



GOBIERNO DE PUERTO RICO

Compañía de Turismo de Puerto Rico

15 de diciembre de 2020

Transición Gubernamental 2020
Departamento de Estado
Gobierno de Puerto Rico

RE: PONENCIA SOBRE PROCESO DE TRANSICIÓN DE GOBIERNO

Reciba un cordial saludo de todos los que laboramos en la Compañía de Turismo de Puerto Rico (“Compañía”), en especial de esta servidora. Agradezco la oportunidad que se me brinda de presentar ante este Comité de Transición los asuntos de mayor envergadura que competen a la gestión de la agencia que me honra dirigir en la actualidad y al sector al cual servimos.

Debo comenzar por mencionar que, como profesional del sector turístico, servir desde la función gubernamental a través de la Compañía de Turismo ha sido un privilegio y gran honor. Creo firmemente en que la actividad turística es un catalizador de bienestar social, ambiental y económico. Es un sector que fomenta la tolerancia, el respeto y el intercambio cultural. El desarrollo turístico sostenible tiene la capacidad de transformar pueblos y mejorar la calidad de vida de su gente. El trabajo que se hace desde la Compañía de Turismo, de manos de los hombres y mujeres que hacen del queacer de la agencia una realidad diariamente, precisamente adelanta ese gran potencial que tiene el turismo puertorriqueño--a menudo con poco conocimiento por parte de la opinión pública del trabajo que se realiza tras bastidores para provocar los resultados positivos que se reportan constantemente en el sector.

La aprobación de la Ley Núm. 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, “Ley de la Compañía de Turismo de Puerto Rico” (“Ley Núm. 10”), firmada por el Gobernador Luis A. Ferré Aguayo (fundador de la entidad), creó a la Compañía como una corporación pública e instrumentalidad del Gobierno de Puerto Rico para fomentar el desarrollo de esta industria y promover a Puerto Rico como destino turístico. La misión de la Compañía es crear y facilitar la implementación de la política pública del Gobierno para hacer que Puerto Rico sea un destino único y líder dentro de la industria turística a nivel global, así como fomentar y promover el turismo interno en la Isla. Precisamente, fue la crisis de la segunda mitad de la década del 60, que hizo al Gobierno repensar cómo mejor atender las necesidades del sector turístico. A partir de ello, se creó una política gubernamental abarcadora y bien definida que favorecía el desarrollo ordenado de la actividad turística, y creando esta corporación público autónoma capaz de fomentar esta actividad. Una instrumentalidad de gobierno autónoma y responsable del desarrollo de la industria. Previo a ello se había visto la representación del sector se había visto “reorganizada” bajo al menos 10 dependencias gubernamentales.

Conforme a las disposiciones de reglamentación aplicables al proceso de transición y la solicitud del Departamento de Estado, a continuación, se presenta el estado de situación de la Compañía y los logros alcanzados durante el periodo de enero de 2017 a diciembre de 2020.

TRASFONDO E INSTITUCIONALIDAD

En lo que respecta al sector turístico en la Isla, debo resaltar un dato de suma importancia para poner en contexto el impacto e importancia que tiene esta actividad en nuestra economía. Si bien la manufactura representa el 46% del PIB de Puerto Rico, y al Turismo se le atribuye 7% del mismo, los empleos que genera esta industria sin chimeneas, superan por 13% el total de los que se registran para la manufactura, con sobre 80,000 puertorriqueñas y puertorriqueños empleados en este renglón hospitalario. Esto sin contar el efecto multiplicador en negocios propios, contratistas y empleos indirectos que genera esta amplia cadena de valor. Como se puede apreciar, una política pública que prioriza el Turismo es fundamental para apostar a una economía sólida. Es por ello que, no obstante a los innumerables retos por los cuales ha atravesado y atraviesa el sector turístico de Puerto Rico, desde la Compañía de Turismo hemos apoyado firme y fehacientemente la actividad turística en toda la Isla.

Con el fin de apoyar a este importante sector, las prioridades delineadas por la Compañía de Turismo para el periodo 2017-2020 se resumen en tres importantes tareas: 1) la profesionalización de los servicios de mercadeo para estimular la demanda de viajeros con la creación de una entidad de mercadeo de destino que asegurara la continuidad de los esfuerzos de promoción en el exterior sin verse afectada por los cambios de liderato gubernamental—la que comúnmente conocemos como la creación del DMO, 2) el fortalecimiento de la Compañía de Turismo como ente encargado de la gestión y manejo del destino, 3) el aprovechamiento de esta nueva estructura compartida de gestión y mercadeo para provocar un crecimiento exponencial de la aportación del turismo al producto interno bruto (PIB). A estas tres prioridades programáticas se sumó una cuarta responsabilidad de envergadura que abarcó la mayoría de la gestión de la entidad durante el término que está por terminar: **el manejo de las diversas crisis sin precedentes que afectaron y afectan al sector turístico puertorriqueño**. Sobre esto último abordaré a fondo más adelante.

