



## ***Compañía de Turismo de Puerto Rico***



ESTADO LIBRE ASOCIADO DE  
**P U E R T O   R I C O**

DDEC • Compañía de Turismo de Puerto Rico

**COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO  
MEMORIAL EXPLICATIVO  
PRESUPUESTO  
Año Fiscal 2015-2016**

**Hon. José R. Nadal Power**  
Presidente  
Comisión de Hacienda  
Senado de Puerto Rico

**Hon. Rafael Hernández Montañez**  
Presidente  
Comisión de Hacienda  
Cámara de Representantes

## I. INTRODUCCIÓN

La Ley Núm. 10 del 18 de junio de 1970, según enmendada, creó a la Compañía de Turismo de Puerto Rico (en adelante, la "Compañía"), como una corporación pública e instrumentalidad gubernamental del Estado Libre Asociado de Puerto Rico para fomentar el desarrollo de la industria turística y promover a Puerto Rico como destino turístico. La Compañía se rige por una Junta de Directores compuesta por siete (7) miembros que formulan y establecen la política pública de la Compañía:

1. El Secretario de Desarrollo Económico y Comercio, o un representante designado, quien deberá tener la capacidad, conocimiento y poder de toma de decisiones para representar de forma efectiva al funcionario ejecutivo que sustituye; y
2. Seis (6) ciudadanos particulares nombrados por el Gobernador de Puerto Rico por un término de cuatro (4) años con el consejo y consentimiento del Senado de Puerto Rico; disponiéndose que, el nombramiento no excederá el término por el cual el Gobernador que lo nombró fue elegido. De éstos, dos (2) tendrán conocimiento y experiencia en la industria de hoteles y paradores, y al menos tres (3) representarán regiones turísticas diferentes a la zona metropolitana.

El Secretario de Desarrollo Económico y Comercio es el Presidente de la Junta y, junto a los demás miembros, poseen derecho al voto. Al presente, la Junta está compuesta por seis (6) miembros, a saber:

- 1) Hon. Alberto Bacó Bagué, Secretario de Desarrollo Económico y Comercio, quien funge como Presidente
- 2) Sr. Jorge Colón Gerena, Vice-Presidente
- 3) Sr. Juan López Molina
- 4) Sr. Antonio Javier Soler Ramírez
- 5) Sra. Frances Torruella de Alustiza
- 6) Sra. Frances Rovira Vecchini

La Junta de Directores, en conjunto con la Directora Ejecutiva y demás funcionarios de la Compañía, tienen la misión de formular, facilitar y ejecutar la política pública para hacer de Puerto Rico un destino turístico de clase mundial, a su vez convirtiendo la Isla en el centro aéreo y marítimo del Caribe. Dicha política pública se centra en cinco (5) estrategias principales, a saber: 1) Mercadear y promocionar efectivamente a Puerto Rico como destino turístico, 2) Incrementar el acceso aéreo y marítimo, 3) Desarrollar el producto turístico, 4) Utilizar la diversidad de atractivos turísticos en Puerto Rico para desarrollar mercados nichos y 5) Atender la calidad del servicio y el producto turístico. A tono con esta misión, la Compañía tiene como meta el incrementar la participación de la industria turística en el Ingreso Nacional Bruto ("INB") a un ocho por ciento (8%) por el año 2017, representando actualmente el 6.2%.

El Departamento de Desarrollo Económico y Comercio, en conjunto con la Compañía, ha desarrollado un modelo integral de desarrollo económico y creación de empleos cónsono con la visión del Gobernador, Hon. Alejandro García Padilla, quien ha reiterado que para enfrentar la crisis fiscal por la que atraviesa Puerto Rico es necesario reactivar la economía. Conforme a los

números preliminares publicados por la Junta de Planificación,<sup>1</sup> para el año fiscal 2013-2014, se muestra que la implantación de nuestros planes de mercadeo y publicidad tuvieron como resultado un gasto por parte de los visitantes por un total de \$3,438,100,000. Esta cifra es la más alta reportada en los diez años que cubre el informe. El turismo tiene el potencial de convertirse en un contribuyente clave en el desarrollo económico de Puerto Rico y para la creación de empleos. A esos efectos, el informe de Standards & Poors destacó el potencial de crecimiento de la industria del turismo en Puerto Rico y ya nuestros esfuerzos están generando resultados que exceden los récords históricos de la industria turística en Puerto Rico. Según las estadísticas publicadas en abril de 2015 por el Departamento del Trabajo y Recursos Humanos, la categoría de recreación y alojamiento emplea actualmente 81,500 personas, de las cuales 77,700 están ubicadas en el renglón de hoteles y restaurantes. Cónsono con la firme política pública de esta administración de promover el desarrollo económico y la creación de empleos, impulsados por estrategias integradas por parte de las agencias y corporaciones bajo la sombrilla del Departamento de Desarrollo Económico, desde junio de 2014 hasta abril de 2015 han sido creados 1,500 empleos en la categoría de recreación y alojamiento. El total de empleos creados en dicha categoría desde enero de 2013 hasta abril de 2015 asciende a 8,700, lo cual representa un aumento de 11.2% con respecto a los empleos reportados en esta industria en diciembre de 2012, que totalizaban 72,800 empleos.

