



Foundation
for Puerto Rico

La Economía del Visitante:
del conocimiento a la acción

Marzo 2016



Presidente/CEO

Jon Borschow

Principal Ejecutivo de Operaciones

Damaris Ocasio

Directora de Colaboraciones

Maria "Baby" Juanarena

Directora de Efectividad Organizacional

Yinet Ocasio

Director de Investigaciones y Análisis

Arnaldo Cruz

Analistas de Publicación

Alexandra Elizalde

Juan Gudiño

Aziria Rodríguez

Omar Rodríguez

Contribuidores

Mario Marazzi

Luis García Pelatti

Javier Hernández

Terestella González-Denton

© 2016

Foundation for Puerto Rico
Santurce, Puerto Rico 00909

Esta publicación podrá ser reproducida parcialmente o en su totalidad sin necesidad de ser comunicado a Foundation for Puerto Rico, siempre y cuando se respete íntegramente y sin cambios su contenido y citando expresamente el origen del mismo.

Diseñado por:

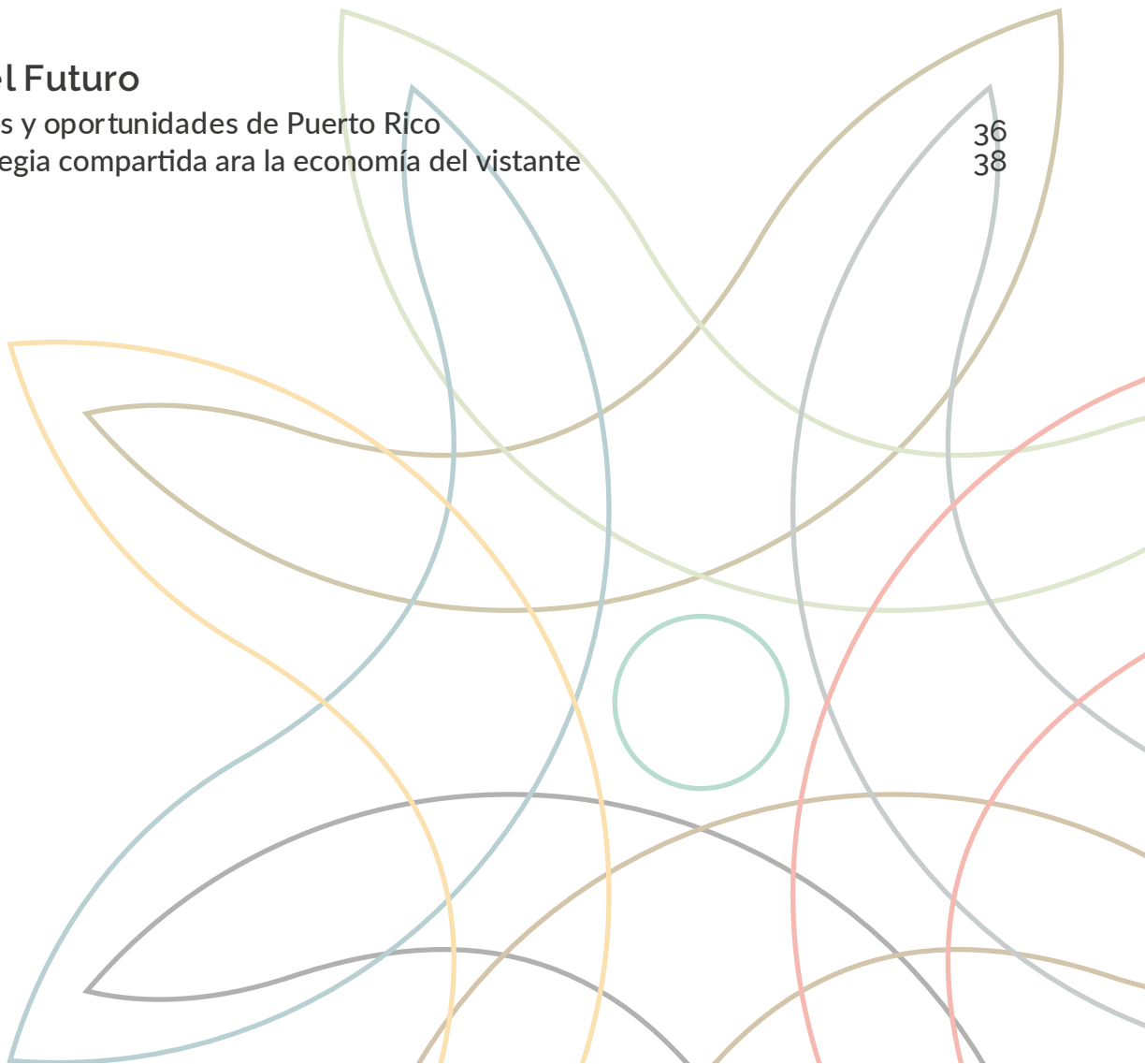
mampostea'o
un menjunje creativo

Foundation for Puerto Rico es una entidad sin fines de lucro...

Foundation for Puerto Rico fue fundada en el 2011 como una organización sin fines de lucro exenta bajo el código de rentas internas 501(c)3 y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. La organización busca descubrir, vincular y dar rienda suelta al potencial de la Isla como un participante activo en la economía global. Nuestra visión de futuro es un Puerto Rico próspero capaz de realizar su potencial maximizando el talento, la creatividad, la tenacidad, el compromiso y la pasión de su gente. Nuestra misión es transformar a Puerto Rico en un destino para el mundo impulsando estrategias sostenibles de desarrollo económico y social. En la Fundación creemos que una economía del visitante fuerte es la estrategia más certera de desarrollo económico a corto plazo para Puerto Rico.

Tabla de Contenido

Mensaje del Presidente de la Junta de Directores	3
Resumen Ejecutivo	4
Trasfondo	
El turismo y los viajes: conceptos y definiciones	6
La economía del visitante	9
La importancia de la economía del visitante	11
Estado Actual de Puerto Rico	
Comparando a Puerto Rico con el mundo	15
Límite de los datos	22
Qué nos dice la data disponible sobre los visitantes	29
Mirando Hacia el Futuro	
Los grandes retos y oportunidades de Puerto Rico	36
Hacia una estrategia compartida para la economía del visitante	38



Mensaje del Presidente

Nuestra situación económica presenta retos severos y complejos. La contracción económica es la más profunda y prolongada en 60 años. La planificación e implantación de estrategias de desarrollo tienen que abarcar a todos los niveles de la sociedad para salir de la crisis. Foundation for Puerto Rico está comprometida con el desarrollo económico de Puerto Rico. Por tanto, durante el 2016 hemos decidido enfocar nuestros esfuerzos en uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento, la **economía del visitante**. La actividad económica que genera el turismo contribuye a diferentes sectores de la economía. Su impacto tiene un efecto multiplicador generado por el gasto del visitante que se distribuye a través de la economía entera; apoyando la creación de oportunidades y empleos, el desarrollo de infraestructura y el desarrollo comunitario.

Estaremos enfocándonos en tres objetivos estratégicos. Primero, estaremos trabajando para convertir data e información en conocimiento y para que ese conocimiento nos sirva como base para hacer inferencias sobre estrategias y soluciones futuras. Segundo, trabajaremos para educar a la ciudadanía sobre la importancia que tiene la economía del visitante en el desarrollo económico de Puerto Rico y cómo traduce en oportunidades y responsabilidades para toda la socioeconomía. Creemos que esto debe convertirse en prioridad para todos, no sólo del gobierno o las empresas que participan directamente de la contribución de los turistas. Todo Puerto Rico tiene que formar parte de las estrategias de desarrollo. Por eso lo tercero que queremos hacer este año es vincular a los diferentes actores que se afectan directa e indirectamente para que se integren a los esfuerzos existentes que buscan impulsar el desarrollo de la economía del visitante.

Este escrito, **La economía del visitante: del conocimiento a la acción**, es el primero de varios para contribuir con conocimiento y educar a la ciudadanía sobre la importancia de la economía del visitante. Este enfatiza en la importancia de medir, de forma contundente y constante, la actividad económica que genera el turismo para fundamentar la creación de estrategias. Próximamente, estaremos publicando otros escritos que se enfocan en otros de los múltiples retos y oportunidades que nos presenta el transformarnos en un destino para el Mundo.

Más allá de intermediar conocimiento a través de estas publicaciones estaremos interviniendo activamente con concertaciones, foros y mesas de diálogo que faciliten las colaboraciones necesarias para impulsar lo que debe ser un esfuerzo de primera prioridad para Puerto Rico. ¡Juntos podemos lograr esta gran transformación!

Sinceramente:



Jon Borschow

Presidente de la Junta de Directores
Foundation for Puerto Rico



Foundation
for Puerto Rico

Resumen Ejecutivo



El turismo es una de las industrias de mayor crecimiento a nivel global. Anualmente, se dan 1.2 mil millones de viajes de un país a otro y la actividad económica asociada con el viajero asciende a más de \$7 trillones. El turismo representa para Puerto Rico, que enfrenta una crisis económica, la mayor oportunidad de crecimiento económico a corto y mediano plazo. Es una parte importante de la economía local y la única que está creciendo. Si se eleva a una primera prioridad, como estrategia económica, puede sustentar un crecimiento acelerado que cambiaría la trayectoria económica de la Isla. Por eso, es de suma importancia evaluar el panorama y las tendencias globales y regionales. Haciendo comparaciones con otros países podemos entender cómo las dinámicas en el resto del mundo pueden afectar los patrones de crecimiento en Puerto Rico y cómo podemos trazar nuevas estrategias económicas.

En el 2015 el número de visitantes a nivel global aumentó en un 4%; similar al ritmo de crecimiento de los últimos años. Puerto Rico también ha estado creciendo desde el 2009, pero a un ritmo un poco menor de las tendencias globales, mientras el crecimiento de la región del Caribe las supera. Puerto Rico recibe actualmente el 14% de los visitantes de la región del Caribe; una reducción de la posición dominante que mantenía hace un par de décadas, ya que el Caribe cuenta con muchos más destinos que en el pasado. No obstante, la robusta y creciente demanda regional señala que hay mucho espacio para crecer y desarrollar aún más el sector. Parte de lo que se procura hacer en este escrito es describir el panorama actual del turismo en Puerto Rico.

A modo de desarrollar un lenguaje que sea de entendimiento común, la primera parte del documento se dedica a clarificar conceptos y definiciones de la industria. Así mismo, provee contexto a los datos expuestos y facilita las conversaciones sobre el estado del sector. Por ejemplo, es importante conocer que no todos los viajeros que entran a Puerto Rico son turistas y distinguir entre estas dos categorías. Igualmente, existen otras distinciones importantes que se explican en el documento y que son fundamentales para segmentar correctamente la actividad de los visitantes y medir la contribución que hace el turismo a la economía. En Puerto Rico, la medición del turismo es un reto particular porque la vasta mayoría de viaje-



ros llegan en vuelos domésticos de los EE.UU. y no pasan por los procesos de inmigración y aduanas; donde típicamente se recopilan estos datos. Este reto se expande al resto de la cadena de datos sobre el sector, ya que en Puerto Rico aún no se ha creado un Sistema Nacional de Estadísticas de turismo y las estadísticas que si se recopilan - en muchas ocasiones - no cumplen con los estándares internacionales preparados por la Organización Mundial de Turismo.

Otro de los objetivos del escrito es introducir el concepto de la **economía del visitante**, con el fin de expandir el entendimiento del impacto del turismo a uno que pueda recoger todos los beneficios económicos que ofrece esta actividad dentro y fuera del sector. Este modelo económico no solo examina el impacto directo que tiene el turismo mediante los gastos del visitante, sino que también mide el impacto indirecto que afecta la cadena de suministro y servicios que rodean a la industria y el inducido que afecta la economía en general. Examinar y medir el turismo de esta manera permitirá a Puerto Rico establecer planes más puntuales que tomen en cuenta a todos los elementos de este ecosistema socio-económico, con el fin de que todos puedan trabajar en conjunto hacia su desarrollo robusto. Dentro del escrutinio del estado actual del turismo, se identifican retos importantes y oportunidades estratégicas para el sector. Entre ellos, la importancia de medir y correctamente diferenciar entre el turismo interno atribuible a residentes locales y el turismo de los visitantes del exterior; los que llegan para inmediatamente conectar a otro vuelo o salir en un crucero; los excursionistas que tocan la Isla de pasada en un crucero y los que originan de otros países pero transitan por vuelos domésticos, ya que en cada caso el perfil de comportamiento, las estrategias de promoción y el rendimiento económico puede ser muy variable.

Por último, este escrito hace un llamado a la concertación. A la elaboración de una estrategia coherente y efectiva y políticas públicas para el desarrollo del turismo que deben trabajarse de manera integrada, insertando todos los elementos que afectan el crecimiento del sector y de la economía en general. Esto ayudará a vincular muchos más actores a las estrategias de desarrollo y resaltaré lo abarcador e importante que es el turismo en la economía del país.

El concepto del turismo y los viajes

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico asociado con el movimiento de personas a zonas fuera de su lugar de residencia. Si queremos analizar a profundidad el impacto que tiene el turismo en la economía de Puerto Rico es importante primero definir el concepto. La organización responsable por establecer los estándares internacionales para la industria es la Organización Mundial de Turismo (OMT), una organización especializada de las Naciones Unidas. La OMT establece los conceptos, definiciones, indicadores y clasificaciones a seguir para medir el sector.

Lo primero que queremos hacer es definir y explicar el concepto de **viajero**, **visitante** y **turista**. Esto es de suma importancia, ya que esta diferenciación determina el cómputo de las estadísticas de turismo en un país. Según las Recomendaciones Internacionales de Estadísticas de Turismo publicadas por la OMT en el 2008, un **viajero** es una persona que se mueve o viaja a otra localización geográfica por cualquier razón o cantidad de tiempo. En un país los viajeros pueden ser **residentes** o **no residentes**. Los viajes hechos dentro del país por residentes se consideran **viajes internos** (*domestic travel*), mientras los que hacen fuera se denominan **viajes emisores** (*outbound travel*). Los viajes a un país por **no residentes** se consideran **viajes receptores** (*inbound travel*). No todos los **viajeros** se consideran **visitantes**, para un **viajero** considerarse un **visitante** tiene que hacer un viaje hacia un destino fuera de su ambiente habitual por una dura-

ción de menos de un (1) año¹. Además de esta condición, para el **viajero** ser considerado un **visitante**, no puede estar viajando con el propósito de ser empleado en el país al que viaja. Ahora bien, los **visitantes** pueden ser considerados: **turistas** o **excursionistas**. Se considera **turista** al visitante que pasa al menos una noche en el lugar visitado. En el caso de los cruceros, si los **visitantes** no pasan la noche en el destino se consideran **excursionistas**.

En conclusión, solo la actividad asociada con viajes hechos por visitantes puede reconocerse como **turismo**². Es importante tener claridad con estos términos, ya que podríamos equivocadamente estar contabilizando algunos **viajeros** como **turistas** o visitantes residentes como visitantes no residentes. Esto es más crítico en Puerto Rico, debido a que la gran mayoría de los viajeros vienen de los Estados Unidos y, por lo tanto, no se registran con las autoridades migratorias. Es decir, cuando la Autoridad de Puertos de Puerto Rico publica estadísticas del flujo de pasajeros, las mismas incluyen: viajeros, visitantes residentes y visitantes no residentes. La única manera de identificar los visitantes no residentes es a través de una encuesta. La claridad y especificidad de las estadísticas es lo que permite medir el desempeño del sector y así desarrollar mejores y más puntuales estrategias. Además, provee un marco de referencia a los proveedores de servicio turístico existentes o nuevos emprendedores turísticos que utilizan esta información para la planificación de su negocio.

¹ La OMT define ambiente habitual como una área geográfica donde el individuo lleva su rutina cotidiana

² United Nations, World Tourism Organization- International Recommendation for Tourism Statistics. 2008.

