

PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Contacto: Jeniffer Rosa -Vicepresidenta de Comunicaciones
Correo: Jeniffer.rosa@discoverpuertorico.com
Tel: (787) 710-8283 Cel: (917)239-5621

Contacto: Davelyn Tardi- Coordinadora de Comunicaciones
Correo: Davelyn.tardi@discoverpuertorico.com
Tel: (787)710-8283 Cel: (787)247-0339



En aumento viajeros visitando a Puerto Rico

Discover Puerto Rico anuncia crecimiento récord en la demanda de alojamiento durante el primer trimestre del 2019

(San Juan, Puerto Rico, 29 de abril, 2019) –La organización de mercadeo de destino, Discover Puerto Rico (DMO, por sus siglas en inglés) anunció hoy que la demanda de alojamiento del primer trimestre del 2019 está a la par con los niveles del primer trimestre del 2017 a solo 14 meses luego del huracán María, lo cual significa un paso de recuperación sin precedentes para un destino. La demanda total para alquileres independientes se encuentra en un 72% por encima de los niveles del primer trimestre del 2017 subrayando un amplio crecimiento en visitantes. El pronóstico para el año luce prometedor, pues el restante del 2019 muestra un 24% mayor en reservas versus los niveles del 2018. Se estima que este patrón continúe aumentando ya que la ventana promedio entre reservas y llegadas es de 2.5 meses aproximadamente.

“Puerto Rico luce cada vez más como una historia épica de recuperación y me enorgullece ver la industria turística de la Isla jugar un rol protagónico”, dijo Roger Dow, presidente y principal oficial ejecutivo de U.S. Travel Association. “Discover Puerto Rico ha demostrado que la rama de mercadeo de destino es un componente indispensable para un giro exitoso”.

“Aprendimos mucho de nuestros colegas en otros destinos que han enfrentado adversidades, y eso nos ha ayudado a enfocar nuestros esfuerzos. Extrajimos el insumo y la data histórica relacionada a la percepción y observamos de cerca cómo los medios noticiosos manejaron la cobertura de la recuperación. También optimizamos nuestros planes para asegurar resultados poderosos”, dijo Brad Dean, principal oficial ejecutivo de Discover Puerto Rico.

Desde su creación en julio del 2018, Discover Puerto Rico trazó una misión para solidificar la marca del destino de Puerto Rico y acelerar la economía del visitante, empoderando la Isla para capitalizar su valioso producto turístico y prosperar como un destino líder en el Caribe.

Discover Puerto Rico se propuso como meta a corto plazo la recuperación de la industria turística y alcanzar niveles pre-María en el segundo aniversario del huracán. Basado en los resultados del primer trimestre del 2019, la organización ha alcanzado esta meta mucho antes de lo anticipado.

“El DMO fue establecido para priorizar el destino y la economía, asegurando consistencia y las mejores estrategias en su clase para incrementar tanto las visitas de negocios como la de ocio”, enfatizó Dean.

“Este es un momento emocionante para la economía del visitante de Puerto Rico y es gratificante ver un triunfo tempranamente. Sin embargo, este es solo el primer paso, nuestro objetivo principal es poner en marcha el poder transformativo de viajar a Puerto Rico duplicando el tamaño de la economía del visitante y beneficiando los residentes y negocios de la Isla”, añadió.

La industria del turismo en Puerto Rico ha dado grandes pasos en tiempo récord. Entre otros hitos relevantes se encuentran:

- Durante el primer trimestre del 2019, tanto los clientes potenciales como las reservas en el segmento de Reuniones, Incentivos, Conferencias y Eventos (MICE, por sus siglas en inglés) superaron los promedios de los últimos tres y cinco años. Los planificadores de reuniones ven en Puerto Rico una opción ideal por la facilidad de hacer negocios en un territorio de los Estados Unidos y el encanto de un destino en el Caribe.
- Las rutas de acceso aéreo han aumentado en todos los aeropuertos. El aeropuerto Luis Muñoz Marín (SJU) registró un alza de 23.8% en tráfico aéreo en el primer trimestre del 2019 comparado con los primeros tres meses del 2018. Esta es una fuerte señal de crecimiento, mientras más aerolíneas expanden su capacidad y añaden nuevas rutas.
- Comparado con años anteriores, la industria de cruceros en Puerto Rico ha roto récords. Los números de enero, 2019 reflejan un aumento de 29.9% de pasajeros de cruceros en tránsito y hubo un crecimiento de 56.6% en pasajeros de “puerto base” comparado con enero del 2018.
- Aproximadamente 156 hoteles están aceptando reservaciones, mientras que los alquileres de corto plazo proveen a los viajeros más de 8,000 opciones alrededor de la Isla, incluyendo las Islas Municipio de Vieques y Culebra.

