysts se convirtió en un socio de confianza con actualizaciones semanales sobre el sentimiento de los consumidores en torno a los viajes, así como en asuntos específicos de Puerto Rico. Por su parte, Strategic Marketing & Research Insights, LLC proporciona a Discover Puerto Rico una evaluación anual del estado de la marca, midiendo los cambios en el interés y las percepciones de Puerto Rico. Mientras, Longwoods International, líder de la industria en la evaluación de cómo el mercadeo de destinos impacta a otros sectores más allá del turismo, proporciona a Discover Puerto Rico un análisis de cómo la publicidad influye en las percepciones de la isla como un lugar para vivir, trabajar y viajar.



Discover Puerto Rico confía en los principales economistas de viaje y turismo del mundo en Tourism Economics para entender a los visitantes totales de la isla, el gasto turístico, los ingresos fiscales y el empleo. Estos importantes renglones impulsan el motor económico del turismo en la isla.



Finalmente, en los esfuerzos de Discover Puerto Rico para ser lo más transparente posible, estas métricas y muchas más están disponibles para los socios de la industria a través de una plataforma de inteligencia de negocios. Los datos recopilados se difunden a través de la plataforma Domo.



MERCADEO



MERCADEO

El 2019-2020 fue un año sin precedentes para Puerto Rico en muchos sentidos, impactando drásticamente el turismo y cambiando para siempre el panorama del destino. Desde manifestaciones políticas, amenazas de huracanes y terremotos, hasta las implicaciones continuas del coronavirus, Discover Puerto Rico ha navegado las crisis y mitigado los riesgos para salvaguardar el futuro del turismo en la isla.

A pesar de los desafíos, Puerto Rico sigue cargado de potencial en el sector turístico. Con una gran cantidad de productos turísticos, hospitalidad excepcionalmente cálida y acogedora, facilidad de acceso y una ventaja competitiva como territorio no incorporado de los Estados Unidos, la isla está bien posicionada en muchos frentes para que el turismo lidere la muy necesaria recuperación económica.

La investigación en curso muestra que el reposicionamiento de la marca de la isla que hizo Discover Puerto Rico se está arraigando. El enfoque de mercadeo y mensajes del DMO, que destacan cada rincón de la isla y exponen a los consumidores a productos turísticos y experiencias que van más allá de las playas, está aumentando el interés y la demanda de Puerto Rico, lo que no tiene precedentes.

En medio de los desafíos y cambios constantes, la plataforma de posicionamiento de la marca turística proporciona una fuerte continuidad y diferenciación que será fundamental para el próximo capítulo en la historia de recuperación de Puerto Rico.

El sitio web oficial de turismo de la isla, DiscoverPuertoRico.com, es fundamental para impulsar la demanda turística de Puerto Rico. Nuevos desarrollos en DiscoverPuertoRico.com continuaron en el año fiscal 19-20, incluyendo la expansión de los perfiles de negocios de alquiler vacacional y el lanzamiento de la funcionalidad de ofertas y descuentos, permitiendo que alojamientos, atracciones, compañías de excursiones y DMCs brinden ofertas especiales a los consumidores.

En respuesta al COVID-19, se creó un centro virtual con contenido relevante para inspirar a los viajeros, dando a los visitantes potenciales acceso a la isla desde sus hogares. Estos contenidos innovadores obtuvieron más de 25,000 páginas vistas, con una duración promedio por sesión de casi cinco minutos.

Con más de 3.8 millones de sesiones y 6.5 millones de páginas vistas durante el año fiscal, la sólida estrategia de contenido en el sitio web, incluida la incorporación de 66 nuevas piezas editoriales y 14 nuevas páginas de destino, está dando buenos resultados. El tráfico orgánico al sitio representaba casi el 40% del tráfico total del sitio, seguido de la búsqueda pagada.



COMUNICACIONES

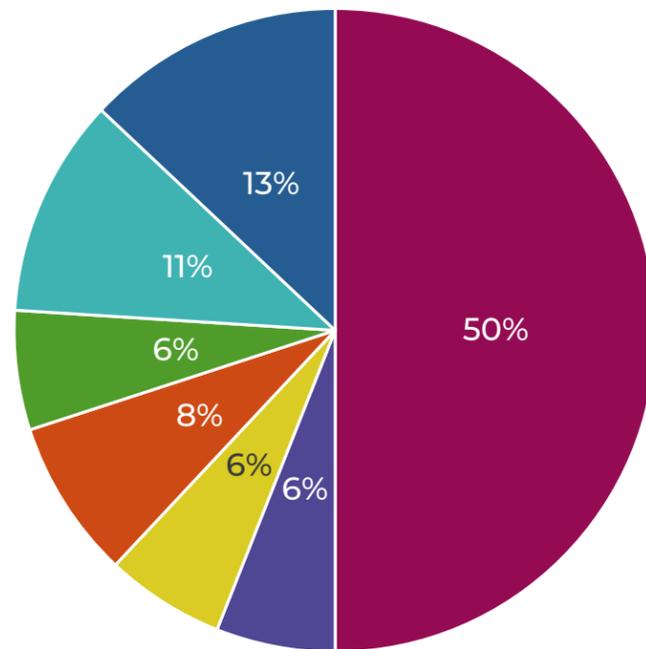
A lo largo del año, los esfuerzos de relaciones públicas han sido críticos para mejorar el atractivo de los destinos y combatir eventos sin precedentes.

Discover Puerto Rico obtuvo un nivel récord de cobertura mediática generada en el 2019 y se propuso continuar con este impulso durante el 2020. Discover Puerto Rico reaccionó rápidamente para contener la publicidad negativa causada por la actividad sísmica y los resultados positivos se vieron de inmediato. A medida que la pandemia mundial se convirtió en un importante problema de salud, Discover Puerto Rico cambió sus esfuerzos de relaciones públicas, desde lanzar historias de estilo de vida hasta implementar un plan integral de recuperación diseñado para acelerar la recuperación económica, que ya es parte de la guía de manejo de crisis de la organización.

A lo largo de cada crisis, destacamos los esfuerzos del destino para asegurar la confianza del viajero/planificador y posicionar a Puerto Rico como líder de la recuperación de la isla más rápidamente.

Promover toda la isla es parte esencial de la misión de Discover Puerto Rico. Como parte de nuestros esfuerzos de relaciones con los medios, destacamos cada oferta única y diversa de la región, experiencias excepcionales, servicio y hospitalidad. Dada la naturaleza de cómo se cubre el destino en los medios de comunicación, el área metropolitana recibe un mayor destaque en comparación con el resto de las regiones. Esto se debe a que San Juan está típicamente incluido en la mayoría de los artículos ya que los reporteros buscan brindar una visión holística a sus lectores.

PUBLICIDAD REGIONALIZADA



- Área metropolitana
- Norte
- Centro
- Sur
- Oeste
- Este

Al final del año fiscal, Discover Puerto Rico obtuvo **10,000 millones** de impresiones en los medios, representando un valor publicitario de **\$144 millones**. A continuación, presentamos un breve resumen de algunos de los principales esfuerzos utilizados para generar una cobertura mediática significativa en el 2019-2020.

VACACIONES VIRTUALES

Debido a que los Centros para el Control de Enfermedades (CDC), la Organización Mundial de la Salud (OMS) y otras organizaciones aplicaron restricciones que desalentaban los viajes por la pandemia global del COVID-19, los viajes se detuvieron abruptamente. Dada la contribución vital que la industria del turismo aporta a la economía de Puerto Rico, Discover Puerto Rico reconoció que era fundamental mantener el destino en la mente de los viajeros potenciales.

Usamos un mensaje de "no visitar ahora", que reconoce nuestra responsabilidad de ayudar a aplanar la curva. Esto se equilibró al darles a los viajeros una gran cantidad de oportunidades para explorar Puerto Rico desde su hogar, buscando inspirar viajes futuros. Puerto Rico se convirtió en el primer destino de Estados Unidos en lanzar el concepto de una vacación virtual, promoviendo viajes virtuales con experiencias de inmersión cultural que incluyeron clases de salsa, demostraciones de bomba, cócteles y cocina, lecciones de preparación de café desde una hacienda tradicional y más.

Utilizando plataformas como Instagram Live, Facebook y Zoom, el público fue transportado a un "paisaje vacacional", disfrutando de nuevas experiencias cada fin de semana durante dos meses. Las escapadas atrajeron a los viajeros interactivos, pero pronto se hizo evidente que ansiaban aún más. Dando un paso más para que se sintieran físicamente en la isla, Puerto Rico se convirtió en el primer destino en ofrecer visitas guiadas en vivo utilizando Google Earth, en Facebook Live. Al asociarnos con un guía turístico local, le dimos al público la oportunidad de interactuar y hacer preguntas durante un viaje y recorrido virtual en vivo. Además de ver las bellezas de Puerto Rico, los visitantes virtuales aprendieron sobre las maravillas naturales de la isla, las experiencias únicas y las ofertas culturales desde la comodidad de sus hogares, incluso atrayendo a maestros y estudiantes. Estas visitas guiadas virtuales en vivo, junto con una colección desarrollada recientemente de videos sensoriales con los sonidos naturales de la isla, crearon una experiencia vívida de Puerto Rico.