Diagrama A - Viajes y Turismo³



Hemos preparado una tabla (Tabla A) con ejemplos locales y su respectiva definición, según los estándares internacionales, para entender mejor la diferencia entre estos conceptos. Como verán en la tabla, dentro de un viaje receptor puede haber viajeros, turistas residentes y turistas no residentes.

Tabla A - Diferencia en viajero, visitante y turista

Ejemplo	Tipo de Viaje	Clasificación del viajero
Residente de San Juan que va de vacaciones a España	Viaje Emisor	Turista - Residente
Residentes de San Juan regresando de viaje de vacaciones en España	Viaje Receptor	Turista - Residente
Residente de San Juan que se muda a Orlando, Florida permanentemente	Viaje Emisor	Viajero
Residente de San Juan que visita el Monte del Estado y se queda una noche	Viaje Interno	Turista - Residente
Residente de San Juan que visita el Monte del Estado y se regresa el mismo día a su lugar de residencia	Viaje Interno	Excursionista - Residente
Residente de Chicago que hace escala en San Juan para un viaje hacia Islas Vírgenes	Viaje Receptor	Visitante - Excursionista
Estudiante nacido en Puerto Rico que se encuentra cursando estudios universitarios en USA que viene de vacaciones a PR ⁴ .	Viaje Receptor	Turista No Residente

³ Cuando nos referimos a viajes en este diagrama incluye el viaje de ida y de vuelta (roundtrip). Lo que define el tipo de viaje es el destino del viajero. Por ejemplo un viajero residente que viaja de vacaciones hacia España y regresa hace un viaje emisor, a pesar de que regresa en un viaje receptor. // ⁴ Si el estudiante está estudiando en el exterior por un periodo de menos de un año, se considera residente de PR y por lo tanto es considerado como un visitante al exterior.

Ejemplo (Cont.)	Tipo de Viaje	Clasificación del viajero
Residente de Chicago, IL que viene a PR de vacaciones	Viaje Receptor	Turista No Residente
Residente de Chicago, IL que viene a estudiar a PR por un semestre	Viaje Receptor	Turista No Residente
Residente de Chicago IL que viene a estudiar a PR de bachillerato	Viaje Receptor	Viajero
Residente de Chicago, IL que viaja a PR por razones de negocio	Viaje Receptor	Turista No Residente
Residente de Chicago a IL que viene a PR para hacerse una intervención quirúrgica	Viaje Receptor	Turista No Residente

**Sombreamos todos los ejemplos que aplican a un visitante.*

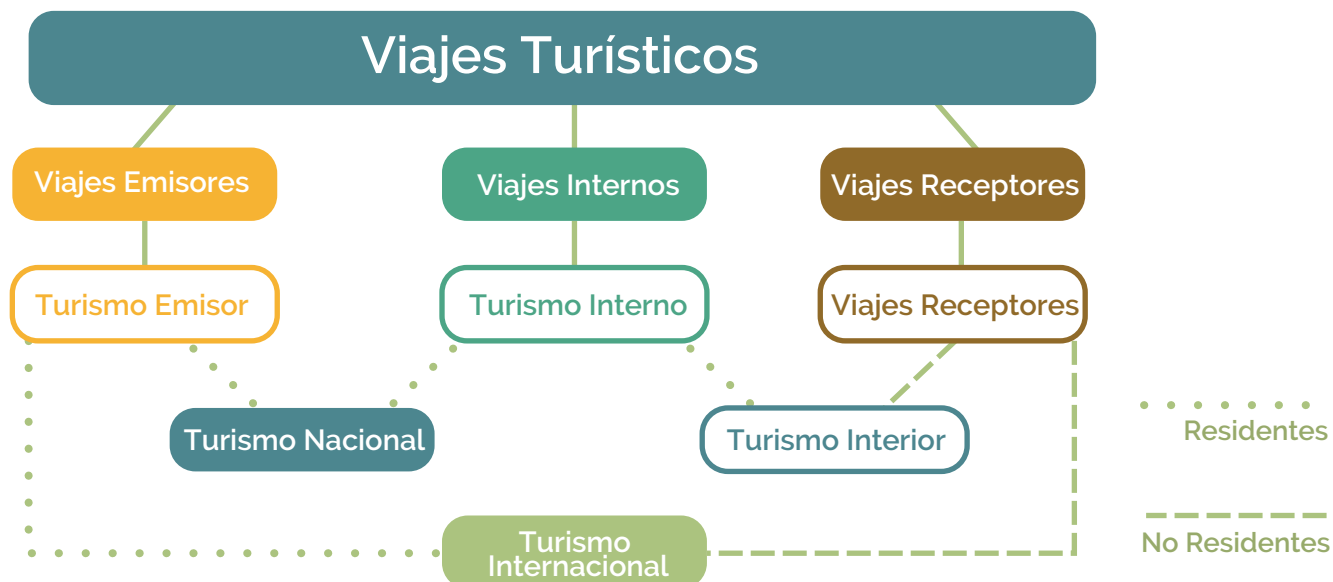
Como explicamos anteriormente, todos los viajes hechos por visitantes se consideran viajes turísticos y por tanto caen bajo la definición de turismo. Sin embargo, como mostramos en la tabla A, la definición de turismo según la OMT va más allá de la actividad turística local de los visitantes de entrada que no son residentes, sino que incluye los viajes al exterior y los viajes domésticos que hacen nuestros residentes. Es por eso que se recomienda distinguir entre los diferentes tipos de turismo cuando se utiliza el concepto.

Por ejemplo, según la OMT, el **turismo nacional**, se refiere al turismo hecho por los residentes, tanto fuera y dentro de su país de residencia. En contraste,

cuando el OMT usa el termino **turismo interno**, el cual se acerca más al tipo de turismo que conocemos, esto incluye el turismo doméstico de los residentes y el turismo de los visitantes no residentes.

Es importante mencionar (y hablaremos de esto en más detalle más adelante en el escrito) que cuando las entidades internacionales publican datos de la contribución que hace el turismo a un país, incluyen todas las clases de turismo y no solo el turismo de entrada de los visitantes no residentes. Puerto Rico, sin embargo, puede y debe distinguir entre estas categorías y medir diferenciadamente la actividad económica de las mismas.

Diagrama B - Tipos de Turismo



La economía del visitante



El concepto económico de la **economía del visitante** es uno mucho más abarcador que el del turismo; según definido por la Naciones Unidas. Turismo se limita al valor económico asociado con los negocios que directamente proveen bienes y servicios al visitante, sin tomar en consideración los impactos **indirectos e inducidos** que produce la actividad turística en el resto de la economía.

A modo de ejemplo, supongamos que tenemos un negocio que alquila *kayaks* en la playa. Según la definición establecida por la OMT en sus estándares más recientes (2008), para el cómputo del turismo solamente se puede contabilizar la economía generada por ese negocio (ventas y empleos generados). Sin embargo, supongamos que ese negocio obtiene sus *kayaks* de un distribuidor local. Bajo el concepto más amplio de la **economía del visitante** estaríamos también contabilizando los ingresos generados por ese distribuidor local y otros negocios que respaldan al operador de *kayaks*. También tendríamos que tomar en cuenta lo que se gasta en la economía local que origina de los sueldos u otros ingresos que entran al bolsillo de los empleados del operador de *kayaks* y del distribuidor.

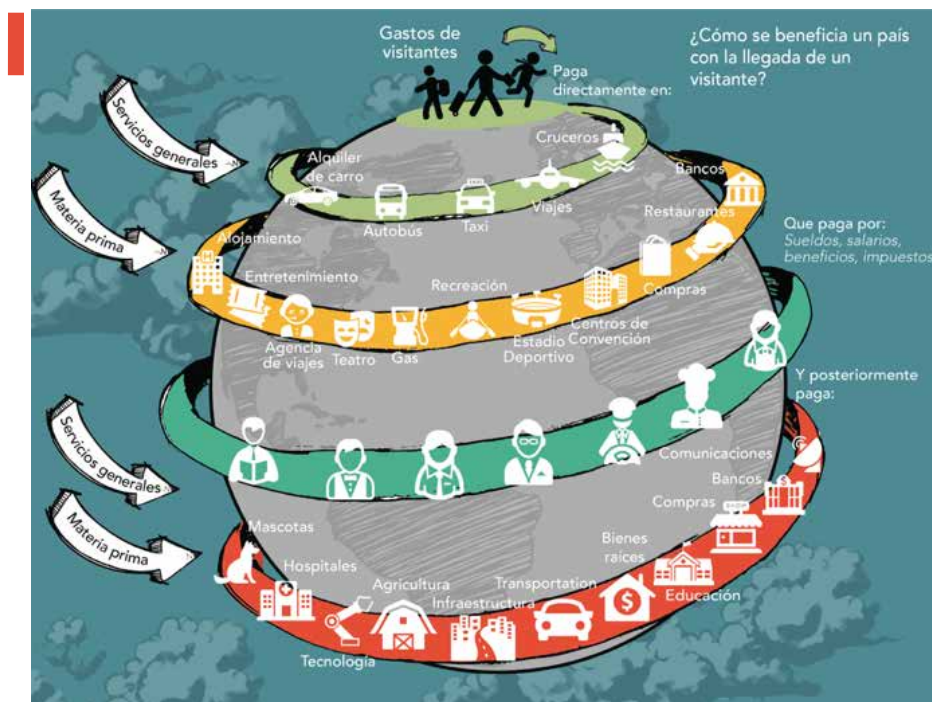
Es decir, la **economía del visitante** toma en consideración el impacto económico en la cadena de suministro de bienes y servicios que respaldan al turismo como

sector y en la economía en general, a través de la demanda adicional para productos y servicios que son pagados del bolsillo de aquellas personas empleadas directa o indirectamente en la **economía del visitante**. Es por esto que el impacto económico del sector puede ser significativo en la expansión de empresas existentes y en la creación de nuevas empresas no turísticas que se establecen como consecuencia de la demanda de productos y servicios en la cadena de suministro. Las hospederías son el mejor ejemplo de esta dinámica. Los hoteles dependen mucho de distribuidores y proveedores locales para operar, pero esas economías no están incluidas en el cómputo del turismo.

Esto no quiere decir que no reconocemos la importancia del concepto de turismo; según definido por la OMT. De hecho, más adelante elaboramos sobre los retos que enfrenta Puerto Rico, aún para cumplir con los estándares de medición del turismo recomendados por la OMT. No obstante, estamos convencidos de la importancia de usar una métrica más abarcadora que permita entender profundamente las implicaciones de la actividad del visitante en toda la economía. Con este enfoque se podrán alinear mejor los esfuerzos de todo el ecosistema y lograr el establecimiento de estrategias integradas para el desarrollo y beneficio, no solo del sector, sino de la economía en general.

El concepto de la **economía del visitante** no es uno nuevo. Varios expertos en la industria comenzaron a utilizar el término en la década del 2000. No obstante, no fue hasta el 2008 cuando Gran Bretaña, a través de su iniciativa *VisitBritain*, desarrolló una nueva metodología a nivel institucional para medir las contribuciones directas e indirectas del turismo a su economía. El estudio fue preparado por la compañía Deloitte Consulting en colaboración con *Oxford Economics*; un programa de la Universidad de Oxford⁵. En este ejercicio de calcular el impacto económico de la economía del visitante en Gran Bretaña se estimó una contribución de £114 billones (libras). En contraste, el cálculo oficial de la actividad directa del turismo, basado en la Cuenta Satélite de Turismo de Gran Bretaña, fue de solo £52 billones, una diferencia de £62 billones (libras).

Examinemos los estimados de los impactos directos, indirectos e inducidos que hizo el WTTC para Puerto Rico en su publicación anual para el 2014, donde la contribución directa del turismo fue de \$2.4 billones, mientras que la indirecta e inducida fue de \$5 mil millones para un total de \$7.4 mil millones. Es decir, que dos terceras parte de la contribución total a la economía de Puerto Rico fue indirecta o inducida⁶. Esto tiene importantes implicaciones en la manera que conceptualizamos el turismo, ya que gran parte de su impacto y, por consecuencia su actividad económica, ocurre fuera de las industrias catalogadas como turísticas. Es por esto que recomendamos que no tan solo se utilice este concepto, sino que se trabaje para identificar todos los elementos indirectos afectados por la actividad turística en la Isla, especial-



La gran diferencia en medición de impacto económico que se reveló en Gran Bretaña abrió las puertas para que organizaciones internacionales comenzaran a adoptar este concepto. Tanto es así que años más tarde la Organización Mundial para Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) adoptó esta metodología para su *ranking* anual de países y contrató a *Oxford Economics* para calcular sus estimados.

mente los efectos inducidos en la economía, generada del bolsillo de todas las personas empleadas directa o indirectamente. Esta es la única manera de poder establecer planes más abarcadores y puntuales que tomen en cuenta a todos los elementos del ecosistema, con el fin de que puedan trabajar en conjunto hacia el desarrollo óptimo de esta vertiente económica tan importante.

⁵ Deloitte Consulting-The Economic Case for the Visitor Economy- Final Report (2008) // ⁶ Los datos del WTTC en PR tiene que ser utilizados con precaución, ya que la metodología depende en parte de la información recopilada en la Cuenta Satélite de Turismo, la cual Puerto Rico aún se está desarrollando. Esto lo explicamos más adelante en nuestra sección de datos.

La importancia de la economía del visitante



Aeropuerto Luis Muñoz Marín

Como ya hemos indicado, la economía del visitante es de suma importancia para el desarrollo económico de un país. Según el WTTC, contribuye unos \$7.4 billones a la economía puertorriqueña, lo que representa un 10.7% del producto nacional bruto (PNB) de Puerto Rico⁷. Tomando en consideración la contribución directa, indirecta e inducida durante el 2014 la economía del visitante en Puerto Rico fue responsable por un total de 67,000 empleos. El empleo en empresas que atienden a visitantes (directa o indirectamente) es una gran oportunidad para la economía del país, especialmente tomando en consideración el alto nivel de desempleo y la baja tasa de participación laboral en Puerto Rico. Como ya hemos visto, un aumento en el

número de visitantes tiene un impacto económico en el resto de la cadena, por lo que genera empleos de manera simultánea en múltiples sectores de la economía, incluyendo: transportación, ventas al detal, hospederías, atracciones y las artes y la cultura, entre otros. También genera empleos adicionales en la cadena de suministro en sectores como: distribución, servicios financieros, la construcción, energía, etc. La economía del visitante también puede aportar grandemente al emprendimiento y la autogestión en la Isla, ya que el impulso generado por el turismo puede permitir la viabilidad de nuevos pequeños negocios locales. Muchos de estos sectores en la cadena no requieren grandes inversiones de capital para comenzar.

⁷ A nivel internacional se utiliza el Producto Interno Bruto como índice para medir el tamaño de la economía de un País. Según la Junta de Planificación, para el 2014, el Producto Interno Bruto fue de \$103.6 billones. Sin embargo, en Puerto Rico se acostumbra a utilizar el Producto Nacional Bruto, debido a la cantidad de compañías foráneas establecidas en Puerto Rico que usan la práctica de "transfer pricing". Para el 2014 el Producto Nacional Bruto fue estimado en \$69.2 billones.

El incremento en el número de visitantes también puede ayudar con el establecimiento de nuevos negocios e inversión extranjera aun en áreas no relacionadas a la economía del visitante. Un análisis recientemente preparado por Oxford Economics reveló una muy alta correlación entre los viajes de negocio y las exportaciones de un país⁸. En el modelo de Oxford los países con mayor cantidad de viajes de negocios tenían mayor número de exportaciones. Los viajes de negocio sirven para que inversionistas desarrollen relaciones con clientes y suplidores locales. El Internacional Air Transport Association (IATA) también ha documentado el valor de las redes de viajes en el desarrollo de nuevos negocios. Una encuesta realizada por la IATA a 600 compañías encontró que el 63% de las empresas veían una buena red de viajes como un factor importante para sus decisiones de inversión⁹. Al aumentar el número de visitantes, aumenta la cobertura geográfica y la conveniencia de las redes de acceso aéreas y marítimas. El WTTC también realizó una encuesta sobre este particular. En la misma se encuestaron ejecutivos de la industria de viajes, donde el 86% indicó que el desarrollo del turismo había incrementado la inversión extranjera y la creación de empleos.