Las mayores agencias de viaje en línea (OTA's, por sus siglas en inglés) tales como Priceline, Kayak y Expedia Group también han reportado públicamente un incremento acelerado en demanda de alojamiento en la Isla. Priceline ha reportado que las reservas por habitación, por noche, han aumentado un 125% en el primer semestre. Mientras Kayak.com analizó el tráfico de búsqueda a través de los 50 estados y encontró un aumento de 115% en búsquedas en comparación con el 2018. En 30 de los 50 estados, San Juan fue el destino más buscado. Por otra parte, la data más reciente de Expedia Group muestra que la demanda creció por 440% y 40% respectivamente en el cuarto trimestre del 2018 al ser comparado con el mismo período en el 2017.

En julio del 2019, Discover Puerto Rico comenzó un proceso de reposicionamiento de marca para asegurar un impacto inmediato en la economía del visitante. Mientras la organización se acercaba al primer aniversario del huracán María, su campaña #CoverTheProgress invitó a los medios a enfocarse en el progreso y avances positivos de la industria del turismo. Una movida audaz, que otros destinos que enfrentaron adversidades no hubiesen tomado, cambió la percepción de Puerto Rico, colocando la Isla en un sitio idóneo para ser considerado por viajeros y planificadores de eventos. La organización también activó una iniciativa de contenido con Google, que actualizó y mejoró considerablemente las imágenes disponibles en línea para los viajeros.

Durante el cuarto trimestre del 2019, Discover Puerto Rico se enfocó en cementar avales de importantes medios e influenciadores para difundir las ofertas turísticas del destino. El haber alcanzado el primer lugar en la célebre lista “52 Places to Go” del diario *The New York Times*, además de otros grandes elogios recibidos, ayudaron a catapultar la Isla como uno de los destinos imperdibles del 2019. Comenzando con Lin Manuel Miranda reinterpretando su rol en la obra “Hamilton” y continuando con el episodio especial de “*The Tonight Show*” grabado en Puerto Rico y estelarizado por Jimmy Fallon, además de una estrategia agresiva posicionando a Puerto Rico como el destino ideal del receso de primavera (Spring break), todos fueron elementos clave que impulsaron este momento histórico para el destino.

El mes pasado, Discover Puerto Rico lanzó una nueva identidad de marca, incluyendo un nuevo logo, y un moderno portal electrónico que presenta contenido multimedia atractivo y dinámico diseñado para cautivar y convencer a los visitantes para que seleccionen a la Isla como lugar para vacacionar o llevar a cabo eventos de negocios y convenciones. Además, hace apenas una semana, la organización lanzó su nueva campaña titulada: “*Have We Met Yet?*” (¿Ya nos conocemos?) La nueva campaña presenta nuevamente a Puerto Rico ante los ojos del mundo mostrando, a través de icónicas puertas, cómo el destino recibe a los visitantes con los brazos abiertos como el vecino del sur de la parte continental de los Estados Unidos.

“Estamos emocionados al ver el impacto que los esfuerzos del DMO están teniendo en la comunidad local. Puerto Rico tiene una oportunidad increíble de elevar su posicionamiento global y este es solo el

comienzo”, dijo Leah Chandler, principal ejecutiva de mercadeo de Discover Puerto Rico. A través de la investigación, innovación, la colaboración y las mejores prácticas de mercadeo, Discover Puerto Rico continúa trabajando con los líderes de la industria para promover a Puerto Rico como un destino de clase mundial. Recientemente, la Isla fue seleccionada como el destino anfitrión en el 2020 de la cumbre global del World Travel and Tourism Council (WTTC, por sus siglas en inglés)– una evidencia más de que la industria turística en Puerto Rico sigue desarrollándose de forma exitosa.

###

Acerca de Discover Puerto Rico

Discover Puerto Rico es una empresa privada, sin fines de lucro, recientemente establecida, cuya misión es hacer que Puerto Rico sea visible para el mundo como un destino de viajes de primer nivel. El DMO traerá prosperidad a la gente de Puerto Rico, colocando de manera colaborativa la diversidad y la singularidad de la isla para el turismo de ocio, negocios y eventos. Es responsable de todo el mercadeo global, ventas y promoción del destino y debe trabajar en colaboración con los principales entes locales gubernamentales y no gubernamentales a través de la economía del visitante y la comunidad de Puerto Rico en general, mientras fomenta el crecimiento económico. Puede visitarnos en DiscoverPuertoRico.com.