



La industria turística batió récords de viajeros, gastos de visitantes, recaudos del “room tax” y empleos en 2022

Puerto Rico figura entre las jurisdicciones estadounidenses líderes en la recuperación post COVID y en la expansión de la demanda de los viajeros

SAN JUAN, Puerto Rico, 31 de enero de 2023 – La industria turística estableció nuevas marcas por segundo año consecutivo con alojamientos acumulando \$1,600 millones en ingresos, la llegada de 5.1 millones de pasajeros al aeropuerto Luis Muñoz Marín, recaudos del “room tax”, sumando \$116 millones y 91,500 personas empleadas en los sectores de recreación y hoteles.

Estos récords cuantifican la acelerada demanda que ha recibido Puerto Rico como destino para viajes de placer, negocios y eventos desde que las restricciones asociadas con la pandemia del COVID-19 fueron eliminadas y la campaña de mercadeo de Discover Puerto Rico se concentró en promover el principal elemento distintivo de Puerto Rico: la cultura Boricua.

Del mismo modo, muestran la capacidad del destino de superar emergencias, como el embate del huracán Fiona, en septiembre. De hecho, la demanda por alojamientos durante los últimos tres meses del año estuvo 7% más alta que 2021 y que los periodos prepandemia. Los estudios de percepción posteriores al huracán mostraron que el 76% de los encuestados indicó que la tormenta no tuvo ningún impacto en sus planes de viaje, según datos de las firmas STR y AirDNA.

"En medio de uno de los desafíos más extremos que la industria turística mundial haya enfrentado, el sector de viajes de Puerto Rico pasó de subsistir a prosperar, rompiendo el récord establecido en 2021 una vez más en 2022", dijo Brad Dean, Principal Oficial Ejecutivo de Discover Puerto Rico.

"Estoy muy orgulloso del trabajo que nuestro equipo ha logrado, a menudo bajo circunstancias difíciles fuera de nuestro control, aplicando prácticas estratégicas y centradas en datos en colaboración con las partes interesadas en toda la Isla y la industria", añadió.

Los 5.1 millones de pasajeros que llegaron al aeropuerto Luis Muñoz Marín representan un alza de 6.5% en comparación con 2021, según datos de Aerostar Airport Holdings. Los ingresos que recibieron los alojamientos, por su parte, implican un aumento de 25% en comparación con lo reportado el año anterior. Los recaudos de contribuciones (“room tax”) mejoraron en 16%. Por otro lado, la cantidad de empleos en los sectores de recreación y hoteles representan un alza de 13% en comparación con los niveles previos a la pandemia, según los datos del Negociado de Estadísticas Laborales de Estados Unidos.

En 2022 el panorama turístico se combinó con la reactivación de la industria de eventos y convenciones. Las noches de grupo reservadas el año pasado representaron el doble de las reportadas en el 2021. Las proyecciones son esperanzadoras en este renglón. La cantidad de reservas asociadas a eventos en el 2023 está 81% por encima de 2022, continuando la tendencia de recuperación. Todo este crecimiento ha sido



impulsado por los esfuerzos creativos de mercadeo internacional de Discover Puerto Rico para destacar el destino, sus atributos únicos y la facilidad de viaje.

Desde su creación, Discover Puerto Rico ha implementado tácticas y campañas diseñadas para avanzar la misión de provocar prosperidad a la industria turística. Entre las tácticas y campañas de mercadeo más exitosas lideradas por Discover Puerto Rico en 2022 está:

- **"Live Boricua"** - Lanzada en mayo de 2022, esta innovadora campaña de marca es la manifestación del enfoque de Discover Puerto Rico de elevar la cultura local al tiempo que subraya el mercadeo basado en valores. Live Boricua resalta la cultura diversa y crea una distinción que ningún otro destino puede reclamar: la cultura Boricua. Las ideas, la creatividad y los activos de la campaña, incluido el talento en los anuncios y vídeos muestran el estilo de vida puertorriqueño. La campaña fue desarrollada por Boricuas e invita a los viajeros a abrazar el espíritu, la pasión y la singularidad cultural de la gente de la Isla. Live Boricua ha tenido éxito en todos los aspectos de sus flujos de trabajo de mercadeo, generando más de 515 millones en impresiones de medios a partir de tácticas de cobertura generada. Desde el punto de vista de los medios tradicionales, Live Boricua alcanzó casi 300 millones de impresiones, aumentando la familiaridad y la consideración de visitar la Isla. Los esfuerzos de los medios digitales complementaron lo tradicional, con casi 1.5 millones de páginas vistas impulsadas por medios pagados, con más de 483,000 de esos visitantes interactuando con múltiples páginas en el sitio web. Del mismo modo, 75.3 millones de consumidores vieron los anuncios de video digital Live Boricua al 100%, lo que equivale a una tasa de visualización completa del 73.46% (Google Campaign Manager o GCM). Cuando fueron encuestados por el DMO, más de la mitad, el 58%, de los consumidores encuentra que Puerto Rico es más atractivo para ellos cuando ven un Boricua en el anuncio del destino.
- **"Sunshine to Spare"** - Discover Puerto Rico se asoció con el Pantone Color Institute para crear un color único en su tipo inspirado en el tono de la luz solar puertorriqueña, basado en los hallazgos del físico puertorriqueño, Héctor J. Jiménez. El nuevo color, Puerto Rico Sunshine, ha cobrado vida propia, con colaboraciones junto a entidades notables como ECOS Paint y el diseñador Christian Cowan. También despertó un orgullo sin precedentes en la comunidad Boricua local, con una multitud de pequeñas empresas creando productos únicos, desde joyas hasta paletas heladas, inspirados en el color de los atardeceres y amaneceres borincanos, ahora disponibles a través de Sunshine [Shop](#) en el sitio web de Discover Puerto Rico.

“Como una de las mejores organizaciones de mercadeo de destino en su clase, nos esforzamos por innovar en cada nueva campaña y cada táctica”, dijo Leah Chandler, Principal Oficial de Mercadeo de Discover Puerto Rico. “Más allá de solidificar la posición de nuestra marca estamos volviendo a las raíces de la Isla con un enfoque de mercadeo basado en valores que surgen profundamente de lo que significa ser ‘Boricua’”.

###

Contactos: edward.zayas@discoverpuertorico.com / ricardo.cortes@discoverpuertorico.com