La economía del visitante también influencia en el desarrollo de proyectos de infraestructura de un país,

tales como la expansión de la red de carreteras, acceso a las utilidades, acueductos y alcantarillados y las comunicaciones. Muchos de estos proyectos también le benefician a los residentes. Uno de los mejores ejemplos de esto fue en la Patagonia Argentina. En el 2001, debido al incremento en la demanda de visitantes, se desarrolló un aeropuerto en la ciudad de El Calafate y se mejoraron las calles y acceso a servicios. Antes de estas mejoras en infraestructura la ciudad de El Calafate recibía unos 60,000 visitantes. Como resultado de las mejoras e inversión pública el número de visitantes aumento 400,000¹⁰. En esa misma línea, la economía del visitante también puede ayudar a preservar y desarrollar patrimonios nacionales. No hay duda que las visitas de los no residentes al Yunque son una gran fuente de ingresos para el bosque, y el ecosistema adyacente. Y es ese flujo de visitantes lo que ha contribuido a una mejor experiencia en el Yunque para todos, incluyendo los residentes. Lo mismo ocurre con el Viejo San Juan o la Placita de Santurce. A nivel internacional tenemos grandes ejemplos de cómo el flujo de visitantes ha ayudado a preservar sitios históricos, tales como el Machu Picchu en Perú, Chichen Itza en México, y el Terracotta Army en China. En estos países, se han invertido millones de dólares en la preservación y conservación de estos monumentos históricos.



El Yunque, Puerto Rico

⁸ Oxford Economics 2011. "Aviation: The Real World Wide Web // ⁹ IATA 2006 "IATA Economics Briefing No. 3"

¹⁰ Oxford Economics 2011. "Aviation: The Real World Wide Web

La OMT también ha documentado el rol del turismo en la reducción de la pobreza. En su publicación del 2006, "Reducción de la Pobreza por Medio del Turismo", estudiaron 26 casos en 20 países que desarrollaron proyectos turísticos en varias comunidades para combatir la pobreza. En sus conclusiones, indicaron que el desarrollo turístico contribuyó a mejorar la economía local, pero también la calidad de vida de las comunidades estudiadas. Uno de los hallazgos más interesantes del estudio fue cómo las actividades del proyecto llevaron a las comunidades a actuar de forma más responsable, con respecto a su entorno y el uso sostenible de los recursos naturales. Además, los proyectos crearon un incentivo para reactivar el uso de productos alimentarios orgánicos autóctonos y aumentó el deseo de desarrollar su

comunidad de forma sostenible. Mencionamos este estudio para enfatizar el rol que puede jugar la economía del visitante en las comunidades, ya que existe una percepción en Puerto Rico de que el turismo beneficia principalmente a las grandes cadenas de hoteles¹¹. Un buen ejemplo de esto en Puerto Rico es la microempresa **BiciCaño**, creada por la comunidad del Caño Martín Peña. Esta empresa ofrece a los visitantes recorridos turísticos en bicicleta por algunos de los lugares del Caño, con el fin de crear conciencia de la necesidad del dragado y reseñar la riqueza cultural y social de la comunidad. Recientemente, el proyecto recibió estudiantes de la Universidad de Mercyhurst del estado de Pennsylvania. Este tipo de modelo es algo que pudiera replicarse en muchas comunidades de la Isla.



Placita de Santurce, San Juan, Puerto Rico

¹¹ Según el Perfil del Visitante del 2012, el alojamiento solo representa un 30% del gasto del visitante.

El estudio de la OMT reveló que los 26 proyectos comunitarios generaron sobre 1,500 empleos directos en microempresas de la comunidad. Otro buen ejemplo de esto en Puerto Rico es el proyecto de **ImagineSanturce**. Este proyecto es un esfuerzo comunitario que busca promover, apoyar, influenciar y consolidar una iniciativa de revitalización urbana. En el proyecto participan y colaboran organizaciones sin fines de lucro, el Municipio de San Juan, la Universidad del Sagrado Corazón, empresarios, artistas y líderes comunitarios. Una importante iniciativa de Imagine Santurce es la creación de un Distrito Cultural que fomente el desarrollo económico de la comunidad. A pesar de que el gobierno tiene un rol en este proyecto, el modelo de Imagine Santurce requiere que sean los mismos residentes quienes lideren las estrategias e iniciativas de este nuevo Distrito Cultural. La vinculación de los residentes a los planes y estrategias permite que el éxito de alguna iniciativa sea sostenible y tenga continuidad. La base de este nuevo Distrito Cultural está en los activos presentes de Santurce. Lo que busca este proyecto es vincularlos para que puedan dar valor de manera integrada. Por eso, la primera fase del proyecto consiste en la creación de una herramienta virtual que permita dar a conocer estos activos. Al visibilizar los numerosos y diversos activos, se incentivará la llegada de visitantes a Santurce, tanto de residentes, como no residentes de Puerto Rico.



Grupo Africaribe

La Cultura y el Turismo en Santurce



Javier J. Hernández-Acosta, PhD
(Inversión Cultural - Fundador)

Santurce representa un escenario donde se ha ido desarrollando ese ecosistema. Se trata de un barrio con una gran diversidad socioeconómica y cultural, ubicación céntrica y con múltiples activos culturales estratégicos. Santurce es la sede de los principales museos, teatros y salas de conciertos, entre otros. Esto ha promovido que en los últimos 10 años se hayan establecido o reubicado múltiples emprendimientos culturales y creativos que incluyen galerías y espacios de arte, colectivos de teatro, espacios gastronómicos, diseñadores, café teatros, hospederías y estudios de artistas, así como una programación cultural diversa.

De igual forma, las iniciativas comunitarias han realizado los primeros esfuerzos para promover una vinculación directa y un rol protagónico de los locales en estos procesos. Aunque podríamos decir que se trata de algo en proceso, un ecosistema de turismo cultural en Santurce podría servir de modelo para estrategias de desarrollo económico a nivel local a través de la economía del visitante. Si los locales logran insertarse en el proceso como protagonistas, ya sea a través del diseño de narrativas y oferta cultural, mediante formas alternativas de hospedaje o como acompañantes, entre otras actividades, el impacto económico podría llegar realmente a las comunidades. Por supuesto, estos procesos requieren cambios de mentalidad, política pública y hasta legislación para que se atemperen a nuevas tendencias como la economía colaborativa. De igual forma, muchos de estos emprendimientos creativos tienen un problema de vulnerabilidad y sostenibilidad, precisamente porque su impacto indirecto normalmente supera al directo y su capacidad de capturarlo a través de ingresos suele ser limitada. Es importante crear mecanismos para que la comunidad creativa capitalice sobre esas externalidades y que puedan establecerse de forma permanente en la comunidad.

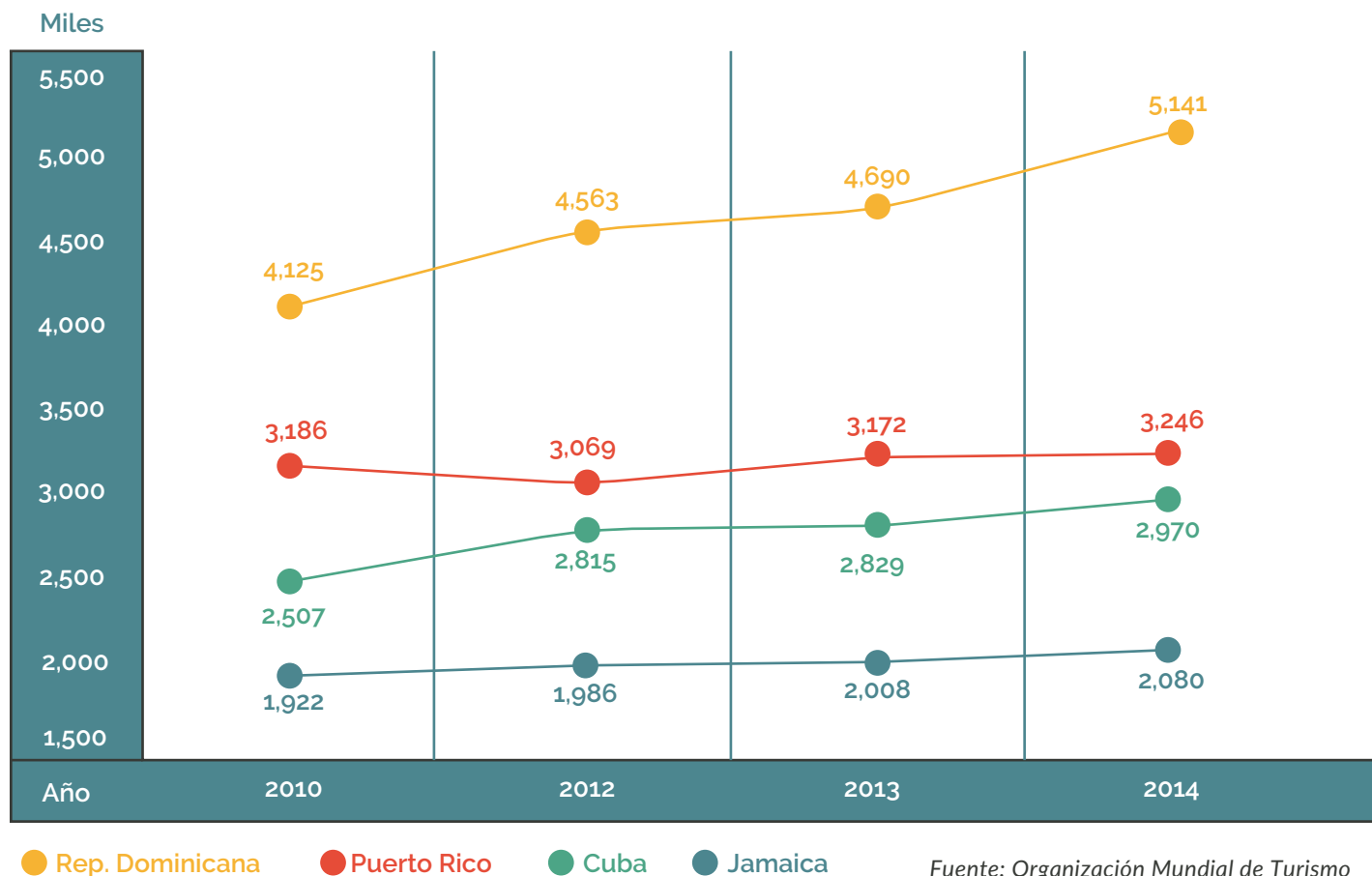
El Estado Actual de Puerto Rico

Comparando a Puerto Rico con el Mundo

Es importante que estemos constantemente comparándonos con el resto del mundo, y particularmente con la región del Caribe, para ver las tendencias, identificar los factores que están afectando el crecimiento de estos otros países y las oportunidades que arrojan. Según datos oficiales de la Junta de Planificación, Puerto Rico recibió 3,246,000 turistas no residentes durante el 2014, colocándolo en el segundo país con mayor número de turistas no residentes en el Caribe. El Caribe recibió un total de 22,446,000 turistas no residentes durante el 2014. Si fuéramos a hacer un ejercicio de cuota de mercado (market-share), Puerto Rico recibió el 14% de los turistas en el Caribe, versus el 23% en República Dominicana, 13% en Cuba y 9% en Jamaica. Lo más interesante de estos datos es el nivel de

crecimiento desde el 2010. Como habíamos mencionado, República Dominicana ha tenido un crecimiento significativo. Al mismo tiempo, Cuba y Jamaica han tenido aumentos sobresalientes en el número de turistas no residentes; superiores a los de Puerto Rico. El aumento para todo el Caribe para esa misma fecha fue de 15%. Estos datos fueron publicados en mayo de 2015, así que no toman en consideración eventos recientes, como la apertura de la relaciones entre Estados Unidos y Cuba. En el caso de República Dominicana, su Banco Central publicó estadísticas preliminares donde indicaron un crecimiento adicional de 9% para el 2015. En la próxima gráfica comparamos el número de turistas que llegan a Puerto Rico con los que llegan las Antillas Mayores del Caribe.

Gráfica A - Turistas No Residentes (en miles)¹²



¹² Los números del OMT no incluyen los excursionistas (cruceros).

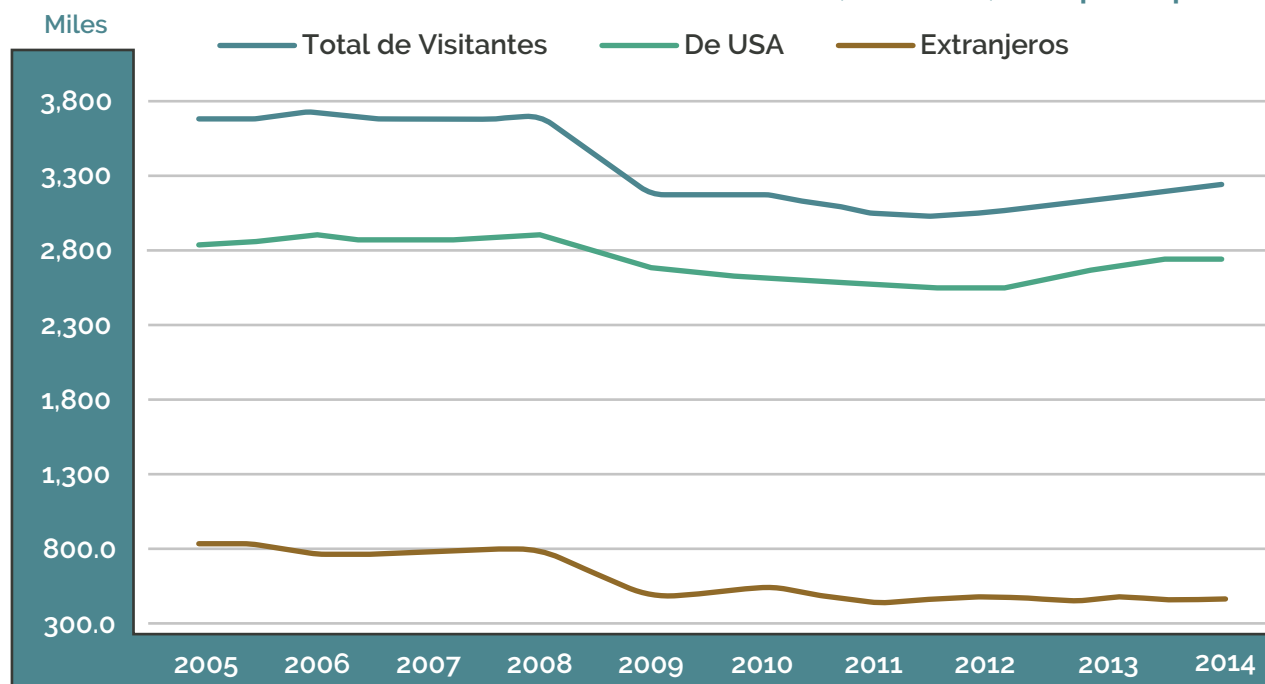
Nota sobre los datos de Puerto Rico

Debido al impacto de esta data en los informes comparativos, hemos optado por examinar la data que usa la OMT y otras instituciones internacionales sobre el número de visitantes que llegan Puerto Rico y de la cual dependen para hacer sus comparaciones. En la Gráfica A, podemos observar el por ciento de aumento en el número de turistas que llegan a Puerto Rico. Según la OMT, que deriva sus números de la data de la Junta de Planificación, del 2010 al 2014 este número aumentó en solo un 2%. Pero, interesantemente, según números de la misma fuente, el componente de turistas que se hospedaron en hoteles durante el mismo periodo aumento un 21%. Sin embargo, este aumento es contrarrestado por una reducción de un 12% en el componente de turistas que se hospedan en otros lugares a pesar de que los alojamientos no tradicionales, tales como los AirB&B han venido aumentando dramáticamente en los últimos años. Definitivamente tenemos que poder indagar con mayor profundidad sobre estos datos que reportamos a los organismos internacionales y las metodologías utilizadas en su cálculo porque pueden tener un impacto material en la medición y representación de nuestra actividad económica y su comparabilidad con otros países, especialmente en las comparaciones de los patrones de crecimiento del turismo.