## **II. SITUACIÓN OPERACIONAL Y FISCAL DE LA COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO PARA EL AÑO FISCAL 2014-2015**

### **A) Resumen de la situación operacional y programática de la Compañía de Turismo de Puerto Rico durante el Año Fiscal 2014-2015**

La Compañía tiene la misión de formular y facilitar la ejecución de la política pública para hacer de Puerto Rico un destino principal y único dentro del mercado mundial turístico. La misma se centra en establecer a Puerto Rico como el centro turístico del Caribe. Nuestro análisis estratégico competitivo indica que nuestra fuerza principal está en la variedad de atractivos y experiencias disponibles para el visitante, además de no requerir pasaporte para turistas de EEUU. En línea con nuestra misión y este análisis estratégico, la visión a corto y largo plazo de la Compañía ha sido el proyectar a Puerto Rico como "La Isla Estrella" en todos los componentes de desarrollo económico (inversión, turismo, exportación, entre otras).

Durante el Año Fiscal 2014-2015, la Compañía logró sobrepasar las metas cumplidas en el año fiscal anterior en todos los renglones previamente mencionados. A tales efectos, se promocionó efectivamente a Puerto Rico como destino turístico en nuevos mercados; se logró un aumento significativo en los pasajeros que visitan el destino tanto por la vía aérea como marítima; se desarrollaron nuevos productos turísticos que hacen más atractivo el destino, se desarrollaron mercados nichos, tales como el mercado de bodas, turismo de aventuras, turismo de lujo, turismo cultural, entre otros; y se realizó una campaña de calidad del servicio que se estará divulgando próximamente. A continuación el detalle de los resultados de los esfuerzos operacionales y de mercadeo de la Compañía en cada uno de los renglones antes mencionados:

---

<sup>1</sup> Ver Tabla 19 de Apéndice Estadístico del Informe Económico al Gobernador para el año 2014, publicado en abril de 2014.



## 1. Mercadeo, Publicidad y Ventas

A partir de septiembre del 2013, la Compañía de Turismo lanzó su campaña "Puerto Rico la Isla Estrella", en una alianza con TripAdvisor, en la cual utiliza comentarios de experiencias reales de turistas que han visitado los atractivos "5-estrellas" de Puerto Rico y los recrea narrados por artistas puertorriqueños. Cónsono con ello, en el año 2013, se produjeron tres comerciales llamados "El Yunque", "Viejo San Juan", y "Campo de Golf". Posteriormente, durante el año 2014, se culminaron tres ejecuciones adicionales: "Aventura Zipline", "Culebra" y "Vieques". Esta publicidad ha sido ampliamente difundida través del Internet, medios televisivos, revistas, vallas publicitarias y pautas comerciales. Como parte de estos esfuerzos, también se relanzó la página web [www.seepuertorico.com](http://www.seepuertorico.com) como principal portal de turismo para Puerto Rico y depositario de estas narraciones "5-estrellas". Durante este tiempo hemos dedicado cerca del cincuenta por ciento (50%) de los esfuerzos de mercadeo en medios digitales y sociales, siguiendo las tendencias mundiales de esta industria. Como importantes componentes de la campaña de publicidad, se crearon herramientas promocionales como *Summer is Easy*, en sus ediciones de 2013 y 2014 y *Disfruta tus Paradores*.

El plan estratégico de mercadeo y publicidad para promover el desarrollo turístico de Puerto Rico, durante el Año Fiscal 2014-2015 está basado en los siguientes pilares:

- a) Un cambio estratégico medular, posicionando a Puerto Rico como destino que ofrece una experiencia vacacional de cinco estrellas durante todo el año, en lugar de verse como un destino a considerarse principalmente para escapar del invierno/frío.
- b) Mantener nuestra posición sólida en el mercado noreste de los Estados Unidos.
- c) Expandir esfuerzos a otros mercados importantes de los Estados Unidos, como por ejemplo Chicago y Houston, en coordinación con los nuevos accesos aéreos que se han logrado para estas rutas.
- d) Revitalizar los esfuerzos en Canadá para desarrollar el potencial de este mercado.
- e) Desarrollar el mercado de Latinoamérica, con enfoque principal en Colombia, utilizando la nueva ruta Bogotá-San Juan de Avianca.
- f) Desarrollar el mercado de Europa, con enfoque en España y Alemania para apoyar los vuelos directos que se han logrado.
- g) Desarrollar y promover mercados nichos importantes, tales como el turismo de aventuras, turismo de lujo, turismo de bodas, turismo cultural, entre otros.
- h) Promover el mensaje de Turismo Interno durante todo el año para revertir la tendencia descendente en la ocupación hotelera entre residentes de Puerto Rico: llevando el mensaje a nuestros residentes de que Puerto Rico ofrece una alta calidad de experiencia vacacional que amerita ser disfrutada.

Uno de los cambios más importantes en el área de mercadeo y ventas y acceso aéreo es el trabajo en equipo, logrando un apoyo planificado a los esfuerzos de nuevas rutas aéreas. Como resultado de los esfuerzos de mercadeo y ventas en apoyo a la nueva ruta de Avianca, logramos

un aumento de 41% en registros de turistas provenientes de Colombia. De hecho, Avianca ha aumentado de tres (3) a cinco (5) vuelos semanales su frecuencia de viajes desde su lanzamiento a mediados del 2013. De la misma forma, Puerto Rico fue el país invitado de honor en la Vitrina Turística ANATO, la feria de turismo más importante de ese país que se llevó a cabo en febrero de 2015, logrando posicionarse como el nuevo destino líder en el Caribe y generando miles de dólares en cobertura mediática.

De la misma manera, logramos reconectar la ruta de Madrid-San Juan a través de la línea aérea Air Europa, con vuelos que comenzaron en mayo de 2014. Como una herramienta para lograr maximizar la efectividad de nuestra promoción en el mercado europeo, hemos llevado a cabo esfuerzos cooperativos con la operación al por mayor y al detal de la línea aérea en España. Además, estamos trabajando con su división de hoteles para explorar oportunidades de desarrollo en nuestra Isla. Nuestra meta es convertirnos en el "hub" del Caribe de esta línea aérea. Similarmente, el mercado de Alemania nos ha producido grandes satisfacciones, ya que hemos visto un aumento de 30% en las reservaciones para la temporada de invierno de 2014 de Condor Airlines, en comparación con el año pasado. También, por primera vez, hemos ampliado el marco de nuestro mercado principal que es Estados Unidos, promocionando a Puerto Rico en las ciudades del medio oeste. Ello, impulsado por la nueva ruta de las líneas aéreas Jetblue y United Airlines de Chicago-San Juan, que comenzó en noviembre de 2013. Durante los meses recientes, hemos comenzado también esfuerzos con el mercado de China, el cual tiene gran potencial a largo plazo por su tamaño y afluencia. Por esto, se tradujo la página web al mandarín, así como a los idiomas alemán y francés.

Los acuerdos cooperativos suscritos tanto con las líneas aéreas como con las hospederías representan una inversión de aproximadamente nueve (9) millones de dólares con líneas aéreas (\$9,000,000) y ochocientos ochenta mil dólares (\$880,000) con hoteles y hospederías, desde que comenzamos nuestra gestión en enero de 2013. Hasta este momento, los resultados de nuestros esfuerzos han sido muy positivos, logrando un aumento en los pasajeros de cruceros y los turistas que nos visitan por la vía aérea. Esto tiene el efecto de generar más ingresos por concepto de canon de ocupación de habitación y fomentar el desarrollo económico de nuestra Isla. El incremento en el canon de ocupación de habitación garantiza pagar la deuda generada para la construcción del Centro de Convenciones, que se mantengan las operaciones de la Autoridad para el Distrito de Convenciones, que aumente el mercado de grupos y convenciones a través de Meet Puerto Rico y, por supuesto, que se sostengan los esfuerzos puntuales de la Compañía en la promoción del destino.

Las estrategias y planes de mercadeo implementados han rendido frutos, con una tendencia ascendente en los registros hoteleros del años fiscal 2013-2014 en un +4%, en comparación con el año fiscal 2012-2013. Igualmente, se han reflejado tarifas más lucrativas para las hospederías endosadas, aumentando la tarifa promedio por habitación en un +5% para el año fiscal 2013-2014 versus el año fiscal anterior. Además, como resultado de los esfuerzos unificados realizados, hemos experimentado un crecimiento significativo en los nuevos mercados. Los turistas provenientes de Colombia han aumentado en un sesenta y un por ciento (+61%) sus registros hoteleros en Puerto Rico, mientras que España refleja un +60% de aumento. Por su parte, los visitantes de Alemania incrementaron en un tres por ciento (+3%), Canada aumentó en un dos por ciento (+2%) y se reflejó un seis por ciento (+6%) de aumento en las personas provenientes del Caribe.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Esta información se basa en los registros hoteleros durante el período de julio de 2014 a febrero de 2015, en comparación con el mismo período los años fiscales anteriores.