Como parte de la segunda fase de las ofertas virtuales, los visitantes potenciales también recibieron plantillas de tarjetas postales para insertarse digitalmente y compartirlas, como hubiesen querido hacer en Puerto Rico.

Desde el lanzamiento de la primera experiencia virtual en marzo del 2020 hasta la fecha, las vacaciones virtuales de Puerto Rico obtuvieron un total de 1,400 millones de impresiones, lo que equivale a un valor publicitario de más de \$21 millones. Los esfuerzos de relaciones con los medios lograron más de 480 publicaciones en los principales medios de estilo de vida, viajes, comercio y consumo, incluidos The New York Times, National Geographic, Forbes y BuzzFeed, entre otros. La destacada creatividad fue reconocida por las principales publicaciones de la industria como una práctica recomendada en mercadeo de destino durante la pandemia, incluyendo Skift, PRWeek y PR News.



GENERACIÓN DE NOTICIAS PROACTIVA

A través de lanzamientos proactivos y aprovechando momentos clave, Discover Puerto Rico creó un ritmo constante de noticias positivas en las publicaciones de estilo de vida, viajes y MICE. Activamos una generación de noticias robusta para mantener una fuerte conciencia y consideración futura de Puerto Rico como un destino de viaje deseable. Desde la deliciosa cocina de la isla hasta la rica historia y cultura, vinculamos los esfuerzos de los medios con las áreas de enfoque que hacen de Puerto Rico un destino único, al tiempo que presenta a la isla como el lugar ideal para pasar las vacaciones del Día del Trabajo y las vacaciones de invierno.

Además de los esfuerzos publicitarios planificados, respondimos de manera proactiva a varios eventos sin precedentes, incluidos los disturbios políticos (Verano del 2019), las tormentas tropicales (otoño del 2019), la actividad sísmica (enero del 2020) y la pandemia global del COVID-19 (marzo del 2020). Al compartir las últimas actualizaciones del destino y comunicar de manera proactiva los esfuerzos de la organización, mantuvimos a los medios de comunicación, los viajeros, los planificadores de reuniones y las personas influyentes al tanto de las últimas actualizaciones para infundir confianza y mostrar la preparación y resiliencia del destino.

USA TODAY 10Best
Best Caribbean Rum Maker
 #1: East Course at Dorado Beach
 #2: St. Regis Bahia Beach Course
 #3: Ron Del Barrilito
 #10: Links at Royal Isabela

Best Caribbean Golf Course
 #1: East Course at Dorado Beach
 #2: St. Regis Bahia Beach Course
 #10: Links at Royal Isabela

Best Restaurant in the Caribbean
 #5: Marmalade
 #6: 1919 Restaurant

Best Caribbean Beach Bar
 #5: The Beach House

TRAVEL WEEKLY
Puerto Rico Campaign: The Best Way to Support Is To Visit
 "Now, more than ever, hotels, small business owners, restaurants, artisans and tour operators, among other tourism partners, welcome visitors with open arms, which in turn will spur the local economy." — Leah Chandler, CMO of Discover Puerto Rico

The 19th Hole Episode 112: Discover Golf in Puerto Rico!
GOLF WRX
 "It's the return of the PGA Tour and the amazing golf experiences available every day [in Puerto Rico]."

elite daily
10 Romantic Trips for Couples in Their 20s That You Shouldn't Sleep On
 "The perk of a spot like Old San Juan, Puerto Rico is that — amongst the greenery and colorful atmosphere — there's a lot of culture to learn about and soak up, too."

recommend
Puerto Rico Open for Business
 "Drawing inspiration from Puerto Rico's resilient spirit, the new creative focuses on the Island's diverse offerings, and communicates that by traveling, visitors are fueling local communities."

Social Media Posts:
 - @TWTravelNews: Puerto Rico campaign. The best way to support is to visit Travelweekly.com/Caribbean-Travel... via @TWTravelNews
 - @PointsGuy: Points and miles guide to Puerto Rico
 - @TravelMag: Puerto Rico on your radar... Discover Puerto Rico
 - @TravelMag: How to get to Puerto Rico using points and miles. While Puerto Rico has recently endured several natural disasters and earthquakes, the island has remained a top destination for travelers. @thepointsguy.com
 - @10Best: Best Caribbean Golf Course in the Caribbean? Any guesses? Winners announced today! @10Best @usadailytravel Made its case for #PuertoRico @CTPuertoRico @PuertoRicoPUR @ChTAdeds #golf #Travel #tourism @TravelPUR
 - @10Best: Best Caribbean Rum Maker: 2021 10Best Reader's Choice Travel... voted for the Best Caribbean Rum Maker in open. Can you see why? To help join the 2021 10Best Reader's Choice Award for Best Caribbean Rum Maker. @10Best.com

VIAJES FAM Y OPORTUNIDADES EXCLUSIVAS

En un esfuerzo por garantizar que los medios y personas influyentes experimenten el destino de primera mano, Discover Puerto Rico llevó a más de 40 reporteros / personas influyentes en nueve viajes de familiarización a todas las áreas de la isla. La cobertura resultante de los viajes FAM y medios influyentes produjeron más de 223.9 millones de impresiones, totalizando \$1.2 millones en valor publicitario. Ten en cuenta que la mayoría de los viajes FAM y las visitas personalizadas de medios / influenciadores se interrumpieron de enero a junio de 2020 debido a la actividad sísmica continua y la pandemia mundial.



AMPLIFICACIÓN DE CONFERENCIAS / EVENTOS COMERCIALES

Maximizar la presencia de Discover Puerto Rico en los principales eventos de viajes y reuniones es esencial para construir y mantener una fuerte presencia dentro de la industria y los puntos de venta clave. Desde organizar conferencias de prensa hasta programar entrevistas individuales con los medios de comunicación de primer nivel en cada evento, Discover Puerto Rico posicionó a la organización y al destino como un líder de pensamiento y tendencias en la industria de viajes. En el 2019-20, participamos en las principales conferencias y ferias de viajes nacionales e internacionales, incluidas ASAE, Virtuoso Travel Week, ASTA, IMEX, PCMA Convening Leaders, IPW y CHTA, entre otras. La cobertura mediática generada amplificó la presencia en cada evento.

RECONOCIMIENTOS

A través de nuestros esfuerzos de cobertura mediática generada, el destino mantuvo el impulso a medida que se acercaba al cierre del 2019 recibiendo **más de 20 reconocimientos** de los medios.

“A DÓNDE IR EN EL 2020” - AFAR

“LOS MEJORES HOTELES EN SAN JUAN (PUERTO RICO) PARA VIAJEROS DE NEGOCIOS, 2020” - CEO World Magazine

“10 DE LAS MEJORES ISLAS DEL CARIBE PARA VISITAR” - CNN Travel

“LAS MEJORES ISLAS PARA PLAYAS: READERS' CHOICE AWARDS 2019” - Conde Nast Traveler

“LOS 36 MEJORES LUGARES PARA VIAJAR EN EL 2020” - Cosmopolitan

“VIAJES A ESTADOS UNIDOS: 25 MEJORES LUGARES PARA VISITAR EN EL 2020” - Forbes

“LOS 5 MEJORES LUGARES PARA VIAJAR EN EL 2020 PARA TUS VACACIONES” - Forbes

“LOS 20 MEJORES LUGARES PARA VIAJAR EN EL 2020” - Harper's Bazaar

“50 INCREÍBLES DESTINOS DE VIAJE EN SOLITARIO PARA VISITAR EN EL 2020” - HuffPost

“10 LUGARES EN LOS EE. UU. QUE DEBES VISITAR EN EL 2020” - Insider

“PRÓXIMA PARADA: LAS 10 CIUDADES DE EE. UU. PARA VISITAR EN EL 2020” - Insider

“PRÓXIMA PARADA: LAS 10 CIUDADES DE EE. UU. PARA VISITAR EN EL 2020” - Men's Journal

“10 DESTINOS PROMETEDORES QUE DEBES CONOCER PARA EL 2020” - MSN

“LAS 20 MEJORES PLAYAS DEL CARIBE” - MSN

“LOS 30 MEJORES LUGARES PARA VISITAR EN EL 2020” - MSN

“LOS 50 MEJORES DESTINOS DE VIAJE DEL MUNDO” - MSN

“7 DESTINOS DE INVIERNO EN PAÍSES AMIGABLES PARA LA COMUNIDAD LGBTQ” - NBC News

“LOS 10 MEJORES DESTINOS DE VACACIONES DE PRIMAVERA PARA EL 2020” - PopSugar

“LOS 10 MEJORES DESTINOS DE TENDENCIAS PARA EL 2020” - Refinery29

“LOS MEJORES DESTINOS DE VIAJE PARA EL 2020” - The Street

“DÓNDE IR EN EL 2020: LOS MEJORES LUGARES PARA VIAJAR ESTE AÑO” - TripSavvy

“LOS DESTINOS FAVORITOS DE ESCRITORES E INFLUYENTES PARA EL INVIERNO” - UPROXX

“50 IDEAS INCREÍBLES DE LUNA DE MIEL” - US News and World Report

PREMIOS 2019-2020

NY Festivals Awards

- Relaciones públicas: manejo de crisis y problemas
- Relaciones públicas: viajes / ocio

Cannes

- Silver Lion – Relaciones de medios

Big Apple Awards

- Relaciones de medios
- Manejo de problemas

ESTO - The Mercury Awards

- Mejor campaña de relaciones públicas
- Mejor sitio web

Stella Awards

- Mejor Oficina de Convenciones y Visitantes / DMO

Magellan Awards

- Mercadeo de destino – Campaña – Publicidad / Mercadeo

The Drum Awards

- Relaciones públicas y manejo de reputación y crisis

Global SABRE Awards

- Las 40 mejores campañas
- #3 en general

HSMAI Awards

- Oro – Comunicación de crisis / Comunicación de recuperación
- Plata – Servicio comunitario / Responsabilidad social

WTM Awards

- Oro – Mejor campaña de destino
- Plata – Mejor campaña de relaciones públicas

CAMPAÑAS DE AGENCIAS DE VIAJE EN LÍNEA

Expedia Partner Awards

- Campaña del año

A photograph of a waterfall in a tropical forest. The water is white and foamy as it falls over dark, mossy rocks. The surrounding area is filled with green foliage, including ferns and large trees. The scene is captured from a low angle, looking up at the waterfall.