Es importante comparar a Puerto Rico específicamente a las otras Antillas Mayores. Tomemos el caso de República Dominicana, el país con mayor crecimiento económico de la región. Según estadísticas oficiales del Banco Central Dominicano, la economía en general creció a un 7%, mientras en Puerto Rico, según la Junta de Planificación de Puerto Rico, el crecimiento fue negativo. En el caso de la República Dominicana, es evidente que la llegada de turistas no residentes ha tenido mucho que ver con su crecimiento económico general, ya que desde el 2010 al 2014 (Gráfica A) han visto un aumento en el número de turistas de 24%.

Hicimos también un ejercicio de buscar datos más antiguos publicados por la Junta de Planificación de Puerto Rico en la balanza de pagos. Aquí podemos ver una caída en el número de turistas no residentes, particularmente de los que vienen de países extranjeros (países que no sean los Estados Unidos). Según los datos ilustrados en la Gráfica C, la caída en el número de turistas ha sido de un 12%, mientras que para los extranjeros ha sido mucha más dramática con una reducción de 45%. En conclusión, a pesar del crecimiento de los últimos dos años, todavía no hemos alcanzado el pico de los últimos 10 años que se dio en el 2006 con 3.7 millones de turistas no residentes.

Gráfica B - Crecimiento Visitantes No Residentes (en miles) 2004-2014¹³



¹³ Balanza de Pagos 2014- Junta de Planificación de Puerto Rico -(No incluye los excursionistas)

El WTTC también publica anualmente estadísticas del turismo para casi todos los países. Como mencionamos anteriormente, el WTTC usa la metodología de la Economía del Visitante desarrollada por Deloitte y Oxford Economics. Ahora bien, los datos del WTTC deben ser utilizados con precaución, ya que su metodología depende en parte de la información recopilada en la Cuenta Satélite de Turismo, la cual en Puerto Rico aún se está desarrollando. A pesar de las limitaciones de la metodología mencionadas al principio de esta sección, la publicación de la WTTC es la única que permite comparar el impacto económico del turismo en Puerto Rico con otros países. La manera que el WTTC crea sus rankings es ordenando los países según la contribución que hace el turismo al tamaño de su economía. La siguiente tabla (Tabla B) indica la posición de Puerto Rico a nivel mundial y la de otros países del Caribe en varias categorías del ranking de 2014 (relativo al tamaño de la economía).

Según el ranking del WTTC (Tabla B), se puede observar que Puerto Rico se encuentra bastante rezagado en el sector, relativo a otros países del Caribe. Es importante es que esto se vea como una gran oportunidad de crecimiento.

Tabla B - Ranking del WTTC 2015 - Países del Caribe

Economía del Visitante (directo, indirecto e inducido)			
<i>País</i>	<i>Rank % de Contribución al GDP</i>	<i>Rank % Contribución a empleos</i>	<i>Rank % de Gasto de no residentes</i>
<i>Antigua</i>	6	7	4
<i>Bahamas</i>	10	8	10
<i>Barbados</i>	15	14	19
<i>Cuba</i>	77	88	65
<i>República Dominicana</i>	43	49	31
<i>Jamaica</i>	22	22	18
<i>México</i>	52	46	136
<i>St Kitts</i>	25	23	32
<i>Trinidad & Tobago</i>	106	68	120
<i>Puerto Rico</i>	120	129	121

Quisimos también comparar los números de Puerto Rico en el ranking del WTTC con otros países fuera de la región de Caribe que tuviesen economías parecidas a la de nuestra Isla. En la Tabla C incluimos países con un producto interno bruto per cápita similar al de Puerto Rico. Incluimos también a Irlanda y Singapur porque son países que usualmente se usan en Puerto Rico en análisis comparativo.

Tabla C - Ranking del WTTC 2015- Países que no son parte del Caribe

Economía del Visitante (directo, indirecto e inducido)				
País	PIB Per Cápita	Rank % de Contribución al PIB	Rank % de Contribución a empleados	Rank % gasto de no residentes
Ciprés	\$26,147	31	27	40
Panamá	\$12,712	40	41	54
Grecia	\$21,414	41	34	45
Portugal	\$22,122	46	38	56
Singapur	\$55,910	83	101	144
Chile	\$14,528	89	93	141
Irlanda	\$56,648	99	95	137
Israel	\$38,500	119	115	102
Puerto Rico	\$28,123	120	129	121
Corea del Sur	\$28,166	147	130	147

Esta última tabla también pinta un panorama similar al exhibido en la tabla B de la región del Caribe, donde se posiciona a Puerto Rico en los últimos lugares del mundo relativo a economías comparables. Por tanto se puede ver que el posicionamiento de Puerto Rico no cambia al compararlo con economías del mismo tamaño o que se encuentran en la misma etapa de desarrollo.

El WTTC también realiza unas proyecciones de crecimiento para cada país, usando modelos estadísticos. Aquí también se denota a un Puerto Rico muy por debajo de sus vecinos. Según sus proyecciones, Puerto Rico ocupa el undécimo lugar de la región relacionado al crecimiento del sector relativo al PIB del país. La mayoría de los países del Caribe no están entre los primeros del mundo en relación a su crecimiento a largo plazo, ya que relativo a otras economías emergentes en Asia y África, el Caribe tiene un sector maduro y desarrollado. Según el

WTTC, Cuba, Jamaica y México tienen las mayores oportunidades de crecimiento a largo plazo en los países grandes del Caribe. En el resto de América Latina, el país con mayor potencial de crecimiento es el Perú.



Caribe Hilton, San Juan, Puerto Rico

Tabla D - Proyección de crecimiento del WTTC de la economía del visitante - 2015-2025

Proyección de Crecimiento 2015-2025 ¹⁴			
<i>País</i>	<i>Rank % de Contribución al PIB</i>	<i>Rank % Contribución a empleos</i>	<i>Rank % de Gasto de Turistas</i>
<i>Antigua</i>	93	99	94
<i>Bahamas</i>	127	98	105
<i>Barbados</i>	130	102	125
<i>Cuba</i>	81	156	50
<i>República Dominicana</i>	153	70	159
<i>Jamaica</i>	80	15	44
<i>México</i>	89	81	42
<i>St Kitts</i>	45	37	32
<i>Trinidad & Tobago</i>	175	158	164
<i>Puerto Rico</i>	163	104	148

Queremos ahora dedicar esta sección a analizar datos sobre los excursionistas no residentes, que principalmente vienen en los cruceros. El Caribe es el destino más popular del mundo, con un 40% del mercado de camas disponibles¹⁵. Los datos para Puerto Rico vienen de dos fuentes, la Autoridad de Puertos de Puerto Rico y el Florida Caribbean Cruise Association (FCCA, por sus siglas en inglés). La FCCA publica un estudio cada tres (3) años para medir el impacto económico de los cruceros en la región. En el estudio participan 35 destinos, incluyendo destinos localizados en el Caribe, México, América Central y América del Sur. El último estudio publicado en Octubre de 2015¹⁶, usa como fuente la información de las entidades locales que manejan flujo de turistas. Además, la FCCA realiza encuestas a los pasajeros para medir los gastos asociados con su visita. Según el estudio, la industria de cruceros en estas regiones generó \$3.16 billones y fue responsable por 75,000 empleos durante el año estudiado. En cuestión de pasajeros, los

datos revelaron que un total de 26.6 millones de pasajeros desembarcaron el crucero y visitaron alguno de los 35 destinos, o embarcaron el crucero en el mismo destino. En el caso de Puerto Rico, el número de pasajeros que clasifican como visitantes corresponde a 1.4 millones, de los cuales 454,099 embarcaron el crucero en el puerto de San Juan¹⁷. Al hacer un estudio de mercado, los visitantes a Puerto Rico representan un 6% del total de todos los pasajeros visitantes en los 35 destinos. El destino con mayor cantidad de pasajeros visitantes fue las Bahamas, con 2.9 millones de pasajeros visitantes. A continuación una tabla (Tabla E) que identifica los primeros 10 destinos. Es importante tener en cuenta que cada crucero toca múltiples destinos y la relativa popularidad de un destino no es directamente reductivo de la popularidad de otro destino – ambos pueden ser incluidos en un itinerario. Puerto Rico maximiza sus oportunidades siendo considerado en el máximo número de cruceros.

¹⁴ El crecimiento es estimado a precios constantes (2014) // ¹⁵ Cruise Line International Association (CLIA)

¹⁶ El estudio está basado en el último año fiscal de cruceros, que corre de mayo de 2014 a abril de 2015

¹⁷ La FCCA contabiliza solo los pasajeros que se bajaron del crucero a visitar el destino. Según la encuesta, el 91% de los pasajeros que desembarcaron en Puerto Rico visitaron el destino.

Tabla E- Los destinos para cruceros del Caribe y América Latina

Destino	Num. De Pasajeros	*Porcentaje de todos
<i>Bahamas</i>	2,940	12.4%
<i>Cozumel</i>	2,538	10.7%
<i>St. Marteen</i>	1,854	7.8%
<i>U.S. Virgin Islands</i>	1,839	7.8%
<i>Cayman Islands</i>	1,446	6.1%
<i>Puerto Rico</i>	1,394	5.9%
<i>Jamaica</i>	1,349	5.7%
<i>Turks and Caicos</i>	879	3.7%
<i>Belize</i>	868	3.7%
<i>Honduras</i>	738	3.1%

*(23.6 millones)

Según los estimados de la FCCA, el gasto en Puerto Rico asociado con esos pasajeros fue de \$198.2 millones¹⁸. Este número incluye los gastos de los pasajeros, la tripulación y la línea de cruceros. La FCCA también hizo una comparación de gastos de los pasajeros por destino. En relación al total de gastos por destino, Puerto Rico ocupa el séptimo lugar en la región. Por otro lado, al analizar el gasto por pasajero visitante; Puerto Rico según el FCCA, ocupa el undécimo lugar con un gasto de \$89 por pasajero visitante. St. Marteen fue el destino con mayor gasto por visitante, con un promedio de \$191. Hay que ser

cuidadoso con estos números, ya que los autores del estudio no ajustaron el gasto de los diferentes destinos a la paridad del poder adquisitivo (Purchasing Power Parity, como se le conoce en inglés). Es decir, el costo de un reloj puede ser muy diferente en Puerto Rico versus Honduras, dependiendo de los costos de vida del destino. A pesar de esto, sí podemos ver lo poco que gastan estos visitantes excursionistas de cruceros, relativo a los visitantes que se hospedan en Puerto Rico. Esto se debe a que los excursionistas de cruceros en Puerto Rico promedian solo 4.5 horas en su estadía.

¹⁸ Este calcula se basó en una encuesta a 2,388 pasajeros.

Otra información interesante del estudio fueron las preguntas asociadas con la satisfacción de la visita. En este renglón, Puerto Rico compite bien en relación a los lugares históricos y variedad de cosas que hacer, pero no tan bien en relación a la bienvenida al puerto y la experiencia con los residentes (que incluye los empleados en las tiendas). Esto último puede deberse a la falta de capacitación de los empleados o la falta de integración de los comercios a las estrategias de desarrollo del sector. A continuación presentamos una tabla (Tabla F) que resume los rankings de Puerto Rico para cada pregunta de satisfacción.

Tabla F- Preguntas de satisfacción a los pasajeros, ranking basado en el nivel de satisfacción.

Preguntas	P.R. Rank	Top Rank
¿Cuán satisfecho está con su visita?	12	Costa Rica
¿La visita cumplió con sus expectativas?	13	Puerto Vallarta
¿Cuán probable es que regrese al destino como visita prolongada?	7	Bahamas
¿Cuán probable es que recomiende visitar a PR como una visita prolongada?	6	Puerto Vallarta
¿Cuán satisfecho estuvo con la bienvenida en el puerto?	22	Puerto Vallarta
¿Cuán satisfecho estuvo con los tours comprados?	18	Costa Rica
¿Cuán satisfecho estuvo con los lugares históricos visitados?	1	Puerto Rico
¿Cuán satisfecho estuvo con la variedad de actividades?	3	Puerto Vallarta
¿Cuán amigable son los residentes?	21	Costa Rica
¿Cuán cortés encontró a los empleados de las tiendas?	21	Costa Rica
¿Cuán satisfecho estuvo con la trasporte/taxis?	5	Mazatlán

Recientemente, Foundation for Puerto Rico realizó una investigación en colaboración con la Universidad del Este en la cual se entrevistaron varios proveedores de servicio locales. En estas entrevistas los mismos proveedores de servicio reconocieron la necesidad de mayor capacitación para sus empleados. Habría que explorar con más profundidad estos temas, pero definitivamente esto es un área de oportunidad que hay que poder elaborar más.



Límites de los datos

Dado que utilizamos datos y publicaciones de organizaciones multilaterales para indicar la posición del turismo de Puerto Rico relativo a los otros países del mundo, queremos dedicar esta sección a discutir las metodologías utilizadas, sus límites y sus retos. Comencemos con el ranking del WTTC, que coloca a Puerto Rico en la posición número 120 de 184 países a nivel mundial, en relación a la contribución que hace el turismo a la economía del país. Como mencionamos anteriormente, el ranking del WTTC en Turismo está basado en la metodología desarrollada por Deloitte y Oxford Economics para el proyecto de VisitBritain. El cálculo del WTTC se divide en tres (3) categorías¹⁹:

- *Contribución Directa*
- *Contribución Indirecta*
- *Contribución Inducida*

Nos enfocaremos en la **Contribución Directa**, que es la parte más esencial y establece la base de los otros cálculos. La Contribución Directa tiene dos perspectivas, la demanda de los visitantes y la oferta de las industrias turísticas. La perspectiva de la demanda está fundamentada en los gastos asociados con la actividad turística de los visitantes, ya sean residentes o no residentes. Además de los visitantes, el cálculo de la contribución directa incluye los gastos directos del gobierno asociados con los visitantes, como por ejemplo las atracciones públicas (museos, parques nacionales)²⁰. Recordemos que cuando hablamos de visitantes incluimos los residentes. Por lo tanto, los gastos de los visitantes incluyen:

- el gasto que hacen los residentes de Puerto Rico en sus viajes turísticos domésticos lo cual nosotros informalmente describimos como turismo interno;
- el gasto que hacen los visitantes no residentes en sus viajes turísticos de entrada a Puerto Rico, ya sea en viaje de vacaciones o de negocios.

Los gastos de los residentes en sus viajes turísticos al exterior no son parte de la contribución directa estimada por el WTTC, aunque sí son parte de los cálculos en la Cuenta Satélite de Turismo. Aunque este documento se enfoca principalmente en la demanda de los visitantes para medir la actividad económica asociada con el turismo, tenemos que también medir la oferta turística, incluyendo los factores que permiten el establecimiento de negocios turísticos, sus procesos de producción y el impacto asociado con la venta de bienes y servicios turísticos.

La contribución directa calculada por el WTTC se basa principalmente en información contenida en la Cuenta Satélite de Turismo (TSA por sus siglas en inglés). En ausencia de una Cuenta Satélite de Turismo, la WTTC utiliza información suplementaria proveniente del Sistema de Cuentas Nacionales de cada país. Antes de continuar, queremos explicar en detalle lo que son las Cuentas Nacionales y su relación con la Cuenta Satélite de Turismo, ya que esto es de suma importancia para Puerto Rico. El Sistema de Cuentas Nacionales es el marco de referencia que se usa para estimar la actividad económica de un país, esto incluye: definiciones, conceptos, reglas, cuentas y clasificaciones. Como parte de este ejercicio es necesario estimar con precisión el valor económico de la producción, consumo, inversión capital, ingresos, flujo de acciones y otros vehículos financieros de todo el país. De estos estimados es que se calcula el producto interno bruto (PIB) en español o gross domestic product (GDP) en inglés. En común acuerdo con los demás países del mundo y para poder tener comparabilidad entre países, las Naciones Unidas desarrolla una serie de estándares metodológicos a utilizar para la preparación de estadísticas del Sistema de Cuentas Nacionales en cada país; siendo el 2008 el último año de publicación de estos estándares. Antes de los estándares del 2008, se publicaron estándares para los años 1968 y 1993. Actualmente, las estadísticas sobre la economía de Puerto Rico solo cumplen con los estándares del 1968.

