



30 de octubre de 2020

Comité de Transición
Gobierno de Puerto Rico

Estimados Miembros del Comité:

La Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones (ADCC) es una corporación pública creada por disposición de la Ley 351 de 2 de septiembre de 2000, según enmendada. Como instrumentalidad del Gobierno de Puerto Rico, tiene como misión maximizar las posibilidades de desarrollo especializado y dirigido a grupos y convenciones, locales e internacionales. Su jurisdicción consta de un conglomerado de 119 cuerdas de terreno en donde se encuentran vastas áreas verdes, lagos salados, la icónica Fuente Crescent y varias parcelas de titularidad privada y pública. El Centro de Convenciones Pedro Rosselló es el ofrecimiento central que funge como eje para atraer grupos y convenciones a la Isla. En los alrededores del Distrito de Convenciones se complementan las necesidades de nuestros visitantes con un ofrecimiento hotelero, culinario y de entretenimiento.

El Antiguo Casino de Puerto Rico, el Coliseo de Puerto Rico José Miguel Agrelot y el Parque Pasivo de Bahía Urbana son otras de las facilidades bajo la jurisdicción de la Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones que poseen gran valor para el desarrollo de la industria turística y económica de Puerto Rico. En términos gerenciales, la Autoridad es una gran empresa gubernamental, única y sin precedentes. Por tratarse de una estrategia de desarrollo económico requiere agilidad, premura, planificación estratégica y la respuesta proactiva e inmediata propia de los negocios. Por constituir una entidad gubernamental debe cumplir con los requerimientos procesales y controles más ágiles, efectivos y confiables. A 20 años de la creación de la Autoridad del Distrito del Centro de Convenciones es imperativo resaltar la visión innovadora de esta estrategia y el potencial de impacto económico que aún tiene para Puerto Rico.

En los últimos 4 años el presupuesto de la Autoridad ha promediado \$35 millones anuales. El 87% de estos ingresos son producto directo de las operaciones del Centro de Convenciones, el Coliseo de PR, y la venta y renta de las parcelas que son propiedad del Distrito. El restante 13% responde a la aportación del 'room tax' según dispone la ley. Del mismo modo, el 'room tax' cubre el pago anual de \$30 millones por concepto de los bonos que dieron paso a la construcción



inicial de la propiedad inmueble del Distrito. Este modelo es uno proactivamente utilizado en muchos estados, donde el Gobierno estimula el impacto al turismo a través de la subvención de las operaciones de las facilidades de distritos de convenciones para la atracción de grupos internacionales. En el caso de Puerto Rico, el Gobierno Central no ha tenido la necesidad de establecer una asignación fija al Distrito, ya que la Autoridad ha podido presentar presupuestos balanceados por los últimos años previos al COVID.

El turismo en Puerto Rico representa el 7% del producto nacional bruto y genera cerca de 80,000 empleos directos e indirectos, posicionándose como la cuarta industria que más personas emplea en la Isla. Durante años se ha evidenciado la capacidad que tiene este sector de aumentar su participación. A estos efectos se le dio paso a la creación de DISCOVER PUERTO RICO, nuestra Organización de Mercadeo de Destino, o por sus siglas en inglés el 'DMO'. El DMO tiene la responsabilidad de mercadear a PR ante el mercado internacional, creando estrategias que nos permitan competir con otros destinos y atraer a más visitantes a la Isla en viajes de placer y de negocios o incentivos de grupos y convenciones. El resultado de esta estrategia se medirá a través de la cantidad de pasajeros que llegan por avión y cruceros, el aumento en la captación del 'room tax' y el impacto neto en la economía. El DMO tiene el potencial de impactar contundentemente la economía de nuestra Isla, pero enfrenta limitaciones serias de presupuesto: tiene una base sólida de análisis de mercado y data estadística, unos recursos humanos altamente especializados y ha logrado alianzas estratégicas envidiables pero no posee el presupuesto adecuado para penetrar agresivamente esos mercados que están listos para que finalmente Puerto Rico se posicione como destino de preferencia. Si comparamos el presupuesto de nuestro DMO (\$25 Millones) con el de destinos en competencia (República Dominicana, \$43 Millones; Costa Rica, \$55 Millones; Orlando, \$93 Millones y Hawaii \$70 Millones), tenemos que llegar a la conclusión de que tenemos un Ferrari sin gasolina. Nuestra capacidad de lograr convertir el turismo en la columna vertebral del desarrollo económico de Puerto Rico depende de nuestra capacidad para ponernos de acuerdo y apostar a nosotros como colectivo.