VENTAS

SERVICIOS DE APOYO AL DESTINO

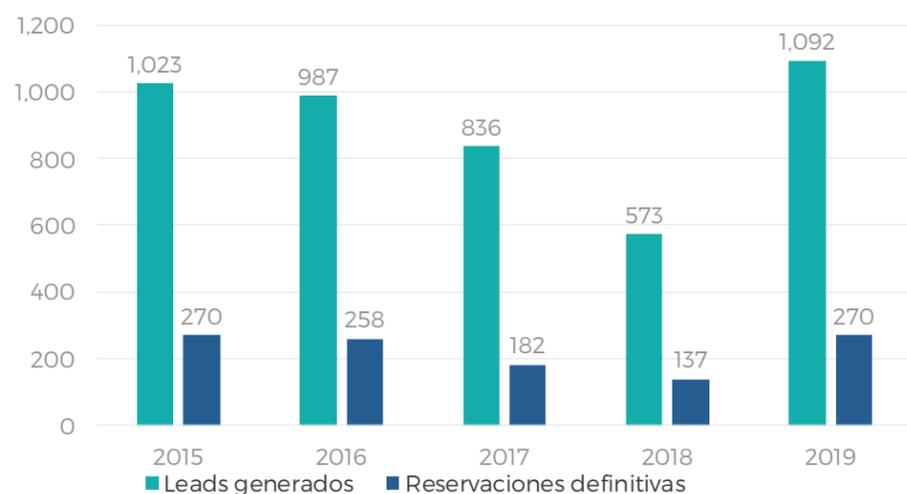
VENTAS Y SERVICIOS

El equipo de Ventas y Servicios continuó con el impulso creado en el año fiscal anterior para lograr resultados extraordinarios, basándose en la cartera activa de ventas de grupos que había aumentado un 111% desde la apertura de la organización. El equipo de ventas de grupos se desplegó por completo con una serie agresiva de los mejores eventos de misiones de ventas en los mercados clave de Estados Unidos y una asistencia de alto perfil a las ferias comerciales más importantes de la industria. Al mismo tiempo, Discover Puerto Rico redefinió su rol como el equipo de ventas fuera de la isla para el Centro de Convenciones y estableció una de las Juntas de Asesoramiento al Cliente más completas e influyentes de la industria. Nuestro equipo de ventas de ocio fortaleció las relaciones clave con productores conocidos de viajes a Puerto Rico, generando aumentos sustanciales en el desempeño de las ventas de GDS. También atrajimos a muchos nuevos promotores de la isla, aumentando la participación en el Programa de Expertos en Viajes de Puerto Rico en un 16%. Durante la crisis de COVID-19 que provocó despidos masivos y cesantías tanto en propiedades como en organizaciones de ventas nacionales, el equipo de Ventas y Servicios de Discover Puerto Rico ha ampliado su alcance al comprometerse con los planificadores de reuniones y asesores de viajes para mantener el destino mente.

LOGROS CLAVE

- Desde julio hasta diciembre del 2019 (antes de los terremotos de enero y las restricciones por el COVID-19), las reservaciones definitivas aumentaron en un 153% comparado con el mismo período en el 2018.
- Los nuevos clientes potenciales para el año calendario de 2019 superaron los clientes potenciales creados en el 2018 en un 58% y superaron el último mejor año, que fue en el 2015.
- A pesar de los efectos devastadores de los terremotos, las protestas y el COVID-19 en el volumen general de clientes potenciales, el equipo de ventas finalizó el año fiscal 2019/2020 con un aumento del 7% en reservaciones definitivas comparado con el año anterior.
- De enero a junio de 2020, la tasa de graduación mensual de los Expertos en Viajes de Puerto Rico fue 16% más alta que el año anterior.
- El equipo de servicios realizó 57 inspecciones de sitio con una tasa de conversión extraordinaria de 76%.
- El equipo de servicios produjo más de 600 referidos a 116 proveedores diferentes para negocios auxiliares desarrollados durante el proceso de inspección del sitio.

LEADS GENERADOS Y RESERVACIONES DEFINITIVAS | ENE - DIC



	JULIO 2019 - JUNIO 2020	JULIO 2018- JUNIO 2019	VARIACIÓN
Reservaciones definitivas	206	192	+7%
Noches de habitación reservadas	106,745	109,275	-2%
Conversión de reservaciones definitivas	25%*	29%	-14%
Nuevos leads generados	783	913	-14%
Potencial de noches de habitación	471,913	616,824	-24%

***Antes de los terremotos y el COVID-19 (julio-diciembre de 2019), Puerto Rico se encaminaba a un año récord con un aumento significativo en todas las medidas (en comparación con julio-diciembre de 2018). Reservaciones definitivas +153%, noches de habitación reservadas +134%, conversión de reservación definitiva +4%, nuevos clientes potenciales generados +58% y potencial de noches de habitación +46%.**

EDUCACIÓN PARA ASESORES DE VIAJE

ENERO A JUNIO - CERTIFICACIÓN DE EXPERTOS EN VIAJES DE PUERTO RICO



La tasa de graduación mensual es **+16%** en comparación con el año anterior.

ESTRATEGIAS DE ADQUISICIÓN DE CLIENTES BASADAS EN INVESTIGACIONES

Aplicamos medidas avanzadas de investigación y análisis para supervisar las encuestas de percepción y comportamiento del planificador de reuniones y asesor de viajes para guiar nuestros mensajes y comprender las tendencias en desarrollo. Al utilizar la evaluación de liderazgo estratégico, monitorear los períodos de necesidad cambiantes y alinearnos con nuestros socios de la industria, nos hemos enfocado en los clientes correctos en el momento adecuado, lo que nos ha ayudado a mantener una tasa de conversión del 25%, muy por encima de los niveles previos a Discover Puerto Rico.

MERCADEO ESTRATÉGICO

Nos asociamos con organizaciones clave en la industria de reuniones que nos permiten utilizar el mercadeo B2B progresivo y ofrecer mensajes altamente dirigidos, especialmente durante los períodos de crisis. Cada asociación se adapta a nuestras prioridades y a las fortalezas específicas de nuestros socios. Estas asociaciones estratégicas incluyen Meeting Professionals International (MPI), American Society of Association Executives (ASAE), Professional Convention Managers Association (PCMA), Association Forum, International Association of Exhibitions and Events (IAEE), Conference Direct, HelmsBriscoe, HPN and Society of Incentive Travel Executives (SITE).

ALCANCE

El año fiscal 2019/2020 fue un año de mucha interacción, tanto presencial como de forma virtual. Durante la primera mitad del año, utilizamos ferias comerciales en persona y ferias en mercados clave. En marzo del 2020, cuando se inició la pandemia, creamos rápidamente una estrategia efectiva para conectar con nuestros clientes, a quienes normalmente veríamos en eventos en vivo, por medio de los "Coffee Care Packages", clases de yoga virtual y una serie de seminarios web para numerosas asociaciones, intermediarios de terceros y capítulos regionales de socios estratégicos como MPI, Helms Briscoe, Conference Direct y muchos otros. En julio del 2020, lanzamos inspecciones al sitio y FAMs virtuales para los segmentos de MICE y ocio.