¹⁹ WTTC/Oxford Economics 2015 Travel & Tourism Economic Impact Methodology. // ²⁰ Ibid

Ahora bien, lo que hace necesario tener una Cuenta Satélite de Turismo es lo particular de la industria, ya se compone de múltiples sectores como por ejemplo: hoteles, transporte y servicios, entre otros. Además, el turismo involucra transacciones de no residentes. Es decir, en el sistema de cuentas nacionales, los individuos involucrados en transacciones se cualifican según sus características permanentes, una de ellas siendo el lugar de residencia. Por esto la OMT recomienda una cuenta separada de turismo, pero vinculada a las Cuentas Nacionales. Sin embargo, debido a que Puerto Rico no ha actualizado su Sistema de Cuentas Nacionales, es prácticamente imposible construir una Cuenta Satélite en estos momentos. La OMT publica estándares para la creación de una Cuenta Satélite de Turismo. Los primeros estándares se publicaron en el 2000 y se actualizaron en el 2008. Estos estándares claramente establecen como prerrequisito para establecer una Cuenta Satélite de Turismo, el contar con un Sistema de Cuentas Nacionales que cumpla con los estándares del 2008²¹.

La ruta hacia la Modernización de las cuentas nacionales



Mario Marazzi
(Director Ejecutivo Instituto de Estadísticas de Puerto Rico)

En el 2004, la Asamblea Legislativa de Puerto Rico aprobó la Resolución Conjunta 1752 con el propósito de ordenar el establecimiento de una cuenta satélite para medir el impacto de las actividades turísticas en Puerto Rico, mandato que continua sin lograrse del todo hoy en día. En el camino el Gobierno de

Puerto Rico ha tenido que reconocer que antes de poder cumplir este objetivo, es necesario (i) actualizar la metodología de la contabilidad nacional de Puerto Rico para que sea cónsona con los estándares del Sistema de Cuentas Nacionales del 2008 y (ii) realizar una encuesta nueva que mida los gastos de los visitantes residentes en Puerto Rico.

Afortunadamente, muy recientemente, se comenzaron iniciativas para lograr estos objetivos bajo el Roadmap for the Modernization of Puerto Rico's National Accounting creado como parte del Plan de Ajuste Fiscal del Gobierno. Estas reformas metodológicas, requeridas por el Gobierno federal, por el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico y por el Grupo de Trabajo para la Recuperación Fiscal y Económica de Puerto Rico (Orden Ejecutiva 2015-22), deben conceptualizarse dentro del marco más amplio que requiere Puerto Rico en este momento para poder contar con instrumentos confiables de medición de su economía y para propósitos del análisis de sus acreedores. Estamos cautelosamente optimista de que se están tomando los pasos necesarios para que dentro de los próximos cinco (5) años se implante el Roadmap y de esa manera se atienda esta problemática histórica que limita el desarrollo de la economía del visitante.

Establezcamos entonces lo que contiene una Cuenta Satélite de Turismo. Este marco de referencia requiere la construcción de 10 tablas estadísticas. Los principales componentes son los siguientes:

- *Agregados macroeconómicos que describen el tamaño de la contribución directa del turismo*
- *Detalle del consumo de turismo*
 - *Detalle de las actividades de los turistas como consumidores*
 - *Detalle de como la demanda se encuentra con la oferta local (tomando en consideración las importaciones)*
 - *Tablas detalladas de la oferta*
- *Detalle de las cuentas de producción de las industrias de turismo, incluyendo datos de empleos y formación de capital*
- *Enlace entre los datos económicos y los no económicos (número de visitantes, viajes, estadía).*

Queremos dejar claro que Puerto Rico no es el único país que aun no ha podido construir una cuenta satélite de turismo. El ranking de la WTTC, que utiliza los datos de las Cuentas Satélites para hacer sus estimados, indicó que durante el 2015 solo pudieron usar la Cuenta Satélite en 51 países²². Eso no quiere decir que no hayan

²¹ United Nations- Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 . // ²² WTTC/Oxford Economics 2015 Travel & Tourism Economic Impact Methodology

más Cuentas Satélites en otros países, solo que no siempre pueden corroborar la información con los datos suministrados.

La plataforma de la Cuenta Satélite de Turismo descansa en el estimado del consumo del turismo, pero para poder estimar el consumo del turismo, hay que poder identificar los visitantes y las actividades realizadas durante su viaje turístico. Comencemos con identificar los visitantes, ya que para poder calcular el gasto hay que poder identificarlos primero y es aquí donde encontramos uno de los grandes retos en Puerto Rico, debido a que las estadísticas oficiales del flujo de pasajeros no distinguen entre un viajero y un visitante. La Autoridad de Puertos de Puerto Rico tiene la facultad de requerirle a las empresas de transportación área y marítima la

información estadística específica sobre el número de viajeros. Así como, recopilar información de los visitantes sobre los gastos incurridos durante su visita, la satisfacción e intereses de estos, entre otras cosas. Esto con el fin de planificar y mercadear efectivamente la actividad turística²³. Sin embargo, desde el 2013, cuando se delegó a una empresa privada la administración del Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, la responsabilidad de levantar y suministrar la información del flujo de pasajeros para el principal aeropuerto de Puerto Rico pasó a esta entidad. No obstante, la Autoridad de Puertos de Puerto Rico continúa recopilando estadísticas para los aeropuertos regionales. Interesantemente, Puerto Rico tiene un total de 10 aeropuertos que reciben viajeros, aunque el 90% lo hacen a través del Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín (Tabla G).

Tabla G- Suma de pasajeros por aeropuerto- Año Fiscal 2014²⁴

Nombre del Aeropuerto	Total de Pasajeros	Porcentaje (%)
LUIS MUÑOZ MARÍN (San Juan)	8,472,865	89.47%
RAFAEL HERNÁNDEZ (Aguadilla)	415,460	4.39%
MERCEDITA (Ponce)	202,234	2.14%
ANTONIO RIVERA RODRIGUEZ (Vieques)	150,722	1.59%
JOSE E. APONTE DE LA TORRE (Ceiba)	85,667	0.90%
BENJAMIN RIVERA NORIEGA (Culebra)	67,946	0.72%
FERNANDO RIBAS DOMINICCI (Isla Grande)	50,776	0.54%
EUGENIO MA. DE HOSTOS (Mayagüez)	13,641	0.14%
ANTONIO NERY JUARBE (Arecibo)	9,466	0.10%
HUMACAO	1,249	0.01%
TOTAL	9,470,026	

Es importante aclarar que el total de pasajeros incluye las llegadas y las salidas, por tanto no podemos usar la totalidad del flujo para estimar el número de visitantes (estaríamos contando doble). El informe publicado por la Autoridad de Puertos de Puerto Rico no distingue entre llegadas y salidas, pero la Compañía de Turismo de Puerto Rico si recibe esa información y nos suministró un desglose para el Aeropuerto Internacional LMM. En el 2014, el desglose fue muy simétrico, 49.5 % de los pasajeros fueron en vuelos de llegada y 50.4% fueron de salida.

Un próximo paso importante sería identificar los pasajeros en los vuelos de entrada que son visitantes, según los términos de las categorías antes descritas que diferencian entre viajeros, residentes visitantes, visitantes no residentes y excursionistas. Consideramos importante diferenciar, para mayor claridad, aún más los viajeros dentro de las siguientes categorías:

- *Residentes regresando de un viaje turístico*

- *No residentes que no son visitantes*

- Migrantes
- Estudiantes universitarios para diplomas
- Trabajadores temporeros

- *No Residentes Visitantes*

- Turistas
 - Visitas a familiares (puertorriqueños de la diáspora)
 - Vacaciones
 - Procedimientos médicos
 - Visitantes de negocios
 - Participantes en convenciones
 - Estudiantes que vienen por menos de un año
- Excursionistas
 - Cruceros
 - Pasajeros en tránsito a otros destinos

No todos los pasajeros que no son residentes cualifican como visitantes. Un ejemplo de esto es un no residente en un viaje de entrada que llega a mudarse a Puerto Rico permanentemente. Conjuntamente, no todos los pasajeros que cualifican como un visitante no residente son turistas. Un buen ejemplo de esto son los pasajeros que están haciendo escala en Puerto Rico y su destino final es otro país. Si la escala no incluye una estadía de al

menos una noche, no cualifica como turista, sino como un no-residente excursionista. Es sumamente importante que se hagan estas diferenciaciones. Por ejemplo, sin información diferenciadora no se podrían identificar los visitantes entre los 4.7 millones de pasajeros de entrada. De la misma manera, la cantidad de pasajeros durante un año puede aumentar, pero eso no quiere decir que estén llegando más visitantes.

Diagrama C - Identificando al turista en el Aeropuerto LMM



Entonces, ¿cómo identificamos los viajeros que son turistas? En la mayoría de los países la información de los pasajeros de entrada de no-residentes se obtiene a través de las autoridades que controlan la frontera o del manifiesto del pasajero que recoge las autoridades portuarias. Sin embargo, en Puerto Rico la gran mayoría de los viajes de entrada son domésticos. Por tanto los pasajeros no tienen que llenar la declaración de Aduana u otro documento oficial para entrar al país²⁵. Incluso, debido a que el 90% de los viajes receptores son domésticos, podríamos asumir que un gran número de los visitantes extranjeros (ej. Europa, Asia, etc.) entran a Puerto Rico mediante un viaje domestico de los Estados Unidos. Es esta dinámica en Puerto Rico lo que hace muy difícil identificar con certeza todos los visitantes que no residen en los Estados Unidos. Como vimos anteriormente, la Autoridad de Puertos de Puerto Rico, en conjunto con el operador del Aeropuerto Int'l LMM computa el flujo de pasajeros de entrada y salida, pero

²⁵ Según el informe de Flujo de Pasajeros de 2014 sometido por Aerostar, el 87% de los pasajeros en vuelos de entrada al Aeropuerto, vinieron en vuelos domésticos.

no distingue entre los residentes y los no residentes. Muchos países, para poder llegar a esta estadística, han optado por desarrollar una encuesta en la frontera o el aeropuerto para capturar más detalle del viajero, incluyendo el lugar de residencia.

En el caso de Puerto Rico, la Junta de Planificación, en conjunto con el Instituto de Estadísticas y la Compañía de Turismo realiza la Encuesta del Viajero. En la misma se hace una serie de preguntas con el fin de no tan solo identificar los visitantes, si no también definir su perfil, describir las actividades de su viaje y estimar sus gastos. La encuesta sigue un rigor estadístico, ya que el tamaño y composición de la muestra requiere aprobación del Instituto de Estadísticas de Puerto Rico. El diseño de la muestra es uno de los elementos más complejos y fundamentales de la encuesta. La muestra tiene que ser suficientemente representativa de los diferentes tipos de viajeros que vienen a Puerto Rico. Además, el tamaño tiene que ser suficientemente grande para garantizar confiabilidad estadística y la habilidad de hacer referencia a otros datos recopilados, como el flujo de pasajeros. A continuación algunos datos generales de las últimas encuestas realizadas (Tabla H). Desde el 2003, se han hecho cuatro (4) encuestas, siendo la última la del 2012.

Tabla H- Encuesta del Viajero/Perfil del Visitante

Año	Muestra	# Visitantes	% Visitantes
2003	37,267	15,867	42%
2008	37,395	16,341	43%
2011	58,163	38,329	65.9%
2012	29,490	18,903	64.1%

Debido a los problemas para identificar turistas dentro del flujo de pasajeros en Puerto Rico, esta encuesta es de suma importancia. Como es evidente en la Tabla H, solo una porción de los pasajeros en vuelos de entrada son visitantes. El cambio en el porcentaje de visitantes a través de los años se puede deber a cambios en el diseño de la muestra²⁶. Por eso es que el número de visitantes no-residentes en Puerto Rico publicado por la OTM es menor que el flujo de pasajeros en viajes de entrada.

El número de visitantes en Puerto Rico es la base para calcular el impacto que tiene el turismo en la economía. La Encuesta del Viajero, no sólo ayuda a identificar los visitantes, sino que describe lo que hacen y es la actividad de los visitantes lo que nos lleva a identificar el consumo de turismo; la parte más importante de la contribución directa que hace el sector a la economía. Además, sirve para corroborar el gasto de los visitantes con los datos publicados en las Cuentas Nacionales y la Balanza de Pagos. Como vimos en la Tabla G, la última encuesta del viajero se realizó en el 2012. Esto es muy preocupante, ya que como hemos visto, esta encuesta es esencial para los estimados de consumo del sector.

Enfoque multisectorial con la Encuesta del Viajero



Luis García Pelatti

(Junta de Planificación - Presidente)

La Encuesta del Viajero es un instrumento analítico de base científica para obtener información relevante sobre la naturaleza del movimiento de los viajeros en general y sobre el movimiento emigratorio y turístico en particular. Cabe destacar, que es la única que contiene información turística por persona. La Junta de Planificación de Puerto Rico es la entidad gubernamental responsable por ley para realizar dicha encuesta y divulgar los resultados. La encuesta se lleva a cabo desde la década de los años 1990. Durante, la primera década del siglo 21, se realizó durante los años 2000, 2001, 2002, 2003, 2008, 2011 y 2012.

Con el propósito de evitar una interrupción nuevamente de la encuesta, se ha optado por establecer una alianza colaborativa que busca regular, uniformar y monitorear la metodología y la administración de la misma.

Este grupo multisectorial, además de contar con la Junta de Planificación, la Compañía de Turismo, la Autoridad de los Puertos y el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico, todas entidades gubernamentales, también contará con la colaboración de Foundation for

²⁶ Durante las encuestas del 2003 y 2008 se encuestaban tanto a pasajeros en vuelos de ida como de vuelta. Además había un cuestionario diferente dependiendo si venías o salías. Desde el 2011 solo se encuestan pasajeros en vuelos de salida y es el mismo cuestionario para todos. El cambio significativo en el porcentaje de los viajeros que son visitantes se puede deber al cambio en la metodología de la encuesta.

Puerto Rico. La Fundación velará por el interés de darle continuidad al esfuerzo en caso de que haya algún cambio de gobierno. Igualmente, tendrá el compromiso de integrar el insumo de los diferentes grupos de interés del sector con el fin de mantenerlos vinculados a esta iniciativa. La alianza representa un nuevo enfoque multisectorial, que servirá de ejemplo para realizar otras iniciativas, donde el gobierno requiere del insumo y la participación activa de la sociedad civil. Se estará comenzando el proceso de encuestas en los aeropuertos Luis Muñoz Marín en Carolina, el Rafael Hernández en Aguadilla y en los muelles de Viejo San Juan a partir de julio de 2016, con la metodología aprobada por el Instituto de Estadísticas de Puerto Rico. Estos esfuerzos están encaminados con el fin de obtener el perfil de visitante actual y poder compararlo con el visitante del año fiscal 2012. La Fundación jugará un rol crucial en la divulgación y socialización de los resultados. Se pretende que la realización de la encuesta sirva como una importante herramienta para todos los sectores.