En Estados Unidos se realizan 200 millones de eventos anuales, cerca de 250 millones de personas se dan cita a estos eventos y generan una actividad económica de sobre \$350 mil millones al año. Puerto Rico sólo participa del .03% de ese mercado. ¿Qué significa esto? Que hay un espacio enorme para crecer, tenemos un producto listo, solo necesitamos recordárselo a nuestro cliente. El cliente más fácil y que más rápido puede ser atraído está en aquellos estados que tienen vuelos directos a San Juan, Puerto Rico. Contemplando solo el mercado de EEUU, las oportunidades son ilimitadas. Pero, ¿por qué conformarnos sólo con EEUU? Podemos diversificar e incluir el mercado de Europa, América Central y América del Sur. El retorno de inversión que genera el DMO es uno de los más rápidos y altos que actualmente tenemos disponibles, comparándolo con cualquier otro vehículo de inversión viable en Puerto Rico. Podemos, sólo hace falta gasolina.

El Distrito de Convenciones se encuentra en su mejor momento. En estos últimos cuatro años hemos visto como se ha despertado el gigante de bienes raíces, exponenciando las comparables en el precio de venta de parcelas y predios periferales. La integración de estrategias de seguridad han rendido resultados sin precedentes posicionando el Distrito como uno de lugares mejor mantenidos y más seguros de San Juan. Contamos con una estructura organizacional saludable y eficiente. Entre el 2017 y el 2020 logramos una inversión de sobre \$20 millones en proyectos de mejoras de capital, la más agresiva desde la construcción de las facilidades. En el año fiscal 2018-2019 sobrepasamos en 20% la proyección de ingresos lo que nos permitió continuar reforzando el plan de mantenimiento de facilidades y ajustar nuestros estándares de calidad al nivel de los mejores 'venues' de EEUU. En términos de desarrollo contamos con la combinación de ofrecimientos ideal para competir con los mejores destinos, y estamos en ruta de continuar integrando desarrollos que sobrepasen las expectativas tanto de locales como de visitantes internacionales. Continuaremos incrementando el inventario de cuartos de hotel y con la apertura del Distrito TMobile marcaremos la nueva era de innovación y la mejor experiencia cultural para nuestros visitantes. En el 2019 firmamos el contrato de desarrollo más agresivo en la historia del Distrito de Convenciones, el área del Navy Frontier será desarrollado para convertirse en puente que una la isleta de San Juan, el Condado, Miramar y el Distrito con un camino peatonal y un sin número de ofrecimientos turísticos de vivienda, hoteles, áreas abiertas al público, restaurantes y entretenimiento. En este proyecto el Distrito se une al sector privado en igualdad de condiciones, convirtiéndose en co-protagonista del desarrollo.

Tras la pandemia del COVID, la situación económica del Distrito enfrenta grandes retos. El presupuesto anual operacional para el 2020-2021, aprobado por nuestra Junta de Directores, se logró reducir a \$22 millones. A pesar de las estrategias de control de gastos que se están implementando oportunamente, tanto el Centro de Convenciones, como el Coliseo de Puerto Rico, Antiguo Casino, áreas comunes del Distrito y Bahía Urbana están atadas a un costo fijo -y alto- de mantenimiento que, aunque la facilidad no realice eventos ni reciba visitantes, por su naturaleza operacional y complejidad arquitectónica, el gasto no deja de existir. La Autoridad del Distrito de Convenciones es una corporación pública que persigue la autonomía fiscal. Sin embargo, y muy a pesar de nuestros deseos, por estar limitados de generar ingresos propios, sometimos para la consideración de la Junta de Supervisión Fiscal, AAFAP y la OGP una aportación especial de \$12 millones, de forma que podamos, junto a las proyecciones de ingreso de \$10 millones, terminar el año fiscal sin pérdidas. A esta solicitud se le suman varias estrategias que paralelamente trabajamos para acceso a fondos federales y aumento en capacidad de operación.

Semanalmente analizamos el escenario y continuamente ajustamos las estrategias para perseguir la eficiencia de nuestras operaciones. Contamos con un equipo muy capaz y sumamente comprometido con dos objetivos paralelos -igualmente importantes- : la seguridad de nuestros visitantes y empleados, y el desarrollo económico de Puerto Rico. El primer trimestre del año 2021 será crítico para determinar la veracidad de la capacidad de generar ingresos.



Los huracanes Irma y María, el cambio de Gobierno, los temblores y la pandemia del COVID- 19 han retrasado nuestra agenda de progreso y crecimiento, pero no nos han robado el evidente potencial que tenemos para el éxito. Sin duda hemos tenido retos sin precedentes, pero tras comprobar la resiliencia de Puerto Rico, vez tras vez, embate tras embate, estoy convencida de que estos retos enfrentados han preparado un fundamento sólido y han reforzado nuestro carácter cultural para el inevitable crecimiento que vendrá en pos de nuestro esfuerzo y perseverancia por un mejor Puerto Rico.

Ha sido un verdadero placer servir a Puerto Rico desde el Distrito de Convenciones.



Noelia Garcia Bardales
Directora Ejecutiva