



## Discover Puerto Rico celebra un 2024 récord y anticipa crecimiento adicional en 2025

*El destino se prepara para otro año monumental con nuevas facilidades disponibles para turistas y eventos que capturarán la atención del mundo*

**San Juan, Puerto Rico, 29 de enero de 2025** – Por cuarto año consecutivo, la industria turística de Puerto Rico rebasó sus principales marcas históricas, consagrando el 2024 como el año de mayor desempeño de la economía del visitante, según los sistemas de métricas de Discover Puerto Rico.

Específicamente, Puerto Rico experimentó un notable crecimiento en la llegada de pasajeros, la demanda de alojamiento y empleos creados en los sectores de recreación y alojamientos. Gran parte de ese desarrollo fue motivado por una serie de colaboraciones y esfuerzos estratégicos que destacaron los atributos de la Isla como destino para viajes de placer, negocios, eventos y convenciones.

"La industria turística de Puerto Rico ha alcanzado nuevas alturas en 2024, consolidando nuestra posición como un destino global líder", dijo Leah Chandler, CMO de Discover Puerto Rico. "Este año histórico refleja no solo el atractivo de la vibrante cultura y la belleza natural de la Isla, sino también la dedicación incansable de nuestro equipo y socios que han adoptado estrategias innovadoras para elevar el perfil de Puerto Rico. A medida que fijamos nuestra mirada en 2025, estamos enfocados en mantener este impulso y continuar inspirando a los viajeros de todo el mundo a visitar nuestra isla".

### Un año excepcional en métricas turísticas:

- **Crecimiento de pasajeros aéreos:** El Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín experimentó un crecimiento récord en 2024 con más de 6.6 millones de llegadas de pasajeros. Esto supone más de 518,000 pasajeros más y un aumento del 8% frente a 2023.
- **Demanda de alojamiento:** La Isla registró casi 7.3 millones de noches de habitación reservadas, según datos de STR y AirDNA, un aumento del 7% en comparación con 2023.
- **Creación de empleos:** Puerto Rico logró un récord de 101,700 empleos en recreación y alojamientos para noviembre de 2024, un aumento del 5% con respecto al año anterior, según lo informado por el Negociado de Estadísticas Laborales de Estados Unidos.
- **Reactivación del turismo de cruceros:** Más de 1.4 millones de pasajeros de cruceros visitaron el Puerto de Cruceros de San Juan en 2024, lo que supone un aumento del 10% con respecto a 2023.

### Alianzas estratégicas y presencia ampliada

El éxito de Discover Puerto Rico en 2024 se elevó gracias a las colaboraciones estratégicas con marcas y medios de comunicación líderes, posicionando a la organización como pionera en la comercialización de destinos:

- **Evolución de la campaña Vive Boricua:** En marzo de 2024, Discover Puerto Rico dio a conocer una campaña evolucionada 'Vive Boricua', profundizando su enfoque en el estilo



de vida puertorriqueño único. Colaborando con el director puertorriqueño Luis Gerard y la fotógrafa Stephanie Segarra y con un elenco y equipo totalmente puertorriqueño, la campaña muestra auténticas experiencias locales. Destacando actividades como explorar El Yunque, cenar con el chef Mario Pagán en Condado, disfrutar de la playa de Luquillo y bailar en La Factoría en el Viejo San Juan. Según las encuestas anuales realizadas por Strategic Marketing Research & Insights, el destino logró un progreso notable entre 2018 y 2024. La percepción positiva de Puerto Rico aumentó de 38% a 48%, la familiaridad con el destino creció de 34% a 45% y la probabilidad de visitar se elevó de 15% a 25%. Este crecimiento sustancial es una rareza en la industria de viajes, lo que subraya el creciente atractivo de Puerto Rico entre los viajeros.

- **Avances tecnológicos:** A través de colaboraciones con marcas líderes en tecnología, Discover Puerto Rico lanzó soluciones innovadoras impulsadas por inteligencia artificial para garantizar que los materiales de marketing encuentren efectivamente a los consumidores relevantes y que su proceso de planificación de viajes sea fluido.
  - Con Anoki, el destino se conectó con las audiencias modernas de streaming, utilizando la inteligencia artificial para comprender qué contenido se muestra en la pantalla y orientar los anuncios.
  - Con Clicktripz, la DMO lanzó CHIME (Chat to Inspire Meaningful Engagement), que permite a los consumidores conversar con un bot para aprender sobre viajes al destino.
  - Además, el marketing dio un paso adelante al utilizar la nueva capacidad de valla publicitaria tridimensional en Times Square, convirtiéndolo en uno de los primeros destinos en anunciarse de esta manera y transportando al público a la tranquilidad de la Isla.
- **Asociaciones de medios impactantes:** Discover Puerto Rico fomentó colaboraciones significativas con los principales medios de comunicación y plataformas, amplificando la vibrante cultura de la Isla.
  - El DMO se asoció con la revista TIME en la prestigiosa Gala TIME100 NEXT, un evento que honra a los líderes emergentes que dan forma al futuro.
  - De manera similar, en el evento New Icons de Forbes, la energía de Puerto Rico resonó a través de una presentación sorpresa en vivo de talentosos músicos puertorriqueños.
  - En colaboración con Atlas Obscura, Discover Puerto Rico creó una serie de audio de cuatro partes que explora las raíces culturales de la isla y su influencia global.
- **Cruceros cautivadores:** La DMO lanzó una promoción específica de cruceros con una estrategia basada en datos diseñada para resonar con la audiencia de cruceros leal y comprometida. La campaña elevó efectivamente el perfil de Puerto Rico como un destino de cruceros de primer nivel al aprovechar el contenido de video dinámico y las tácticas de tráfico dirigido al sitio, y contribuyó al impresionante crecimiento en 2024.
- **Más allá del turismo:** Para celebrar el 70 aniversario de la icónica Piña Colada, Discover Puerto Rico se asoció con Van Leeuwen Ice Cream para crear un sabor de helado personalizado que llevó la Isla a los consumidores de una manera divertida e inesperada. Se entregaron primicias gratuitas desde un camión en tres ubicaciones de la ciudad de



Nueva York en el Día de la Piña Colada, mientras que las pintas se agotaron en dos semanas, superando las expectativas. Esta colaboración destacó la influencia culinaria de Puerto Rico y mantuvo al destino en la mente, mostrando su cultura y sabores a un público más amplio.

"El crecimiento del turismo en Puerto Rico es un testimonio del poder transformador del mercadeo audaz y las alianzas estratégicas", agregó Chandler. "Al amplificar auténticamente la vibrante cultura de la isla y adoptar las últimas tecnologías, hemos encendido una nueva ola de viajeros al tiempo que establecemos un estándar innovador sobre cómo los destinos se conectan con el público a un nivel más profundo y significativo".

A medida que el DMO continúa priorizando las estrategias con visión de futuro y la visita de viajeros conscientes, 2025 promete aprovechar los notables logros de 2024. Este año, el destino anticipa la introducción de más vuelos directos desde ciudades de todo Estados Unidos, incluida una ruta directa desde San Antonio a partir de marzo de 2025; una variedad de nuevas aperturas de hoteles, incluidos los que atienden al mercado de lujo; conciertos, eventos deportivos y el primer Festival de Vino y Comida de Puerto Rico, que mostrará el talento culinario de clase mundial de la Isla.

###