



DISCOVER  
*Puerto Rico*

# Encuentro Turístico Región Este: Fajardo

---

25 DE FEBRERO DE 2026

# Agenda

01



**JANID ORTIZ**

Directora de  
Asuntos  
Industriales

02



**CECILIA RODRÍGUEZ**

Gerente de  
investigación y  
Análisis

03



**VAHELY VEGA**

Coordinadora de  
Contenido

04



**EMMA ROSADO**

Gerente Senior  
de Mercadeo

05



**ESTEFANÍA HERNÁNDEZ**

Coordinadora  
Senior de  
Experiencia del  
Destino



# Panorama

JANID ORTIZ

Directora de Asuntos Industriales

# ¿Han visto los anuncios turísticos de PR?

---

DISCOVER PUERTO RICO



DISCOVER  
*Puerto Rico*

DISCOVERPUERTORICO.COM



DISCOVER  
*Puerto Rico*

DISCOVERPUERTORICO.COM

NO PASSPORT REQUIRED FOR U.S. CITIZENS





¿Se conocen?

---

¿CUÁL ES SU SECTOR INDUSTRIAL?

# ¿Qué conocen de Discover Puerto Rico?

---

ASUNTOS BÁSICOS

# ASPECTOS BÁSICOS

## ¿QUIÉNES SOMOS?

- Ley 17 de 2017
- Promoción viajes de placer, eventos y convenciones en Puerto Rico.
- Junta de Directores responde mayormente a la industria turística
- Sin consideraciones partidistas.
- No somos la CTPR



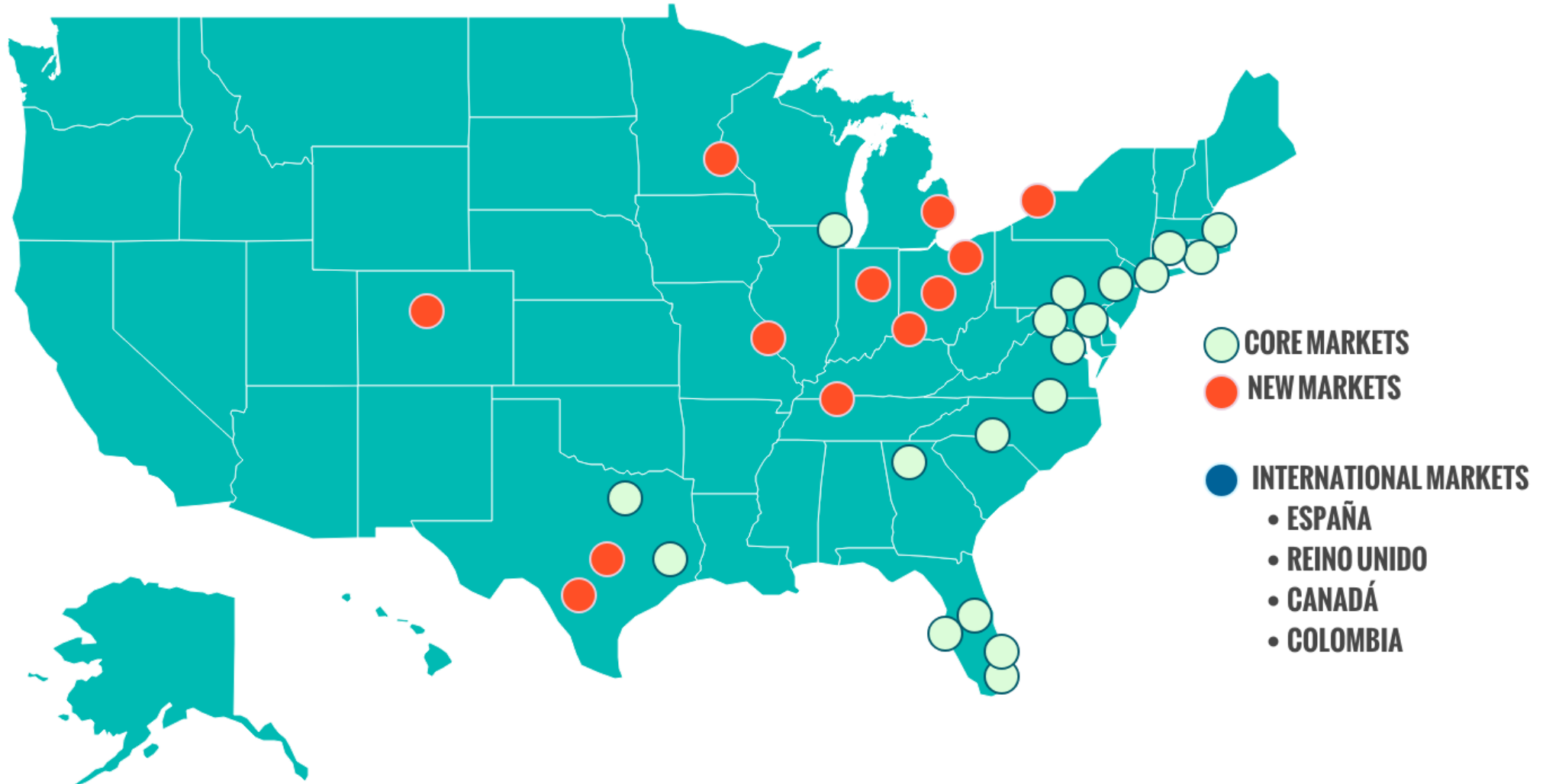
# ROLES: DISCOVER PUERTO RICO VS CTPR

## DIFERENCIAS



# MERCADOS PRIMARIOS Y SECUNDARIOS

## OPORTUNIDADES





# Métricas de la industria

CECILIA RODRÍGUEZ

Gerente de investigación y Análisis

# CIERRAN LAS MÉTRICAS PARA EL AÑO 2025

OTRO AÑO RÉCORD PARA LA INDUSTRIA



PASAJEROS AÉREOS

(AEROSTAR)

**+3%**

VS. 2024



INGRESOS POR ALOJAMIENTO

(STR & AIRDNA)

**+7%**

VS. 2024

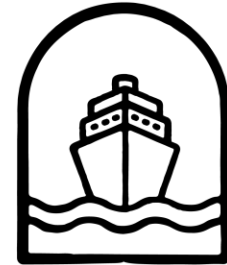


DEMANDA DE ALOJAMIENTO

(STR & AIRDNA)

**+8%**

VS. 2024



PASAJEROS DE CRUCERO

(SAN JUAN CRUISE PORT)

**+12%**

VS. CY 2024

# MÉTRICAS DEL SECTOR DE ENERO DE 2026

ALZA EN DEMANDA E INGRESOS POR ALOJAMIENTO, ALZA EN CRUCERISTAS



**PASAJEROS AÉREOS**

(AEROSTAR)

**-2%**

VS. 2025



**INGRESOS**

(STR & AIRDNA)

**+8%**

VS. 2025



**DEMANDA**

(STR & AIRDNA)

**+10%**

VS. 2025



**PASAJEROS DE CRUCERO**

(SAN JUAN CRUISE PORT)

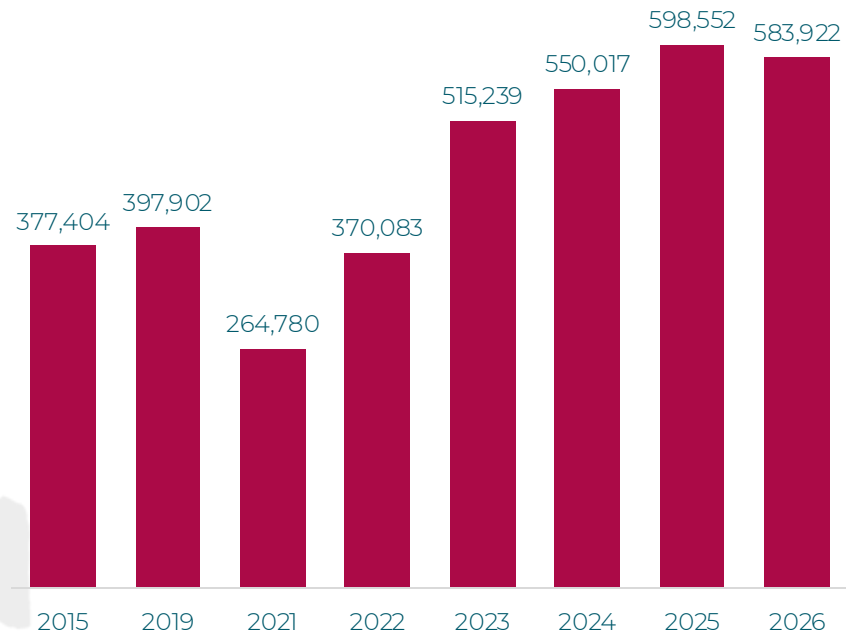
**+25%**

VS. 2025

# BAJAN LLEGADAS EN ENERO, ALCANZAN 584,000

-15,000 LLEGADAS MENOS EN ENERO, NOA (-2%), CARIB (-12%), EUR Y SOA (+15%)

SJU Arrivals  
(January)



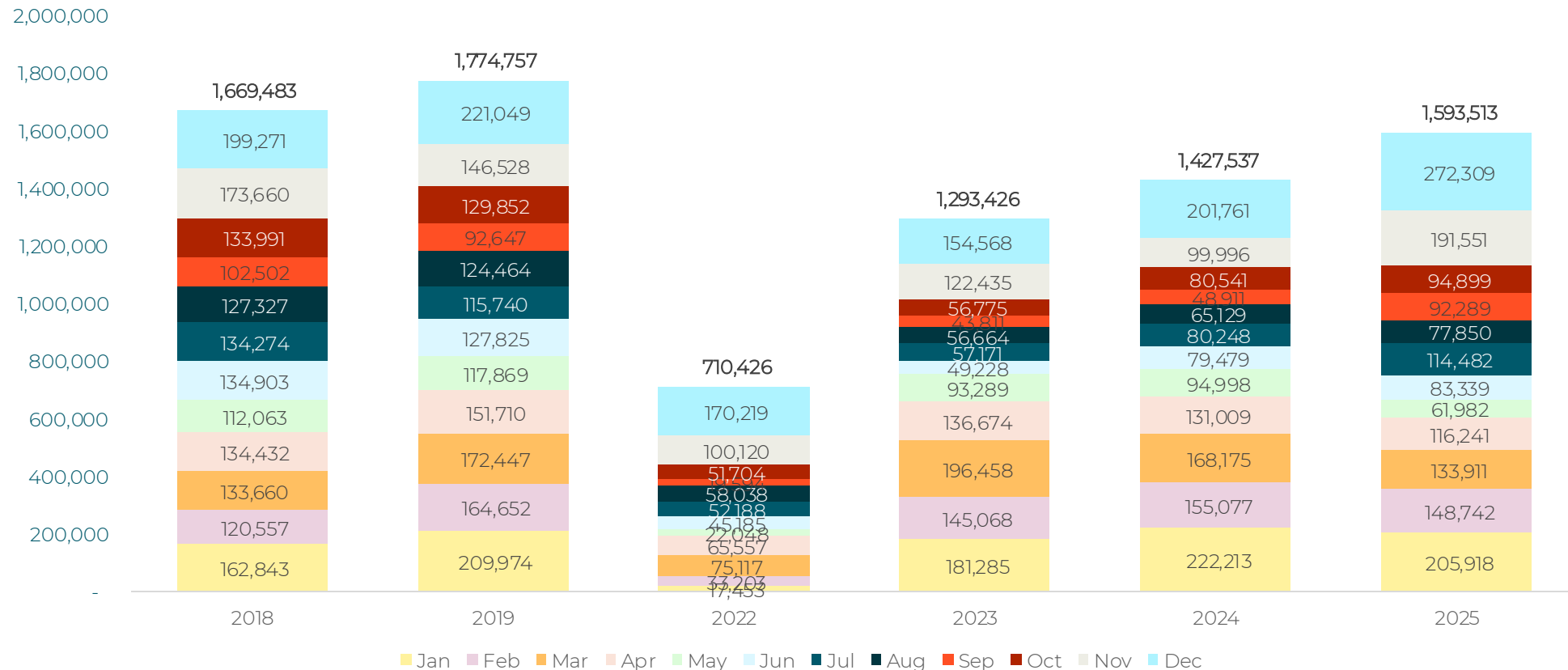
SJU Arrivals  
(13-Month Trend)