La expectativa es que este año fiscal 2015-2016 aumente aún más el número de registros sin que se reduzcan las tarifas de hoteles. Para crear esta demanda, es necesario mantener la inversión en publicidad y mercadeo en una cantidad similar a la del año fiscal anterior, tomando en consideración que se está promocionando el destino en nuevos mercados, como lo son México, Inglaterra y los países escandinavos. Debemos enfatizar que el deber ministerial de la Compañía es utilizar sus recursos de la forma más eficiente para promocionar a Puerto Rico como destino y obtener para éste la mejor proyección a nivel mundial. A tales efectos, se incluye la siguiente tabla que detalla la inversión en publicidad y mercadeo de la Compañía de Turismo durante los pasados años:

Año Fiscal	Cantidad	
2005-2006	\$	30,001,800.00
2006-2007	\$	33,968,000.00
2007-2008	\$	32,148,000.00
2008-2009	\$	25,348,238.76
2009-2010	\$	21,840,667.00
2010-2011	\$	20,875,781.35
2011-2012	\$	25,570,000.00
2012-2013	\$	17,350,703.66
2013-2014 Incluye Europa y LATAM	\$	22,717,062.00
2014-2015 Incluye Europa y LATAM	\$	21,335,185.00

En cumplimiento con la La Ley Núm. 66 de 1 de julio de 2014, conocida como la “Ley Especial de Sostenibilidad Fiscal y Operacional del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico”, la reducción al contrato de publicidad se llevó a cabo en los honorarios facturados por la agencia de publicidad por los proyectos que maneja, así como por concepto de sus comisiones. No obstante, las tarifas de compra de medios se quedaron inalteradas pues las mismas no las establece el contratista sino el medio a quien se le compre el espacio o la pauta, siendo éste usualmente un medio fuera de Puerto Rico. En otras palabras, la Compañía no tiene facultad, discreción ni control sobre los precios establecidos en la compra de medios y sólo puede decidir si los compra o no al precio propuesto. Huelga aclarar que mientras más difusión ofrezca medio escogido, aumenta la inversión requerida en publicidad, pero a su vez, es más efectivo para atraer más turistas y promocionar el destino, según demuestra la experiencia de mantener una presencia publicitaria continua en nuestros mercados promocionales. Dicha reducción se logró a pesar que desde este año fiscal 2014-2015 la Compañía impactó promocionalmente cuatro (4) nuevos mercados: Colombia, España, Alemania y Canadá.

## 2. Acceso Aéreo

Durante el año fiscal 2014-2015, el tráfico en el Aeropuerto Luis Muñoz Marín alcanzó los 8.5 millones de pasajeros, reflejando un incremento de 59,637 pasajeros en comparación con el año fiscal 2013-2014. A pesar de la salida de American Eagle e Iberia a principios 2013, logramos



recuperar estas rutas y sobrepasar el volumen de llegadas. Se incluye en la siguiente tabla la cantidad de visitantes en los pasados años fiscales:

2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015 (Proyectado)
8,143,095	8,374,116	8,480,363	8,540,000

Entre las iniciativas llevadas a cabo durante el Año Fiscal 2014-2015 y en el futuro para reforzar el acceso aéreo hacia Puerto Rico se destacan las siguientes:

- A. Norwegian Airlines se convertirá en la primera aerolínea europea en conectar cuatro destinos del Viejo Continente con vuelos sin escala de temporada desde Londres, Copenhagen, Oslo y Estocolomo, a partir de noviembre de 2015, con un total de cinco (5) vuelos semanales.
- B. Volaris iniciará dos vuelos semanales sin escala entre Cancún y San Juan en julio de 2015, con conexiones a Ciudad México y otras ciudades.
- C. Air Europa expandió su capacidad en Puerto Rico mediante un acuerdo de código compartido con Seaborne, ofreciendo servicio diario desde Madrid vía Santo Domingo, empezando en marzo de 2015.
- D. Avianca aumentó sus operaciones en la Isla, añadiendo una quinta frecuencia semanal desde Bogotá en diciembre de 2014 y continuará sus planes de expansión en el 2015. También, la aerolínea colombiana abrió una Sala VIP en el Aeropuerto Luis Muñoz Marín para sus pasajeros, reafirmando su compromiso con Puerto Rico.
- E. Sun Country expandió sus operaciones en Puerto Rico mediante el inicio de dos vuelos semanales sin escalas desde Fort Myers, Florida, con un vuelo adicional en temporada de invierno.
- F. American Airlines añadirá una octava frecuencia diaria entre Miami y San Juan, a partir del 6 de junio de 2015.
- G. Southwest Airlines convertirá en permanente su vuelo directo semanal desde el aeropuerto de Houston Hobby, que hasta ahora había operado en temporada de verano únicamente.
- H. Seaborne Airlines añadió tres vuelos semanales desde Anguilla en abril de 2015 y en noviembre de 2015 comienza a volar a Antigua. Cabe destacar que, a raíz de la mudanza de sus operaciones de St. Croix a San Juan en marzo del 2014, Seaborne Airlines ha logrado una expansión significativa en sus rutas al Caribe, aumentando de tres rutas antes de mudar sus operaciones a dieciséis rutas al día de hoy. Esto posiciona a Puerto Rico de nuevo como el país con la mayor cantidad de rutas intra-Caribe, solidificando su posición como el centro aéreo de la Región. Asimismo, esta empresa ha creado aproximadamente 200 empleos directos en Puerto Rico, cifra que alcanzará los 400 empleos para el año 2016.



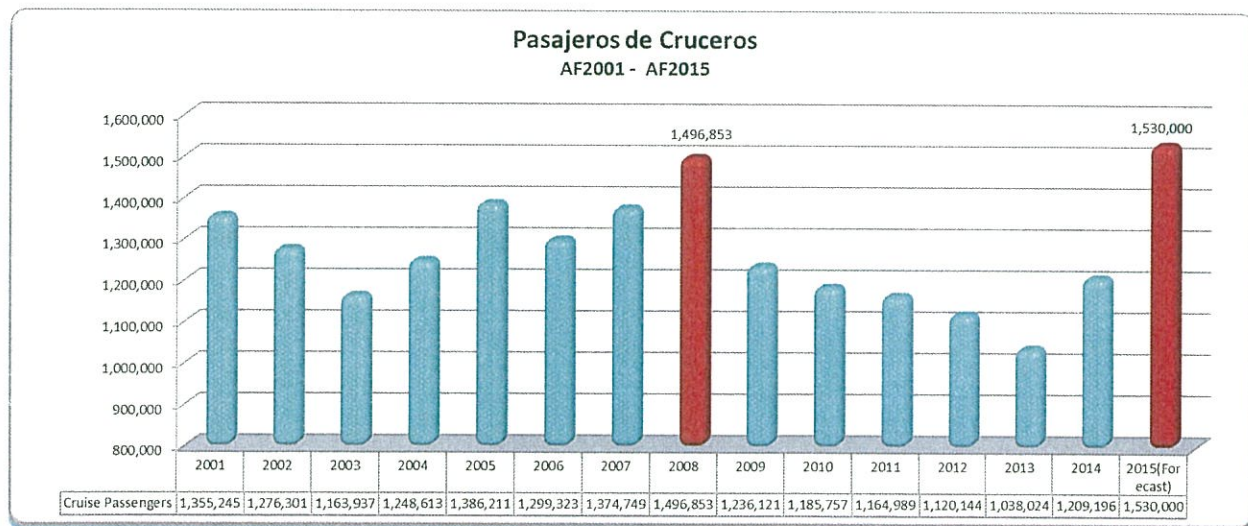
- I. Insel Airlines reiniciará operaciones en San Juan a partir de julio de 2015 con dos vuelos semanales desde Aruba.

### 3. Acceso Marítimo

El Año Fiscal 2014-2015 va encaminado a ser el más exitoso en la historia de la industria de cruceros en la Isla, con un tráfico que, al 30 de junio de 2015, superará los 1,496,853 pasajeros que se recibieron en el Año Fiscal 2007-2008. Hasta el mes de marzo inclusive se habían contabilizado 1,199,424 pasajeros, una cifra que supera en nueve (9) meses los totales de los Años Fiscales 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012 y 2012-2013. Los esfuerzos y las estrategias puntuales de la Compañía ciertamente han dado frutos. Actualmente, se trabajan iniciativas variadas para continuar la tendencia de crecimiento en los próximos años. Hasta marzo de 2015, el 30% de los pasajeros de barcos de puerto base ("homeport"), que inician su crucero en San Juan; mientras que, el 70% son pasajeros de barcos en tránsito. De igual manera, en lo que va del Año Fiscal se han registrado 150 salidas de barcos de puerto base y 327 en visitas de tránsito.