Volvamos a cómo se calcula el gasto de los visitantes. Una vez se identifican los visitantes, el próximo paso es determinar cuánto y dónde gastan su dinero. Este número tiene que igualar los números en la Cuentas Nacionales y la Balanza de Pagos. Típicamente los gastos de los visitantes no son muy difíciles de identificar, particularmente cuando provienen de una encuesta. La complejidad es más común con la transportación área y con los paquetes de viaje que incluyen un sin número de productos turísticos en una sola compra. Con la transportación área, en el caso de Puerto Rico el gasto del visitante asociado con sus pasajes tendría que excluirse de la contribución directa del turismo a la economía de Puerto Rico, si la compañía área o empresa que hace la reserva no opera en Puerto Rico. Las Naciones Unidas recomiendan que se use su sistema de Clasificación del Consumo Según su Propósito (COICOP, por sus siglas en inglés) para la clasificación de los otros gastos²⁷. Las categorías recomendadas para el sector son las siguientes:

- Paquetes de viajes/turísticos
- Alojamiento
- Comidas y bebidas
- Compras
- Pasaje de avión/cruceros

- Transportación local
- Recreación, cultural y otras actividades deportivas
- Otros

La razón para categorizar los gastos de esta manera es poder hacer referencia a la información recopilada en los establecimientos turísticos (la oferta). Los países pueden desarrollar subcategorías que sean importantes a la oferta turística de su destino. Por ejemplo, en Puerto Rico hay necesidad de identificar específicamente una gran diversidad de actividades que van desde deportes acuáticos, hasta ecoturismo²⁸. Como mencionamos anteriormente, el método más utilizado para calcular el gasto del visitante es la encuesta del viajero. Sin embargo algunos países han utilizado información de tarjetas de crédito para estimar el gasto. En ese caso habría que establecer unos supuestos razonables para hacer el cálculo. Por ejemplo, asumir que todas las transacciones de bancos extranjeros se les pueden atribuir a visitantes no residentes.

Además de medir el gasto de los visitantes no residentes, se tiene que medir el gasto que hacen los puertorriqueños en viajes turísticos dentro de Puerto Rico. Típicamente los gobiernos hacen una Encuesta de Hogares” (*Household Surveys*) para estimar los gastos en viajes turísticos de los residentes. En Puerto Rico, por ser tan compacto en términos de accesibilidad interna y poblacionalmente denso, se confrontan problemas para diferenciar el turismo doméstico del turismo interno (residentes). La OTM define un viaje turístico como un viaje a un destino fuera del ambiente usual del viajero. La Compañía de Turismo de Puerto Rico, a través de su encuesta a hoteles, sí distingue entre huéspedes residentes y no residentes. Por lo tanto, se puede usar esta información para identificar los viajes domésticos de los puertorriqueños. Sin embargo, es más difícil hacer esto cuando el viaje no incluye una estadía. A modo de ejemplo, si un residente de San Juan hace un viaje de ida y vuelta hacia el pueblo de Naranjito para consumir bebidas y comida, el mismo podría considerarse un excursionista doméstico. Posiblemente, la data de las tarjetas de crédito puede arrojar bastante luz sobre los gastos de los residentes en muchas de las categorías. Recomendamos que se establezca un consenso entre el gobierno y los actores influyentes del ecosistema sobre la definición de ambiente habitual para los residentes de Puerto Rico.

²⁷ International Recommendations for Tourism Statistics 2008- Compilation Guide // ²⁸ El Perfil del Visitante publicado para el 2012 por la Junta de Planificación de Puerto Rico incluía las siguientes categorías adicionales: excursiones, museos históricos, ecoturismo, otras actividades acuáticas, golf y conciertos nocturnos.



Museo de Arte de Puerto Rico, Santurce, Puerto Rico

Ya se ha discutido la contribución directa, desde la perspectiva de la demanda, pero también se tiene que examinar la de la oferta. Aquí es que se resalta la importancia de la Cuenta Satélite de Turismo, ya que esta provee el marco de referencia para reconciliar las estadísticas de oferta y demanda de turismo. Las mismas categorías de COICOP recomendadas por la OTM para clasificar el gasto del visitante también aplican a los establecimientos y productos turísticos para mantener la consistencia con el consumo. Los países pudieran crear categorías adicionales para productos turísticos, siempre y cuando se cumpla con uno de los siguientes parámetros:

- El gasto turístico de ese producto representa un porcentaje significativo del gasto turístico total. Por ejemplo, los restaurantes no son exclusivos de turistas, pero representan un gasto significativo del viaje turístico. Por otro lado, un gasto que no podría considerarse como producto turístico serían las lavanderías. Puede que un turista utilice una lavandería, pero no podría considerarse una categoría de producto turístico, debido a lo poco que esto representa para el gasto total.
- El gasto del producto dependen grandemente del flujo de visitantes. Por ejemplo, el producto dejaría de existir con una merma significativa en el número de visitantes.

La mayoría de los países utilizan encuestas económicas para estimar las ventas de productos turísticos. Muchas

veces los productos turísticos son parte de algún tipo de censo económico que hace el país. Lo importante del ejercicio es poder hacer referencia a los datos recopilados para los gastos de los visitantes. Esto es más crítico para productos turísticos que se le proveen a residentes que no son turistas, como es el caso de los restaurantes y barras. Con buena información de la oferta y demanda de productos turísticos se puede estimar la proporción de la actividad económica de los restaurantes asociada con los visitantes no residentes.

Resumiendo, el verdadero problema de los rankings del WTTC o de datos de la OMT es la falta de información en Puerto Rico sobre el turismo. Recordemos que el cálculo de la contribución directa que hace el WTTC se basa en la Cuenta Satélite de Turismo, la cual Puerto Rico no tiene. Por tanto, el WTTC utiliza modelos estadísticos con información antigua o de otros países en la región que tienen cuenta satélite para hacer sus estimados de Puerto Rico. La información de Puerto Rico que pudiera usarse de las Cuentas Nacionales también tendría que ser cuestionada, debido a que no sigue los estándares internacionales más recientes. Finalmente, lo más importante que necesitamos es el cálculo del número de visitantes, el cual tampoco obtenemos recurrentemente. El último perfil del visitante se realizó en el 2012 y no está planificado hacerse hasta el 2017 nuevamente.

Qué nos dice la data disponible sobre los visitantes

A pesar de que existen muchos retos en la recopilación de datos en Puerto Rico, queremos dedicar esta sección para analizar la información de dos importantes bases de datos, el Perfil del Visitante y el Registro de Hoteles. Comencemos con el Perfil del Visitante del 2012. Se encuestaron 29,490 personas en vuelos de entrada, de los cuales sólo el 64% calificaban como visitantes y de estos, 18,903 (91%) vinieron de los Estados Unidos²⁹. Esto pudiera tener una correlación con la información que se obtiene del operador del aeropuerto que indica que el 87% de los vuelos de entrada son domésticos. Debido a que los puertorriqueños tienen ciudadanía americana es difícil identificar los visitantes que son nacidos en Puerto Rico y los nacidos en los Estados Unidos; un dato muy importante para estrategias de mercadeo. Sin embargo, la encuesta hace algunas preguntas que nos ayuda a estimar esta respuesta. Por ejemplo:

- *El 30% de los visitantes vienen a visitar amigos o familiares*
- *El 40% vienen de vacaciones*
- *El 44% se quedan en la casa de un familiar o amigo o en casa propia*
- *El 90% no organizó su viaje mediante paquete turístico*

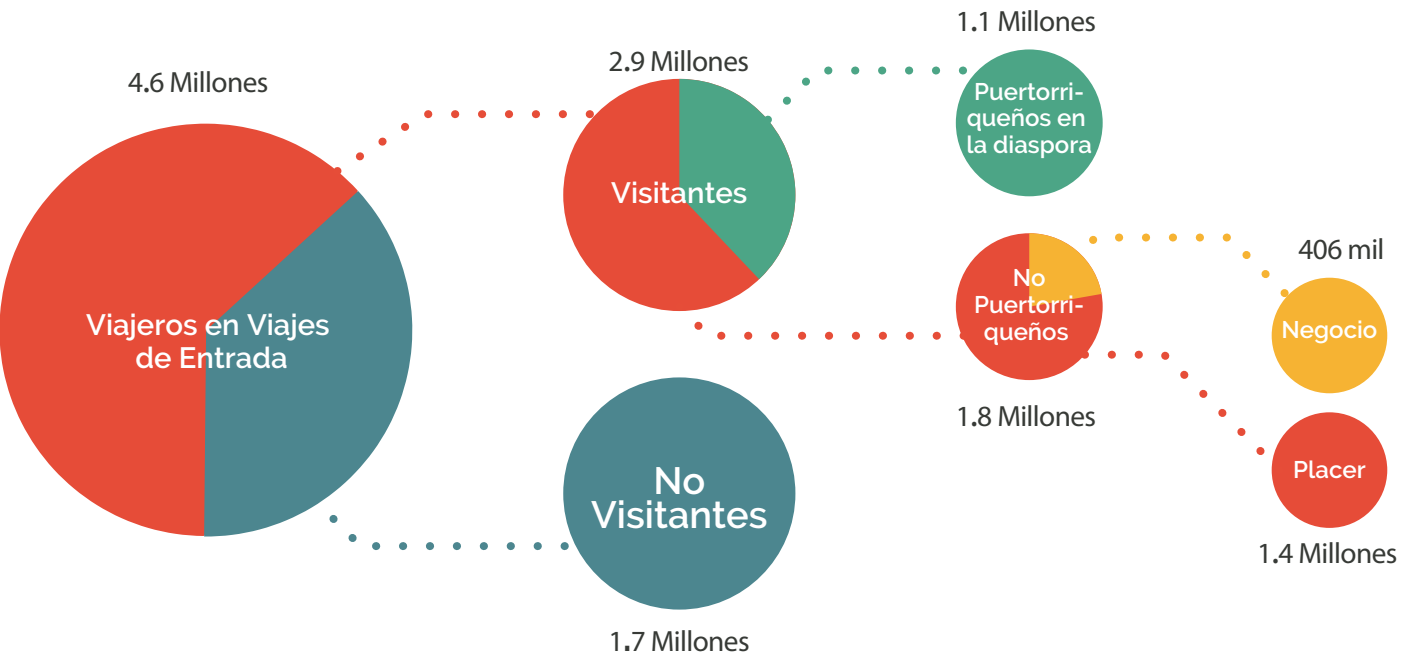
Con estos datos pudiéramos inferir que gran parte de los visitantes son puertorriqueños de la diáspora (ya sea de nacimiento o descendencia) que vienen en viajes familiares o de vacaciones. Esto quizás se debe a la particularidad de Puerto Rico de tener una cantidad significativa de puertorriqueños residiendo en los Estados Unidos con libre acceso a viajar por su ciudadanía americana. Esto es más evidente cuando

examinamos el lugar de residencia de los visitantes encuestados. Durante el 2012, el 40% de los visitantes residían en New York o Florida, los dos estados con mayor número de puertorriqueños en los Estados Unidos.

Ahora bien, usemos el Perfil del Visitante del 2012 para hacer algunas inferencias sobre los visitantes en Puerto Rico. Durante el 2014 entraron a Puerto Rico unos 4.6 millones de viajeros a través de los diferentes aeropuertos. Como ya vimos en el Perfil del 2012, solo 65% de los viajeros encuestados en vuelos de llegada son visitantes que no residen en Puerto Rico. Usando esa proporción, concluimos que durante el 2014 sólo 2.9 millones de viajeros podrían catalogarse como visitantes no residentes. De esos, asumamos que un 40% pudieran ser puertorriqueños que residen en los Estados Unidos. Esto pondría el número de visitantes que no son puertorriqueños cerca de dos (2) millones. No estamos diciendo que los puertorriqueños en la diáspora no sean turistas, solo queremos poner en contexto estos números con nuestras percepciones de lo que es un turista. La realidad pudiera ser que una buena parte de nuestro turismo receptor dependa de puertorriqueños que viajan con cierta frecuencia a la Isla. Eso tiene implicaciones e impacto económico en el ecosistema, particularmente cuando evaluamos el gasto asociado con los visitantes. Recordemos que según el perfil, un 44% de los visitantes se queda en casa de familiar o casa propia y no en un hotel o lugar similar de alojamiento. Tomando todos estos datos en consideración, es importante diferenciar dentro de los 4.6 millones de viajeros que entraron a Puerto Rico, aquellos turistas que no son puertorriqueños de la diáspora y que visitan la Isla por placer o vacaciones e inclusive segmentarlos a un mayor nivel de detalle.

²⁹ Al verificar la encuesta de la JP el cuestionario sí pregunta el lugar de residencia no de donde viene su vuelo.

Diagrama D - Identificando los turistas de placer que no son puertorriqueños



Como vemos en el Diagrama D, si nos dejamos llevar por estos supuestos, los turistas no puertorriqueños que vienen a Puerto Rico para vacacionar pudieran representar menos de una tercera parte de los viajeros de entrada o receptores. Este ejercicio requiere pasos adicionales de validación y modelaje, pero si nos hace repensar el perfil que tenemos en Puerto Rico de un turista.

Una vez identificamos el perfil del visitante, el próximo paso es saber lo que hacen y cuanto gastan. A continuación, en la Tabla I, queremos discutir ciertos aspectos de la encuesta. Comencemos con las actividades realizadas por los visitantes.

Tabla I - Distribución porcentual según las actividades realizadas por los visitantes

Actividad	%	Actividad (cont.)	%
Compras	56.4	Ecoturismo	0.8
Salidas a Restaurantes/Bares	33.7	Visita a Casinos	0.6
Vida Nocturna	4	Actividades Deportivas	0.4
Playa/Actividades Acuáticas	1.7	No Información	0.4
Visita a Lugares Históricos	1.5	Visita a Museos	0.3

Resulta interesante que la actividad más realizada por los visitantes fue el ir de compras, seguido por los restaurantes. Sorprendentemente, las actividades acuáticas, que incluyen la playa, el ecoturismo y los lugares históricos no figuran entre las principales actividades. Esto es notable porque este tipo de actividades son catalogadas como activos importantes del destino y, por tanto, son parte esencial de nuestras campañas de promoción. Tal vez tiene que ver con la cantidad de puertorriqueños que son visitantes y se quedan con sus familiares, con el diseño de la pregunta en la encuesta o hasta algún error en la alimentación de la data. Definitivamente esto es una dinámica que amerita más investigación.

Otro punto importante de la encuesta es la estadía, factor determinante en el impacto económico de las visitas. Al mirar el agregado, la estadía promedio es de siete (7) días. Sin embargo, hay grandes diferencias dependiendo la opción de alojamiento. Los visitantes que se quedan en hotel tienen una estadía promedio de tres (3) días, mientras los que se quedan en casa de amigos o familiares tienen una estadía de 10 días³⁰. A continuación, en la Tabla J, miramos la estadía promedio por lugar de alojamiento:

Tabla J - Estadía promedio por lugar de alojamiento (no incluye visitantes que usaron un paquete turístico).

Actividad	# Visitantes	Promedio estadía
Hotel	12,679	3
Casa de Amigos/Familiares	9,531	10
Casa Propia	1,029	17
Apartamento Alquilado	782	38
Casa Alquilada	509	9
Otro	382	7
Guest House	351	4
Parador	207	6
Base Militar	104	7
Bote o Yate	98	8

Tomemos en cuenta que el alojamiento es uno de los factores más importantes del gasto total del visitante. El gasto del alojamiento está basado en el precio de estadía/noche y la duración de la estadía. Sin embargo, vimos que en Puerto Rico cerca de la mitad de los visitantes no incurren en gastos de alojamiento al quedarse en casa de amigos o familiares. Los visitantes que sí se quedan en un hotel se hospedan tan sólo tres (3) noches en promedio. Esto presenta un gran reto para la industria hotelera y para el resto de la cadena de suministro.

Hay varias hipótesis sobre la corta duración de las estadías en Puerto Rico. Algunos piensan que es por lo costoso que es el alojamiento relativo a otras alternativas en el Caribe. A modo de ejemplo, durante el 2015, la estadía promedio en República Dominicana fue de ocho (8) noches, y el gasto promedio del visitante por día (todo incluido) fue de \$129³¹. En Puerto Rico, el gasto promedio por noche fue de \$191; recordando que sólo incluye el alojamiento. Tomando en consideración estas dinámicas, parecería difícil que Puerto Rico pudiera competir en precios con las islas vecinas, como es el caso de la República Dominicana con sus paquetes *all-inclusive*. Igualmente, podría ser que la conveniencia de accesibilidad de Puerto Rico versus otros destinos lleva a los visitantes a planificar viajes más cortos – inclusive fines de semana. Aún más intrigante, entrevistas informales con visitantes indican que los viajes que planificaron no tomaban en cuenta la diversidad de la oferta de Puerto Rico y la gran gama de actividades disponibles. Examinemos entonces la gama de actividades que realizan los visitantes que tienen visibilidad a través de los gastos asociados (Tabla K). En ese renglón, los pasajes de avión/crucero fueron el mayor contribuyente al gasto total del visitante (34%). Ahora bien, como se mencionó anteriormente, tanto el gasto de los pasajes como el de los cruceros, no puede atribuirse a una contribución directa al renglón de turismo de la economía de Puerto Rico.