# MERCADO DE CRUCEROS SUPERA POR 12%

CASI 1.6 MILLONES DE PASAJEROS, 46% MAS PASAJEROS EN EL T4 DEL 2025

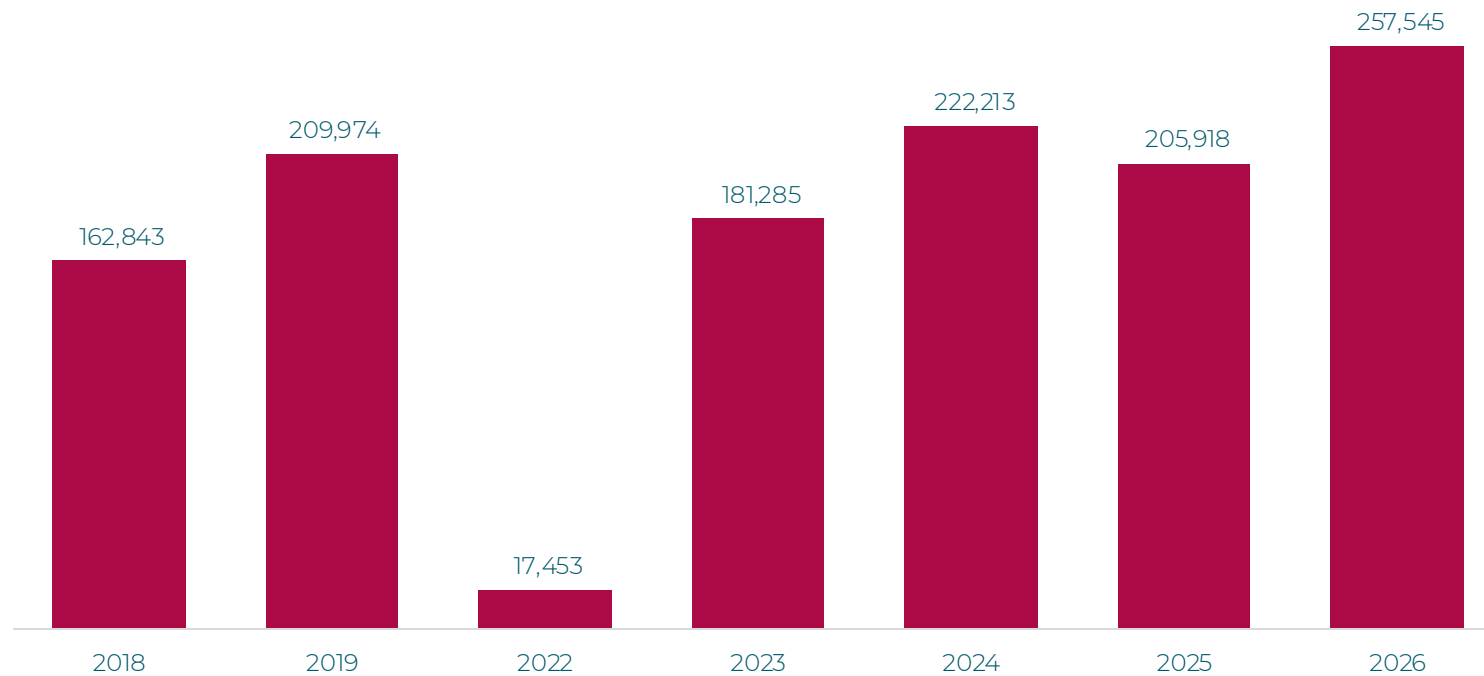
Llegadas de Crucero a San Juan  
(Año Calendario)



# LLEGADAS DE CRUCEROS A SAN JUAN SUBEN 51,000

UN 25% MÁS DE LLEGADAS DE PASAJEROS DE CRUCEROS EN ENERO

Llegadas de pasajeros del crucero San Juan  
(enero)



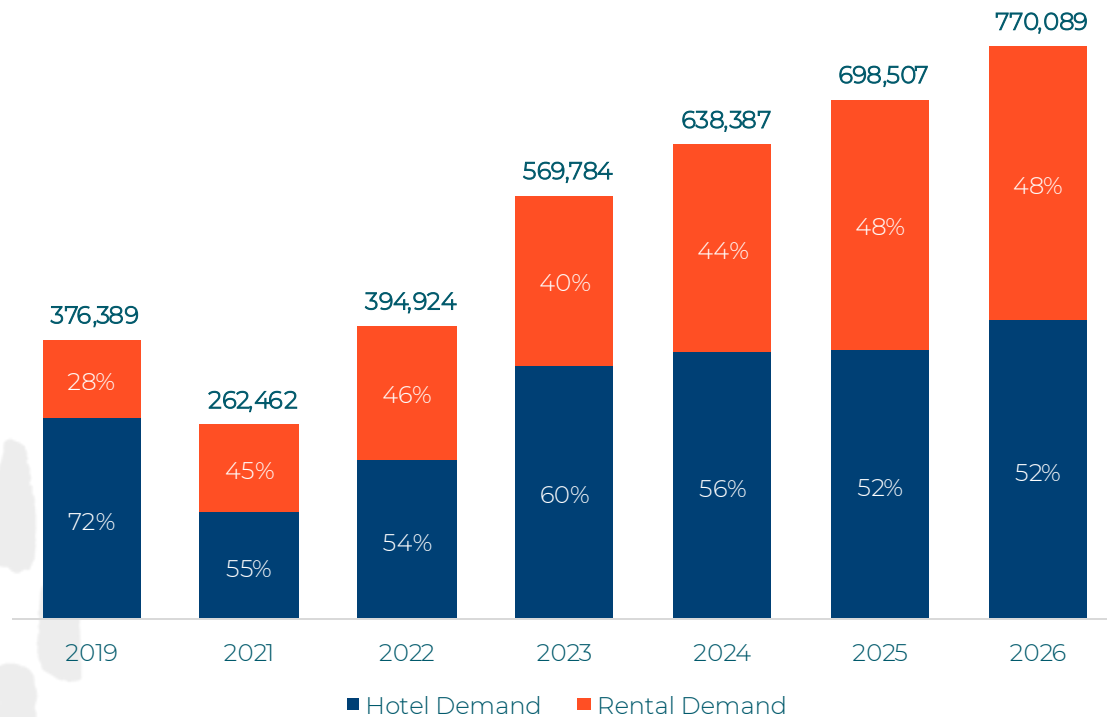
**+25%**

V.S. 2025

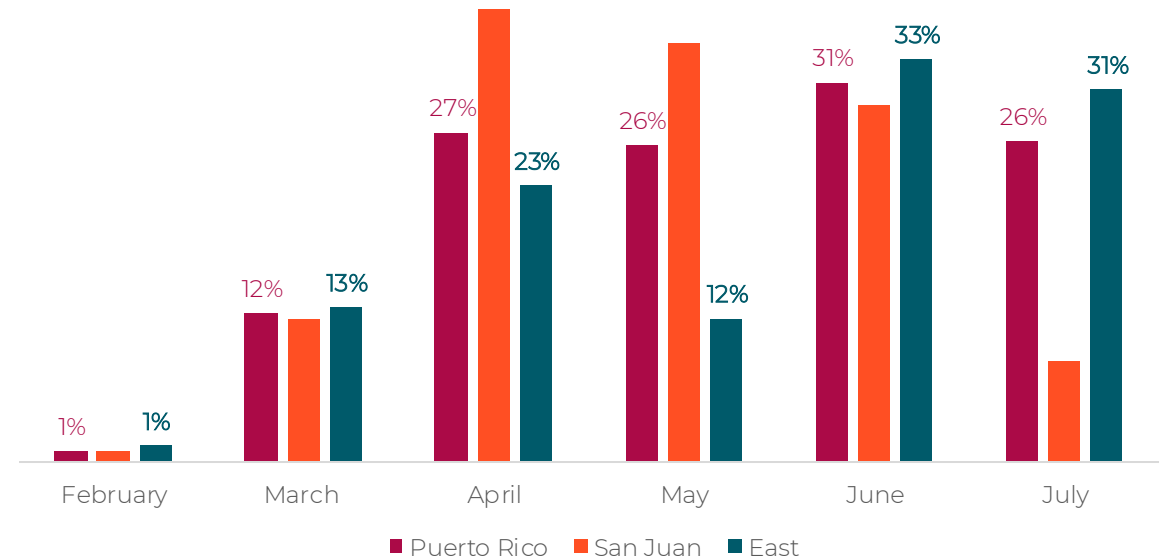
# DEMANDA DE ALOJAMIENTO AUMENTA UN 10% EN ENERO

HOTELES +11%, ALQUILERES, +9%

Demanda por Alojamiento  
(enero)

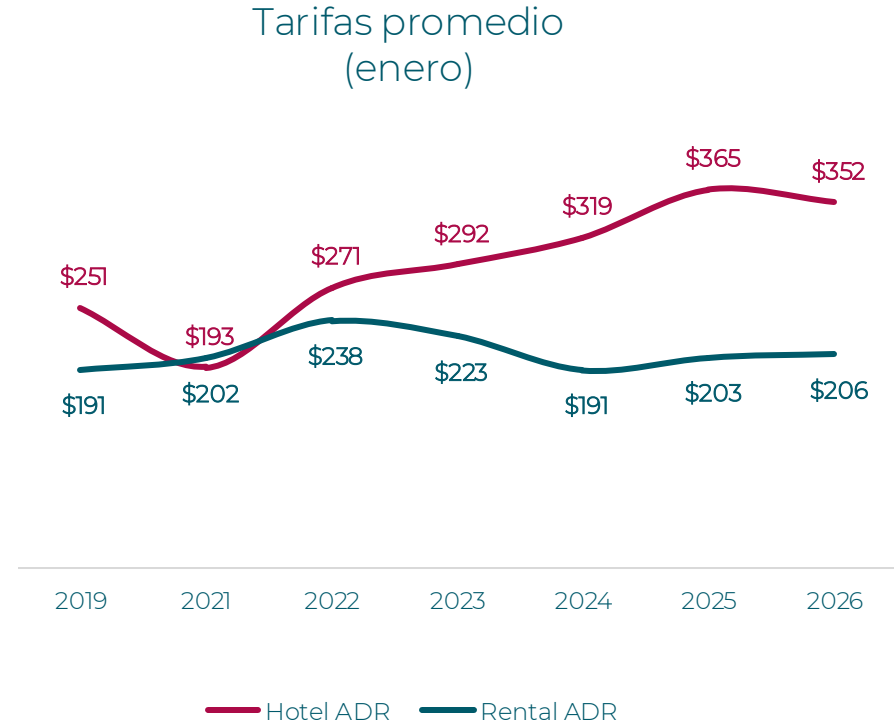
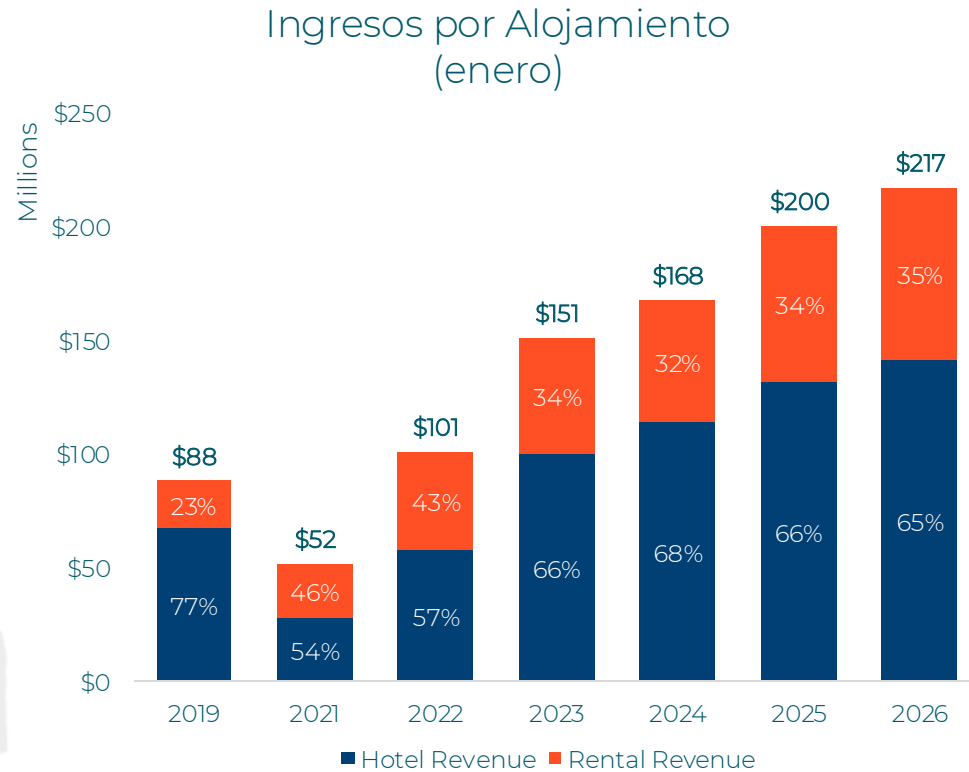


