



Discover Puerto Rico revela el perfil de los visitantes que llegaron en el 2022

El estudio detalla las tendencias de los que llegan en viajes de placer, de negocios, los que visitan a allegados, los miembros de la comunidad LGBTQ+, la diáspora y los viajeros afroamericanos

San Juan, Puerto Rico, 16 de febrero de 2023 – Discover Puerto Rico publicó hoy los detalles del primer estudio completo sobre los visitantes que llegan a Puerto Rico, encomienda que duró un año y contó con entrevistas hechas en distintos puntos de la Isla a 1,607 viajeros mayores de edad provenientes del exterior.

Del mismo modo, Discover Puerto Rico anunció que entabló un acuerdo de colaboración con la Universidad Ana G. Méndez (UAGM) para estimular la cooperación de ambas entidades en la formación de estudiantes, la celebración de eventos educativos y la promoción de investigaciones sobre el turismo con iniciativas como el intercambio de información o estudios como el revelado hoy con el perfil del visitante.

Uno de los principales hallazgos del perfil es que el 98% de los encuestados estuvieron satisfechos con su experiencia en la Isla. Del mismo modo, el 95% estima que regresará en el futuro y menos del 15% experimentó alguna preocupación en el destino.

“Con tan alta satisfacción y ganas de volver entre los visitantes, este grupo de viajeros ofrece una importante oportunidad para la isla. Son la fruta fácil de alcanzar, con una probabilidad ciertamente mayor de conversión. En 2022, solo el 49% de los visitantes de ocio a Puerto Rico eran visitantes habituales. En un momento de ansiedad económica o incertidumbre, este grupo es una oportunidad para que Puerto Rico mantenga las visitas en el corto plazo”, dijo Erin Francis Cummings, Principal Oficial Ejecutiva de Destination Analysts, firma que llevó a cabo el estudio junto a Gaither International. Sus expresiones fueron durante un evento de Discover Puerto Rico celebrado en el Recinto de Carolina de la Universidad.

La principal razón de los viajes fue vacacionar (65%). Solo el 13% dijo que su viaje era para visitar familiares o allegados. Los viajeros seleccionaron a Puerto Rico como destino por su clima (34%), su belleza escénica (32%), y la cultura local (31%).

En promedio, los viajeros permanecieron en la Isla 6.1 noches. Cerca de la mitad pernoctó en un hotel (45%), una tercera parte en alquileres a corto plazo (34%) y el resto en residencias privadas. Se estima que cada visitante gastó por día alrededor de \$208. Estos gastos incluyen alojamientos, comida, entretenimiento, experiencias y compras en general.

En cuanto a las características sociodemográficas, los visitantes tenían, en promedio, 46 años, en su mayoría eran mujeres (58%), el estado marital predominante era casados (60%) y los ingresos familiares en promedio rondaban los \$135,000 anuales. Una tercera parte de los viajeros provinieron de hogares con niños.

El 64% se identificó como blanco o caucásico 64% y 13% como negros o afroamericanos. El 24% se identificó como hispano o latino. Un porcentaje similar (23%) dijo ser de descendencia puertorriqueña y 8% afirmó su identidad como miembro de la comunidad LGBTQ+.



Este panorama muestra la composición de los viajeros en el mejor año en la historia de la industria turística en términos de gastos de los visitantes (\$5,700 millones), recaudos del impuesto sobre el arrendamiento de alojamientos (\$116 millones), y empleos en los sectores de recreación y alojamientos (91,500). Del mismo modo, el 2022 tuvo el mayor tráfico de pasajeros en el aeropuerto Luis Muñoz Marín (sobre 10 millones) en más de una década y fue el año en el que se estrenó nuestra campaña promocional Live Boricua (Vive Boricua).

De hecho, los esfuerzos promocionales de Discover Puerto Rico muestran avances en la familiaridad de los viajeros con Puerto Rico como destino turístico, en la percepción positiva de la Isla y la probabilidad de visita. De hecho, tanto la probabilidad de visita como la percepción positiva de Puerto Rico aumentaron cinco puntos porcentuales desde el 2021, según datos de la firma Strategic Marketing & Research.

“El avance se ha dado porque Discover Puerto Rico pudo añadir una cantidad significativa de recursos económicos con las asignaciones que recibimos de fondos federales (ARPA, CARES y CDGB-DR). En el 2022, logramos alcanzar a sobre 33 millones de hogares con la campaña Live Boricua y sobre el 32% de nuestros visitantes conocen o han sido positivamente impactados por nuestros esfuerzos promocionales”, dijo Alisha Valentine, directora de Investigación y Análisis de Discover Puerto Rico.

Esfuerzo de colaboración entre la industria y la academia.

Por otro lado, se informó que el acuerdo de colaboración tiene una duración de dos años. Entre las cláusulas, Discover Puerto Rico y la Universidad de comprometen en la organización de conferencias, seminarios y cursos relacionados con la actividad turística, en realizar prácticas profesionales para los estudiantes, promover y asistir la investigación académica asociada con la industria del visitante, y colaborar en actividades, encuentros, jornadas y capacitaciones organizadas por las entidades.

Del mismo modo, Discover Puerto Rico adoptará un área en la Escuela Internacional de Hospitalidad y Artes Culinarias José A. “Tony” Santana del Recinto de Carolina de la UAGM, donde se desplegarán imágenes asociadas a la campaña promocional “Live Boricua” (Vive Boricua).

“Nos sentimos honrados de ser parte de este gran proyecto el cual le permitirá a nuestra Escuela Internacional de Hospitalidad y Artes Culinarias mantener su compromiso con la excelencia académica y con el desarrollo del ecosistema turístico de Puerto Rico”, expresó José F. Méndez Méndez, presidente de UAGM.

“Esta colaboración nos permite colaborar de cerca con la academia e impactar positivamente a los estudiantes que se están abriendo camino en nuestra industria que tanto potencial tiene para crecer la economía de Puerto Rico y que cada vez ofrece más y mejores oportunidades de desarrollo profesional”, dijo Brad Dean, Principal Oficial Ejecutivo de Discover Puerto Rico.

###

Perfil del visitante: [Puerto Rico Visitor Profile Study CY 2022 | Discover Puerto Rico](#)

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