Sobre la creación del DMO (hoy llamado Discover Puerto Rico) y el fortalecimiento de la Compañía de Turismo, aprovecho esta oportunidad para brindar claridad sobre el alcance de estas entidades y la división de roles y responsabilidades entre ambas. A menudo se entiende que, para provocar un crecimiento del turismo, basta con promoverlo efectiva y ampliamente para que la llegada de más turistas incida en un aumento inmediato del sector. Si bien el mercadeo es un elemento integral para ello, todo destino tiene que contar con un ambiente adecuado para que el crecimiento se pueda dar. Todo destino cuenta con recursos y atracciones que hacen del destino uno diferente, servicios complementarios que puedan interpretar y facilitar esos recursos, infraestructura y seguridad, una planificación adecuada y coordinación de todo lo anterior. Con esa base crítica ordenada y gestionada, el trabajo de mercadear lo anterior (o estimular la demanda) es uno que puede generar resultados positivos. Esa es precisamente la diferencia en los alcances de trabajo de la Compañía de Turismo y del DMO. La Compañía de Turismo crea el ambiente adecuado en el destino y provoca el desarrollo del ofrecimiento para que el DMO pueda atraer a los viajeros a disfrutar de ello.

Actualmente la Compañía de Turismo es responsable de:

- La planificación del destino
 - Definir la política pública
 - Provocar legislación y regulación para fomentar el desarrollo del sector
 - Facilitar y participar de la planificación y ordenanza de los espacios

- Supervisión y fiscalización de las zonas turísticas
- Desarrollo
 - Fomentar la inversión capital para ampliar el ofrecimiento hotelero y de experiencias
 - Mantener relaciones comerciales con líneas aéreas y de cruceros
 - Desarrollar y brindar seguimiento a proyectos de infraestructura crítica
- Gestión
 - Establecer y fiscalizar estándares de calidad
 - Regulación y gobernanza de la actividad turística (previamente incluyendo los juegos de azar en las hospederías)
 - Velar por la seguridad adecuada del destino
 - Incentivar el desarrollo del capital humano y mejoramiento del servicio
 - Promover el turismo interno
 - Recaudación y distribución de impuestos provenientes de la actividad
- Medición y Reportes
 - Recopilación y análisis de los datos estadísticos del sector
 - Reportar al sector

Por su parte, con la firma de la Ley 17-2017, conocida como la “Ley para la Promoción de Puerto Rico como Destino”, se autorizó la creación y desarrollo de una organización de mercadeo del destino para Puerto Rico conocida como la “Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc.”, DMO o por su nombre comercial “Discover Puerto Rico”. Esta entidad es responsable, exclusivamente de la promoción del destino en el exterior, dentro de lo cual realizan las siguientes actividades:

- Marca (Branding)
 - La creación de la marca del destino
 - Alineación de los esfuerzos de mercadeo a los valores de la marca
- Publicidad
- Relaciones Públicas
- Ventas

Un gran avance en estos cuatro años ha sido la puesta en marcha de esta nueva estructura compartida de gestión y mercadeo de destino, que permite que ambas entidades tengan un campo de acción enfocado y dedicado. La importancia del rol de gestión de la Compañía de Turismo históricamente se vio opacado por lo llamativo que surge el trabajo de elaboración y lanzamiento de nuevos logos o campañas de mercadeo. La creación del DMO se debe ver como una gran oportunidad para que el Gobierno de Puerto Rico, a través de la Compañía de Turismo, pueda fortalecer su capacidad de gestión que incide sobre los elementos críticos del destino, como lo son la planificación, relaciones comerciales con desarrolladores, aerolíneas y líneas de cruceros, la coordinación de servicios esenciales como seguridad y limpieza, entre otros. La creación o fortalecimiento de una entidad, no puede darse a costas de que se debilite, comprometa o se elimine la otra. Para que este modelo funcione, el Gobierno de Puerto Rico tiene que reconocer que es necesario invertir en el fortalecimiento de ambas. Esa ha sido la visión que esta servidora ha impulsado desde las entrañas del Gobierno, no obstante a las diferencias de criterio que respetuosamente pueda tener con otros representantes gubernamentales al respecto.

Me expreso en absoluto desacuerdo a la estructura propuesta por el Departamento de Desarrollo Económico para la futura Oficina de Turismo del DDEC. El diseño de la misma no se trabajó con el equipo técnico de la Compañía de Turismo, y entendemos que, según propuesta, es contraria a la intención de la Ley 81-2019 que llama a una figura cuasi-autónoma dentro de la estructura del DDEC. A su vez, debo mencionar y someter para récord la postura de esta servidora y de 13 pasados directores de Turismo que han servido a lo largo de los últimos 50 años en administraciones de ambos partidos políticos. Juntos, entendemos que en este momento crítico e histórico para el sector turístico se debe fortalecer en vez de debilitar la estructura de apoyo gubernamental para el sector. A su vez, esta documentación incluye 29 cartas provenientes de distintos representantes municipales, empresariales y académicos que igualmente entienden que la implementación de esta Ley es contraria a los mejores intereses del sector turístico y de nuestra economía. La Legislatura de turno también se ha manifestado sobre este particular, habiendo aprobado de manera bi-partita (y de manera casi unánime) una medida legislativa a finales del 2019 para atender los errores que contiene la Ley 81-2019. Debo de aclarar, que actualmente el personal de la Compañía de Turismo no se encuentra realizando funciones prácticas, como lo puede ser el “back office” de la estructura del DDEC (el proceso de traslado del personal no se ha dado), por lo cual atender y subsanar los errores que pudieran emanar de una implementación prospectiva en este momento no afectaría las operaciones actuales del DDEC. Entendemos que es el momento indicado para atender, mediante una nueva legislación, el daño irreparable que pudiese tener el debilitar la figura gubernamental que representa al sector turístico.

A continuación, brindaré un resumen de algunos de los avances o acciones encaminadas en las distintas áreas de gestión que son responsabilidad de la Compañía de Turismo.