Anuncios de noches reservadas  
Cambio en un % interanual  
(A fecha de 23.2.2026)



# INGRESOS POR ALOJAMIENTO INCREMENTAN +8%

HOTELES AUMENTAN +7%, ALQUILERES +11%; \$17 MILLONES EN GENERAL



Source: STR & AirDNA as of 2/18/2026

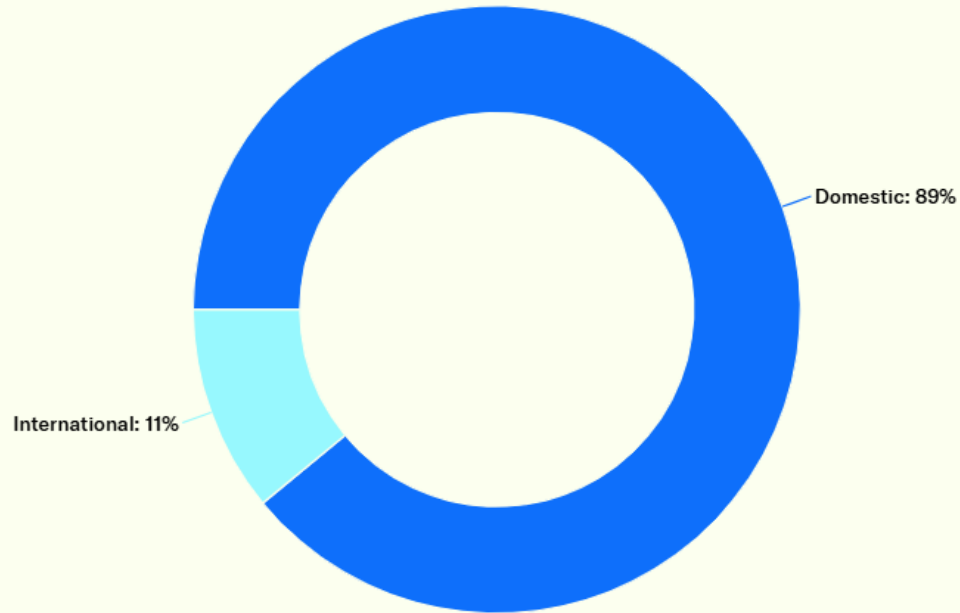
# Perfil de Visitante

---

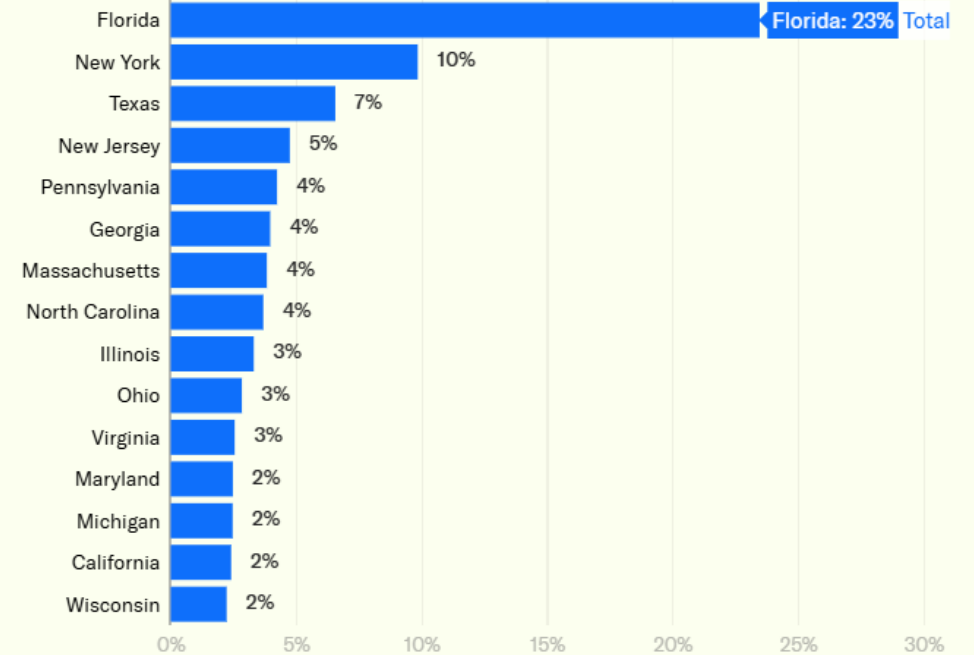
Y TENDENCIAS PARA 2026

# PERFIL DEL VISITANTE DEL 2025

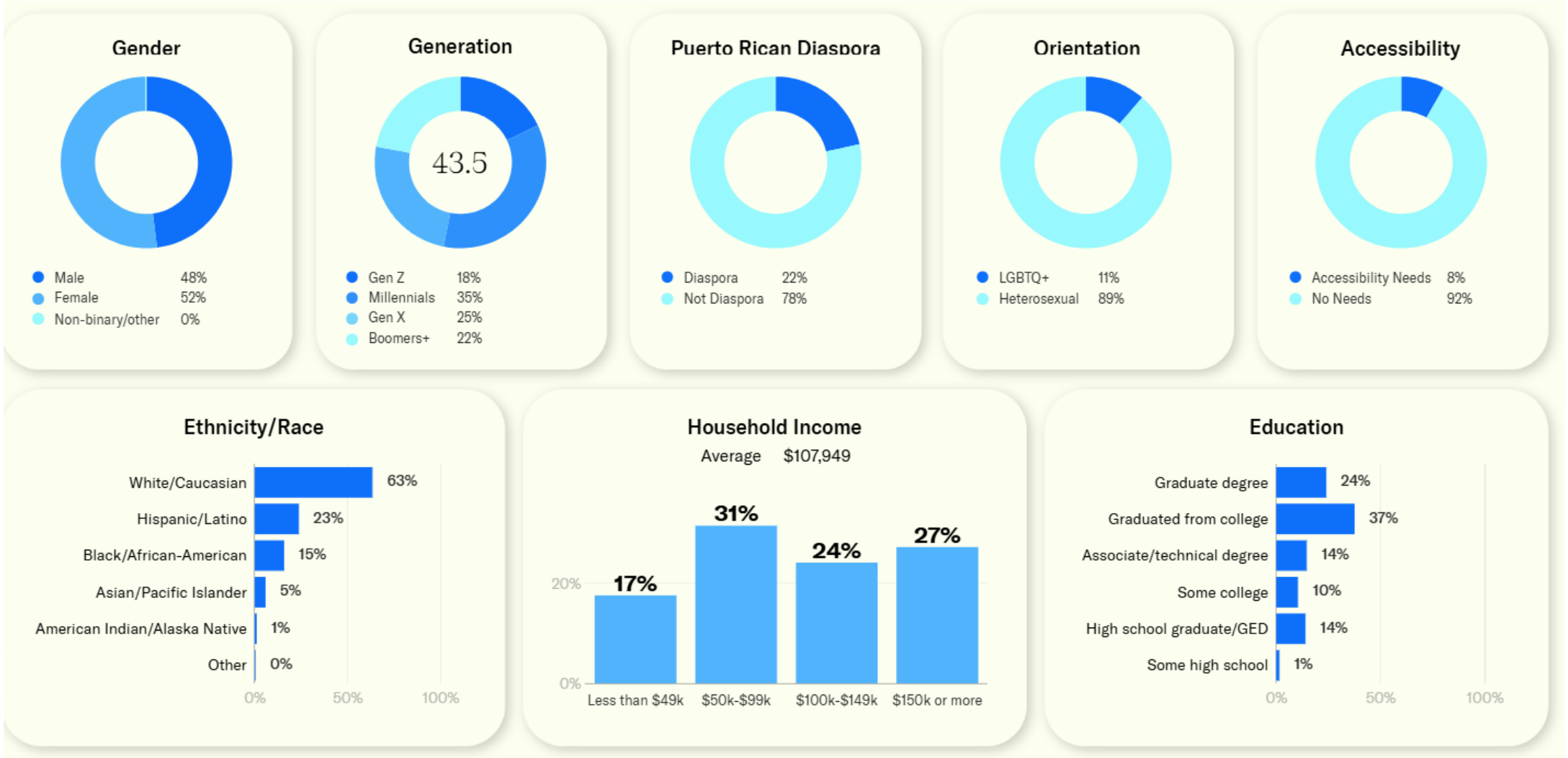
### Domestic vs International (Intercept)



### Top Origin States

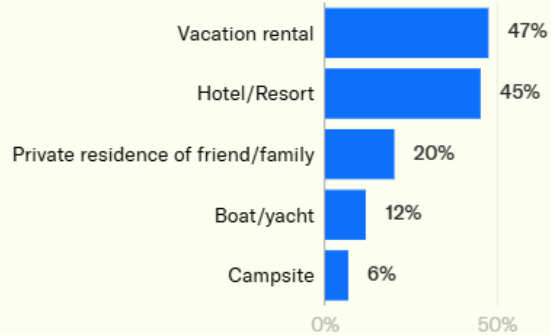


# PERFIL DEL VISITANTE DEL 2025



# PERFIL DEL VISITANTE DEL 2025

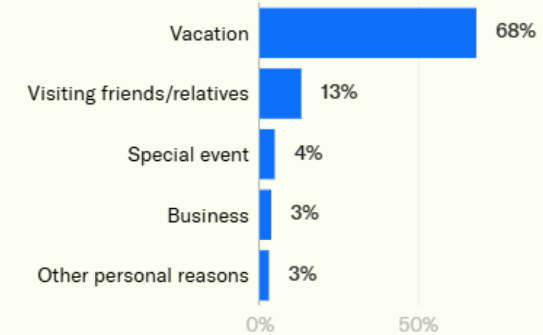
Top Accommodation Types



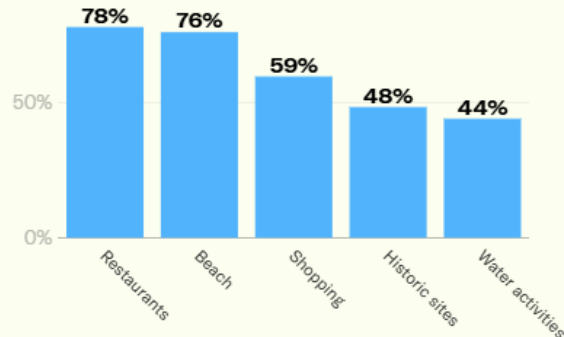
Average Length of Stay



Top Trip Purposes



Top In-Destination Activities



Regions Visited

San Juan Metro	63%
West	40%
East	35%
South	31%
North	27%
Central Mountains	15%
Culebra	9%
Vieques	7%