³⁰ Un 39% de los que se quedaron en hotel vinieron por razón de negocios // ³¹ Banco Central de la República Dominicana- Flujo Turístico 2015

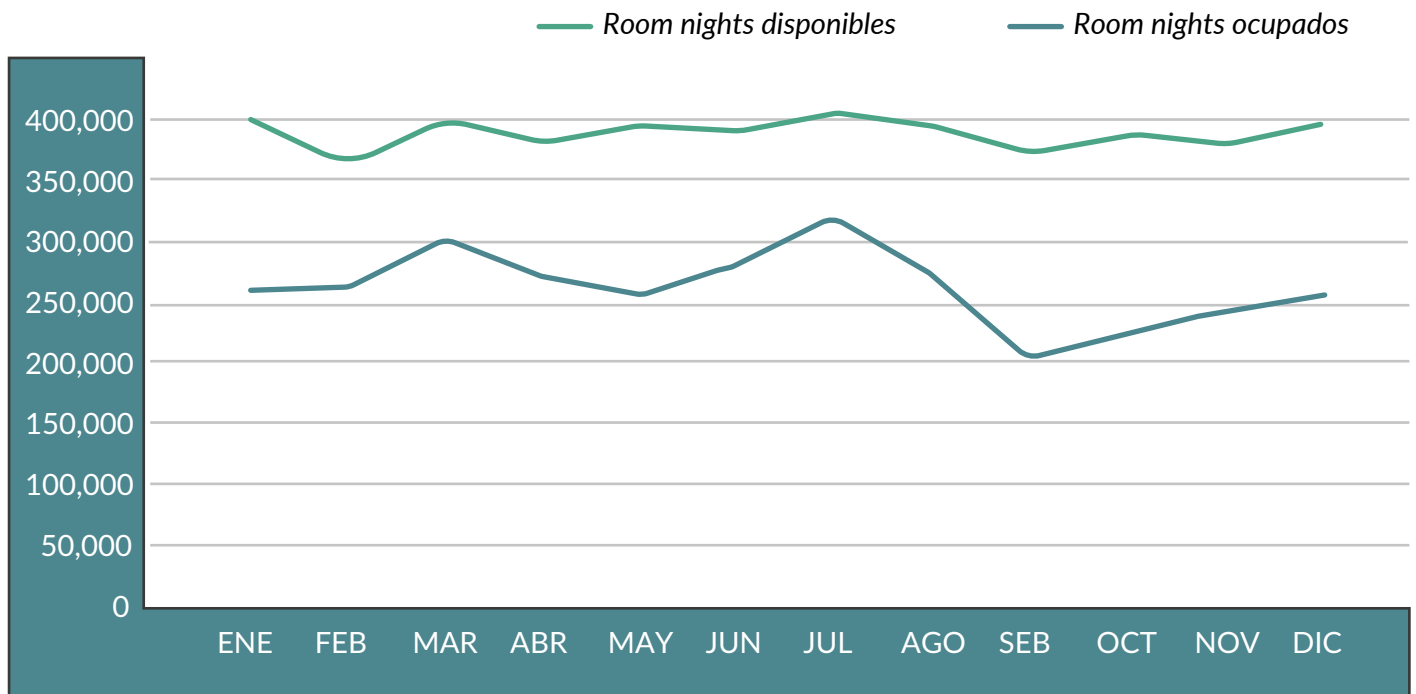
Tabla K - Gasto de los visitantes por tipo de gasto³²

Actividad	Gasto Total	%
PASAJES DE AVIÓN	\$13,721,189	34%
ALOJAMIENTO	\$6,872,654	17%
COMIDA/BEBIDAS	\$5,989,934	15%
PASAJES DE CRUCERO	\$3,419,364	9%
COMPRAS	\$3,160,439	8%
RENTA DE AUTO	\$2,207,408	6%
TAXI	\$1,244,114	3%
OTROS	\$1,137,406	3%
EXCURSIONES	\$494,189	1%
MUSEOS HISTÓRICOS	\$321,790	1%
ECOTURISMO	\$216,049	1%
PLAYA/OTRAS ACTIVIDADES ACUÁTICAS	\$202,522	1%
GOLF	\$220,060	1%
CONCIERTOS NOCTURNOS	\$574,961	1%
OTRAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS	\$128,284	0%
TOTAL	\$39,910,363	

La otra base de datos que queremos presentar es el registro de hoteles, que administra la Compañía de Turismo, a través de un formulario que envían mensualmente a todos los hoteles registrados³³. Comencemos ilustrando datos sobre las noches ocupadas por cuarto, uno de los indicadores tradicionales más importantes de la industria. Lo primero que resalta de esta data es la diferencia ente demanda y oferta. La reducida ocupación hotelera versus lo que se esperaría con el número total de visitantes que llegan a Puerto Rico es atribuible al alto número de visitantes que pertenecen a la diáspora puertorriqueña y que se hospedan en casa

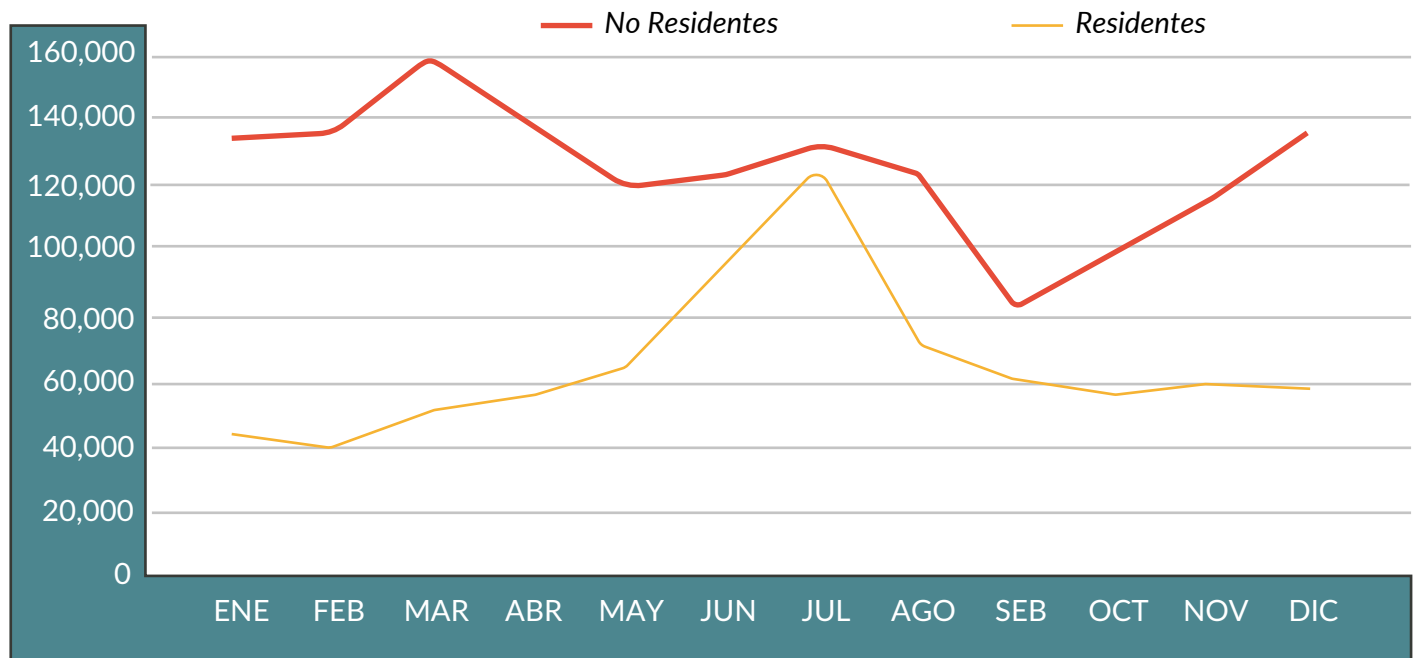
de familiares o amigos (40% del total de los visitantes) o quizás al número de visitantes que eligen hospedarse en apartamentos y casas de alquiler. De lo que no hay duda es que hay suficiente espacio dentro de los hoteles existentes para soportar un aumento en la demanda, ya sea que aumente el número de visitantes o el número de noches en las estadías. En la próxima gráfica (Gráfica C) podemos ver los patrones por mes, donde en el mes de julio la oferta y la demanda está más cerca. Sin embargo, esto se debe principalmente al aumento en la demanda de los residentes de Puerto Rico.

Gráfica C - Promedio de noches ocupadas (room nights) versus noches disponibles 2009-2014



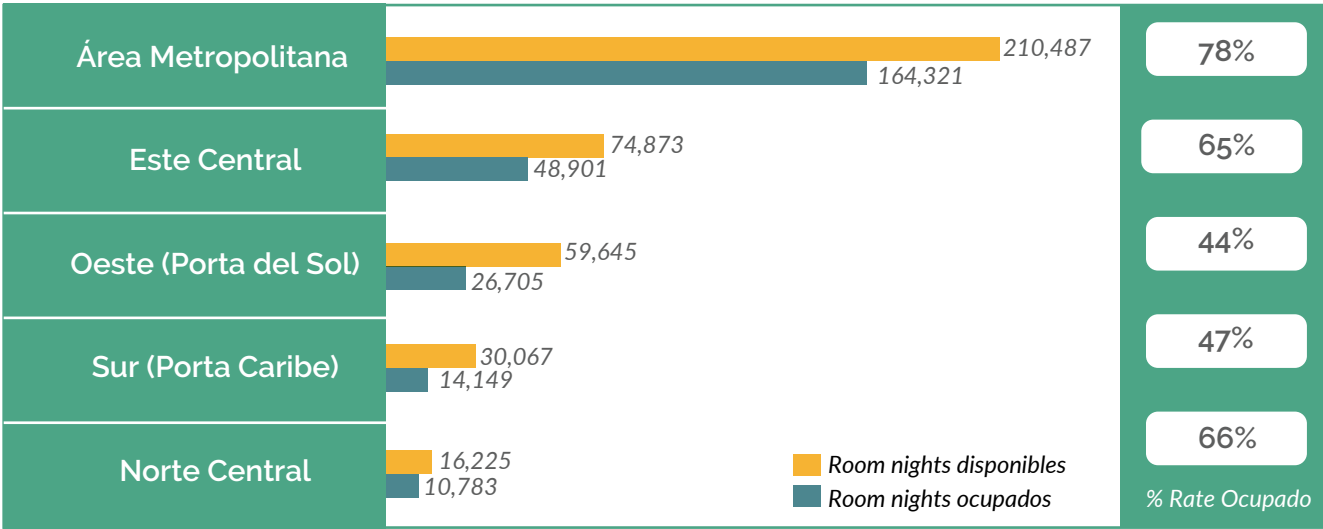
En el formulario de la Compañía de Turismo se pregunta por la residencia de los huéspedes, por tanto podemos observar los diferentes patrones de alojamiento durante los meses del año. La Gráfica D establece el promedio de registros mensuales durante el año y los distingue entre residentes y no residentes. En promedio (tomando en consideración datos del 2009 a 2014) el número de registro de visitantes no residentes equivale a 66%, mientras los residentes son de 34%. Como podemos ver en la gráfica, esto cambia significativamente en el mes de julio, cuando la proporción de visitantes residentes es casi la mitad de todos los registros en los hoteles. En el caso de los no residentes, el pico es en marzo, mientras el sótano es en septiembre.

Gráfica D - Promedio de registros en hoteles por mes, residentes versus no residentes 2009-2014



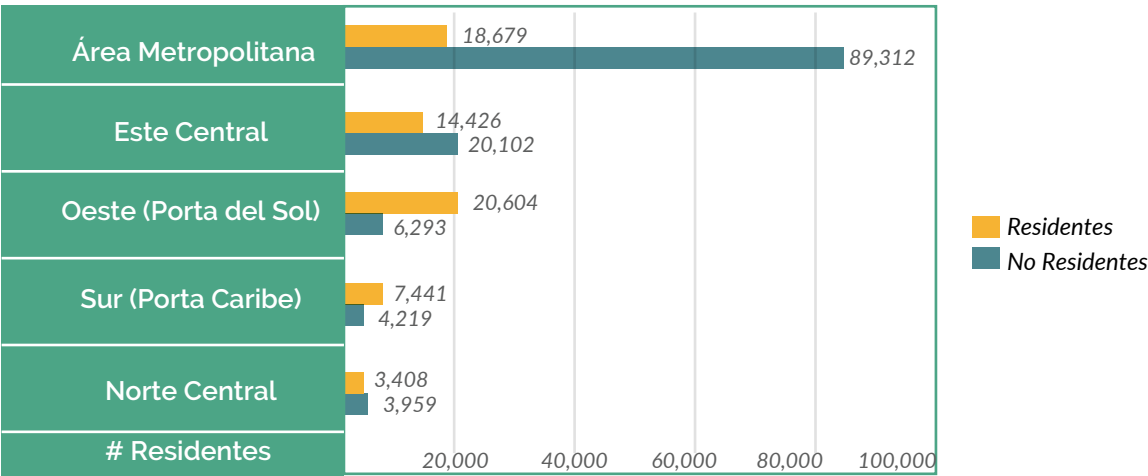
Igualmente, observamos las dinámicas de los registros por área geográfica. La Compañía de Turismo de Puerto Rico comenzó hace unos años a dividir sus estrategias de promoción por regiones, por tanto los formularios identifican la región donde se encuentra el hotel.

Gráfica E – Promedio de registros por mes, con tasa de ocupación



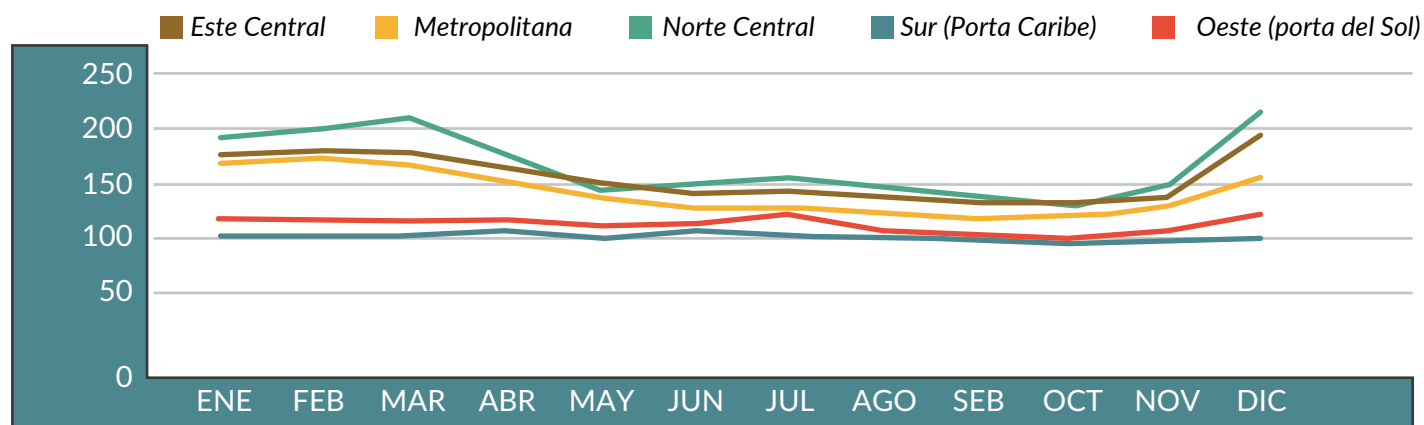
Como vemos en la Gráfica F, la tasa de ocupación varía significativamente por región, siendo el área Metropolitana la que cuenta con la tasa más alta y las regiones Sur y Oeste las más bajas. Al hacer un ejercicio de proporción de cuartos-noche, vemos el área Metropolitana y la región Este (que incluye Caguas, Río Grande y Humacao) con 80% del mercado. Resulta visible que las regiones Oeste y Sur son las más rezagadas. Más sin embargo, la región Oeste tiene la mayor demanda de los residentes. Inclusive, casi todas las regiones excepto la Metropolitana dependen de los residentes para operar sus establecimientos.

