



## **Discover Puerto Rico apuesta a la recuperación total del sector turístico de la Isla**

*El gobernador Pierluisi fue el orador invitado en la Actualización de la industria del DMO.*

**San Juan, Puerto Rico, 16 de abril de 2021-** Discover Puerto Rico, la Organización de Mercadeo de Destino de la Isla (DMO), realizó su Actualización de la industria de abril, brindando información relevante sobre la industria del turismo y la futura recuperación económica de la Isla. El gobernador Pedro R. Pierluisi se unió al equipo de Discover Puerto Rico para brindar su apoyo a este importante sector, enfatizando la importancia de trabajar juntos para recuperar los trabajos que se han perdido debido a la pandemia.

“Me da esperanza ver que la vacuna ahora está disponible para todos los mayores de 16 años en la Isla, lo que significa que pronto veremos una reducción de casos y una disminución de la tasa de contagio. Discover Puerto Rico está preparado para liderar la recuperación económica de nuestra Isla, superando los números récord del 2019 y reviviendo el sector turístico que necesitamos desesperadamente”, expresó Brad Dean, principal oficial ejecutivo de Discover Puerto Rico.

Ha habido una demanda reprimida de viajes durante los últimos 13 meses. El sentimiento de seguimiento del consumidor del socio del DMO, Destination Analysts, muestra que el 66.6% de los estadounidenses están listos para viajar. Debido a que Discover Puerto Rico ha estado difundiendo a los consumidores un mensaje de salud y seguridad, la Isla ha visto a esos consumidores “listos para viajar” llegando al destino.

La ocupación de la Isla casi ha vuelto a los niveles anteriores a la pandemia. A partir de la semana del 14 de marzo, la ocupación fue de 76%, solo un punto por debajo respecto a la semana del 1 de marzo de 2020 y solo tres puntos respecto a la misma semana del 2019, un año récord para las visitas a Puerto Rico. Es especialmente alentador que no solo haya mejorado drásticamente la ocupación, sino que también esté mejorando la tarifa media diaria (ADR). Los datos muestran que el mercadeo que Discover Puerto Rico ha colocado con fondos de la Ley CARES desde principios del 2021 está influyendo en el ADR. Los socios de datos del DMO, Adara, realizan un seguimiento en las reservas de hoteles después de que los consumidores hayan estado expuestos a nuestros anuncios. En lo que va de año, la tarifa promedio que pagan los visitantes después de estar expuestos a la publicidad de Discover Puerto Rico es de \$290, que es un 31% más alto que el ADR promedio del año hasta la fecha con un \$222.

Uno de los requisitos de la financiación de la Ley CARES es resaltar los mensajes de salud y seguridad. Esta campaña lleva tres meses en el mercado y ya ha dado resultados positivos.

Desde el lanzamiento inicial de la campaña de la Ley CARES, hemos visto cuatro veces los ingresos en reservas de hoteles de Adara Impact. Y desde el 1 de enero, el incremento de Arrivalist ha aumentado a casi un 75%, lo que significa que aquellos que están expuestos a nuestra publicidad tienen un 75% más de probabilidades de llegar a la Isla”, expresó Leah Chandler, principal oficial de mercadeo de Discover Puerto Rico. Chandler también señaló que el DMO está revisando su selección de mercados objetivo. “Ahora

Contacto:

Davelyn Tardi

Gerente de Comunicaciones

[Davelyn.Tardi@DiscoverPuertoRico.com](mailto:Davelyn.Tardi@DiscoverPuertoRico.com)

(787) 247-0339



estamos desarrollando esa fórmula para incluir las tasas de vacunación, para priorizar aún más los mercados donde podemos llegar a los viajeros responsables”, afirmó Chandler.

Las tendencias de la demanda también se están viendo en el segmento de reuniones, incentivos, convenciones y evento (MICE, según sus siglas en inglés). Todos los días, los asesores de viajes y reuniones solicitan nuevas fechas. El volumen de clientes de grupos potenciales del DMO comenzó a mejorar drásticamente alrededor de la segunda semana de enero frente al año pasado. Desde enero 2021 hasta el 3 de abril, el DMO ha generado un total de 171,535 clientes potenciales de grupos y ha confirmado más de 9,500 habitaciones para aproximadamente \$8.1 millones en impacto económico para la Isla. Desde principios de año, el volumen de clientes potenciales casi se ha duplicado cada mes. Los prospectos generados en marzo fueron un 237% superiores a los generados en enero.

“Ver estos resultados nos mantiene con la esperanza de que estamos viendo la luz al final del túnel y que el sector turístico de la Isla revivirá con más fuerza que nunca. Las decisiones tomadas por el gobierno local y Discover Puerto Rico desde el inicio de la pandemia están dando resultados y es por eso que los viajeros se sienten listos para disfrutar de nuestra hermosa Isla”, finalizó 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).

Contacto:

Davelyn Tardi

Gerente de Comunicaciones

[Davelyn.Tardi@DiscoverPuertoRico.com](mailto:Davelyn.Tardi@DiscoverPuertoRico.com)

(787) 247-0339