EN EL 2019-20, EL EQUIPO DE VENTAS HA PARTICIPADO ACTIVAMENTE EN DOCENAS DE FERIAS COMERCIALES, QUE INCLUYEN:

- Cvent ConnectMeetings
- Caribbean Meeting & Incentive Travel Exchange
- SYTA Annual Conference
- ASAE Annual Meeting & Exposition
- Virtuoso Travel Week Global
- Canadian Meetings and Event Expo 2019
- MPI Sunshine Education Summit 2019
- ASTA Global Convention
- Connect Marketplace
- Brand USA Travel Week
- IMEX AmericaMeetings
- ASAE Five-Star Weekend
- Delta Vacations University
- The Incentive Research Foundation
- Connect Thrive 2019
- HPN Global Partner Conference
- Connect Medical/Tech
- SITE Classic
- Insight Fall Series
- Destination Caribbean 2019
- Destination Southeast 2019
- AWTA (Alliance of Westchester Travel Agencies)
- Elevate the Journey - Travel Leaders
- WTM London - Brand USA World Travel Market
- PRHTA Buyers & Suppliers Showcase 2019
- TEAMS Conference 2019
- Meetings Today Live Event South
- Ocean X-Charge MICE Conference
- Signature Travel Network Conference 2019
- IAEE Expo!
- Regional SportAccord Pan America
- AMEX Inter[action] 2019
- Holiday Showcase
- PCMA Convening Leaders 2020
- CHTA Marketplace 2020
- FITUR 2020
- SYTA Summit 2020
- NY Times Travel Show - LGBTQ Pavilion
- Destination Showcase 2020
- Global Pharmaceutical and Meetings

VIAJES DE INCENTIVOS

A medida que la oferta de lujo en Puerto Rico continúa expandiéndose, el destino está bien posicionado para atraer viajes de lujo e incentivos. Nuestras estrategias de ventas de incentivos altamente focalizadas, complementadas con la orientación de nuestro Consejo Asesor de Clientes, han generado una mayor actividad de ventas en el año fiscal 2019-20 y están diseñadas para capturar viajes de incentivos post COVID-19 a medida que este segmento se recupera.

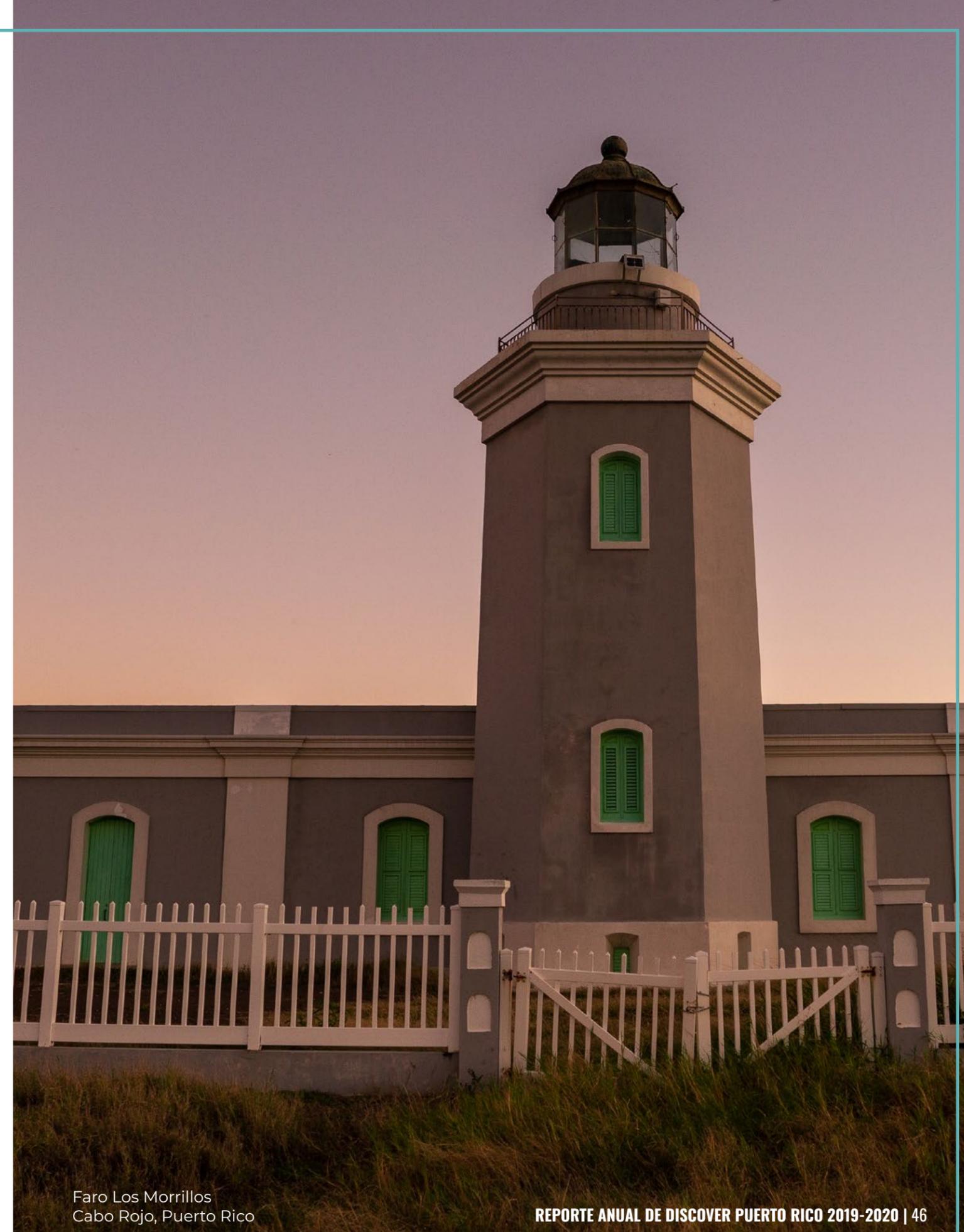
EXCELENCIA EN EL SERVICIO

Nuestro equipo de Servicios de Apoyo al Destino sigue siendo una parte clave del proceso de ventas al brindar las mejores experiencias en su clase que incluyen actividades culturales en un proceso de planificación personalizado. Nos hemos adaptado al entorno post-COVID mediante el desarrollo de plataformas virtuales de inspección del sitio, así como protocolos de inspección del sitio en vivo que muestran lo mejor de lo que ofrecemos con un enfoque en seguridad y protección.

VENTAS DE OCIO

El equipo de ventas de ocio ha perseguido agresivamente la optimización de canales de distribución clave a través de una serie de medidas de alto impacto, que incluyen:

- Desplegar un equipo de cuatro personas para asegurar un énfasis óptimo en cuentas de alta producción y oportunidades de crecimiento.
- Mayor enfoque en las relaciones clave B2B, incluyendo mayoristas y consorcios, con énfasis en los ingresos adicionales y el crecimiento de la marca.
- Asociaciones de alto impacto diseñadas para aumentar las ventas de ocio, incluyendo la American Society of Travel Advisors (ASTA), la Cruise Line Industry Association (CLIA) y Brand USA.
- Lideramos varias misiones de ventas en colaboración con socios de la industria para llegar a agencias de viajes, centros de llamadas de aerolíneas y otros productores de alto potencial en mercados clave, como Texas, Florida, Nueva York y Chicago.



Faro Los Morrillos
Cabo Rojo, Puerto Rico

COMUNICACIONES LOCALES

Y ENLACES

COMUNICACIONES LOCALES Y ENLACES

Discover Puerto Rico involucra continuamente a las partes interesadas de la industria a nivel local y a la comunidad en general, buscando mantenerlas informadas sobre nuestros esfuerzos y progreso.

EN EL AÑO FISCAL 2019-20, NUESTRAS HERRAMIENTAS Y ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN INCLUYERON:

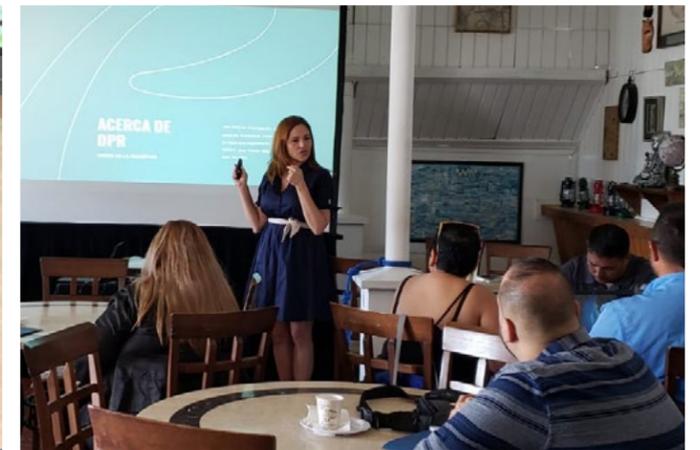
REUNIONES Y EVENTOS DE LA INDUSTRIA:

- 8 Mesas redondas con la industria
- 5 Presentaciones de asociaciones comerciales
- Mesa redonda de arte y cultura
- 22 Presentaciones públicas
- 175+ Reuniones con partes interesadas
- 5 Actualizaciones de la industria
- 12 Presentaciones municipales
- 54+ Reuniones de alcance legislativo
- 400+ Acercamientos y contacto con partes interesadas durante los terremotos y el COVID-19
- 8 Conferencias de prensa
- 28 Comunicados de prensa
- 75+ Entrevistas en medios locales
- \$6.93 Millones en valor publicitario por la cobertura de los medios locales
- 960 Menciones editoriales



EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN

Discover Puerto Rico ha realizado múltiples sesiones educativas en persona y virtuales diseñadas para capacitar a las empresas locales sobre temas importantes que pueden impactar positivamente sus estrategias de mercadeo y ventas. Se han cubierto una variedad de temas que incluyen redes sociales, segmentos LGBTQ, nuestro sitio web, asociaciones, uso de Google My Business y comunicación durante una crisis.





