



Discover Puerto Rico detalla su agenda para el 2022

Informa planes ante la Junta de Supervisión Fiscal como uno de los pilares del desarrollo económico de Puerto Rico

Ciudad de Nueva York, Nueva York, 17 de diciembre de 2021- Discover Puerto Rico presentó hoy ante la Junta de Supervisión y Administración Financiera (JSAF) detalles de la recuperación que ha alcanzado la industria turística en el 2021 y puntualizó las iniciativas que estarán ejecutando en el 2022 para procurar el continuo crecimiento de este sector de la economía.

El Principal Oficial Ejecutivo de Discover Puerto Rico, Brad Dean, precisó que los \$50 millones que se recibirán de fondos de la Ley del Plan de Rescate Americano (ARPA, por sus siglas en inglés) se añadirán a la promoción turística durante los próximos dos años y permitirán que la Isla cuente con un nivel de presupuesto de mercadeo similar al de los destinos competidores.

“Es una gran oportunidad para redoblar los esfuerzos que permitan que la industria crezca y se generen más empleos”, dijo Dean durante la 31ra Reunión Pública de la JSAF, celebrada en el Alexander Hamilton U.S. Customs House, en la ciudad de Nueva York. Para este encuentro, el organismo fiscal convocó las agencias con funciones indispensables para impulsar el crecimiento económico de Puerto Rico.

Con estos fondos, informó Dean, se expandirán los esfuerzos promocionales a todo EE.UU., se duplicará la promoción en forma de anuncios, activaciones y cobertura de medios en las ciudades de origen de los turistas, se creará nuevo contenido promocional y se experimentará con formatos novedosos que prometen buenos rendimientos para la industria turística, como mercadeo a través de servicios de streaming, por ejemplo.

Del mismo modo, el influjo de fondos ayudará a ampliar la presencia de Puerto Rico a nivel internacional, expandiendo la promoción más allá de los mercados ya impactados como España, Reino Unido, Alemania, Canadá y Colombia.

Se establecerán, además, programas que incentivarán que los asesores de viajes promuevan a Puerto Rico, se desarrollarán embajadores del destino entre sectores de la diáspora puertorriqueña, y se generará una iniciativa para ayudar unos 5,000 pequeños negocios asociados al turismo a optimizar sus esfuerzos de mercadeo digital.

En el encuentro, Dean detalló que en el 2021 los ingresos por alojamiento están 35% más altos que en el 2019, que se han recobrado sobre el 96% de los empleos perdidos con las restricciones comerciales asociadas a la pandemia del COVID-19, y que el gobierno ha cobrado sobre \$887 millones en recaudos asociados directa o indirectamente con la industria del visitante en el 2021. Esto es 16% más que en el 2019. Esta última cifra incluye recados por el impuesto al consumo y a los alojamientos, entre otros.

El sistema de rastreo de la firma Arrivalist estimó recientemente que las personas expuestas a los esfuerzos publicitarios de DPR tienen un 119% más probabilidad de visitar la Isla. Del mismo modo, datos



de las firmas especializadas en turismo Adara y STR apuntan a que los que han visto los anuncios de DPR tienen estadías, en promedio, 32% más largas y gastan 33% más en alojamientos.

###