Manejo de Crisis

Varios sucesos tales como el virus del Zika, huracanes, terremotos, y la reciente Pandemia del COVID-19, entre otros, han impactado desproporcionalmente al turismo local. Es importante destacar que para cada uno de estos acontecimientos la Compañía ha tenido una rápida respuesta mediante el desarrollo y la implementación de planes de acción para el manejo de crisis y para reactivar la economía de la Isla. Sin lugar a dudas, en estos cuatro años, Puerto Rico se ha convertido en un referente mundial en materia de manejo adecuado, ágil y responsable de crisis que afectan al sector turístico, reportando resultados incuestionables de éxito que han resultado en un fortalecimiento del sector.

Por razones de tiempo, no abundaré en los pormenores del trabajo realizado por la Compañía de Turismo para enfrentar cada una de las más de 6 situaciones de inestabilidad en el sector turístico que enfrentamos durante estos cuatro años. No obstante, utilizaré como referencia el modelo aplicado para el manejo de los incidentes del 2017 a partir de los cuales construimos una base de metodología flexible que comprobó ser efectiva en el manejo de crisis posteriores.

En enero de 2017, la Compañía comenzó enfrentándose a un déficit heredado de \$12,000,000.00 producto de la merma en recaudos por concepto de impuestos por canon de ocupación de habitación (“Room Tax”). Esto resultó en reducciones significativas en los esfuerzos de la promoción y mercadeo del destino. Paralelamente, la Compañía se vio en la posición de implementar acciones para revertir una tendencia en declive a causa de un mal manejo de la epidemia del virus del Zika, lo cual tuvo un efecto devastador en la imagen de la Isla. Diversas conferencias, eventos y

convenciones que se celebrarían en Puerto Rico fueron cancelados, y como consecuencia, la industria del turismo se vio gravemente afectada. Ante dicha situación, en un periodo de 6 meses, la Compañía comenzó a implementar un plan de mercadeo de destino con enfoque en medios digitales y con datos que avalaran la mejor inversión de los pocos recursos disponibles. A su vez, trabajamos junto al Departamento de Salud para llevar el mensaje de que la alegada epidemia del virus del Zika en la Isla se encontraba bajo control y que visitarnos era completamente seguro. Tras un arduo esfuerzo, la Compañía, en unión con el Departamento de Salud de Puerto Rico, declaró que la epidemia del virus del Zika había terminado en junio. Como resultado de los distintos esfuerzos para el cierre del año fiscal 2016-2017, la Compañía logró balancear el déficit millonario de aproximadamente \$12,000,000.00 heredado de enero de 2017 en tiempo récord y se reportaron recaudos históricos de Room Tax en los meses de julio y agosto. Esto se logró en amplia y estrecha colaboración con el sector turístico, acudiendo a consultas constantes con los empresarios de la Isla y manteniendo canales de comunicación abiertos que permitieron implementar esfuerzos coordinados desde el Gobierno y el sector privado.

No obstante a lo positivo que vislumbraba ser el cierre del 2017, en el mes de septiembre de 2017 los huracanes Irma y María azotaron a Puerto Rico dejando a su paso una gran devastación y crisis en el turismo isleño. Destacamos, que a solo siete días del embate del huracán María la Compañía compartió con la industria turística su plan oficial para la Recuperación del Destino, el cual establecía una hoja de ruta para los meses subsiguientes y una visión de futuro que permitiera fortalecer al sector turístico una vez se pudiesen dejar atrás los efectos inmediatos de esos sucesos lamentables. En la Compañía no solo establecimos un programa de respuesta rápida para atender las necesidades de nuestros visitantes, hospederías, casinos y atracciones turísticas, también trabajamos arduamente para contrarrestar los efectos de la imagen negativa que se proyectó de la Isla en el exterior. Mediante esfuerzos publicitarios, relaciones públicas, promoción y mercadeo, se logró en tiempo récord habilitar la Isla para recibir a nuestros visitantes nuevamente. A las dos semanas del paso del Huracán María, recibimos el San Juan el primer crucero de puerto base, mientras que en noviembre 30, recibimos la primera parada de tránsito. Así también, en diciembre del 2017, anunciamos que Puerto Rico se declaraba abierto al turismo con 70 vuelos diarios; el 75% del inventario hotelero abierto y 107 atracciones turísticas operando.

Como resultado de los esfuerzos de recuperación del destino a raíz de los eventos naturales de Irma y María, en enero 2018, a solo cuatro meses de su ocurrencia, Puerto Rico fue sede del evento más importante del turismo del Caribe, conocido como “*Caribbean Travel Market Place*”.

Esta misma metodología, mediante la cual el Gobierno asumía clara y firmemente el liderato en el proceso de manejo de crisis (con amplio peritaje y conocimiento de la materia a nivel técnico) y brindaba un visionario norte y hoja de ruta hacia el cual tanto el sector público, como el privado debían encaminarse, comprobó ser efectivo en el manejo de las crisis subsiguientes. La integración y participación del sector privado, fue clave en todo el proceso.

Cuatro años más tarde y habiendo atravesado varias situaciones adicionales retantes para el sector, nos encontramos ante la peor crisis en la historia del sector turístico a nivel global. La Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas estima que a nivel global el impacto del COVID-19 representará una pérdida de entre \$910 billones y \$1.2 trillones de dólares y entre 100 a 120 millones de empleos. Al momento, solamente entre los meses de enero y mayo 2020, el impacto de la pandemia en la industria percibió un saldo de más de \$320 billones en pérdidas, lo cual es tres veces mayor que el impacto de la Gran Recesión entre el 2007 y el 2009—solo en los primeros

cinco meses de la crisis. La pandemia del COVID-19 es la amenaza más grande que la industria ha enfrentado en su historia a nivel global y local.