MIRANDO AL FUTURO

MIRANDO AL FUTURO

Sin duda, el 2020 será un año que nunca olvidaremos. Al principio, este año ofreció una gran promesa y potencial, con mayores tasas de reservación, ventas de MICE y capacidad de las aerolíneas apuntando a un rendimiento récord. Desafortunadamente, la actividad sísmica y el COVID-19 han interrumpido el progreso en curso y han afectado significativamente nuestro crecimiento económico. Sin embargo, a pesar de este comienzo decepcionante para el 2020, seguimos confiados, comprometidos y decididos a recuperarnos de este revés. Las mismas razones por las que los viajes crecieron a un ritmo récord en el 2019 siguen presentes hoy. Ahora debemos confiar en la fuerza, la capacidad de recuperación y el espíritu de colaboración de Puerto Rico, combinados con el mercadeo ingenioso e impactante de Discover Puerto Rico para escribir otra increíble historia de recuperación.

IMPACTO DEL COVID-19

Las proyecciones actuales sugieren que la pandemia del COVID-19 tendrá tres veces el impacto de los huracanes Irma y María en nuestra industria turística. Muchos expertos sugieren que la economía turística nacional puede no recuperarse por completo en dos o tres años. La investigación confirma que los hábitos, las preferencias y la toma de decisiones de los viajeros están cambiando rápidamente y esto probablemente continuará en el futuro previsible.

DISCOVER PUERTO RICO EXAMINARÁ Y APLICARÁ EL ANÁLISIS Y LA INVESTIGACIÓN CONTINUA PARA GARANTIZAR QUE TANTO NUESTROS SOCIOS COMO NOSOTROS NOS MANTENEMOS A LA VANGUARDIA DE LAS TENDENCIAS Y RESPONDEMOS A LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES.

ADAPTACIÓN A NUEVOS PROTOCOLOS Y PROCESOS DE SALUD Y SEGURIDAD

Nuestra industria local, al igual que sus contrapartes en todo el mundo, ha implementado muchos protocolos, procesos y estándares nuevos para adaptarse a este nuevo entorno. Nuestro gobierno y el aeropuerto han implementado nuevos requisitos de entrada. Las expectativas de los viajeros, los organizadores de reuniones, los titulares de derechos de eventos, los asesores de viajes y otros socios clave cambian constantemente. Esto está causando mucho caos en toda nuestra industria.

DISCOVER PUERTO RICO CONTINUARÁ MONITOREANDO Y ADAPTÁNDOSE A LA NATURALEZA FLUIDA DE LOS VIAJES EN ESTE AMBIENTE ACTUAL INFLUENCIADO POR EL COVID-19. AUNQUE LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS Y LAS PERSPECTIVAS DE UNA VACUNA CONTRA EL COVID-19 SON PROMETEDORAS, RECONOCEMOS QUE DEBEMOS ESFORZARNOS CONTINUAMENTE POR SER LÍDERES EN NUESTRA INDUSTRIA. NOSOTROS CREEMOS QUE, AL IGUAL QUE OTRAS CRISIS, HABRÁ GANADORES Y PERDEDORES. ESTAMOS DECIDIDOS A ASEGURARNOS DE QUE DISCOVER PUERTO RICO, NUESTROS SOCIOS DE LA INDUSTRIA Y NUESTRA MARCA DE DESTINO PREVALEZCAN.

CAPACIDAD DE LÍNEA AÉREA Y CRUCERO

El COVID-19 ha impactado significativamente las líneas aéreas y las líneas de cruceros. El principal aeropuerto de Puerto Rico en San Juan ha mantenido operaciones durante toda la pandemia y la mayoría de las aerolíneas han mantenido horarios reducidos. Los aeropuertos comerciales en Aguadilla y Ponce fueron cerrados temporalmente, pero han reanudado sus operaciones. Todos los transportistas principales han confirmado los itinerarios a Puerto Rico en la segunda mitad del 2020, presentando la oportunidad de acelerar la recuperación económica del turismo. La capacidad de la línea de cruceros se ve afectada por las reducciones anticipadas de la demanda y las restricciones a las operaciones por parte de los organismos reguladores.

DISCOVER PUERTO RICO ESTÁ PREPARADO PARA TRABAJAR ESTRECHAMENTE CON AEROLÍNEAS Y CRUCEROS PARA OPTIMIZAR LOS RESULTADOS PARA EL DESTINO Y SUS SOCIOS.

DESARROLLO DEL DESTINO

La construcción de proyectos importantes, como El Distrito y el Four Seasons Cayo Largo Resort, se interrumpió temporalmente. Sin embargo, la construcción fue una de las primeras industrias en reabrir durante la Fase 1 del proceso de recuperación del COVID-19. Los desarrolladores parecen estar libres de preocupaciones relacionadas con el COVID-19 y, más bien, están alentados por las perspectivas futuras para el turismo en Puerto Rico. Del mismo modo, el Gobierno de Puerto Rico ha obtenido con éxito una Orden del Departamento de Transportación de los Estados Unidos para flexibilizar ciertas restricciones relacionadas con el transporte aéreo a la isla, tanto para el servicio de carga como de pasajeros, lo que potencialmente crea posibilidades para expandir y mejorar el tráfico aéreo a Puerto Rico.

DISCOVER PUERTO RICO CONTINUARÁ TRABAJANDO CON SOCIOS DEL SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO PARA PROMOVER DE MANERA PROACTIVA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO POTENCIAL DEL TURISMO EN PUERTO RICO Y APOYARLOS CON INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS RELEVANTES Y OPORTUNOS.

PUBLICIDAD

Confiamos en la investigación primaria y secundaria, junto con las prácticas recomendadas de la industria, para guiar nuestras decisiones de inversión relacionadas con la publicidad. Todos los anuncios se desarrollarán de acuerdo con nuestras guías de la marca. La investigación, el análisis de tendencias y la capacidad de las aerolíneas informarán a los mercados objetivo, los segmentos de consumidores y los viajeros. Como los recursos actualmente disponibles para publicidad limitan nuestros gastos a niveles muy por debajo de nuestra competencia, continuaremos priorizando las estrategias y tácticas publicitarias para optimizar nuestro impacto. La publicidad digital, la optimización de motores de búsqueda, la promoción de redes sociales y la publicidad audiovisual probablemente serán las prioridades.

DISCOVER PUERTO RICO DEPENDERÁ DE LA INVESTIGACIÓN Y LA PRÁCTICAS RECOMENDADAS DE LA INDUSTRIA PARA ASIGNAR FONDOS CON EL OBJETIVO DE MAXIMIZAR EL IMPACTO ECONÓMICO Y LA OPTIMIZACIÓN DE LA SALUD DE LA MARCA.

RELACIONES PÚBLICAS

Regularmente desplegamos recursos para atraer publicidad positiva para la isla y su industria turística. El valor de la cobertura mediática generada por estos esfuerzos es significativo y optimiza el mensaje publicitario. Priorizaremos los medios comerciales de viajes, los principales medios de comunicación y los influenciadores para optimizar la publicidad positiva relacionada con los viajes posteriores al COVID-19. Se emplearán esfuerzos dirigidos para atraer publicidad positiva en mercados clave o segmentos de mercado, sujeto a las limitaciones de recursos.

DISCOVER PUERTO RICO BUSCARÁ COBERTURA MEDIÁTICA POSITIVA QUE DESTAQUE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA ISLA.

VENTAS

Confiamos en una variedad de medidas y tácticas para optimizar el rendimiento del destino en los canales clave de distribución de ocio, incluyendo las agencias de viajes en línea (OTA), mayoristas y asesores de viajes. Reconocer estos canales será esencial para nuestros planes de recuperación. Nuestros programas de ventas estarán diseñados para maximizar el retorno de inversión y alinearse estrechamente con nuestras estrategias publicitarias, promoviendo al mismo tiempo ofertas con valor añadido por parte de nuestros socios locales.

El COVID-19 ha afectado gravemente los viajes grupales de reuniones, convenciones e incentivos (MICE). La perspectiva para los viajes grupales sugiere que las reuniones a corto plazo se reducirán en tamaño y probablemente requerirán un componente en línea para permitir la participación de aquellos que no pueden (o eligen no) viajar. Sin embargo, anticipamos que los viajes de MICE comenzarán a recuperarse en el 2021. Los cambios en los estándares de la industria y las limitaciones presupuestarias requerirán que dependamos en gran medida de las ventas digitales, pero las misiones de ventas, los viajes de familiarización y las activaciones de la industria seguirán siendo necesarias en algunas instancias.

DISCOVER PUERTO RICO SE ADAPTARÁ A LAS TENDENCIAS Y EXPECTATIVAS CAMBIANTES EN VIAJES GRUPALES Y PROMOCIÓN DE VIAJES DE OCIO, BUSCANDO IDENTIFICAR VENTAJAS COMPETITIVAS ASÍ COMO MÉTODOS Y RESULTADOS ULTRAEFICIENTES E IMPACTANTES.