Gráfica F – Promedio de registros por mes, residentes/no residentes



Tal vez, una de las razones por la cuales los residentes optan por alojarse en el área Oeste o Sur de la Isla es la diferencia significativa en precios. La siguiente gráfica (Gráfica G) muestra la diferencia de precio por noche a través del año por región turística.

Gráfica G - Promedio del tarifa por noche (\$\$\$) por región turística 2009-2014



Registro de Hoteles- Compañía de Turismo

Vemos claramente en la última gráfica como las regiones Sur y Oeste ofrecen tarifas por noche de entre 30 a 40 por ciento por debajo de las otras regiones con más noche ocupadas³⁴. A simple vista, estas regiones más “baratas” podrían ofrecer opciones más competitivas al turista del exterior con presupuesto de viaje más reducido, tomando en consideración lo difícil que se le hace a Puerto Rico competir en precios con países cercanos. Se tendría que evaluar si estas tarifas, combinadas con una ocupación más alta, serían sostenibles para los operadores. Inclusive, para este tipo de presupuesto, una tarifa más competitiva podría aumentar el número de noches de alojamiento y, por lo tanto, el gasto en otros productos turísticos.

En resumen, hemos visto mucha información sobre el perfil del visitante y el mercado de alojamientos en Puerto Rico. Algunas cosas que podemos concluir de los datos presentados:

- Aunque ha habido un crecimiento en el número de visitantes versus la reducción que se dio a partir del 2008, este crecimiento hasta muy recientemente ha estado por debajo de las tendencias en las regiones y los países vecinos;
- Sólo 2/3 partes de los viajeros de entrada son visitantes del exterior y de estos se puede asumir que cerca de la mitad son puertorriqueños de la diáspora, ya que se alojan en casas de amigos o familiares;
- Sólo el 40% de los visitantes del exterior se hospedan en hoteles, y la estadía promedio es de tres (3) días;
- Las actividades mayores de los visitantes - según la encuesta y con la posibilidad de que se debe revisar esta data - lo son la gastronomía e ir de compras;

- Hay suficiente capacidad en los establecimientos de alojamiento hotelero - sin tomar en cuenta la capacidad de alojamiento no -hotelero - para sustentar un aumento substancial en el número de visitantes;
- Los visitantes residentes son un importante mercado para los establecimientos de alojamiento, particularmente en ciertas temporadas del año y fuera del área metropolitana;
- La tasa de ocupación en las regiones no metropolitanas es muy baja y depende mucho de los residentes.

Así mismo, podemos concluir que son menos los visitantes del exterior de lo que de lo que comúnmente se presume y una mayoría desproporcionada de estos se hospedan en el área metropolitana. Por una variedad de posibles razones, estos visitantes no están tomando en consideración muchos importantes activos que tiene la Isla, más allá de los destinos grandes ya reconocidos y, en particular, en las regiones fuera del área Metropolitana. Por lo tanto, no están explorando las actividades ni las posibilidades de alojamiento que ofrecen otras regiones. Habría que estudiar las razones por las cuales los hoteles en estas regiones no generan suficiente volumen de visitantes no residentes. Sospechamos que tiene que ver mucho con estrategias de promoción, visibilidad de oferta en mercados externos y con las opciones de transportación, entre otras. Va a ser necesario evaluar estos mercados regionales en consulta con los proveedores de servicios y hospederías para profundizar este tema. También se podría hacer entrevistas a visitantes del exterior que se hospedan en las diversas regiones para indagar sobre su proceso de selección de destinos y la planificación del viaje. Definitivamente estas son dinámicas que ameritan más investigación y consulta con los actores influyentes del ecosistema.

³⁴ La región este incluye los pueblos de Fajardo y Río Grande, mientras que la Norte incluye Dorado

Mirando hacia el futuro

Los grandes retos y oportunidades de Puerto Rico

Son varios los retos y las oportunidades identificados en este proceso, pero queremos enfocarnos en los más importantes. El primero tiene que ver con la importancia de las estadísticas relacionadas al turismo y el concepto más abarcador de la economía del visitante. No estamos meramente hablando de tener datos del sector, sino de tener claridad en definiciones y términos antes de comenzar el ejercicio de recopilar información, para así poder tener la capacidad de hacer buenas conclusiones sobre las dinámicas del sector. Siguiendo las recomendaciones de la OMT, creemos que debe ser prioridad el establecimiento de un Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo (SET) que tendría toda la información sobre las actividades de los visitantes, tanto los residentes, como los no residentes. Este debe proveer información estadística confiable y consistente sobre todos los aspectos socioeconómicos del turismo. Debe incluir:

- *Estadísticas de turismo*
- *Fuentes: (ya sea encuestas, records administrativos, Balanza de Pagos)*
- *Procesos administrativos para recopilar la información*
- *Definiciones de conceptos, tanto los aceptados por la organizaciones internacionales, como los términos aplicables a Puerto Rico.*

Más allá de cumplir con las recomendaciones de la OMT, se deben diseñar y compilar estadísticas adicionales que nos permitan medir segmentos, nichos y tendencias de impacto. Inclusive, cuando sea necesario, que reflejen circunstancias y necesidades puramente locales. Por ejemplo, es necesario diferenciar entre los visitantes que, para propósitos de la clasificación de la OMT, serían clasificados como domésticos por originar de los EE.UU. continentales, pero que para propósitos

de Puerto Rico son visitantes del exterior. También se tiene que diferenciar entre visitantes que llegan en vuelos domésticos de los EE.UU., pero originan de puntos internacionales. Igualmente, se tiene que tomar en cuenta que los visitantes que son parte de la diáspora puertorriqueña tienen un comportamiento muy diferente a aquellos que no lo son o a otros visitantes hispano-parlantes. Se tienen que tomar en cuenta los visitantes que llegan para inmediatamente embarcar en un crucero o conectar a un vuelo hacia otro lugar y que demuestran un comportamiento diferente a aquellos que incluyen una estadía en la Isla de uno o varios días.

Es necesaria la colaboración con los diferentes actores del ecosistema para desarrollar un sistema como este. Éstos pueden insertar sus prioridades, recursos económicos y de conocimiento en el desarrollo de dicho sistema. Requiere la participación de no solo las instituciones gubernamentales sino la de todos los usuarios/beneficiarios de la información. Y es aquí donde encontramos otro de los retos.

A modo de ejemplo, en Puerto Rico existen muchos actores envueltos en el proceso de recopilación de información de turismo. El próximo diagrama (Diagrama E) muestra algunas de las organizaciones gubernamentales que trabajan en la recopilación de datos. La recopilación y uso de estadísticas especializadas para el turismo no necesariamente es la prioridad organizacional principal de varias de estas organizaciones; quizás con la excepción de la Compañía de Turismo y Meet Puerto Rico. Por tanto, es necesario que se lleguen a unos acuerdos oficiales que asignen roles y responsabilidades y requieran el rendimiento de cuentas para asegurar que todas las entidades envueltas hagan lo que le corresponda para asegurar la recopilación y debido mantenimiento de las estadísticas y la accesibilidad transparente a las mismas.

Diagrama E – Intituciones gubernamentales que recopilan datos de turismo



Esto nos lleva al tercer reto, que es la continuidad de esfuerzos. En el caso de Puerto Rico, debido a los cambios gubernamentales, parece ser aún más necesario insertar el sector no-gubernamental en estos acuerdos (academia, asociaciones, organizaciones sin fines de lucro y empresas privadas de la industria). Primero, para que participen en la elaboración de términos y definiciones que son particulares para Puerto Rico, pero también para que puedan ayudar a monitorear progreso y hacer mejoras continuas en las metodologías. De esa manera se logra:

- Que los actores del ecosistema entiendan la importancia y aboguen por la necesidad de que se colecte la información necesaria;
- Que el proyecto se eleve a un nivel de “prioridad nacional”;
- Que las estadísticas tengan la confiabilidad y credibilidad de todos los actores del sector;
- Que se garantice continuidad de esfuerzos y consistencia en las metodologías a través del tiempo

Lo último que queremos recalcar en esta sección es la necesidad de evaluar con detenimiento cómo se correlaciona el cambio en el número y la composición de los visitantes durante un período, por situaciones y circunstancias globales, regionales o particulares de Puerto Rico. Por ejemplo:

- Factores Globales

- Impactos de la economía general mundial
- Cambios en el valor del dolar

- Factores Regionales

- Condición de la economía de los E.E.U.U.
- Cambios en la demanda general del producto turístico del Caribe

- Factores Locales

- Impacto de la epidemia del Zika
- Esfuerzos de mercadeo y promoción de Puerto Rico
- Esfuerzos de otros destinos que compiten con Puerto Rico

En fin, existen muchas variables que pueden afectar el crecimiento del sector, pero también existen diferentes maneras para identificarlas y evaluarlas; entre ellas: modelos estadísticos y econométricos. El establecer procesos rigurosos de evaluación ayuda a entender la efectividad de proyectos de turismo existentes, así como estrategias de mercadeo y promoción, con el fin de poder tomar mejores decisiones en el futuro. No elaboramos mucho sobre métodos de evaluación en este escrito, pero si queremos recalcar la importancia de la evaluación para el desarrollo de una visión estratégica compartida para la economía del visitante.

Hacia una estrategia compartida para la economía del visitante

Como hemos visto a través de este escrito, la economía del visitante va más allá del turismo y la promoción del destino. Por lo tanto, la elaboración de una estrategia a largo plazo coherente y efectiva debe trabajarse de manera integrada; insertando todos los elementos que afectan el crecimiento del sector. Algunas medidas que entendemos son necesarias para el desarrollo exitoso de la economía del visitante son:

- *Identificar y vincular a los actores influyentes, dentro y fuera del gobierno;*
- *Establecer y mantener un Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo;*
- *Desarrollar los procesos investigativos y de evaluación necesarios;*
- *Establecer un proceso para el desarrollo, implementación y evaluación de estrategias puntuales para impulsar la economía del visitante;*
- *Proponer los cambios necesarios a las leyes y reglamentos para el desarrollo del sector tomando en cuenta las estrategias;*

Hemos enfatizado el alcance de la economía del visitante y su impacto amplio y multisectorial en el resto de la economía. En algunos países se ha optado por la integración del sector privado, la academia y el sector sin fines de lucro en la elaboración e implementación de estrategias y políticas públicas de turismo, algo que apoyamos. Ahora bien, Puerto Rico tiene una larga historia de Consejos y Comités Asesores con muy pobres resultados. Diseñar una solución organizacional que pueda lograr la transformación del turismo en el motor de nuestra futura

economía requiere investigación, estudio y aprendizaje de nuestras experiencias y de las de otros destinos a través del mundo.

El desarrollo e implementación de una estrategia y política pública coherente para el desarrollo de la economía del visitante seguramente requiere mecanismos institucionales que sobrevivan los cambios gubernamentales de Puerto Rico. Algunos expertos consultados han sugerido un Ministerio de Turismo con un administrador nombrado por 10 años. Otros han sugerido una organización privada para el manejo de las estrategias de destino (Destination Management Organization o DMO, por sus siglas en inglés). A pesar de que estas sugerencias puedan ser meritorias en términos de la continuidad de esfuerzos de promoción y marca, es necesario examinar si estas reformas sugeridas por sí solas puedan resolver los otros retos que existen en el ecosistema, más allá de proyección y mercadeo. Entendemos que estos requieren del desarrollo de estrategias y políticas públicas fortalecidas con el conocimiento y el diálogo, que tomen en cuenta los retos y las oportunidades.

Muchos de estos retos están fuera del alcance de esfuerzos organizacionales individuales. Por ejemplo, la recopilación de estadísticas de turismo, enfoque principal de este escrito, requiere el involucramiento de múltiples actores. En un estudio reciente, el WTTC indica que países que han implementado este tipo de comité han integrado sectores que no son tradicionales del sector³⁵. Esto ha ayudado a vincular muchos más actores a las estrategias de desarrollo y ha resaltado lo abarcador e importante que es el turismo en la economía de un país. Este tipo de enfoque ha cogido mucho trazo en los últimos años y debe servir de modelo para desarrollar una estrategia para Puerto Rico.

³⁵World Travel Tourism Council "Governing National Tourism Policy (2015)"

Transformación y Medición



Terestella González Denton
(International School of Hospitality
and Culinary Arts -
Universidad del Este)

La colaboración multisectorial y la comunicación efectiva tanto del sector público como privado es sumamente necesaria al momento de llevar a cabo la ejecución de estudios, planes y estrategias. No obstante, y la experiencia nos lo evidencia, no lleva a nada si no hay seguimiento, si no hay medición de resultados, si se realizan cambios de visión y agendas de trabajo motivados por los vaivenes políticos

La Compañía de Turismo de Puerto Rico es la agencia llamada por su propia ley habilitadora a definir la política pública turística de la Isla, y gracias a su auto sostenibilidad, todos estamos de acuerdo que, en comparación con otras corporaciones públicas, es una de las agencias más efectivas a nivel gubernamental. El problema es que hay una tendencia paternalista de dejarle toda la responsabilidad de nuestro quehacer turístico a esta única agencia. El turismo es mucho más que una agencia de gobierno, que una organización, entidad o asociación. Turismo es toda una cadena de valor que crece y se desarrolla, y que compone una de nuestras principales industrias de desarrollo económico, generadora de empleos y que aporta de una manera creciente a nuestro producto nacional bruto. Es una industria que impacta todos los sectores de nuestra sociedad y a su vez genera calidad de vida y sentido de proyección ante el mundo.

Es por esto que el comenzar hablar sobre una economía del visitante y dejar de hablar del turismo como uno que solo es pertinente para la industria turística, lleva un claro mensaje de que todos debemos responsabilizarnos.

Recientemente, Puerto Rico creo una Ley donde se le delega a un comité multisectorial el manejo de la Marca País. La Ley requiere que los miembros del sector privado sean nombrados por el Gobernador y confirmados por el Senado de Puerto Rico. Este proceso es uno complejo y extenso, lo que limita el perfil de individuos que estén dispuestos a participar del mismo. Aún más importante es el hecho de que la ley limita las responsabilidades de este Comité, principalmente a los retos de mercadeo y promoción, pero - como mencionamos anteriormente - para desarrollar una economía del visitante robusta se requiere un enfoque más abarcador e integrado.

Creemos que la economía del visitante puede servir de punta de lanza para la recuperación económica en nuestro país. El turismo está creciendo a nivel mundial, especialmente en la región del Caribe. Hay que aprovechar el momento e insertar a Puerto Rico en la economía global como un destino premier para el mundo. Puerto Rico en el pasado ha desarrollado planes estratégicos abarcadores y minuciosamente detallados que no han podido implementarse exitosamente. Por esta razón, no proponemos la creación de otro plan estratégico tradicional, pero sí creemos en la necesidad de una visión estratégica compartida y un junte de esfuerzos alrededor de esta visión que vaya construyendo los detalles del plan dentro de sus regiones y comunidades. Por eso se debe convocar a todos los sectores de la economía que se afectan directa e indirectamente por el turismo, con el fin de diseñar objetivos, establecer prioridades y medir resultados. Uno de los primeros esfuerzos debe ser construir un Sistema Nacional de Estadísticas de Turismo, ya que no se pueden adelantar objetivos si no se pueden medir resultados. A modo de poder tener éxito en todas estas iniciativas, la economía del visitante tiene que convertirse en una "prioridad nacional" e integrar a todos en su desarrollo y crecimiento. Esto no puede ser un esfuerzo meramente gubernamental o de los sectores tradicionalmente relacionados al turismo; para transformar a Puerto Rico nos tenemos que envolver todos.



Foundation
for Puerto Rico

Marzo 2016

Más información en foundationforpuertorico.org