Es de público conocimiento que ante la crisis de salud causada por la pandemia del COVID-19, la industria turística fue la primera en frenar sus operaciones y será la última en volver a activarse tanto a nivel global, como en Puerto Rico. Nuestro enfoque para nuevamente guiar el proceso de recuperación, ha conllevado aplicar nuestra metodología comprobada a la realidad de esta crisis. Compartimos con este Comité, las acciones tomadas desde marzo 2020 mediante las cuales hemos mantenido al sector turístico enterado de los avances relevantes para el sector.

Entre las ejecutorias de mayor importancia, y que seguirá jugando un rol crítico en la recuperación de cara al 2021, se encuentra el programa de Salud y Seguridad de Destino elaborado por la Compañía. El pasado mes de abril, aún en los primeros meses de Pandemia, vimos cómo algunos destinos asiáticos ya estaban en etapa de considerar los planes de reapertura económica y del turismo. Para ello, comenzamos a ver la implementación de protocolos salubristas abarcadores para el turismo. Así las cosas, en mayo develamos el Programa de Salud y Seguridad el cual contenía una guía práctica para la implementación de protocolos estandarizados para toda empresa turística de la Isla. A diferencia de otros segmentos de nuestra economía, dónde las empresas definían sus propios protocolos, en el turismo nos unimos todos con un solo protocolo universal (con variaciones para cada tipo de actividad). A su vez, el equipo de la Compañía de Turismo se dio a la tarea de inspeccionar cada hospedería (endosada y no endosada) y validar que cada una de ellas se encontraba en cumplimiento con el 100% de los protocolos acordados y requeridos para operar. Es con gran satisfacción que podemos reportar que, a la fecha, no hemos tenido incidentes de brotes de COVID-19 en estas instalaciones turísticas, lo que demuestra que el sector privado, en coordinación con el Gobierno de Puerto Rico, puede asumir un rol proactivo en el manejo adecuado de la pandemia. Este programa fue reconocido recientemente por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), entidad que le otorgó a Puerto Rico el Sello de Viaje Seguro (“Safe Travels”). Con esta Certificación la Isla se posiciona entre los destinos turísticos con medidas salubristas más rigurosas y avanzadas a nivel global. De cara al 2021, recomendamos que se le continúe dando prioridad al rol de la Compañía de Turismo en la supervisión del cumplimiento de estos protocolos, que seguirán siendo instrumentales en la reapertura económica del sector.

Como parte de nuestro rol de mantener al sector turístico informado y actualizado, la Compañía brindó al sector turístico la cuarta actualización del Plan de Recuperación de Destino, el cual está disponible al público en el portal creado para compartir información sobre el manejo de esta emergencia en el sector turístico: <https://prtc-covid19.com/>.

En dicha presentación, develamos que proyectamos que el impacto del COVID-19 al sector turístico considera una pérdida del 61% de la aportación del sector al PIB al cabo del 2020. En lo que respecta a la ocupación hotelera, hasta octubre 2020, promedia 34.38% en comparación con 67.15% que se reportó para el mismo periodo del 2019. Anticipamos que el año 2020 cerrará con una merma de 53% en la venta de cuartos noche y de 53% en la merma de ventas por concepto de habitaciones. 26 de las 160 hospederías endosadas por la Compañía de Turismo se encuentran cerradas actualmente. El desempeño mensualmente ha fluctuado proporcionalmente a las restricciones emitidas por las distintas órdenes ejecutivas para controlar la propagación del virus en la población. Esta información es sumamente importante ya que la salud fiscal de la corporación pública se ve proporcionalmente afectada en la medida en que los recaudos de la actividad turística se vean mermados.

A su vez, en lo que respecta al acceso aéreo a Puerto Rico, hasta noviembre 2020, el volumen de pasajeros entrando a Puerto Rico reporta ser 49% menos de lo registrado a esta fecha en el 2019. Considerando las proyecciones de capacidad para el mes de diciembre en curso, estimamos que el 2020 cerrará con 29% menos pasajeros ingresando a la isla en comparación con el 2019. Nuestros socios de la industria de la aviación están atravesando por una situación muy compleja y dependen del apoyo de los gobiernos nacionales para poder mitigar las pérdidas a causa de la reducción de las llegadas internacionales y evitar cierres y bancarrotas. Desde la Compañía, manejamos las relaciones comerciales con las líneas aéreas, en coordinación con Aerostar (socio administrador del aeropuerto), y esta función cobra una relevancia exponencial en estos tiempos de cambio y volatilidad. Debo reconocer la gestión de nuestra División de Acceso Aéreo y Marítimo, y su director, quien a diario mantiene dialogo abierto y productivo tanto con las líneas aéreas como las de cruceros, protegiendo así el servicio aéreo y marítimo que tanto vamos a necesitar se establezca en los próximos meses según la situación salubrista comience a estabilizarse. Aclaro que todas las relaciones comerciales con las líneas aéreas y de cruceros, a la fecha son responsabilidad de la Compañía, según lo establecen las leyes y acuerdos que nos encomiendan estas funciones.

