



Millonaria asignación de fondos ARPA impulsarán el mercadeo turístico a niveles competitivos

San Juan, Puerto Rico, 3 de noviembre de 2021- Los fondos para la promoción turística de la Ley del Plan de Recate Americano (ARPA, por sus siglas en inglés) permitirán que, por dos años, Puerto Rico cuente con un presupuesto para el mercadeo turístico en el exterior similar a lo que invierten algunos de los principales destinos que compiten con la Isla, como la República Dominicana, Costa Rica y Jamaica.

En total, bajo ARPA, unos \$50 millones de fondos federales serán utilizados durante el 2022 y 2023 para expandir la campaña de mercadeo a través de todo Estados Unidos, y establecer promociones más allá de los mercados ya desarrollados a nivel internacional, revelaron el Gobernador Pedro Pierluisi y Brad Dean, Principal Oficial Ejecutivo (CEO) de Discover Puerto Rico, durante una videoconferencia en la que se detalló el plan para el uso de los fondos ARPA para la promoción turística que lleva a cabo Discover Puerto Rico.

Estos fondos se añadirán al presupuesto fijo de Discover Puerto Rico, que ascienden a \$25 millones anuales.

Dean explicó que este aumento en fondos de promoción ocurre en una coyuntura positiva para Puerto Rico, ya que la industria turística local ha experimentado un año fenomenal con los gastos de los visitantes, que registró un incremento de 19% sobre todo el año 2019. En EE.UU. el gasto de los viajeros estaba para el -9% en comparación con el 2019, según informes de U.S. Travel Association y Tourism Economics.

Por su parte, Pierluisi apuntó que “mientras otros destinos turísticos están sobreviviendo, nosotros estamos prosperando. Mientras nuestros competidores siguen muy por debajo de los niveles pre-pandemia, nosotros estamos en camino de que el 2021 sea un año récord”.

“Esto es una histórica oportunidad para continuar el éxito del 2021 y llevar al turismo en Puerto Rico a nuevos niveles”, dijo el CEO de Discover Puerto Rico

Mientras, Leah Chandler, Principal Oficial de Mercadeo de Discover Puerto Rico, explicó que la organización ha desarrollado un plan para el uso de los fondos cuyo objetivo principal es estimular el desarrollo económico y, desde las ventajas competitivas alcanzadas durante la pandemia, cimentar el camino hacia un dominio de mercados turísticos.

“Esta vez no estamos trabajando para que regrese la industria a la normalidad, sino de tomar el control de nuevos mercados”, explicó Chandler. La ejecutiva de mercadeo detalló que, entre las iniciativas que contempla el plan para el uso de los fondos ARPA, se encuentra desarrollar una campaña promocional a través de todo Estados Unidos, y no solo las ciudades que figuran como principales mercados.



Del mismo modo, la promoción turística se adentrará en el nicho de viajeros concienzudos que buscan experiencias culturales en conexión con las comunidades locales. Se impulsará, además, las ventajas competitivas de Puerto Rico como destino, incluyendo la accesibilidad, la alta tasa de personas vacunadas, y las particularidades culturales que permite que el destino se perciba como uno internacional para los visitantes estadounidenses.

También se están diseñando estrategias para promocionar a Puerto Rico dentro del contenido distribuido por plataformas “streaming” (como Netflix, Hulu y Amazon), se establecerá una versión en español del portal de Discover Puerto Rico, se explorarán nuevos nichos entre las comunidades hispanas y de afroamericanos, y se redoblarán los esfuerzos para que los visitantes recorran atractivos más allá de la zona metropolitana de San Juan.

Chandler abundó en las múltiples estrategias que se desarrollarán para atraer a los visitantes y explicó que, a nivel local, usarán una porción de los fondos para establecer un programa que permitirá educar a personas asociadas a la industria y los municipios a promover, alinear e impulsar sus ofrecimientos a través de plataformas digitales.

###

CONTACTO: Edward Zayas 787-975-8696 | Ricardo Cortés 787-642-4934