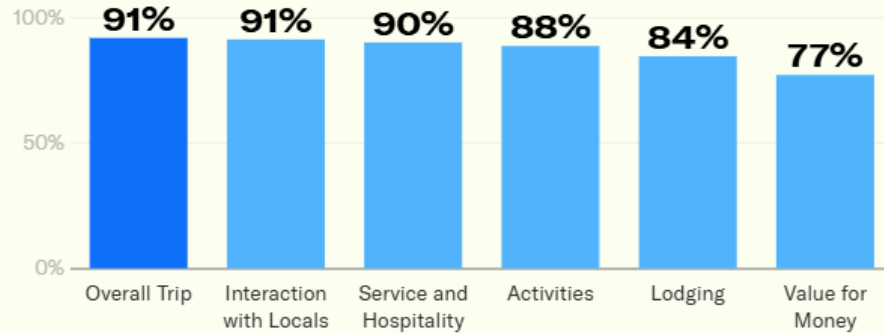
Average Daily Spend per Person



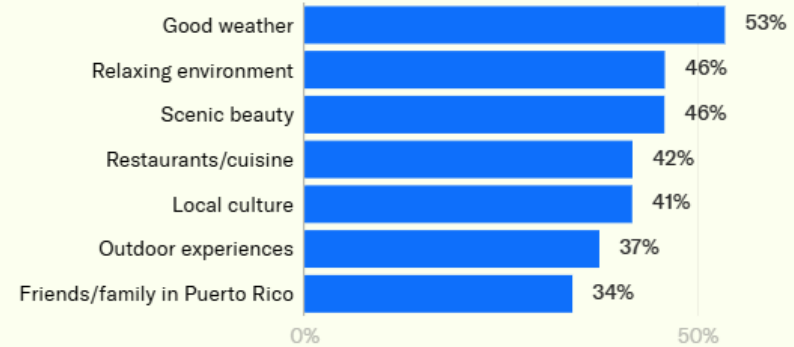
# PERFIL DEL VISITANTE DEL 2025

## Trip Satisfaction

(Top 3 Box - % Selected "8", "9" or "10 - Extremely Satisfied")

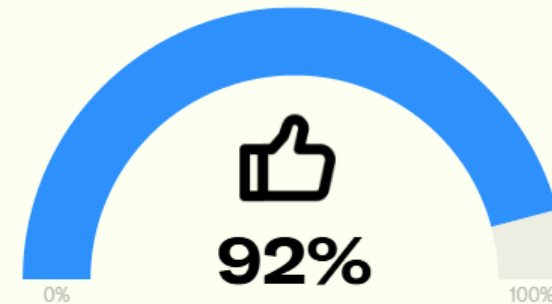


## Top Destination Selection Factors for Puerto Rico



Likelihood to Return  
to Puerto Rico

(Top 3 Box - % Selected "8", "9" or "10 - Extremely Likely")



Likelihood to Recommend  
Puerto Rico as a Place to Visit

(Top 3 Box - % Selected "8", "9" or "10 - Extremely Likely")

# TENDENCIAS DE VIAJEROS EN 2026

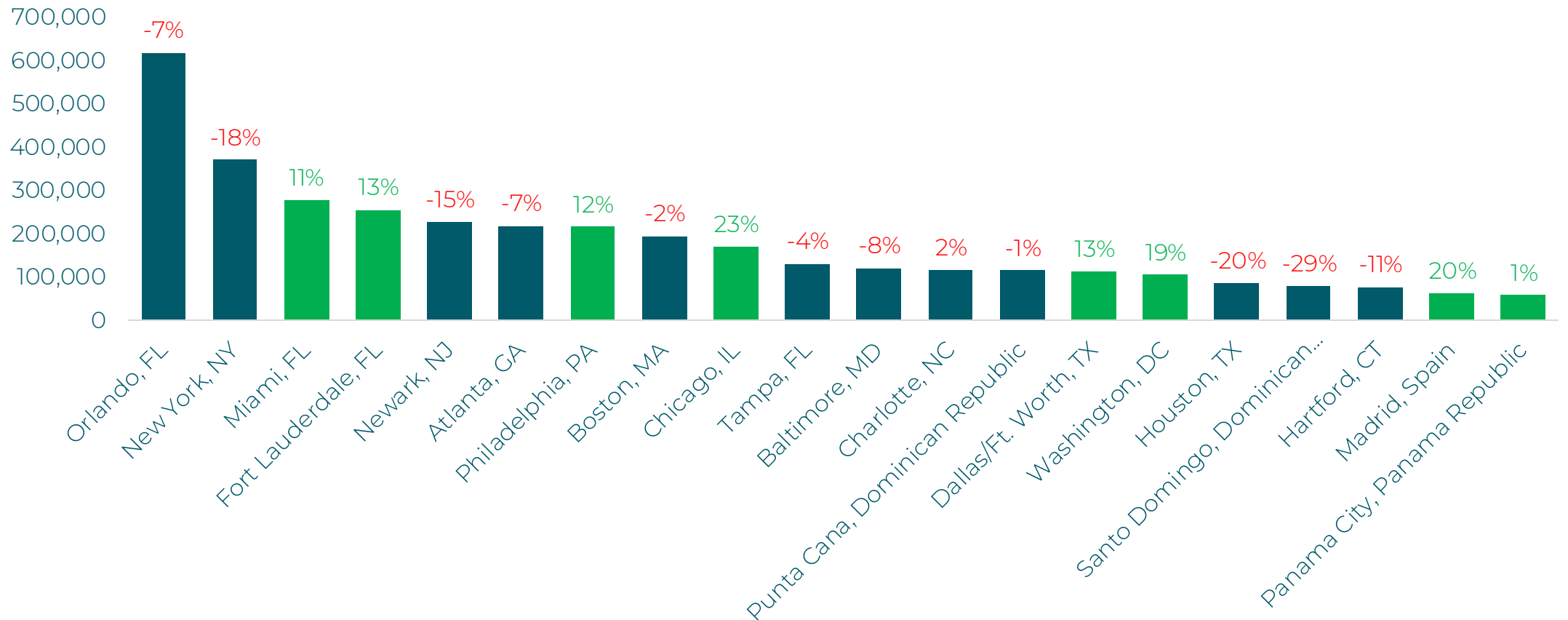
## ENTRE VIAJEROS ESTADOUNIDENSES

- Viajes con propósito
  - Descanso, reconexión, bienestar, celebración
- Viajes impulsados por eventos y hitos personales
  - Mundial, Olimpiadas, festivales)
- Planificación de viajes con IA como estándar
  - Mindtrip
- Destinos secundarios y “destination dupes”
  - Para evitar el sobre-turismo y altos costo
- Slow travel como nuevo lujo
  - Menos destinos por viaje, estancias más largas y mayor inmersión local.
- Viajes de bienestar, fitness y aventura suave
  - Aumentan los viajes centrados en salud física y mental:
- Lujo en pequeñas dosis
  - Los viajeros compran “momentos premium”: experiencias exclusivas, o accesos diarios a hoteles cinco estrellas
- La influencia de la Generación Z en el turismo
  - Viajes cortos, con fuerte influencia de redes sociales, enfoque en valor por dinero y alta adopción de tecnología

# CAMBIOS EN CAPACIDAD AÉREA POR CIUDAD

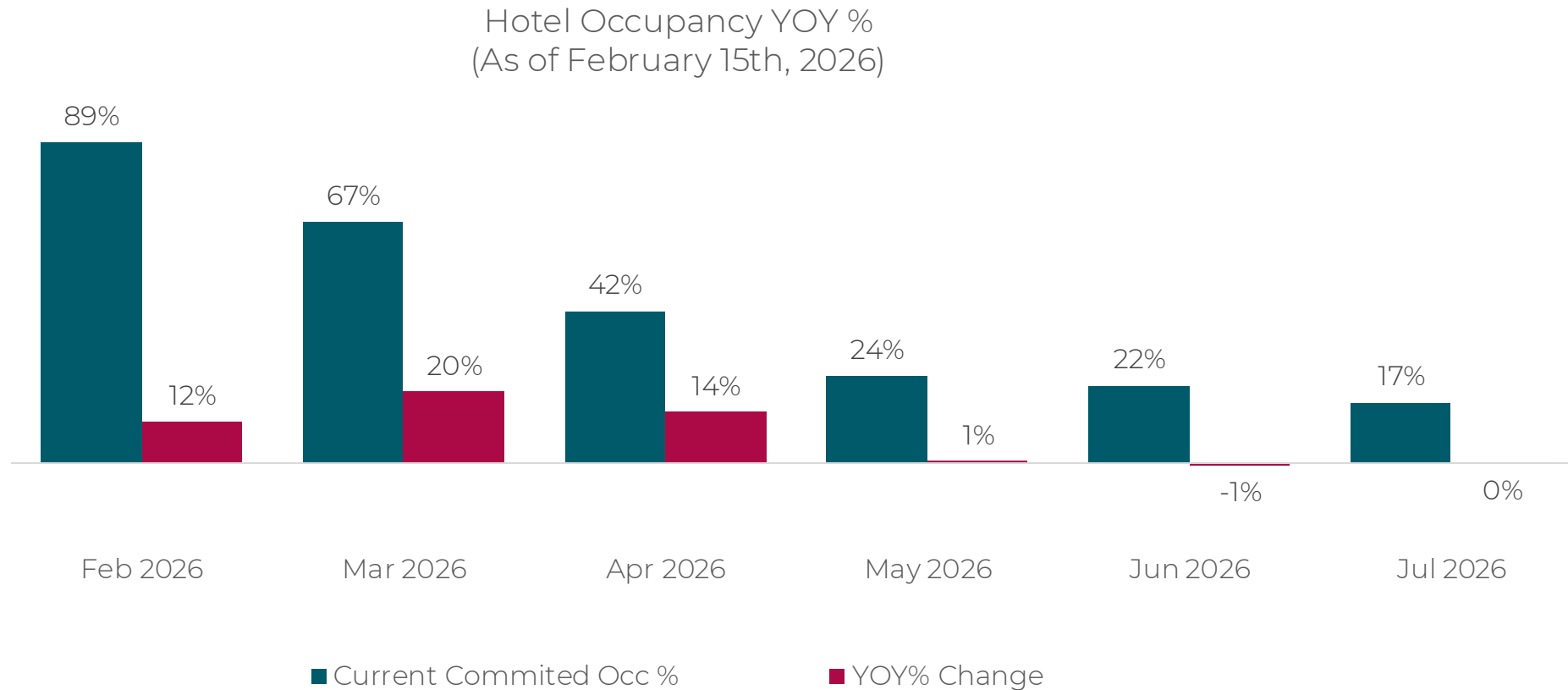
## INFORMACIÓN DE OFERTA ENTRE ENERO Y JULIO 2026

Capacidad de asientos a SJU y BQN con vuelos directos y % de Cambio



# RITMO DE RESERVAS SIGUE SIENDO FAVORABLE

OCUPACIÓN HOTELERA Y CAMBIO INTERANUAL AL 15 DE FEBRERO DE 2026



# BOLETÍN DE INVESTIGACIÓN BISEMANAL

## A TRAVÉS DEL PORTAL DE LA INDUSTRIA

**DISCOVER**  
**Puerto Rico**  
Actualización de Investigación

### La demanda de viajes se mantiene fuerte en EE. UU. pese a los desafíos

La industria de viajes de Estados Unidos entra en la temporada navideña con un optimismo cauteloso, a pesar de la persistente incertidumbre económica y de las interrupciones recientes provocadas por situaciones como el cierre del gobierno federal. Varias encuestas que palpan el sentir colectivo de los consumidores coinciden en que los estadounidenses continúan dando prioridad a los viajes, con la mayoría manteniendo sus planes vacacionales. Sin embargo, el 10% considera cancelaciones. Los viajes aéreos domésticos mostraron resultados mixtos: un aumento interanual de 4% en octubre, pero una caída de 3.8% a inicios de noviembre. Mientras tanto, la demanda hotelera sigue siendo débil y los viajes internacionales a Estados Unidos continúan enfrentando disminuciones persistentes, acumulando seis meses consecutivos de contracción.

El sentimiento financiero entre los viajeros estadounidenses es moderadamente positivo, según la encuesta de Future Partners de noviembre de 2025. Aproximadamente un tercio reporta mejoras en sus finanzas en comparación con el año pasado, y casi la mitad espera seguir mejorando, con los Millennials y la Generación Z mostrando mayor confianza. A pesar de las preocupaciones sobre una recesión, más de la mitad de los encuestados considera que viajar es una prioridad alta, con presupuestos anuales promedio cercanos a \$6,000 y viajeros de mayor poder adquisitivo proyectando gastar más de \$11,000. La actividad reciente es sólida y más del 90% planea al menos un viaje de placer en el próximo año, aunque las generaciones más jóvenes anticipan menos viajes que los grupos de mayor edad.