Sobre el estatus actual de las operaciones de crucero a nivel global, al momento las principales líneas han cancelado todo itinerario hasta el 1 de marzo de 2020. Se anticipa que Puerto Rico pueda comenzar a recibir acercamiento de las líneas de cruceros en las próximas semanas para establecer itinerarios que incluyan a Puerto Rico como parada de tránsito tan pronto como marzo de 2021. A su vez, las líneas han expresado interés en reanudar operaciones de puerto base en Puerto Rico a partir del verano de 2021. Dicho lo anterior, la Compañía de Turismo ha trabajado de cerca como la Autoridad de Puertos para analizar los protocolos que se pudiesen implementar localmente para que la Isla esté en posición de recibir estas operaciones. No obstante, reconociendo que es un tema que requiere de un análisis profundo del Comité entrante y que se deben llegar a establecer compromisos preliminares en las próximas semanas, respetuosamente recomiendo que se pueda analizar este tema con detenimiento mediante alguna Vista Ejecutiva donde podamos brindar detalles de los pormenores y expectativas de reanudación. Nuevamente, nuestra División de Acceso Aéreo y Marítimo y esta servidora está en posición de trabajar junto a la administración entrante un plan de transición dedicado a este tema delicado.

Habiendo contextualizado el estatus actual del sector turístico desde sus distintas vertientes en medio de la Pandemia, entiendo oportuno resaltar que en el día de ayer también actualizamos las proyecciones de recuperación multi-anual para el turismo en Puerto Rico. Estas proyecciones apuntan a que no será hasta el 2023 que la Isla vea cifras de desempeño en llegadas de pasajeros, venta de cuartos noches y tarifa promedio diaria, que se asimilen a las cifras pre-pandemia reportadas en el 2019. Las gráficas de recuperación apuntan a una tendencia en crecimiento de aquí en adelante, pero con un ritmo pausado de recuperación.

Reconociendo el grave impacto inmediato y a futuro que experimenta el sector turístico, la Compañía se ha dado a la tarea de trabajar mano a mano con AAFAF y el Departamento de Hacienda para viabilizar el desembolso de las ayudas del programa del CARES Act dedicadas al sector turístico. A la fecha, sobre 750 empresas turísticas se han beneficiado de este programa. Una segunda fase de desembolsos fue autorizada por AAFAF, pero se encuentra a la espera de que el sistema SURI del Departamento de Hacienda pueda activar las solicitudes para las empresas elegibles. Desde la Compañía de Turismo nos hemos reiterado a la orden para asistir al Departamento de Hacienda en ese trámite, pero reconocemos es un asunto técnico que conlleva un trabajo de sistema. Agradecemos a AAFAF y al Departamento de Hacienda por su arduo trabajo

en favor de las empresas turísticas de Puerto Rico, y esperamos próximamente poder reportar el desembolso de esta segunda fase de ayudas.

Así las cosas, sobre la pandemia del COVID-19, nos resta por dejar plasmadas una serie de recomendaciones para la reapertura del sector turístico de manera segura y responsable en los próximos meses. La mayor asistencia que pueden recibir las empresas turísticas en este momento es ampliar la capacidad de operar de manera segura para generar ingresos que permitan cumplir con las obligaciones financieras de cada una. En este sentido, entendemos que se debe seguir impulsando fuertemente el turismo interno, permitiendo que los residentes de la isla se puedan recrear en un entorno controlado como lo son las hospederías certificada bajo el Programa de Salud y de Seguridad o a través de experiencias de operadores certificados. Redoblar esfuerzos de turismo interno, según lo ha venido realizando la Compañía en los pasados meses con la plataforma de Voy Turisteando es de suma importancia para brindar un alivio comercial al sector. Las restricciones de reapertura económica deben poder considerar que las instalaciones turísticas son un entorno seguro para la recreación y para el cual se pueden viabilizar mayores exenciones. También recomendamos que, a partir de enero, Puerto Rico pudiese comenzar a atraer proactivamente a visitantes que estén dispuestos a viajar a la Isla responsablemente y que estén comprometidos con acatar las directrices locales para proteger la salud de la fuerza laboral turística, de nuestros residentes y visitantes por igual. Recomendamos que se solicite a Discover Puerto Rico un plan integral para atraer este mercado y continuar elevando conciencia de los requisitos a la hora de viajar a Puerto Rico. De cara al verano 2021, cuando se proyecta que la población general comenzará a tener acceso a la vacuna del COVID-19, Puerto Rico debe presentarse competitivamente en el mercado, y recomendamos la asignación de suficientes recursos tanto para Discover Puerto Rico, como para la Compañía de Turismo para redoblar esfuerzos de mercadeo y estimular demanda responsable tan pronto como la situación salubrista así lo permita.

Desarrollo de Nueva Actividad Turística

En cuanto a las oportunidades de inversión, cabe destacar que los inversionistas en proyectos de turismo y hospitalidad reciben una tasa de exención del 90% de los impuestos a la propiedad, así como una exención del 100% en la construcción municipal y los impuestos a las ventas. De la misma manera, los nuevos proyectos de turismo podrían ser elegibles para créditos fiscales hasta el 40% de los costos de desarrollo del proyecto, en comparación con el 10% en el pasado. Además, la designación de Puerto Rico como Zona de Oportunidad Calificada permite a los inversionistas que pagan impuestos de los Estados Unidos invertir las ganancias de capital reconocidas en proyectos calificados en Puerto Rico sobre una base con ventajas impositivas, creando un entorno convincente para el desarrollo.