COMUNICACIONES LOCALES Y ENLACES

Discover Puerto Rico busca ser reconocido por los residentes locales y las empresas como un elemento clave en el desarrollo económico exitoso y un inversor de recursos transparente y de alto impacto. Si bien el concepto de la Organización de Mercadeo de Destino (DMO) es nuevo en Puerto Rico, se ha avanzado mucho en la educación de nuestra comunidad en la isla. Los resultados en nuestros primeros dos años no tienen precedentes y están respaldados por volúmenes de investigación independiente. Discover Puerto Rico buscará una mejora continua en sus operaciones y seguirá comprometido a comunicar de manera transparente nuestras estrategias, tácticas y resultados a las partes interesadas a nivel local.

Mantenerse conectado e informar nuestra visión, misión e iniciativas específicas a las partes interesadas es clave para lograr la alineación intersectorial y ayudar a impulsar la economía en colaboración a través del turismo. Durante el año pasado, trabajamos diligentemente para ampliar nuestro alcance fuera del área metropolitana y nuestra cobertura de medios locales ha sido más frecuente y más positiva. Nuestro valor de cobertura mediática generada en los medios locales para el año fiscal 2019-2020 alcanzó **\$6.9M**.

DISCOVER PUERTO RICO INVOLUCRARÁ CONTINUAMENTE A LAS PARTES INTERESADAS LOCALES PARA GARANTIZAR QUE NUESTRA ISLA ESTÉ BIEN INFORMADA DE NUESTROS ESFUERZOS PARA HACER CRECER LA ECONOMÍA, AYUDAR A LAS EMPRESAS LOCALES Y POSICIONAR APROPIADAMENTE A NUESTRA ISLA COMO UN DESTINO DE NEGOCIOS Y OCIO DE PRIMER NIVEL.

APÉNDICE



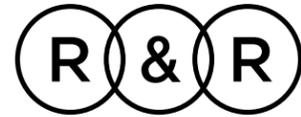
APÉNDICE I

Hacer crecer la economía del visitante es una tarea ardua que requiere la colaboración de profesionales apasionados en los sectores público, privado y sin fines de lucro. Nuestro sincero agradecimiento a los siguientes socios por su compromiso inquebrantable y su valioso apoyo:



GOBIERNO DE PUERTO RICO
Departamento de Desarrollo Económico y Comercio





APÉNDICE II

Estos comités se reúnen regularmente para ofrecer ideas, comentarios y sugerencias relacionadas con nuestras estrategias de mercadeo y ventas.

COMITÉ ASESOR DE MERCADEO Y VENTAS

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Junta de Directores de Discover Puerto Rico

JON BORSCHOW

Junta de Directores de Discover Puerto Rico

JOSÉ (PECO) SUÁREZ

Junta de Directores de Discover Puerto Rico

ALMA BAIR

Alquileres independientes

ARMANDO VILAS-PICA

Desarrolladores

CARLA CAMPOS

Compañía de Turismo de Puerto Rico

CARLOS RUIZ

Arte y cultura

CLARISA JIMÉNEZ

Puerto Rico Hotel & Tourism Association

GADIEL LEBRÓN

Gastronomía

GRACIELA ELETA

Foundation for Puerto Rico

IRIS AYALA

Ventas al por menor

JOAQUÍN CRUZ

Propiedad MICE

KIMBERLY LEWIN

Marriott

LETTY RIVERO

Hilton

MARGARET COLÓN

Centro de Convenciones de Puerto Rico

MIGUEL VEGA

Casinos

MIREM UBARRI

El San Juan Hotel

NANCY MATOS

Compañía de Administración de Destinos

NOELIA GARCÍA

Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones de Puerto Rico

PETER HOPGOOD

Propietarios de Hotel / Desarrolladores

TERESTELLA GONZÁLEZ

Investigación / Academia

WESLEY CULLEN

Atracciones

XAVIER RAMÍREZ

Propiedad de alojamiento pequeño

COMITÉ ASESOR DE VENTAS E INGRESOS

ADA MABEL RIVERA

Director de Ventas Verdanza Hotel

ANGELO PÉREZ

Sheraton Viejo San Juan

ARMANDO EMANUELLI

Sheraton Viejo San Juan

BARBARA VÉLEZ

Hyatt House & Hyatt Place

BARBARA VÉLEZ

Rums of Puerto Rico

CAROLINE QUINTANA

Verdanza Hotel San Juan

CARLOS RONCALLO

Caribe Hilton & Condado Plaza Hilton

CINDY ALDEA

AC San Juan

DREW MILLER

San Juan Marriott & Sheraton Convention Center

ERNESTO VELAZQUEZ

Wyndham Rio Mar

EVY GARCÍA

Wyndham Grand Rio Mar Puerto Rico Golf & Beach Resort

GABRIEL CARDENAS

El Distrito

JEANNETTE AVILÉS

Sheraton Puerto Rico Hotel & Casino

JOAQUÍN CRUZ

San Juan Marriott Resort & Stellaris Casino

JULIE MILLER

St. Regis

LIANA ONDINA

Verdanza Hotel

LORENZO PEDONE

Intercontinental San Juan

LUZ GONZÁLEZ

La Concha A Renaissance Resort

MARGARET COLÓN

Puerto Rico Convention Center

MARGARITA CASABLANCA

Hyatt Regency Grand Reserve

MELISSA PUEYO

Bacardi

MILITZA ORAMA

Condado Vanderbilt

MYRIAM FLORES

AC San Juan

NATALIA LUNA

Courtyard by Marriott Isla Verde

NEREIDA AMADOR

Hyatt Regency Grand Reserve

NILKA GARAY

Intercontinental San Juan

PETER D. HOPGOOD

International Hospitality Enterprises

PIER LECOMPTE

Hilton

RAQUEL ROSA

Renaissance La Concha

ROSALINDA RODRÍGUEZ

Intercontinental San Juan

SHEILA MURIEL

Courtyard Marriott Isla Verde

SHIRLEY ROSA

Aloft

SYLVIA RIVERA

Toro Verde

WILDA MELÉNDEZ

Embassy Suites Isla Verde and Dorado

COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA | COMITÉ EJECUTIVO

JON BORSCHOW

Presidente de la Junta

JOSÉ (PECO) SUÁREZ

Vicepresidente de la Junta

ALBERTO ESCUDERO

Tesorero de la Junta

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Secretaria de la junta

MIGUEL VEGA

SECRETARIO MANUEL LABOY

TOMÁS RAMÍREZ

COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA | COMITÉ DE AUDITORÍA

MIGUEL VEGA

Presidente

TOMÁS RAMÍREZ

JORGE HERNÁNDEZ

SECRETARIO MANUEL LABOY

COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA | COMITÉ DE FINANZAS

ALBERTO ESCUDERO

Presidente y Tesorero de la Junta

CARLA CAMPOS

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Secretaria de la Junta

COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA | COMITÉ DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y EFECTIVIDAD

JOSÉ SUAREZ

Presidente y Vicepresidente de la Junta

JORGE HERNÁNDEZ

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Secretaria de la Junta

TOMÁS RAMÍREZ

SECRETARIO MANUEL LABOY

COMITÉS DE LA JUNTA DIRECTIVA | COMITÉ DE ÉTICA Y GOBERNANZA

TOMÁS RAMÍREZ

Presidente

JOANNE FERGUSON-TWISTE

Secretaria de la Junta

NOELIA GARCÍA

APÉNDICE III

Ingresos
<i>Fondos Públicos</i>
Ingresos de Impuestos de Alojamiento CDBG-DR
<i>Fondos Privados</i>
Coop / Participación en Eventos
Servicios Donados & Otros
Nómina y beneficios relacionados
Gastos Administrativos/Operacionales
Gasto de instalaciones
Legal / consultoría / auditoría
Depreciación
Gastos de reclutamiento y reubicación
Materiales de Oficinas / Equipo Misc.
Licencias / Teléfono / Internet
Línea de intereses de crédito
Otros
Ventas / Mercadeo / Publicidad
Inversión Promocional CDBG
Ferias / Conferencias / Eventos
Ventas de Grupos y Servicios
Publicidad & Ventas de Ocio, Promo
Industria Local / Eventos Comunitarios
Relaciones Públicas
Desarrollo Creativo / Colateral
Investigación
Otros gastos promocionales
Total Gastos
Net

Presupuesto Año Fiscal 2020-2021		
Fondo Operacional	Fondos CDBG-DR (T1) *	Consolidados
\$ 25,000,000	\$ 7,840,000	\$ 25,000,000
		7,840,000
		-
271,000		271,000
112,000		112,000
		-
\$ 25,383,000	\$ 7,840,000	\$ 33,223,000
\$ 6,125,000		\$ 6,125,000
240,000		240,000
204,800		204,800
205,000		205,000
5,000		5,000
42,600		42,600
220,000		220,000
132,300		132,300
259,400		259,400
1,309,100	-	1,309,100
	7,840,000	7,840,000
2,717,220		2,717,220
732,400		732,400
9,499,280		9,499,280
200,000		200,000
3,000,000		3,000,000
600,000		600,000
750,000		750,000
450,000		450,000
\$ 17,948,900	\$ 7,840,000	\$ 25,788,900
\$ 25,383,000	\$ 7,840,000	\$ 33,223,000
\$ -	\$ -	\$ -

* Fondos de uso restringido

APÉNDICE IV

PROGRAMA DE ACREDITACIÓN DE MERCADEO DE DESTINO ("DMAP")

El Programa de Acreditación de Mercadeo de Destino (DMAP), reconocido a nivel mundial, sirve como una distinción de la industria que define los estándares de calidad y rendimiento en el mercadeo y la gestión de destino. Lograr la acreditación DMAP posiciona al DMO como una organización valorada y respetada en la comunidad, ya que solo 250 DMOs en todo el mundo están acreditados. La acreditación requiere cumplir con un amplio conjunto de requisitos, un código de conducta y demostrar experiencia en mercadeo de destino.