### INTENCIÓN DE VIAJAR ESTABLE PARA ESTADOUNIDENSE

A pesar de caída en sentir del consumidor por presiones económicas y políticas

Año	WANT TO TRAVEL (TRAVEL INTENTION)	CONSUMER SENTIMENT INDEX
2014	85	75
2015	85	75
2016	85	75
2017	85	75
2018	85	75
2019	85	75
2020	85	75
2021	85	75
2022	85	75
2023	85	75
2024	85	75
2025	85	75

**DISCOVER**  
**Puerto Rico**  
Actualización de Investigación

### El sector turístico de Puerto Rico gana impulso en empleo y transporte aéreo

El sector de hospitalidad en Puerto Rico sigue mostrando una sólida recuperación, con el empleo en Recreación y Alojamiento en agosto alcanzando casi 102,000 puestos, lo que representa un aumento del 5% respecto al año pasado y un 27% por encima de los niveles de 2019. Este crecimiento contrasta con las tendencias nacionales, donde la creación de empleo en el mismo sector aumentó solo un 1.4% interanual. A pesar de la cautela económica, el interés por viajar entre los estadounidenses sigue siendo fuerte. Por otra parte, los aeropuertos regionales de Puerto Rico de Ponce y Aguadilla registraron mejoras modestas en el número de llegadas, con Ponce igualando su desempeño de agosto anterior y Aguadilla experimentando un aumento interanual del 14%. Sin embargo, en lo que va del año, las llegadas en ambos aeropuertos han disminuido un 9%, con la caída más significativa entre febrero y mayo. De cara al futuro, se espera que la capacidad de asientos para el último trimestre del año aumente en un 8%.

### RÉCORD DE EMPLEOS TURÍSTICOS EN AGOSTO

El empleo en la industria crece un 4% interanual, un 27% más que en 2019

#### EMPLEOS MENSUALES EN OCIO Y HOSPITALIDAD DE PUERTO RICO

Agosto 2014-2025

Año	Empleos (en miles)
2014	81,000
2015	81,200
2016	81,500
2017	81,800
2018	82,100
2019	82,400
2020	75,100
2021	81,200
2022	82,800
2023	84,500
2024	86,200
2025	101,700

U.S. BUREAU OF LABOR STATISTICS

### Estadounidenses priorizan los viajes pese a las presiones inflacionarias

Según el informe de septiembre de 2025 de Future Partners, el 91% de los estadounidenses planifica tomar al menos un viaje de ocio en el próximo año, con un promedio de 3.7 viajes por persona. Mientras tanto, la inflación relacionada con los viajes comienza a aumentar nuevamente, con un incremento del 1.5% en el Índice de Precios de Viajes en agosto, impulsado por tarifas aéreas, hoteles y gasolina, aunque los costos generales de viaje siguen siendo relativamente moderados en comparación con la inflación económica general.

[LEE EL INFORME COMPLETO](#)



SCAN HERE



**Cecilia Rodriguez**

[cecilia.rodriguez@discoverpuertorico.com](mailto:cecilia.rodriguez@discoverpuertorico.com)

**GERENTE DE INVESTIGACION Y ANÁLISIS**



# Dinámica y Herramientas

JANID ORTIZ

Directora de Asuntos Industriales



# ¿Cómo usamos esta información?

---

LOS DATOS GUÍAN LA ESTRATEGIA

# ¿CÓMO USAMOS LA DATA?

## LOS DATOS GUÍAN LA ESTRATEGIA

- Determina dónde, y cómo nos anunciamos y los mensajes que promovemos
- Preferencias de la audiencia
- Movimientos dentro del archipiélago
- Impacto del turismo en la industria
- Identificar niveles de satisfacción
- Identificamos nuevas tendencias de viajeros



# ¿CÓMO NOS ENCUENTRAN?

## PLATAFORMAS MÁS UTILIZADAS POR LOS VIAJEROS

- DiscoverPuertoRico.com
- Compañía de Turismo de Puerto Rico
- Google Business
- Tripadvisor
- Yelp!
- Apple Maps
- Redes Sociales
- OTAs – Online Travel Agency



# ¿Cómo nos beneficia el turismo?

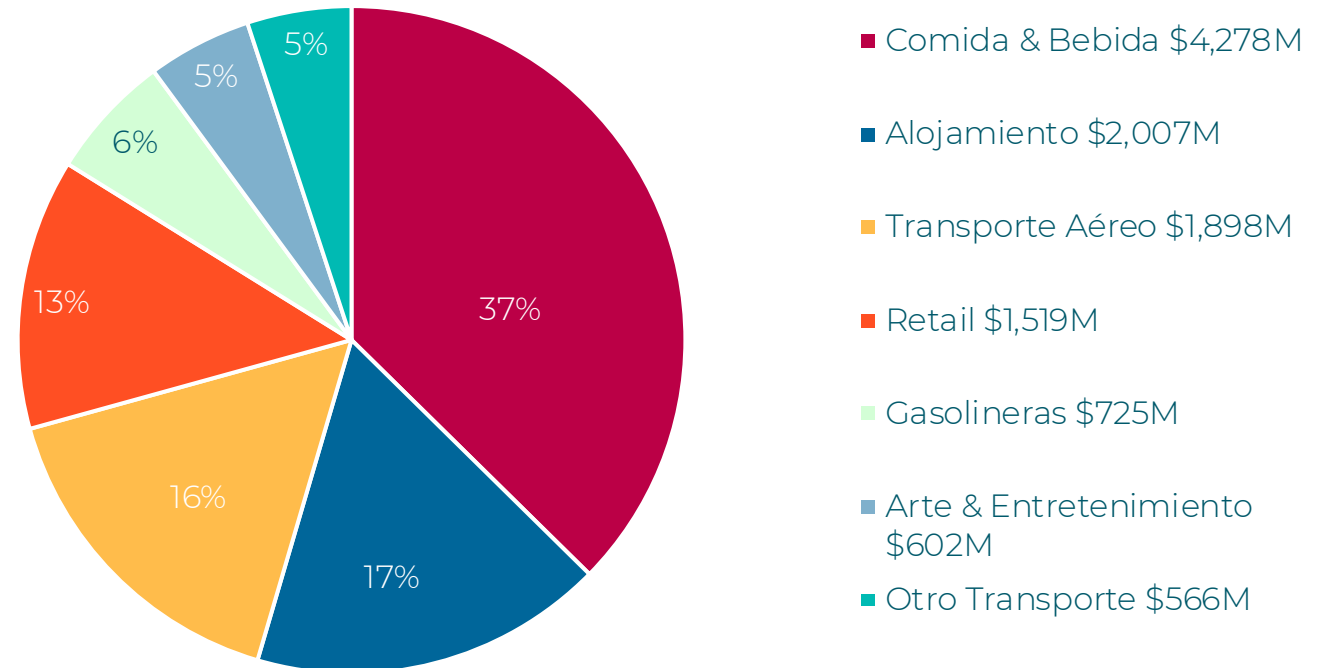
---

# MOTOR DE OPORTUNIDADES

## IMPORTANCIA DEL TURISMO

- Puerto Rico recibe más de 7.4 millones de visitantes al año.
- Cada turista representa consumo en restaurantes, tiendas, transportación y entretenimiento.
- El turismo es una de las industrias que más rápido genera impacto económico local.

Gasto del visitante por sector

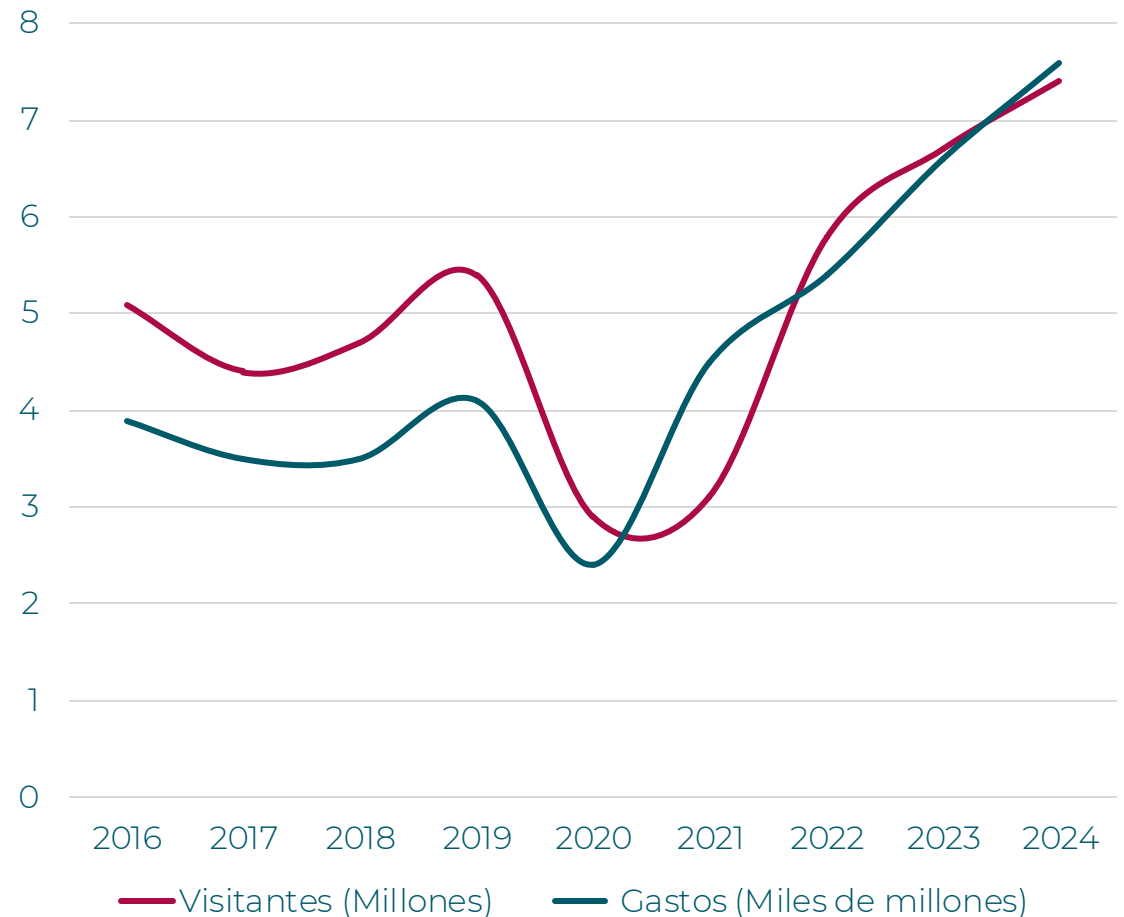


# COMERCIANTES

## BENEFICIOS

- Aumento en ventas de productos y servicios.
- Más exposición de marca a clientes internacionales y locales.
- Oportunidad de diversificar y crear ofertas únicas inspiradas en la cultura puertorriqueña.

Más visitantes y más gastos de los viajeros

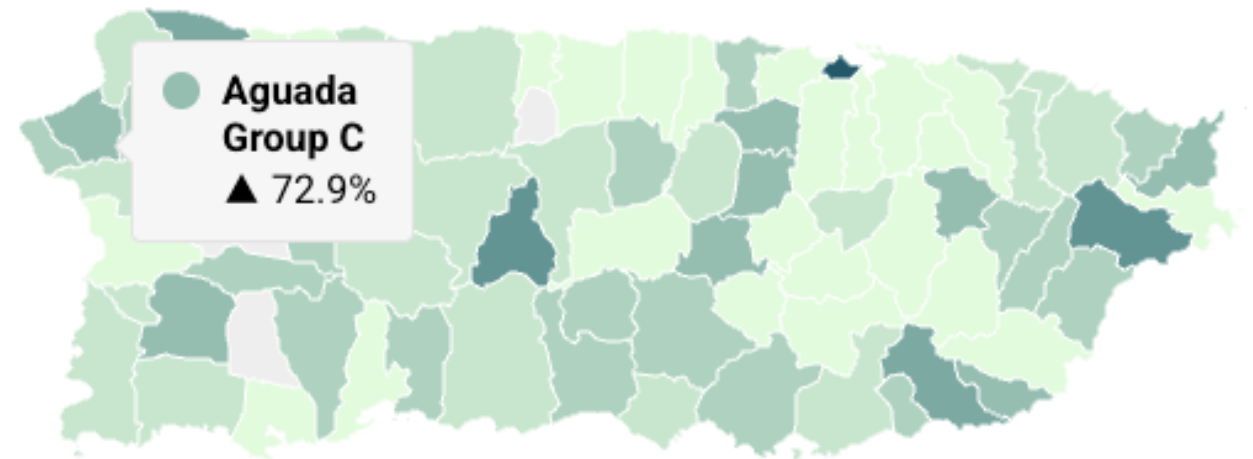


# MUNICIPIO

## BENEFICIOS

- Creación de empleos directos e indirectos.
- Aumento en recaudos de impuestos (IVU, patentes, hospederías).
- Desarrollo de infraestructura y mejoras comunitarias.