La data más alentadora evidencia el interés que existe de inversión en el turismo por parte del sector privado. Desde el 2017 la Compañía ha viabilizado 172 nuevos o renovados proyectos turísticos mediante la otorgación de decretos contributivos. El total de inversión de estos proyectos, ya abiertos, encaminados o próximos a comenzar su desarrollo próximamente asciende a sobre \$4 billones en capital, que será inyectado a nuestra economía para seguir fomentando el aumento en la creación de empleos y una mayor derrama económica local producto del gasto de los visitantes. En total, y en coordinación con el Departamento de Hacienda, durante este periodo se han concedido \$1.2 billones de dólares en créditos contributivos. Como evidencia esta gráfica, anualmente la Compañía ha logrado agilizar su producción en la División de Incentivos para viabilizar una mayor cantidad de proyectos turísticos. Reconozco la labor de la División de

Incentivos, y de su director, la cual trabaja mano a mano con los desarrolladores para provocar un aumento en el ofrecimiento de nuestro destino.

Año	Total de Decretos Otorgados	Total de Habitaciones	Total de Inversión Elegible	Total de Créditos Contributivos
2017	5	695	\$318,422,728	\$82,369,091
2018	49	4,513	\$1,792,276,803	\$435,323,666
2019	50		\$749,384,069	\$237,907,963
2020	68		\$1,496,038,490	\$456,295,273

Desarrollo de Acceso Aéreo

Como mencionado anteriormente, la División de Acceso Aéreo y Marítimo de la Compañía mantiene y optimiza las relaciones comerciales con las líneas aéreas a la actualidad, generando resultados. Entre los principales logros de esta gestión, debemos destacar que el 2019 cerró como el año calendario de mayor capacidad de asientos por vía aérea de los pasados 10 años. Esto como reflejo directo de la gestión comercial para aumentar la presencia de las líneas aéreas que sirven al destino.

Entre los servicios negociados más destacados se debe considerar la ampliación del servicio de Iberia entre San Juan y Madrid de ser estacional (solo verano) a comenzar a viajar a la Isla durante todo el año. La relación comercial fortalecida con líneas como Iberia, JetBlue, American Airlines, Delta, Southwest y Frontier rindió frutos al anunciar nuevos servicios a destinos como Nueva York, Atlanta, Dallas, Detroit, entre otros.

En lo que respecta al tráfico por vía aérea para pasado año fiscal (2019-2020), el aeropuerto Luis Muñoz Marín ha reportó un tráfico de 7,058,000 pasajeros (entrada y salida), destacándose los meses de agosto, octubre, noviembre, diciembre, enero y febrero (pre pandemia) como meses en que dichas cifras reflejaban las cifras mensuales más altas desde el 2008. El desarrollo aéreo no se ha limitado únicamente a San Juan, dado que el Aeropuerto Rafael Hernández en Aguadilla rompió récord histórico de llegada de pasajeros durante el año calendario 2018, con sobre 600,000 pasajeros. Crecimiento que se sostuvo en el 2019 con los meses de enero a abril por la cantidad 98,271 pasajeros, de los cuales 45,703 fueron pasajeros entrando a Puerto Rico. Esto representó un impacto económico aproximado de \$5,073,033.00.

El total de visitantes que ingresaron a Puerto Rico en el 2019 por los tres aeropuertos principales excedió los 5.2 millones de pasajeros.

Indudablemente el golpe del COVID-19 en la industria de la aviación a nivel mundial no tiene precedentes, y nos encontramos de cara a una lenta recuperación global del mismo.

Desarrollo de Acceso Marítimo

En el renglón de cruceros, la Compañía de Turismo reportaba en marzo 2020 estar encaminados a romper el récord de llegada de pasajeros establecido en el año fiscal anterior, con 1.3 millones de pasajeros navegando en nuestras costas por vía marítima.

La temporada 2018-2019 culminó con récord de llegada de un millón ochocientos catorce mil ciento cincuenta y siete (1,814,157) pasajeros, de los cuales quinientos siete mil cincuenta y dos (507,052) utilizaron a San Juan como puerto base. Esto representó un crecimiento en pasajeros de cuarenta y seis puntos seis por ciento (46.6%) comparado con la temporada 2017-2018, período durante el cual la Isla se vio afectada por los huracanes Irma y María.

La credibilidad de la gestión gubernamental y estrechos lazos de colaboración entre la Compañía de Turismo, la Autoridad de los Puertos y las líneas de cruceros quedó demostrada al reportar cancelaciones mínimas de atraques en agosto 2019 (período de protestas) y enero 2020 (durante terremotos). A su vez, previo a la Pandemia, Puerto Rico logró formar parte de los planes de crecimiento de nuevas líneas de crucero de lujo como lo son Virgin Voyages y Ritz Carlton Yacht Collection, ambas que recién comienzan a operar y que traerán a la Isla un pasajero que invertirá más durante su estadía en la Isla.