En Discover Puerto Rico estamos comprometidos con la excelencia y desde el principio establecimos las bases para acreditarnos tan pronto como cumplamos con los requisitos de elegibilidad. Convertirse en un DMO acreditado no es solo un requisito de nuestra Ley vigente (Ley 17 de 2017), sino un paso natural alineado con nuestra visión y valores.

La siguiente tabla describe los dominios que evalúa el programa de acreditación.

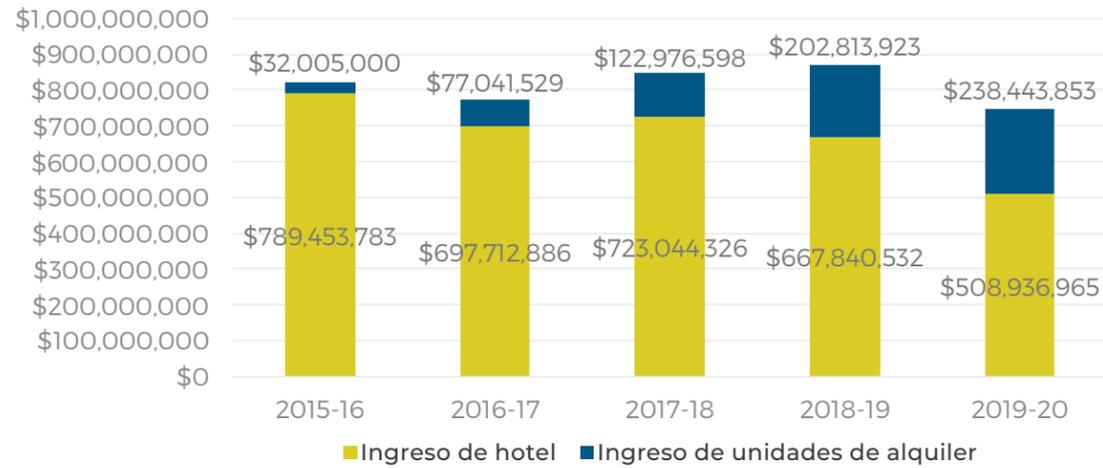
Dominios de acreditación	Normas
Gobernanza	12
Plan estratégico	3
Promoción / Compromiso con la industria	3
Finanzas	7
Recursos humanos	12
Administración e Instalaciones	7
Tecnología	5
Investigación	2
Gestión de la marca	5
Mercadeo	6
Comunicaciones	6
Ventas	13
Servicios al visitante	4
Membresías/Alianzas	5
Desarrollo del destino	1
Voluntariado / Gestión	1
Requisitos obligatorios totales	92
Aspiracional (voluntario)	20
Estándares totales	112

Discover Puerto Rico ha solicitado la consideración para el paquete de acreditación completo y espera una notificación final para diciembre del 2020. En la solicitud inicial, Discover Puerto Rico demostró el cumplimiento del 100% de los requisitos obligatorios que son aplicables a nuestra organización y también excedió o superó los requisitos para nueve categorías aspiracionales (es decir, voluntarias).