Crecimiento de empleos  
en el turismo  
(recreación y alojamientos)



# NUESTRA ISLA

## BENEFICIOS

- Promoción de la cultura, la música, la gastronomía y las tradiciones boricuas.
- Posicionamiento de Puerto Rico como destino de clase mundial.
- Circulación de dinero en la economía local: cada dólar invertido por un turista se multiplica.
- Orgullo e identidad fortalecida.
- Mejora la calidad de vida.
- ROI \$72:1



# ¿QUÉ MEJORARÍAS?

## ÁREAS DE OPORTUNIDAD

- Tránsito / transportación
- Capacidad de atracción
- Calidad del servicio
- Integración de empresarios
- Horario de operaciones



# Dinámica

---

SOLUCIONES DESDE LA INDUSTRIA, NO DESDE EL GOBIERNO



# Receso

---

10 MINUTOS



# Herramientas Digitales

VAHELY VEGA

Coordinadora de Contenido

# DISCOVERPUERTORICO.COM

## OPORTUNIDADES DE MERCADEO DIGITAL

- Este es el sitio oficial de Puerto Rico como destino turístico, así como de reuniones y convenciones.
- Está disponible en inglés y español.
- Tiene contenido editorial y multimedia que destaca las atracciones y puntos de interés alrededor de la Isla.
  - Páginas de destino para los 78 municipios
  - Cientos de artículos que cubren temas de interés para el viajero
  - 6,538 perfiles de negocios
  - Calendario de eventos



# DISCOVERPUERTORICO.COM

## RENDIMIENTO Y ALCANCE

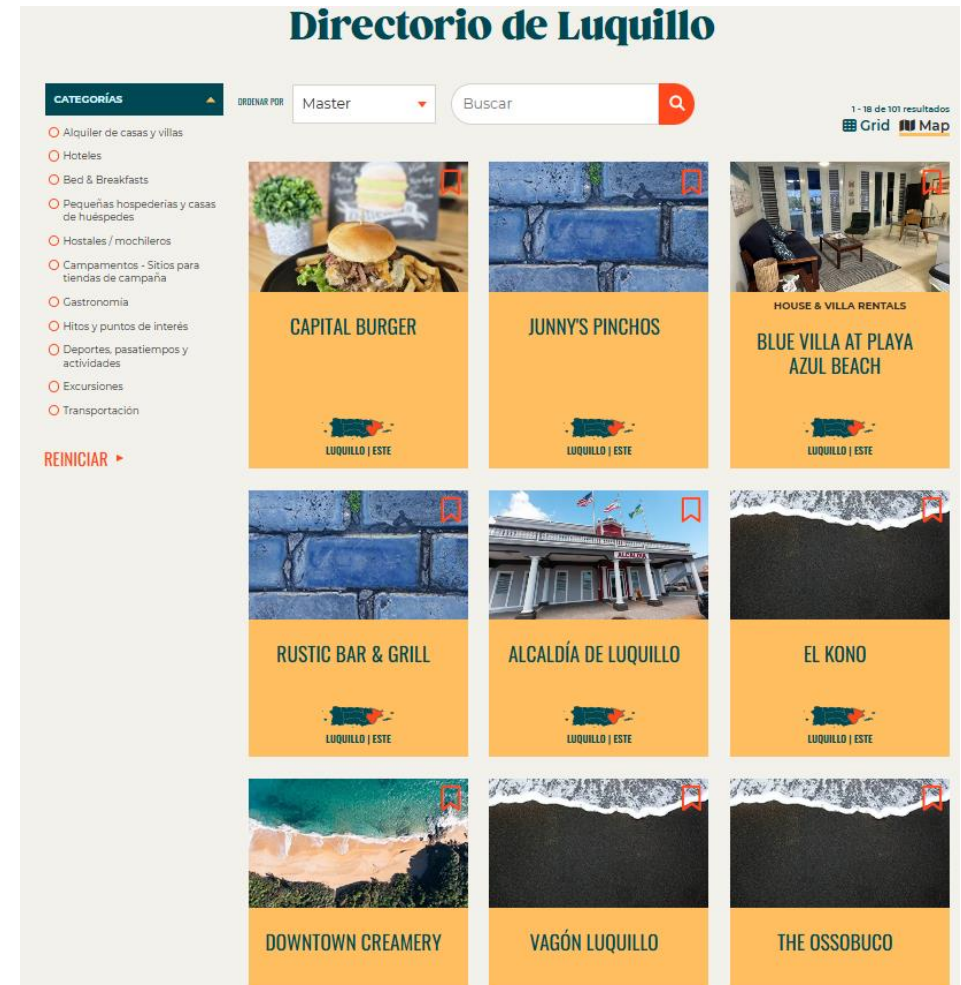
- DiscoverPuertoRico.com ofrece visibilidad gratuita ante millones de usuarios anuales que son potenciales visitantes y clientes.
- En el 2025, DiscoverPuertoRico.com tuvo:
  - 14 millones de usuarios
  - 17 millones de sesiones
  - 25 millones de páginas vistas
  - 2:42 minutos de tiempo promedio en el sitio
  - 776,784 referidos a socios locales



# DIRECTORIO DE NEGOCIOS

## PERFILES DE NEGOCIOS LOCALES Y PYMES

- Son páginas dedicadas a negocios, atracciones y puntos de interés.
- Incluyen la información de su negocio en una plataforma con millones de usuarios.
- Es gratis.
- Uno de cada cuatro viajeros usa DiscoverPuertoRico.com para planificar sus viajes.
- Te permite tener control de tu información a través de nuestra extranet.







SCAN HERE

# CREA TU PERFIL

ENTRA AL ENLACE Y SOLICITA EL TUYO

## Terruño Comida Artesanal

**VISIT WEBSITE**

**Dirección**  
Terruño Comida Artesanal  
Calle Marginal Carr. 3  
Kiosk 20  
Luquillo, PR, 00773

**Contacto**  
(787) 885-8989



► Acerca de

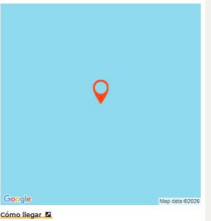
► Comodidades

## Fairfield by Marriott Luquillo Beach

**VISIT WEBSITE**

**Dirección**  
Fairfield by Marriott Luquillo Beach  
310 Seaside Drive  
Luquillo, 00773

**Contacto**  
(787) 825-9000  
sales@fairfieldluquillo.com



► Acerca de



# OFERTAS ESPECIALES

COMPARTE TU OFERTA O EXPERIENCIA



SCAN HERE

## Explora las ofertas de viajes

FECHA

ORDENAR POR

Fecha

Buscar



1 - 8 de 8 resultados

MOSTRAR OFERTAS VÁLIDAS ENTRE

ENERO 2026

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

REGIÓN

PUEBLO

CATEGORÍAS

- Alojamientos
- Paquetes de vacaciones

REINICIAR



VÁLIDO: HOY - 12 DE ABRIL DE 2026

**MORE DAYS, MORE MEMORIES: 3 NIGHTS IN PARADISE**

CASA COSTERA, ISLA VERDE BEACH, APARTMENTS BY MARRIOTT BONVOY | CAROLINA | METRO



VÁLIDO: HOY - 12 DE ABRIL DE 2026

**STAY LONGER AND SAVE UP TO 30%**

CASA COSTERA, ISLA VERDE BEACH, APARTMENTS BY MARRIOTT BONVOY | CAROLINA | METRO



VÁLIDO: HOY - 12 DE ABRIL DE 2026

**MORE DAYS, MORE MEMORIES: 4 NIGHTS TO EXPLORE**

SAN JUAN MARRIOTT RESORT & STELLARIS CASINO | SAN JUAN/VIEJO SAN JUAN | METRO



VÁLIDO: HOY - 31 DE MARZO DE 2026

**WARM UP YOUR WINTER UP TO 15% DISCOUNT**



VÁLIDO: HOY - 31 DE MAYO DE 2026

**SUITE CELEBRATION: ENJOY RENOVATED**



VÁLIDO: HOY - 30 DE ABRIL DE 2026

**WINTER RETREAT AT THE VANDERBILT 20% OFF**



# CALENDARIO DE EVENTOS

PROMOCIÓN ANTE LOS VIAJEROS



Home > Calendario de Eventos

¡En Puerto Rico, siempre hay algo que **celebrar!**

Si deseas experimentar la cultura local y el espíritu Boricua de Puerto Rico, busca un evento o festival anual para asistir durante tu visita. Desde fiestas callejeras y festivales culturales hasta tradiciones históricas que se remontan a siglos pasados, encontrarás una variedad de eventos en toda la Isla durante todo el año.

Utiliza el directorio a continuación para encontrar los próximos eventos durante tu viaje.

DESCUBRE EVENTOS LOCALES ▶

## Eventos

FECHA

ORDENAR POR Fecha

Buscar

MOstrar EVENTOS ENTRE

ENERO 2026

DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ
28	29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

REGIÓN

PUEBLO

CATEGORÍAS

HOY - 31 DE ENERO DE 2026

THE FESTIVAL OF LIGHTS

BAYAMÓN | METRO

HOY - 18 DE JULIO DE 2026

ARTEYUNQUE

RÍO GRANDE | ESTE

### Eventos

Ordenar por Fecha

Buscar

1 - 18 de 60 resultados

<p>HOY - 31 DE ENERO DE 2026</p> <p>THE FESTIVAL OF LIGHTS</p> <p>BAYAMÓN   METRO</p>	<p>HOY - 18 DE JULIO DE 2026</p> <p>ARTEYUNQUE</p> <p>RÍO GRANDE   ESTE</p>	<p>HOY - 26 DE ENERO DE 2026</p> <p>BRICKXPERIENCE: NAVIDADES EN NYC</p> <p>SAN JUAN VIEJO SAN JUAN   METRO</p>
<p>24 DE ENERO DE 2026 - 04 DE ABRIL DE 2026</p> <p>LOS SÁBADOS PA LA PLAZA EN CAGUAS</p> <p>CAGUAS   METRO</p>	<p>24 DE ENERO DE 2026</p> <p>PUERTO RICO JAZZ JAM 2026</p> <p>SAN JUAN VIEJO SAN JUAN   METRO</p>	<p>24 DE ENERO DE 2026</p> <p>FELITO FÉLIX</p> <p>SAN JUAN VIEJO SAN JUAN   METRO</p>
<p>26 DE ENERO DE 2026 - 29 DE NOVIEMBRE DE 2026</p> <p>LOS SÁBADOS PA LA PLAZA EN CAGUAS</p> <p>CAGUAS   METRO</p>	<p>26 DE ENERO DE 2026</p> <p>ARTEYUNQUE</p> <p>RÍO GRANDE   ESTE</p>	<p>28 DE ENERO DE 2026 - 01 DE FEBRERO DE 2026</p> <p>BRICKXPERIENCE: NAVIDADES EN NYC</p> <p>SAN JUAN VIEJO SAN JUAN   METRO</p>

SCAN HERE

# PORTAL DE LA INDUSTRIA

[WWW.DISCOVERPUERTORICO.COM/INDUSTRY](http://WWW.DISCOVERPUERTORICO.COM/INDUSTRY)



SCAN HERE

- Suscríbete a nuestro rediseñado portal de la industria y recibe acceso a:
  - Newsletter de actualización semanal.
  - Newsletter de investigación bisemanal.
  - Invitación a eventos especiales.
  - Acceso al perfil del consumidor y “*dashboard*”.
  - Acceso a estudios de investigación y presentaciones de mercadeo.
  - Talleres y seminarios.
- Videos educativos en inglés y español.

# BIBLIOTECA DE FOTOS



SCAN HERE

- Discover Puerto Rico mantiene una amplia biblioteca de recursos multimedia, que incluye:
  - Más de 30,000 imágenes.
  - La biblioteca cuenta con fotos de atracciones populares, actividades, puntos de interés y municipios.
  - Para utilizar y descargar las imágenes, debes solicitar una cuenta.
  - Si ya tienes una cuenta, podrás iniciar sesión en PhotoShelter directamente.