Esfuerzos de Promoción del Turismo Interno

En cuanto al crecimiento reflejado en el aumento del alojamiento hotelero por parte de residentes de Puerto Rico, función que recae sobre la Compañía de Turismo y su marca “Voy Turisteando”, debemos resaltar que esta administración ha adoptado una política real de impulsar el turismo mucho más allá de la zona metropolitana, dedicando esfuerzos promocionales a cada uno de los 78 municipios de la isla. La campaña “POSTALES” generó un 15% de crecimiento en la ocupación hotelera de los residentes de la Isla. Para el año 2019, un total de 653,000 residentes se alojaron en hospederías tradicionales. Lo que representa un aumento de 29% en los registros hoteleros de residentes en comparación con el año anterior. Éstos generaron un ingreso en habitaciones de \$135.5 millones y aproximadamente \$12.5 millones en impuestos por habitación (“Room Tax”). Entre las estrategias promocionales desarrolladas por la Compañía encontramos: “VOY A NOSOTROS”; “DALE LOVE A TU ISLA”; “QUIERO VOLVER”; y “CHECK IN POR TU ISLA”.

Reorganizaciones

Por último, durante este cuatrienio, la Compañía sufrió varios cambios organizacionales adicionales a los ya discutidos. Con la puesta en vigor de la Ley Núm. 75-2017, “Ley de Transformación Administrativa de la Comisión de Servicio Público” (“Ley Núm. 75-2017”), que atemperó el marco jurídico de la Comisión de Servicios Públicos a las realidades de nuestros tiempos, se derogó la Ley Núm. 282-2002, según enmendada, conocida como “Ley de Transportación Turística Terrestre de Puerto Rico. La Ley Núm. 75-2017 transfirió la jurisdicción sobre la transportación turística terrestre a la Comisión de Servicio Público, ahora conocida como Negociado de Transporte y Otros Servicios Públicos. La Compañía inició la transferencia, ordenada de empleados, activos y proceso, a fin de eliminar el doble licenciamiento producto de la regulación por parte de múltiples agencias del Gobierno.

Por otro lado, la Ley Núm. 15-2017, según enmendada, “Ley del Inspector General de Puerto Rico”, entre otros asuntos, transfirió el personal, los fondos remanentes y la propiedad que están relacionados directamente con las funciones de auditoría de las agencias gubernamentales que les aplica la referida Ley. A esos efectos, la Ley Núm. 15-2017, transfirió el personal de la Compañía pertenecientes a la Oficina de Auditoría Interna a la nueva Oficina del Inspector General de Puerto Rico.

De igual manera, el 1ro de julio de 2020, entró en vigor la Comisión de Juegos del Gobierno de Puerto Rico (“Comisión”). En lo que respecta a la Compañía, la Ley Núm. 81-2019 transfirió a la Comisión de Juegos toda competencia relacionada con juegos de azar, y a partir de dicha fecha la deja en manos de esa Comisión la recaudación, distribución, entre otras facultades, sobre el Room Tax. Además, transfirió los empleados de la División de Juegos de Azar de la Compañía a la Comisión.

Sobre la Situación Fiscal de la CTPR

1. Room Tax

Finalizado el primer trimestre del Año Fiscal 2021 (AF21) nos encontramos en con una baja de un 31% del estimado de ingresos. A pesar de que el mes de septiembre es uno bajo en materia de los recaudos su desempeño fue mejor en comparación con los meses de julio y agosto. De igual forma el mes de octubre mostro una mejoría en comparación con los meses anteriores.

Mes	Ingresos Actuales 2020	Estimado Ingresos 2021	
Julio-2020	2,980,887	4,623,724	-36%
Ago.-2020	2,044,048	3,594,503	-43%
Sep.-2020	2,309,275	3,301,138	-30%
Oct.-2020	3,321,379	3,814,765	-13%
Total	10,655,588	15,334,130	-31%

Es importante mencionar que no se han realizados las reservas para el pago de la deuda para los meses de julio y agosto, alrededor de \$3 millones mensuales y un total de \$30 millones en el año fiscal. Hemos mantenido el efectivo disponible para cubrir las necesidades de la CTPR, pero con el comienzo de los recaudos de la Operación de Tragamonedas nos puede traer el efectivo necesario para comenzar a cubrir las necesidades de la reserva para el pago de la deuda, la Autoridad del Distrito de Convenciones (ADCC) y Discover Puerto Rico (DMO).

2. Operación de Tragamonedas

Los recaudos del mes de julio, 11 millones de dólares, sirvieron como evidencia de la capacidad del segmento de los Casinos de poder generar recaudos saludables en el poco tiempo. En el periodo de 15 días no tuvieron problemas para casi alcanzar el presupuesto de recaudos para el mes de 13 millones de dólares y prácticamente estaban encaminados a superarlos por 7 millones de dólares.

Aunque puede ser una perspectiva positiva y puede dar paso proyectar un aumento en los recaudos para el año preferimos mantener las proyecciones de los periodos de recuperación

según presupuestados. De esta forma podremos realizar cualquier ajuste que sea necesario y damos espacio a los recaudos pasen un periodo de ajuste sin inflarlos por la euforia momentánea que pueda traer la reapertura.

