



## **Discover Puerto Rico informa sobre año récord en la industria turística**

En el 2021 se batió la marca de ingresos por alojamientos, “room tax” y aumentó el promedio de estadía de los visitantes

**San Juan, Puerto Rico, 2 de febrero de 2022** – El 2021 se consolidó como el año en que la industria turística de Puerto Rico registró récords en ingresos por alojamientos, recaudos del “room tax”, y llegada de pasajeros, mientras se experimentó un aumento significativo en la duración de la estadía promedio de los turistas en la Isla.

Este rendimiento permitió que para diciembre de 2021 cerca de 80,000 personas estuvieran empleadas en los sectores de ocio y hospitalidad de la economía. Según información del Departamento de Estadísticas Laborales del gobierno estadounidense esta cifra está entre las más altas para un mes en la última década, está solo 500 empleos por debajo a los niveles prepandemia. Además 29,600 más que los que habían trabajando en abril de 2020, cuando el COVID-19 detuvo gran parte de la economía.

“Acabamos de experimentar un año fenomenal para la industria. El 2021 implicó una gran recuperación para muchos de los sectores turísticos. Fue un año en que Puerto Rico y buena parte de la industria logró adaptarse con éxito a la nueva realidad que nos trajo la pandemia del COVID-19. Los retos siguen presentes hoy día, pero la capacidad de adaptarnos ante las adversidades permitirá que el 2022 continuemos en la ruta de la recuperación”, dijo Brad Dean, Principal Oficial Ejecutivo de Discover Puerto Rico.

El primer gran avance se registró en los ingresos por alojamientos. En el 2021 los alojamientos en Puerto Rico lograron recaudar \$1,304 millones. No tan solo es la primera vez que se sobrepasa la marca de los \$1,000 millones, sino que se superó en 37% el récord anterior de ingresos por alojamientos establecido en el 2019.

Esta bonanza en los alojamientos responde a un aumento en la demanda y una consecuente alza en las tarifas que se pagaron por las estadías. Todo esto tuvo un efecto directo en los recaudos del llamado “room tax”. En total, en el 2021 se recaudaron cerca de \$98 millones por concepto de este impuesto, la cifra más alta en la historia de Puerto Rico. Este nivel de recaudos es 48% más alto que el promedio de recaudos de los 10 años previos de \$66 millones.

La cantidad de pasajeros llegando a Puerto Rico también estuvo en su punto más alto en los últimos años. Cifras provistas por Aerostar Airport Holdings muestran que en el 2021 llegaron 4.84 millones de pasajeros al aeropuerto Luis Muñoz Marín. Esto es 2.6% más alto que el 2019, el año con la mayor llegada de pasajeros en la última década. Del mismo modo, los más recientes informes de Airline Data estiman para septiembre de este año el 62.3% de los pasajeros llegado eran visitantes y no residentes. Esto es tres puntos porcentuales más que el 59% reportado en el 2019.

El otro renglón de gran avance se experimentó en la duración de las estadías de los visitantes. La firma Arrivalist estimó que en el 2021 los visitantes permanecieron en Puerto Rico, en promedio, 4.6 días. Esto es 5% más que lo experimentado en el 2019. La firma Adara, que analiza las tendencias de los consumidores expuestos a la publicidad, apreció, por su parte, que los visitantes expuestos al mercadeo de Discover Puerto Rico, permanecen más tiempo en la Isla. En promedio, sus estadías duran de 6.3 días.

“Estos récords en la llegada de visitantes, ingresos por alojamientos y recaudos se lograron a pesar de que el inicio del 2021 fue lento por la pandemia del COVID. Hoy día, un año después, la variante Ómicron nos impacta de manera similar. Sin embargo, estamos en una posición mejor y todo apunta a



que ya se superó el peor momento de impacto de esta variante en ocupación hotelera. A partir de la semana del 16 de enero se perciben indicios de mejoría”, expuso Alisha Valentine, directora de Investigación y Análisis de Discover Puerto Rico.

Varias encuestas muestran que, a pesar de la variante, permanece un sentimiento positivo entre los viajeros a nuevas travesías durante el 2022. El 18 de enero, la firma Destination Analysts en su Informe sobre el Sentimiento a los Viajes estimó que el 86% de los consumidores estadounidenses esperan llevar a cabo al menos un viaje en el año. Este es uno de los porcentajes de intención de viaje más altos desde que comenzó la pandemia.

El 25 de enero, el Estudio de Sentimiento a los Viajes de Longwoods International estimó que con la reducción de las infecciones de Ómicron la confianza de los viajeros regresa y que el 91% de los encuestados planifica un viaje en los próximos seis meses.

###