



## **Los esfuerzos de Discover Puerto Rico resultan en cifras récord para la Isla**

*Las métricas muestran que la ocupación, los ingresos y otros indicadores clave de negocios superan los números de 2019, el mejor año en la historia del turismo en la Isla*

**San Juan, Puerto Rico, julio 12, 2021.** La gran recuperación del turismo en Puerto Rico avanza a un ritmo extraordinario, según mostraron los últimos datos de Discover Puerto Rico, revelados durante la Actualización a la Industria de julio. El número de visitantes sigue creciendo, la ocupación ha alcanzado picos sin precedentes, y tanto los ingresos por gastos de visitantes como los ingresos fiscales están en un máximo histórico. Las noches de habitación vendidas han superado las cifras de 2019, el mejor año de la Isla hasta la fecha, durante ocho semanas consecutivas, mientras que las reuniones y convenciones han superado el 2019 durante ocho de las últimas diez semanas.

"A pesar de enfrentar muchos desafíos derivados de la pandemia, la comunidad turística de Puerto Rico está demostrando una vez más al mundo su fuerza y resiliencia", dijo Brad Dean, CEO de Discover Puerto Rico. "La tasa de retorno de nuestra inversión en mercado es muy alta, y el impacto de nuestra publicidad se ve reflejado no solo en un mayor número de visitantes, sino en un gasto por visitante más elevado y en una dispersión de turistas a lo largo de toda la Isla".

Las últimas ocho semanas han demostrado que la recuperación turística de Puerto Rico está superando la de otros estados y territorios de Estados Unidos. Por ejemplo, las tasas de ocupación hotelera son un 15% más altas que en 2019, mientras que en el resto de los Estados Unidos la ocupación hotelera está un 7.5% por debajo de donde estaba hace dos años.

Destaca también el hecho de que el incremento en la demanda hotelera no es el resultado de tarifas bajas. De hecho, las tarifas son un 37% más altas de lo que fueron durante el mismo período en 2019 y la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) informó que los impuestos recaudados en mayo fueron un 53% más altos que hace dos años. Y aunque los números finales para junio aún no se han publicado, se espera que la recaudación del mes sea un 70% más alta que en 2019.

Puerto Rico también supera a otros destinos del Caribe, tanto en términos de resiliencia durante el 2020 como en términos de recuperación después de la pandemia. Adam Sacks, presidente de Tourism Economics, compartió durante la sesión de Actualización a la Industria que la región del Caribe experimentó un descenso del 68% en el número de visitantes durante 2020, mientras que en Puerto Rico el declive fue solo del 47%. En 2021, incluso según las estimaciones más conservadoras, Puerto Rico retornará a las cifras de 2019, mientras que el resto de la región solo verá una recuperación del 39%. Esta tendencia continúa en 2022, cuando se espera que Puerto Rico supere en al menos un 3% las cifras de 2019, en contraste con el resto del Caribe, cuyo número de visitantes se proyecta un 38% por debajo del de hace dos años.

"Nuestra investigación muestra que las acciones de las organizaciones de mercadeo de destinos (DMO, por sus siglas en inglés) sí influyen en los planes de viajes de los consumidores, y a lo



largo de los desafíos que se han enfrentado, Puerto Rico ha demostrado una y otra vez que sabe lo que está haciendo. Si pudiera calificarlos, diría que Puerto Rico tiene un doctorado en recuperación", dijo Sacks.

Una investigación independiente revela que estos impresionantes resultados han sido impulsados en gran parte por las estrategias y tácticas de mercadeo implementadas por Discover Puerto Rico. De hecho, según la tecnología de seguimiento proporcionada por Adara, los consumidores expuestos a la publicidad de Discover Puerto Rico están, no solo más propensos a llegar a la Isla, sino que pagan tarifas diarias un 34% más altas que el promedio y se quedan un 12% más que otros visitantes.

### **Resultados basados en datos**

Como lo ha hecho desde su creación en 2018, Discover Puerto Rico continúa apoyándose en datos generados por una investigación sólida y análisis cauteloso para tomar decisiones, medir con precisión el impacto financiero y el retorno de la inversión de sus iniciativas. La investigación independiente llevada a cabo por Destination Analysts -utilizada para medir los resultados de la organización y fundamentar sus decisiones- revela que dos tercios de los consumidores en los mercados objetivo recordaron haber oído hablar de viajes a Puerto Rico en los últimos seis meses, y el 40% de ellos prevé visitar Puerto Rico en los próximos dos años. Más del 70% dijo que los anuncios publicitarios hicieron que Puerto Rico le pareciera un lugar seguro para visitar, y más de la mitad de los consumidores entrevistados indicaron sentirse más inclinados a visitar Puerto Rico en el próximo año y medio después de ver los anuncios.

Aunque se espera la demanda continúe en aumento durante el verano, las previsiones de reservas futuras muestran un descenso a partir de octubre. Esta ralentización de las reservas es coherente con la temporada baja, y se explica además por la vuelta a la normalidad en el comportamiento de los viajeros y el levantamiento de las restricciones para viajes internacionales. A medida que el panorama se vuelve más competitivo que nunca, muchos destinos estadounidenses están planificando campañas de mercadeo más cuantiosas que nunca, y Discover Puerto Rico apremia al gobierno local a asignar una parte de los fondos federales del American Rescue Plan a los esfuerzos de promoción del turismo, con el fin de seguir ofreciendo resultados excepcionales que se traduzcan en un impacto económico para la Isla.

"Puerto Rico tiene muchas necesidades, pero es pertinente y necesario invertir más en el turismo, una industria que genera 86,000 empleos y más de \$760 millones de dólares en ingresos fiscales. Como nuestros resultados han demostrado repetidamente, una inversión en turismo es una inversión en el futuro de Puerto Rico", concluyó Dean.

###



### **Acerca de Discover Puerto Rico**

Discover Puerto Rico es una Organización de Mercadeo de Destino (DMO) privada, sin fines de lucro, recientemente establecida, cuya misión es hacer que Puerto Rico sea visible para el mundo como un destino turístico de primer nivel. El DMO trae prosperidad a la gente de Puerto Rico al promover de manera colaborativa la diversidad y singularidad de la Isla para viajes de ocio, negocios y eventos. Es responsable de todo el mercadeo, las ventas y la promoción global del destino y trabaja en colaboración con los sectores gubernamentales y no gubernamentales locales clave en la economía del visitante de Puerto Rico y la comunidad en general, para potenciar el crecimiento económico. Para descubrir toda la belleza que la Isla tiene para ofrecer, visite [DiscoverPuertoRico.com](http://DiscoverPuertoRico.com)