Finalizamos el año fiscal 2014-2015 con un crecimiento de 27% en pasajeros en comparación con el año fiscal 2013-2014. Entre los logros de este año se encuentran:

- A. La llegada del Quantum of the Seas, el crucero más grande del mundo, con lo cual se inauguró el rediseñado Muelle 3.
- B. Establecimos el récord histórico del día que más pasajeros de barcos cruceros se han recibido en Puerto Rico, alcanzando un total de 17, 847 pasajeros el 25 de febrero de 2015.
- C. En coordinación con el Municipio de San Juan, la Policía de Puerto Rico, la Autoridad de los Puertos, el Cuerpo de Bomberos, el Instituto de Cultura, Departamento de Transportación y Obras Públicas y la Fortaleza, logramos activar el casco de San Juan para la llegada de más de 15,000 pasajeros en siete fechas entre diciembre de 2014 y abril de 2015.
- D. Por primera vez, celebramos la llegada de barcos como el AIDA y el Europa II así como el regreso del MSC Divina.



La Compañía continúa realizando esfuerzos para mantener a Puerto Rico como el principal puerto base ("home port") de cruceros en el Caribe y continuar el aumento en pasajeros de tránsito que se ha registrado desde el Año Fiscal 2013-2014 en adelante. Como parte de tales esfuerzos, se aprobó la Ley Núm. 80 de 24 de julio de 2013, que enmendó la Ley Núm. 113 de 4 de julio de 2011, mejor conocida como la "Ley para el Fomento y Desarrollo de la Industria de Barcos Cruceros de Puerto Rico. Dicha ley provee incentivos a barcos cruceros con el propósito de estimular la llegada de más barcos cruceros a la Isla e incrementar el número de pasajeros. Las siguientes líneas han anunciado nuevas paradas de tránsito, salidas "homeport", o traerán nuevos barcos a Puerto Rico durante el Año Fiscal 2015-16:

- A) Royal Caribbean – Recibiremos en el 2016 los barcos más grandes del mundo por primera vez, el Oasis y el Allure, así como el más moderno de la flota, el Anthem of the Seas.
- B) Disney Cruises – volverá a utilizar San Juan como puerto base con el barco Disney Wonder, con cinco salidas.
- C) AIDA Cruises - la línea alemana visitará Puerto Rico con su buque más nuevo, el AIDAMar, que visitará Puerto Rico en seis ocasiones durante la temporada.
- D) Carnival Cruise Line – añadirá salidas de puerto base en ocho barcos de su flota durante esta temporada, con unos 170,000 pasajeros.
- E) Norwegian Cruise Line – el barco Norwegian Gem utilizará San Juan como puerto base en el invierno del 2016. Esta línea había dejado de operar cruceros "homeport" en Puerto Rico en abril de 2004.
- F) MSC Divina – aparte de sus visitas bisemanales durante la temporada alta, añadieron visitas a San Juan durante el verano 2016.
- G) Pearl Seas Cruises - iniciará su primera temporada con San Juan como puerto base desde noviembre 2015 en su barco de lujo Pearl Mist.
- H) Costa Cruises - regresará con visita de tránsito en marzo 2016.
- I) Windstar Cruises – la compañía de barcos de lujo tendrá itinerarios saliendo de San Juan y visitará en varias ocasiones la Isla Municipio de Culebra.

#### **4. Desarrollo de Producto**

Como parte de las iniciativas que se han implementado, la Compañía de Turismo ha tomado un rol proactivo en el endoso de aquellas hospederías que no estaban endosadas previamente, pero cumplen con los estándares de calidad establecidos en el Reglamento de Requisitos Mínimos de Hospederías de Puerto Rico, Reglamento Núm. 8399 de 5 de noviembre de 2013. A tales efectos, la Compañía tiene como meta alcanzar las 20,000 habitaciones endosadas para el año 2017. A continuación el desglose de las habitaciones endosadas por año, y hasta el 31 de mayo de 2015:



2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 <sup>3</sup>
13,915	14,290	14,310	14,290	14,444	14,667	14,844

Durante el Año Fiscal 2013-2014, se inauguraron siete (7) hospederías nuevas, representando un total de cuatrocientas cincuenta y cinco (455) habitaciones adicionales y creando novecientos cincuenta y siete (957) empleos directos. Entre ellas resaltan:

- A) Hotel Hyatt Place & Casino, Bayamón – hotel de 156 habitaciones que fue inaugurado el 4 de diciembre de 2013, con la creación de 353 empleos directos.
- B) Hotel Hyatt Place & Casino, Manatí – hotel de 104 habitaciones que fue inaugurado el 4 de marzo de 2014, con la creación de 146 empleos directos.
- C) Parador Combate Beach, Cabo Rojo – realizó una expansión de 17 nuevas habitaciones, para un total de 36 habitaciones y 17 empleos directos.
- D) Casa Sol, Viejo San Juan – uno de los primeros “Bed & Breakfast” de nuestro programa, con 5 habitaciones, inaugurado el 17 de diciembre de 2013 y tiene 3 empleos directos.
- E) Hotel Ritz Carlton, Carolina – ampliación de su oferta culinaria con la inauguración de su restaurante Ocean Bar & Grill, que mantiene una nómina de 16 empleados.