# ANUNCIOS

## PROMUEVE TU NEGOCIO EN NUESTRA PLATAFORMA

- Listados Destacados
  - Hoteles y Resorts:
    - o 3 meses: \$450
    - o 6 meses: \$700
  - Atracciones y Experiencias
    - o 3 meses: \$375
    - o 6 meses: \$550
- Banners
  - 3 meses: \$2,250
  - 6 meses: \$4,300
- Generación de Leads
  - 3 meses: \$1,200
  - 6 meses: \$2,000

Malls SAN JUAN/OLD SAN JUAN   METRO 	Conference Centers   Reception Venues   Hotels   Ceremony Venues   Group Dining Venues   Meeting Rooms   Restaurants   Accommodation On Site   Banquet Venues   Resorts   Theater / Show Venues   Ballrooms SAN JUAN/OLD SAN JUAN   METRO 	Accommodation On Site   Meeting Rooms   Reception Venues   Hotels   Group Dining Venues SAN JUAN/OLD SAN JUAN   METRO 
--	--	--



CONDADO VANDERBILT HOTEL





LA CONCHA RENAISSANCE RESORT



FAIRMONT EL SAN JUAN HOTEL

### SPONSORED CONTENT

 <p><b>LIFE IS BETTER AT THE GARDEN</b> HILTON GARDEN INN SAN JUAN CONDADO Discover San Juan: Lifestyle, upscale hospitality, scenic views, culinary delights and lagoon adventures. <a href="#">BOOK NOW</a></p>	 <p><b>STAY LONGER, EXPERIENCE MORE WITH UP TO 15%* OFF</b> FAIRMONT EL SAN JUAN HOTEL Experience the iconic at a beachfront hotel with 4 pools, daily entertainment, a spa, casino, and over 13 restaurants. <a href="#">BOOK NOW</a></p>
---	--



# Accesibilidad

EMMA ROSADO

Gerente Senior de Mercadeo



DISCOVER  
*Puerto Rico*

## **ASSESSING ACCESSIBLE TOURISM BEST PRACTICE AND OPPORTUNITIES FOR PUERTO RICO**

---

An audit of accessible tourism case studies and marketing and communications opportunities

---

Final Insights Report

---

January 21, 2025

---

**Skift**  
ADVISORY

¿En qué piensas cuando te digo  
“accesibilidad”?

OPEN DISCUSSION

# ACCESIBILIDAD

## EN LA INDUSTRIA HOSPITALARIA

- Turismo Accesible
  - El enfoque en accesibilidad potencia directamente la inclusión al garantizar que todas las personas, independientemente de sus circunstancias físicas, económicas o sociales, puedan participar y beneficiarse de oportunidades y experiencias de manera equitativa.

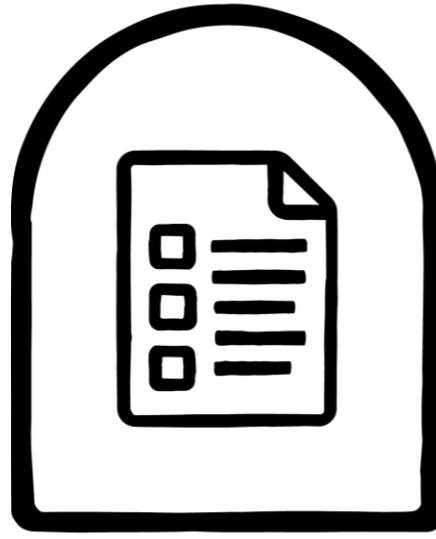


# CATEGORÍAS PRINCIPALES

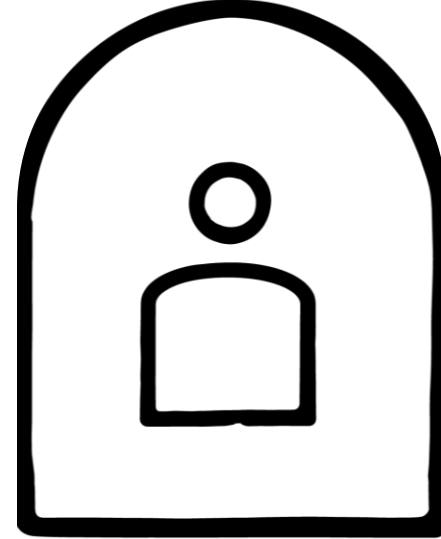
## DE ACCESIBILIDAD



ACCESIBILIDAD DE  
SERVICIOS



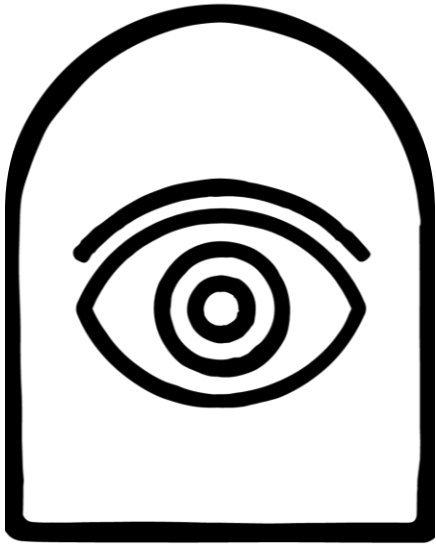
ACCESIBILIDAD  
INFORMATIVA



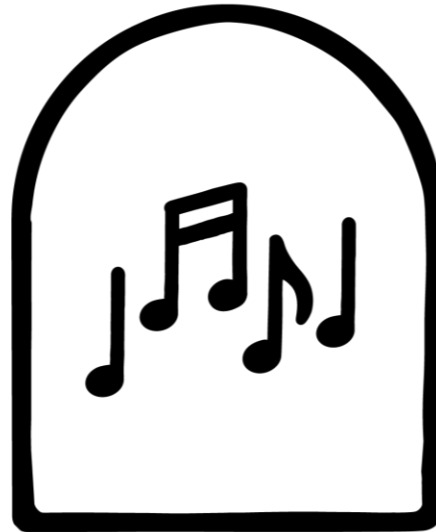
ACCESIBILIDAD  
FÍSICA

# CATEGORÍAS PRINCIPALES

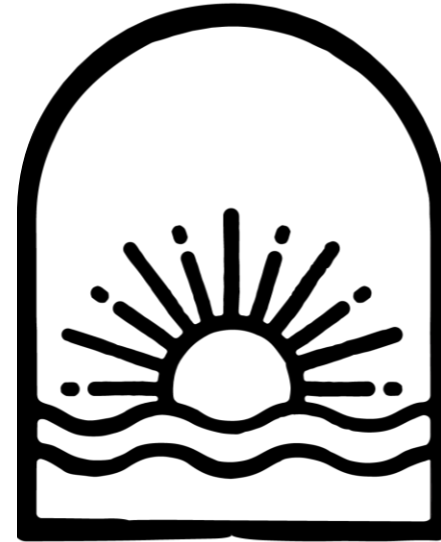
## DE ACCESIBILIDAD



ACCESIBILIDAD  
VISUAL



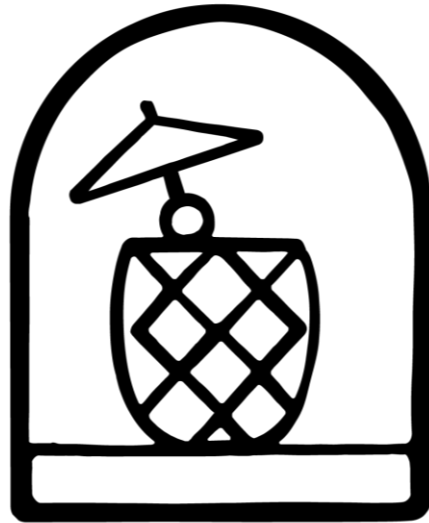
ACCESIBILIDAD  
AUDITIVA



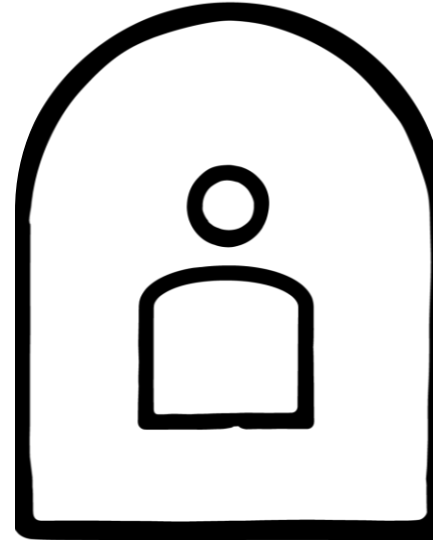
ACCESIBILIDAD  
SENSORIAL

# CATEGORÍAS PRINCIPALES

## DE ACCESIBILIDAD



ACCESIBILIDAD  
DIETÉTICA



ACCESIBILIDAD  
INTELLECTUAL

# TERMINOLOGÍA CORRECTA

## Y ACEPTADA POR LA COMUNIDAD

Para hablar de necesidades o apoyos

- Necesidad de servicios accesibles
- Necesidad de información accesible
- Necesidad de transporte accesible

Para referirse a personas sin usar “discapacidad” utiliza expresiones que describen la relación con el entorno, no la condición médica.

- Personas con necesidades de accesibilidad
- Personas con diversas necesidades de acceso



# Datos de mercado e investigación

---

TURISMO ACCESIBLE

# DATOS IMPORTANTES

## TURISMO ACCESIBLE

- 1.3 mil millones de personas viven con discapacidades a nivel mundial.
- 61 millones de adultos (27% de la población) viven con discapacidades.
- \$58.2 mil millones es la contribución anual de los viajeros con discapacidades en EE. UU. en 2022.
- 3.4 viajes por año en promedio es la cantidad de viajes que realizan los viajeros con discapacidades.
- Para 2028, se espera que el número de viajeros en EE. UU. con discapacidades de movilidad casi se triplique, alcanzando los 33.4 millones.



# OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA

## TURISMO ACCESIBLE

- Demanda de turismo accesible
  - Incremento en búsqueda de opciones de viaje seguras e inclusivas entre los viajeros a nivel global.
  - Una población que envejece
  - Una población que viaja con mayor frecuencia
- Contribuciones económicas
  - Base de clients leales
  - Aumento de ingresos por viaje, ya que suelen viajar en grupos o con acompañantes

# OPORTUNIDAD ESTRATÉGICA

## TURISMO ACCESIBLE

- Viajeros con diversidad funcional viajan con más acompañantes
- Gastan más por viaje cuando encuentran servicios confiables
- Prefieren destinos que comunican accesibilidad de forma transparente
- Uno de los segmentos de turismo de más rápido crecimiento, con un potencial significativo aún por aprovechar
- Motivaciones
  - Viajero que prioriza la seguridad
  - Transportación accesible y comunidad son clave
  - Servicios personalizados y ofrecimiento de actividades garantizan su satisfacción
- Barreras
  - Falta de información clara sobre las características de accesibilidad
  - Una infraestructura insuficiente (sobre todo en las entradas)
  - Transportación

¿Cuántas visitas/reservas  
estamos  
perdiendo simplemente porque  
la  
información sobre accesibilidad  
no  
está disponible?