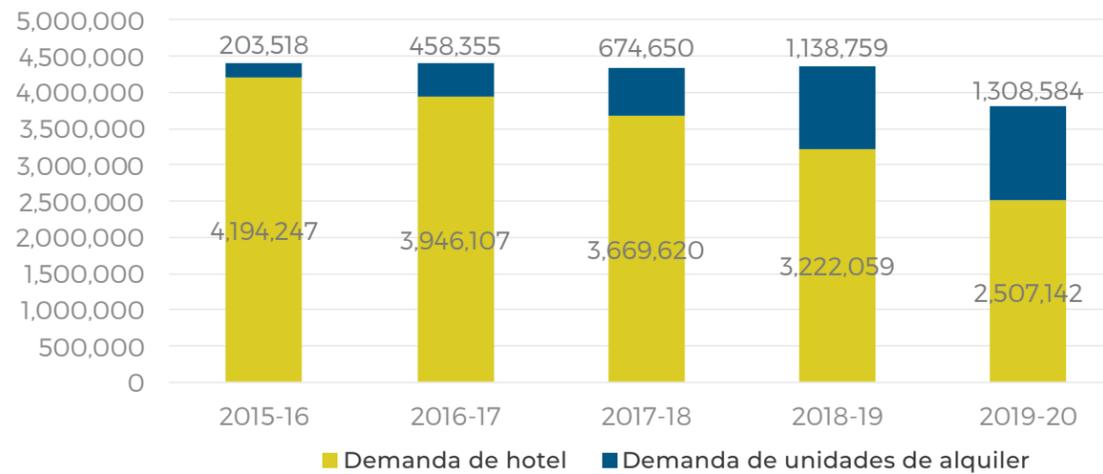
APÉNDICE V

RENDIMIENTO DEL MERCADO

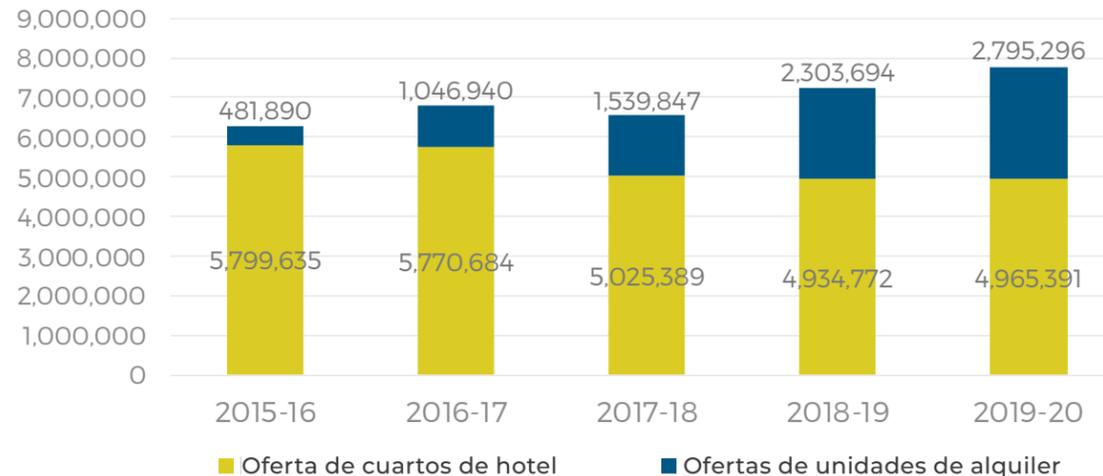
INGRESOS DE ALOJAMIENTO



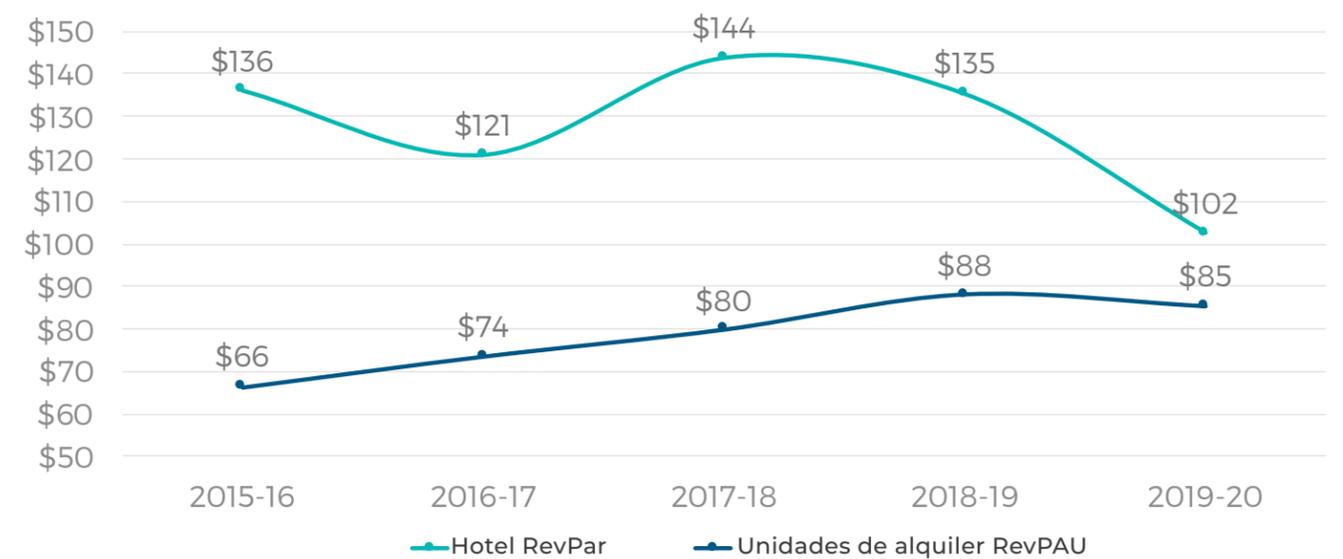
DEMANDA DE ALOJAMIENTO



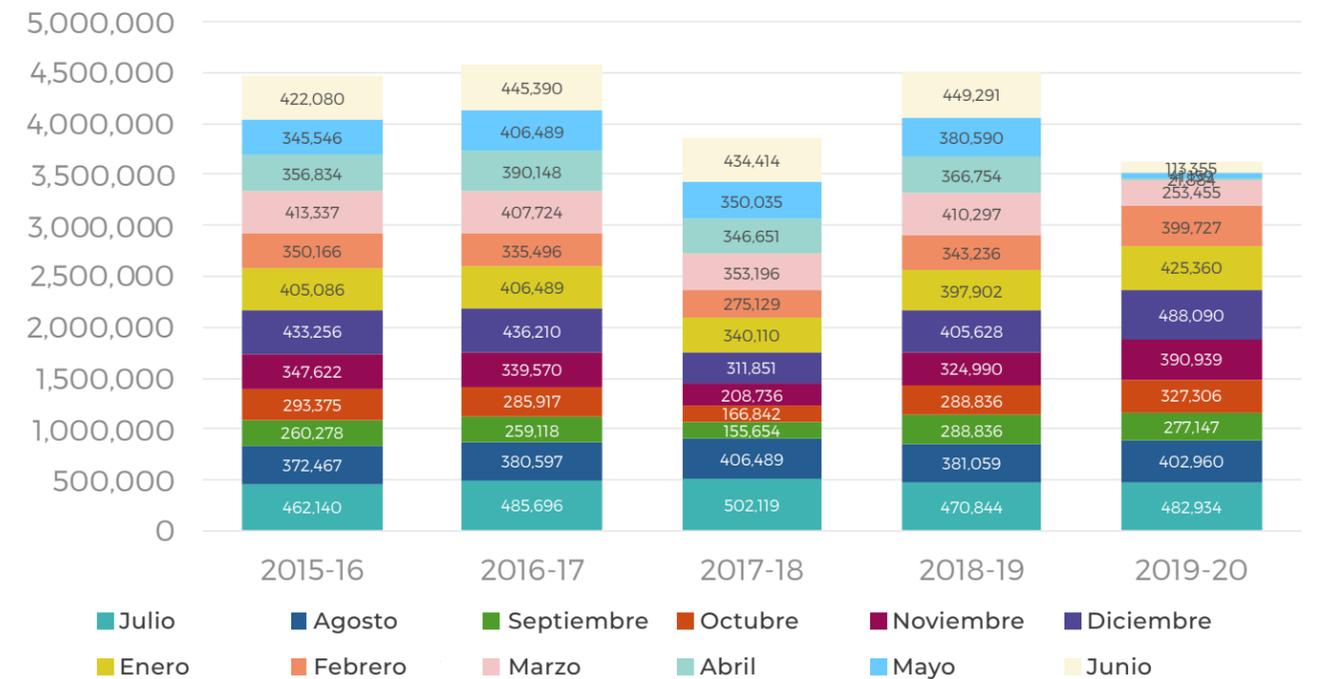
OFERTA DE ALOJAMIENTO



INGRESOS DE ALOJAMIENTO POR HABITACIÓN / UNIDAD DISPONIBLE

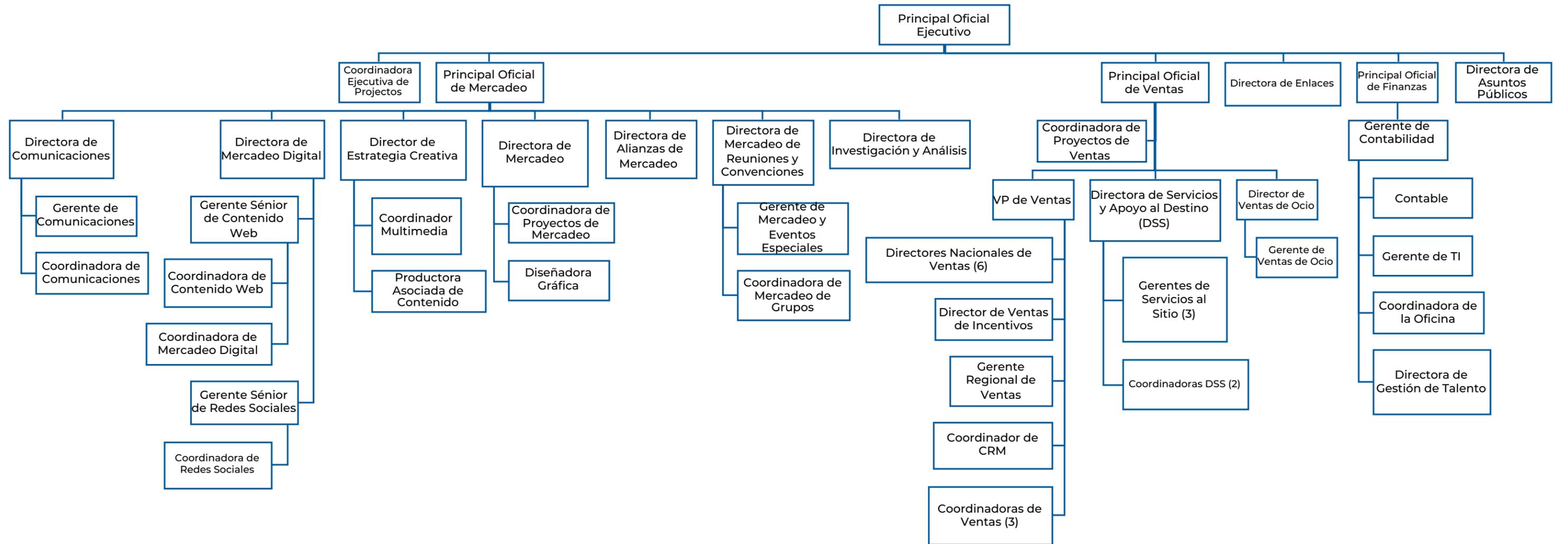


LLEGADAS A SJU



APÉNDICE VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



TESTIMONIOS



"EL DMO HA FORMULADO Y COMUNICADO UN MENSAJE COHERENTE A NUESTROS VISITANTES POTENCIALES, LO CUAL ES PRIMORDIAL CUANDO SE DESARROLLA UNA ESTRATEGIA DE MERCADEO EFECTIVA PARA UN DESTINO PRÓSPERO. ADEMÁS, SU ESTRUCTURA PROMUEVE LA INTEGRACIÓN EXITOSA DE TODOS LOS COMPONENTES DE LA ECONOMÍA DEL VISITANTE DE PUERTO RICO".

JORGE HERNÁNDEZ
CEO DE AEROSTAR AIRPORT HOLDINGS, LLC



"DURANTE AÑOS, COMO INDUSTRIA, HEMOS SIDO PROMOTORES Y HEMOS APOYADO LA CREACIÓN DE UN DMO. TENER UNA ORGANIZACIÓN COMO DISCOVER PUERTO RICO QUE SE DEDICA A MERCADEAR EL DESTINO FUERA DE PUERTO RICO FUE FUNDAMENTAL PARA DAR LA CONTINUIDAD NECESARIA A LA PROMOCIÓN Y MERCADEO Y MANTENER LA SINERGIA EN EL MENSAJE A LOS DIFERENTES MERCADOS. A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO, ES LA DECISIÓN CORRECTA Y CUENTAN CON NUESTRO APOYO".

CLARISA JIMÉNEZ
PRESIDENTA Y DIRECTORA EJECUTIVA DE LA PUERTO RICO HOTEL AND TOURISM ASSOCIATION



"DISCOVER PUERTO RICO TUVO ÉXITO AL EJECUTAR UNA EXITOSA CAMPAÑA CON ORGANIZACIONES LÍDERES DEL SECTOR PRIVADO, AL TIEMPO QUE PROPORCIONÓ UNA PLATAFORMA EFECTIVA PARA QUE LOS PARTICIPANTES DEL SECTOR TURÍSTICO SE EXHIBIERAN EN SU PORTAL Y REDES SOCIALES. SU MOVIMIENTO PARA LLEGAR MÁS ALLÁ DE LOS MERCADOS TRADICIONALES DE ESTADOS UNIDOS CONTINENTALES A LOS INTERNACIONALES TAMBIÉN FUE UN GRAN PASO PARA DIVERSIFICAR LA FUENTE DE VISITANTES Y CREAR UNA PRESENCIA GLOBAL PARA LA INDUSTRIA TURÍSTICA DE PUERTO RICO".

JOSÉ E. LEDESMA
PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PUERTO RICO 2019-2020



DISCOVER
Puerto Rico