Durante el Año Fiscal 2014-2015, se inauguraron cuatro (4) hospederías y dos (2) hospederías existentes añadieron quince (15) y doce (12) nuevas habitaciones a su inventario, respectivamente, representando un total de quinientas trece (525) habitaciones y creando cuatrocientos dieciocho (423) empleos en operación. Se incluye un listado de las hospederías que abrieron operaciones y ampliaron su oferta turística durante el Año Fiscal 2014-2015:

- A) Hotel Vanderbilt, Condado – hotel de 305 habitaciones, ya endosadas por la CTPR, cuya apertura fue en de 2015, e integra 360 empleos en operación.
- B) Hyatt House at Convention Center, San Juan – hotel de 149 habitaciones, cuya apertura fue en octubre de 2014 e integra 35 empleos en operación.
- C) Dream Inn, Ocean Park – Hospedería con 13 habitaciones, cuya apertura fue en enero 2015, e integra 6 empleos en operación.
- D) El Blok, Vieques – Hospedería con 23 habitaciones, cuya apertura fue en octubre de 2014, e integra 7 empleos en operación.
- E) Hotel Sol a Luna, Viejo San Juan – Incluyó 15 nuevas habitaciones al inventario de la hospedería. Integra 10 empleos en operación.
- F) Expansión del Parador Combate Beach – Se construyeron 12 nuevas habitaciones (EcoSuites) al inventario. Generó 10 empleos directos y 15 indirectos durante la construcción así como de 3 a 5 empleos durante la operación.

<sup>3</sup> Información suministrada hasta mayo de 2015.

Por su parte, existen aproximadamente cuarenta (40) proyectos hoteleros en diferentes etapas de desarrollo (diseño, permisos, financiamiento, construcción), lo que supondría alrededor de 3,199 cuartos adicionales. Entre estos proyectos se destacan los siguientes:

- A) Four Seasons Cayo Largo, Fajardo – proyecto enfocado en el mercado de lujo que contará con 150 habitaciones. El grupo desarrollador se encuentra terminando la fase de financiamiento.
- B) JW Marriott, Dorado – proyecto de aproximadamente 400 habitaciones. El grupo desarrollador se encuentra terminando la fase de financiamiento.
- C) Posada San Blas, Coamo – proyecto de 19 habitaciones. Su inauguración será el primer semestre de 2016.
- D) Wyndham Río Mar – renovación de sus habitaciones de hotel y desarrollo de unidades de tiempo compartido (“time-shares”).
- E) Hyatt Place at Convention Center, San Juan – comienzo de operación en el primer semestre de 2016.
- F) Ashford 880, Condado – proyecto de 170 habitaciones. Ya se emitió el deslinde y se radicó el anteproyecto y solicitud de demolición.
- G) Normandie- se encuentra en proceso de financiamiento por parte de los nuevos inversionistas.
- H) Ponce Vigía- en proceso de finalizar un “management agreement”.

## **5. Indicadores de la Industria:**

La Compañía de Turismo se mantiene evaluando el comportamiento de la industria turística para asegurar que sus esfuerzos promocionales e incentivos económicos reflejen el resultado esperado. Se incluye las estadísticas de ocupación hotelera, renta promedio por habitación, ingreso promedio por habitación, noches cuarto ocupadas y gasto de visitante durante los pasados Años Fiscales 2010-2011, 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014 y el período de julio de 2014 a febrero de 2015:

- a. Ocupación:
  - i. Ocupación Promedio 2011: 66.2%
  - ii. Ocupación Promedio 2012: 67.9%
  - iii. Ocupación Promedio 2013: 69.9%
    - 1. Ocupación Promedio en Habitaciones de Lujo: 60.4%
  - iv. Ocupación Promedio 2014: 69.8%
    - 1. Ocupación Promedio en Habitaciones de Lujo: 73.2%