# ¿QUÉ HACER?

## TURISMO ACCESIBLE

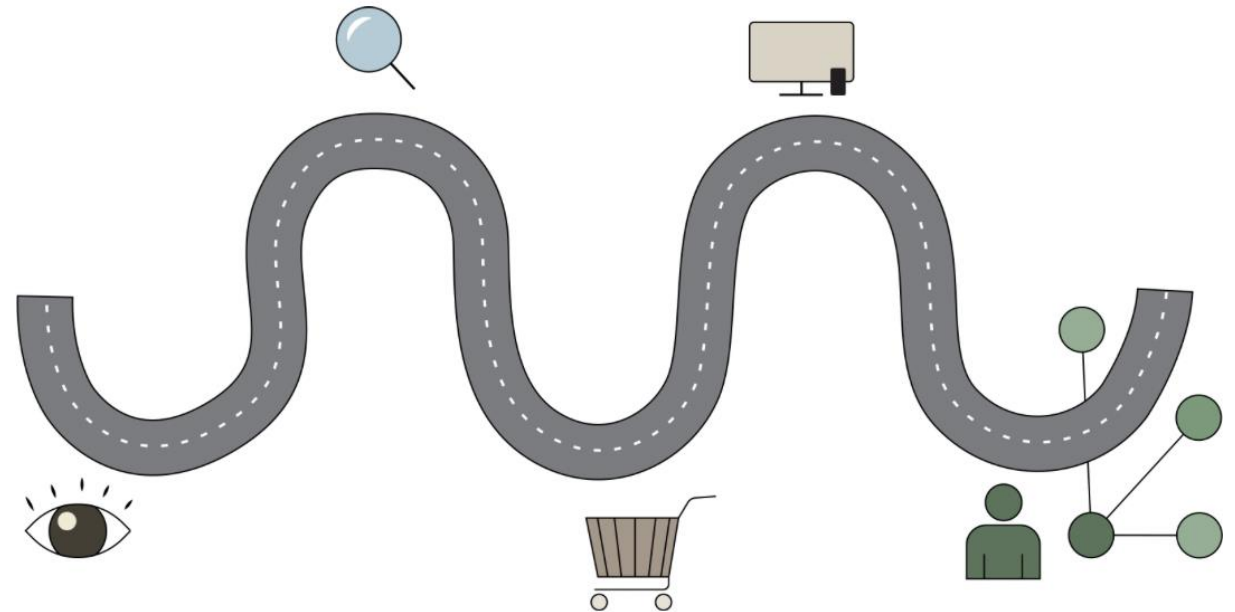
- Realizar una auditoria
- Capacitar al personal y regar la voz
- Involucrarse con la comunidad y recoger retroalimentacion
- Establecer un plan viable a corto plazo y otro a largo plazo
  - Cumplir con las leyes y regulaciones locales y federales
  - Ofrecer servicios y atracciones inclusivos y accesibles
  - Tener presencia digital accesible
- Visión Holística:
  - El turismo accesible puede integrarse con otros objetivos como la conservación o la preservación cultural, creando iniciativas multidimensionales.



# CUSTOMER JOURNEY

## TURISMO ACCESIBLE: DESDE EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

- Inspiración y planificación
- Búsqueda y selección del destino
- Reserva de transporte y alojamiento
- Preparación previa al viaje
- Experiencia en el viaje
- Post-viaje



# MAR-COM

## ACCESIBILIDAD EN EL MUNDO DIGITAL

- Recomendaciones
  - Resaltar las características accesibles en todos los canales
    - o Servicios
    - o Productos
  - Compartir testimonios y experiencias de los huéspedes
  - Asociarse con sitios web, perfiles y organizaciones dedicados a la accesibilidad
- Lo que no se debe hacer
  - Publicar información incorrecta o falsa
  - Promesas exageradas “Over-promising”
  - Expectativas no alineadas con la realidad



# CASOS DE ÉXITO

## EN PUERTO RICO



### EL YUNQUE

Inmersión en naturaleza y diversidad ecológica. Un ambiente inclusivo y servicios accesibles.



### MAR SIN BARRERAS

Una playa popular accesible para todos con personal altamente capacitado.



### PR ACCESS TOURS

Tours accesibles que te llevan desde el casco de San Juan hasta las impresionantes bahías bioluminiscentes.

# CASOS DE ÉXITO

## EN PUERTO RICO



### PARADOR VILLAS DEL MAR HAU

Este parador se ha adaptado facilitando habitaciones accesibles, servicios y acceso seguro a la playa.



### HORSES OF HOPE

Utiliza el poder sanador de la terapia equina para ofrecer experiencias a visitantes de todas las edades y capacidades.



### CASA BACARDÍ

Reconocidos por adaptar sus recorridos para que sean tanto inmersivos como accesibles. (Cumplimiento con ADA)

# TAKEAWAYS

## MENTALIDAD DE ACCESIBILIDAD

- Trabajo en comunidad y visión holística
- No es un gasto, es una inversión
- Pequeños cambios generan grandes resultados
- La accesibilidad beneficia a todos, no solo a personas con necesidades de accesibilidad
- Un destino accesible es un destino más humano, más rentable y más sostenible





# Q&A

---



SCAN HERE



Emma Rosado

*She, Her*

MARKETING SENIOR MANAGER



# Group Sales & Destination Experience

ESTEFANIA HERNÁNDEZ

Destination Experience Senior Coordinator

# EQUIPO DE EXPERIENCIA DEL DESTINO

## ELEVANDO LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y EL IMPACTO LOCAL EN TODA LA ISLA

- Trabajamos en estrecha colaboración con el equipo de Ventas en Estados Unidos.
- **Extensión del equipo en la isla**  
Mientras el equipo de Ventas conecta con planners y atrae grupos y convenciones, nosotros continuamos ese trabajo a nivel local.
- **Nuestro rol en el destino**  
Apoyamos a los clientes durante la planificación y ejecución de su programa, asegurando una experiencia fluida y bien coordinada.
- **¿Cómo lo hacemos?**
  - Planificamos y acompañamos visitas de inspección a hoteles y venues
  - Conectamos con proveedores, atracciones y aliados locales
  - Recomendamos experiencias auténticas y personalizadas
  - Brindamos apoyo ante cambios de último momento
  - Compartimos conocimiento experto del destino

# DESTINATION VIP ACCESS PROGRAM

ELEVANDO LA EXPERIENCIA DEL VISITANTE Y EL IMPACTO LOCAL EN TODA LA ISLA

- ¿De qué se trata?
  - Ofrecer beneficios y descuentos exclusivos para los asistentes del evento, motivándolos a quedarse más tiempo en la isla.
  - Estas ofertas se comparten con los organizadores del evento para incluirlas en el registro, asegurando que todos los participantes tengan acceso.
  - Verificamos las ofertas para que se alineen con los valores del programa.

Ejemplos de ofertas:

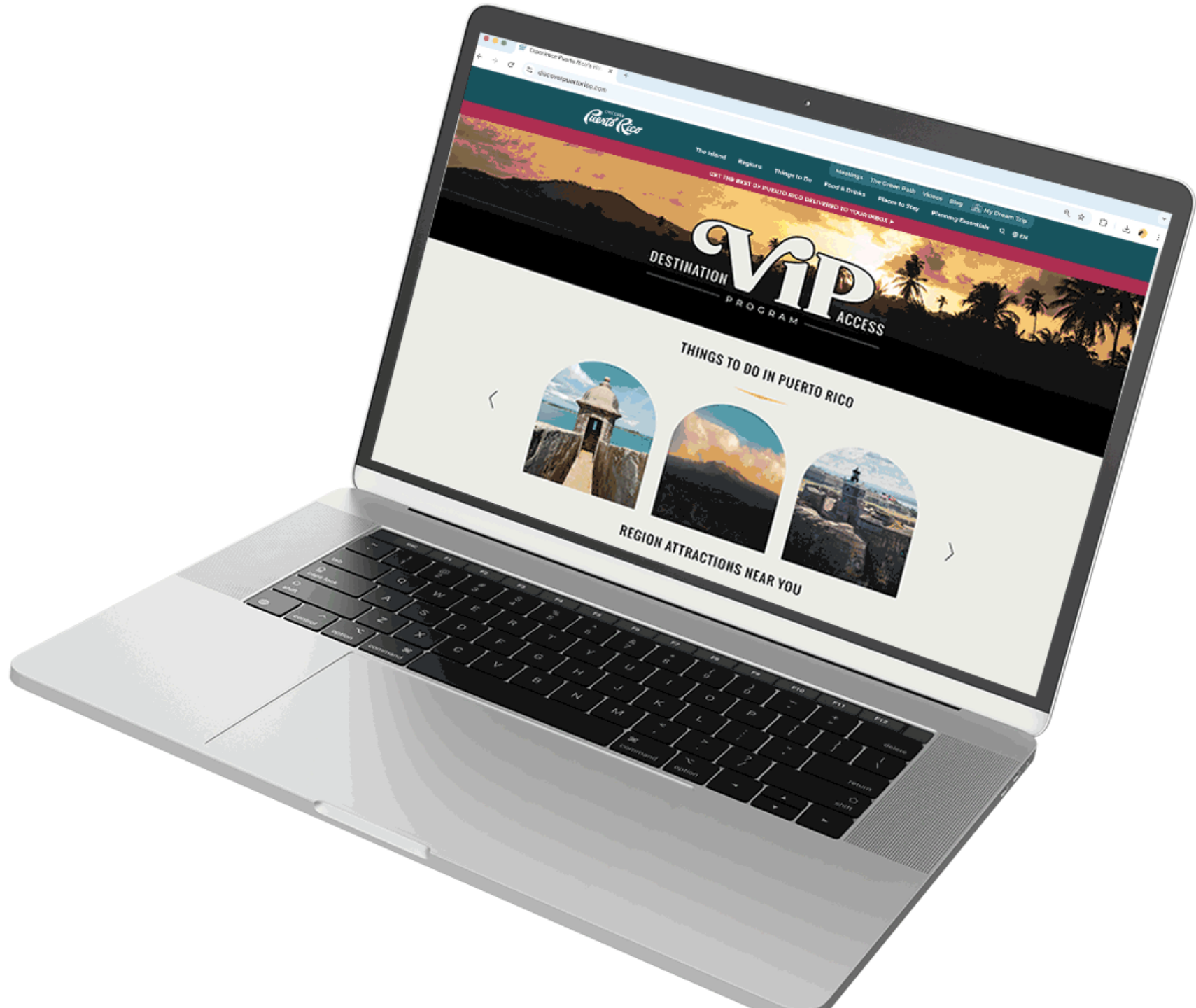
- Toro Verde: 25 % en cualquier atracción o combo
- Arena Medalla: 15% de descuento con consumo mínimo

Categorías:

- Hospedaje
- Restaurantes
- Tours & Experiencias

¡Más socios son bienvenidos!

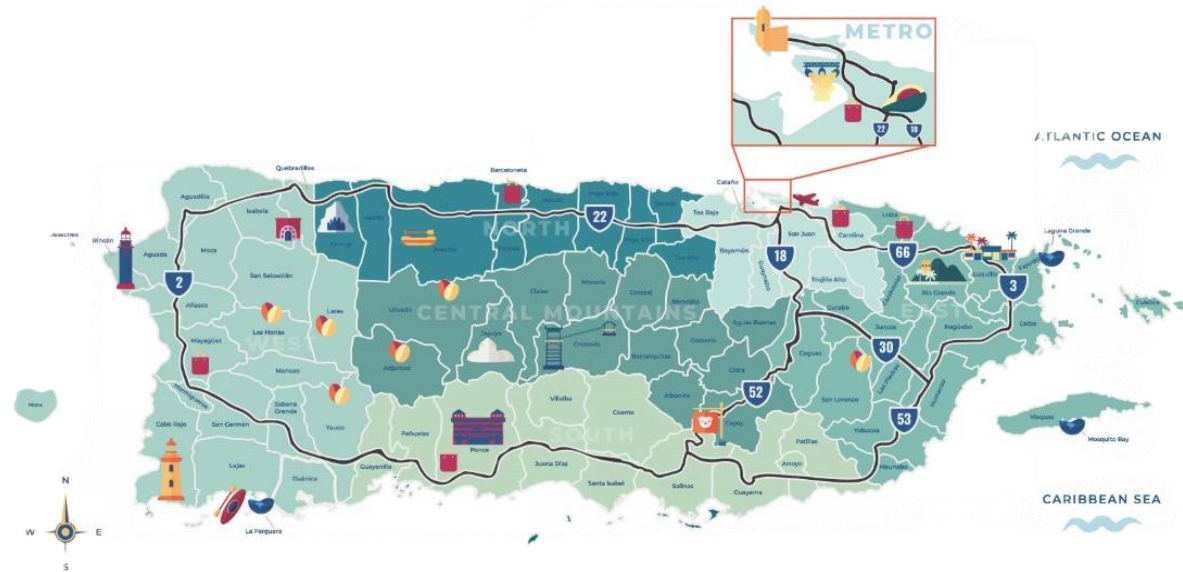




# OPORTUNIDAD PARA SOCIOS DE LA INDUSTRIA

GRUPOS DEFINITIVOS - ENERO - JUNIO 2026

- Sobre 28 grupos definitivos
- 121,357 habitaciones noche confirmadas
- Una excelente oportunidad para que nuestros socios presenten ofertas competitivas y de alto valor, diseñadas para maximizar la experiencia del participante y contribuir al éxito del programa.





# ¡UNETE AL PROGRAMA – COLABORA CON NOSOTROS!

ESCANEA EL QR Y COMPARTE TU OFERTA PARA SER PARTE DEL VIP ACCESS PROGRAM





DISCOVER  
*Puerto Rico*

¡Gracias!