El recaudo al cierre del mes de septiembre se ve de la siguiente manera:

Mes	Recaudo Ley 221	Balance a Distribuir	Group A (Casinos) Total	Group B (Gobierno) Total
Julio-2020	11,636,163	10,645,024	3,805,930	6,839,095
Ago.-2020	-	(989,148)	(336,310)	(652,838)
Sep.-2020	14,062,301	12,822,621	5,112,487	7,710,133
Oct.-2020	23,370,846	21,740,031	10,462,934	11,277,098
Total	49,069,310	44,218,529	19,045,041	25,173,488
Presupuesto	61,903,462	55,380,203	22,903,782	32,476,421
Diferencia	(12,834,152)	(11,161,675)	(3,858,741)	(7,302,933)

La distribución del Grupo B es la siguiente:

Mes	Hacienda	UPR	CTPR-Fondo Operacional	CTPR-Fondo de Desarrollo	Total
Julio-2020		3,108,369	1,764,486	930,117	6,839,095
Ago.-2020	1,036,123		(168,432)	(88,786)	(652,838)
Sep.-2020	(98,905)	(296,715)	1,989,214	1,048,578	7,710,133
Oct.-2020	1,168,085	5,125,441	2,909,491	1,533,685	11,277,098
Total	3,813,783	11,441,350	6,494,760	3,423,594	25,173,488
Presupuesto	4,920,178	14,760,534	8,378,917	4,416,793	32,476,421
Diferencia	(1,106,394)	(3,319,183)	(1,884,157)	(993,199)	(7,302,933)

3. Presupuesto

A nivel de presupuesto, nuestro gasto mayor continúa siendo el gasto de nómina y PayGo. Los balances al cierre del mes de septiembre son los siguientes:

Concepto	Nombre	Presupuesto (JSF)	Gastado y Obligado	Balance
001	Nómina y Costos Relacionados	8,327,000	4,769,207	3,557,793
002	Facilidades y Pagos por Servicios Públicos	1,774,000	225,161	1,548,839
003	Servicios Comprados	3,110,000	2,012,288	1,097,712
004	Donativos, Subsidios y Distribuciones	3,283,000	64,573	3,218,427
005	Gastos de Transportación	330,000	28,971	301,029
006	Servicios Profesionales	3,003,000	1,026,775	1,976,225
007	Otros Gastos Operacionales	11,747,000	3,864,385	7,882,615
010	Materiales y Suministros	120,000	53,553	66,447
011	Compra de Equipo	17,000	9,926	7,074
012	Anuncios y Pautas en Medios	4,393,000	62,448	4,330,552
014	Aportaciones a Entidades no Gubernamentales	29,000,000	12,500,000	16,500,000
PG	Pay As You Go	5,880,000	1,956,922	3,923,078
Total		70,984,000	26,574,211	44,409,789

Al cierre del mes de noviembre tenemos un 37% gastado si comparamos lo Gastado y Obligado contra el Presupuesto asignado por la Junta de Supervisión Fiscal (JSF). Hemos sido eficientes en el manejo y control de nuestros gastos dada la situación de nuestros recaudos.

Uno de los renglones pendiente a corrección es la partida de nómina. A pesar de nuestros esfuerzos para lograr tener un presupuesto ajustado a la nómina real la JSF nos otorgó un presupuesto menor a lo solicitado en dicho renglón.

Puntos Importantes

Hay varios temas que debemos comunicarles y están atados a la situación con los recaudos:

1. Por la baja en el recaudo de Room Tax no estaremos alcanzando los ingresos para poder cumplir con la porción del pareo con el DMO, \$5 millones.
2. Continuaremos observando los ingresos ya que según lo estimado el Recaudo de Room Tax no será suficiente para cubrir el pago de los \$25 millones al cierre del AF 2021. El Año Fiscal 2020 fue uno difícil y cubrimos solo \$21.5 millones del ingreso, pero nuestros recursos son limitados y el efectivo disponible tendremos que invertirlo en la CTPR.
3. La Comisión de Juego del Gobierno de Puerto Rico no ha transferido la distribución del recaudo de tragamonedas lo cual nos crea una deficiencia en la caja. El no tener disponible este efectivo nos obligara a continuar utilizar el dinero de Room Tax para cubrir nuestros gastos.
4. Estamos en el proceso de petición a la Junta de Supervisión Fiscal para poder acceder al dinero disponible de Años Anteriores para mantener nuestro flujo de efectivo y cubrir las necesidades inmediatas de la CTPR.

5. Entraremos en el proceso de reevaluar el presupuesto para ajustar partidas de gastos y limitarnos a las proyecciones de recaudo. Esto incluye realizar un planteamiento a la Junta de Supervisión Fiscal para reclasificar partidas en base a los gastos reales de la CTPR.

Continuamos con un panorama de incertidumbre, pero alerta a los cambios y necesidades de nuestra Industria y aquellos que dependen de la CTPR.

Conclusión

Para finalizar, debo resaltar que entiendo que la función de la Compañía, que recientemente conmemoró el 50 aniversario de fundación, es hoy más relevante e importante que nunca. Estamos trabajando arduamente para renovar nuestro inventario de atractivos turísticos y el de habitaciones endosadas. De igual manera, trabajamos agresivamente en mejorar nuestras alianzas y relaciones comerciales con más líneas aéreas y empresas de cruceros para que Puerto Rico pueda capitalizar el aumento de la actividad turística en la región. Todo lo anterior bajo la estructura de una planificación estratégica y de mercadeo del destino que permita el desarrollo del producto en todos los renglones y que provoque que los turistas se hospeden por una cantidad de tiempo más extensa para disfrutar de todos nuestros atractivos como destino.

En la Compañía hemos enfrentado grandes retos en los pasado años y lo hemos asumido con gran responsabilidad y como una oportunidad de fortalecer nuestra competitividad. Hay mucho que resta por hacer, y nos reiteramos a la orden para orientar a este Comité de Transición en la gesta de definir el nuevo rumbo de nuestro sector turístico.

Agradecemos la oportunidad que nos brindan y nos reiteramos en la mejor disposición para aclarar las dudas o preguntas que puedan surgir al respecto.

Respetuosamente sometido,



Carla G. Campos Vidal
Directora Ejecutiva