

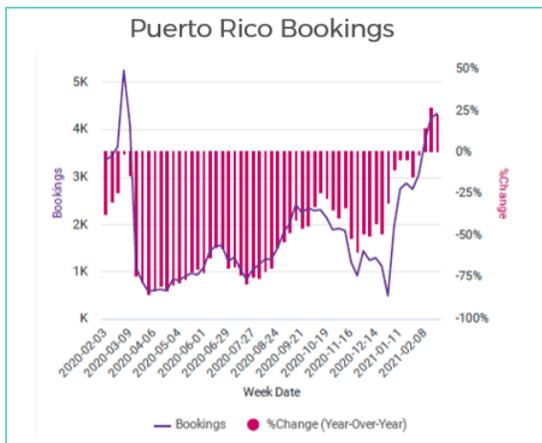


Actualización de investigación- 9 de marzo de 2021

La industria turística de Puerto Rico sufrió un impacto por el COVID-19 mucho más rápido y severo que gran parte del resto de los EE.UU. Sin embargo, las investigaciones actuales apuntan a un rápido ascenso hacia la recuperación. El socio de datos de Discover Puerto Rico, Adara, rastrea la actividad de búsqueda y reservas en línea. Desde principios de 2021, las reservas no solo se han disparado, sino que están reflejando aumentos año tras año.

Si bien se anticipan estos aumentos año tras año a partir de mediados de marzo, cuando COVID provocó el cierre de la industria en 2020, Puerto Rico está en una posición única para ver este tipo de aumentos en enero. Si bien las reservas en Puerto Rico aumentaron casi un 25% con respecto a hace un año, el resto del Caribe y México continúan registrando un 25% menos que hace un año, mientras que el resto de los Estados Unidos registra un 40% por debajo del mismo período en 2020.

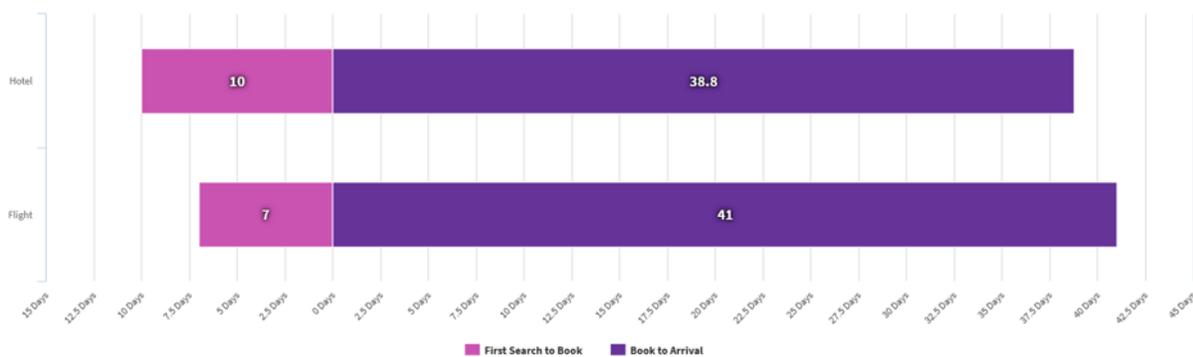
SUSTAINED YOY INCREASE IN BOOKINGS
 Competitors continue to be down 25% or more



Con el uso de fondos de la Ley CARES, Discover Puerto Rico comenzó a colocar publicidad pagada en enero. Nuevamente, los datos de Adara rastrean a los consumidores que ven la publicidad y luego reservan un vuelo y/o hotel. Desde principios del año, Adara ha estimado que la publicidad de Discover Puerto Rico ha generado más de \$112 millones en reservas de hoteles. Los visitantes expuestos a los anuncios de Discover Puerto Rico reservan, en promedio, unos 40 días antes de su llegada.

VISITOR TRIP PLANNING WINDOW

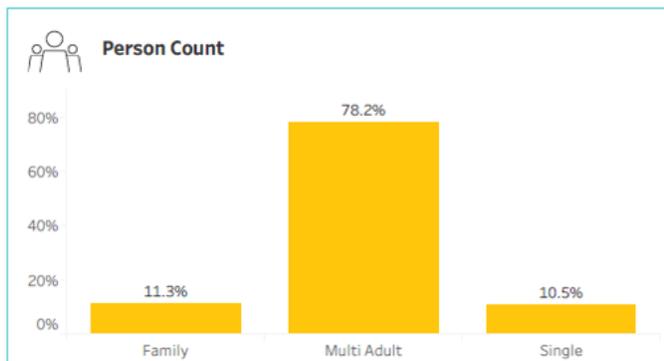
Consumers booking about 40 days out from trip



Con la publicidad pagada ahora implementada, Discover Puerto Rico puede dirigirse a visitantes potenciales. Los datos de reserva de Adara muestran que más del 60% de las reservas desde principios del año han sido realizadas por hogares con ingresos anuales superiores a \$100,000. Del mismo modo, más del 53% de los consumidores que vieron anuncios recientes de Discover Puerto Rico a través de Expedia Group reservaron un hotel de cuatro estrellas o más.

TARGETED VISITOR PROFILE

More than 53% choosing 4-star hotel or higher



Finalmente, esta semana se cumple un año desde que los socios de investigación de Discover Puerto Rico comenzaron a evaluar qué impacto podría tener el coronavirus en la industria de viajes. Nadie anticipó continuar proporcionando datos semanales o quincenales un año entero después. El presidente y principal oficial ejecutivo de Destination Analysts, Erin Francis Cummings, dijo que este año ha demostrado “cuán críticos son la investigación y los datos turísticos confiables para la salud de la industria de viajes”. Por lo tanto, es con alivio y optimismo que la encuesta del Sentimiento de viaje de Longwoods International realizada el 3 de marzo de 2021 muestra que el 84% de los consumidores de EE. UU. tienen planes de viaje para los próximos seis meses, casi de regreso a los niveles previos de la pandemia.

TRAVEL PLANS IN NEXT SIX MONTHS

Nearly back to pre-pandemic planning