- v. Ocupación Promedio 2015:<sup>4</sup> 68.5% (+0.3 puntos porcentuales en comparación con el mismo período el año anterior)
  - 1. Ocupación Promedio en Habitaciones de Lujo: 73.2%
- b. Renta (Tarifa) Promedio por Habitación
  - i. Renta Promedio por Habitación 2011: \$118.01
  - ii. Renta Promedio por Habitación 2012: \$123.46
  - iii. Renta Promedio por Habitación 2013: \$131.15
    - 1. Renta Promedio por Habitación de Lujo: \$626.86
  - iv. Renta Promedio por Habitación 2014: \$148.98
    - 1. Renta Promedio por Habitación de Lujo: \$662.75
  - v. Renta Promedio por Habitación 2015:<sup>5</sup> \$151.07 (+3.8% en comparación con el mismo período el año anterior)
    - 1. Renta Promedio por Habitación de Lujo: \$622.65
- c. Índice de Ingreso Promedio por Habitación Disponible (RevPAR)
  - i. Ingreso Promedio por Habitación 2011: \$78.01
  - ii. Ingreso Promedio por Habitación 2012: \$83.88
  - iii. Ingreso Promedio por Habitación 2013: \$91.61
  - iv. Ingreso Promedio por Habitación 2014: \$103.99
  - v. Ingreso Promedio por Habitación 2015:<sup>6</sup> \$103.48
- d. Cuartos-noches Vendidos (Ocupados)
  - i. Cuartos-noches Fiscal 2011: 3,080,580
  - ii. Cuartos-noches Fiscal 2012: 3,242,423
  - iii. Cuartos-noches Fiscal 2013: 3,373,414
  - iv. Cuartos-noches Fiscal 2014: 3,379,291
  - v. Cuartos-noches Fiscal 2015:<sup>7</sup> 2,221,193 (+2.4% en comparación con el mismo período el año anterior)
- e. Cuartos-noches Disponibles
  - i. Cuartos-noches Fiscal 2011: 4,654,607
  - ii. Cuartos-noches Fiscal 2012: 4,722,446
  - iii. Cuartos-noches Fiscal 2013: 4,829,485
  - iv. Cuartos-noches Fiscal 2014: 4,841,321
  - v. Cuartos-noches Fiscal 2015:<sup>8</sup> 3,243,090 (+2.0% en comparación con el mismo período el año anterior)
- f. Total de registros

---

<sup>4</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

<sup>5</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

<sup>6</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

<sup>7</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

<sup>8</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

- i. Total de Registros 2011: 2,130,325
    - 1. Registros de no-residentes: 1,414,587
  - ii. Total de Registros 2012: 2,322,107
    - 1. Registros de no-residentes: 1,504,669
  - iii. Total de Registros 2013: 2,439,538
    - 1. Registros de no-residentes: 1,587,699
  - iv. Total de Registros 2014: 2,474,768
    - 1. Registros de no-residentes: 1,637,404
  - v. Total de Registros 2015:<sup>9</sup> 1,648,764 (+4.8% en comparación con el año anterior)
    - 1. Registros de no-residentes: 1,097,741 (+7.0% en comparación con el año anterior)
- g. Gasto Agregado del Visitante (fuente: Junta de Planificación)
- i. Gasto por Visitante Fiscal 2011: \$3,190MM
  - ii. Gasto por Visitante Fiscal 2012: \$3,250MM
  - iii. Gasto por Visitante Fiscal 2013: \$3,333.5MM
  - iv. Gasto por Visitante Fiscal 2014: \$3,438.1MM

El cierre del Año Fiscal 2013-14 muestra que hubo un excelente desempeño comparado con el Año Fiscal anterior: aumentos en los registros de no residentes (+3.14%), aumento robusto en la renta (+13.6%) y aumento marcado en el Índice RevPAR (+12.32 puntos). A pesar que se refleja una merma marginal en la ocupación (+0.1 puntos porcentuales) se destaca que hubo un aumento marginal en las habitaciones vendidas (+0.17%). Ello significa que aún con el aumento en el inventario de habitaciones disponibles, la Compañía logró mantener estable la ocupación. Por su parte, el mercado de lujo se comporta de manera similar, con un aumento robusto en la renta (+6.4%).

Los resultados del Año Fiscal 2014-15, hasta febrero del presente año, arrojan resultados superiores a este periodo del Año Fiscal 2013-14. La ocupación de este acumulado es 0.3 puntos porcentuales por encima del mismo periodo del fiscal anterior y la renta (tarifa) promedio continúa en aumento (+3.8%). Además, se percibe un aumento de cuartos noches vendidos de +2.4%.

## **6. Eventos Especiales y Auspicios Más Destacados**

Como parte de las iniciativas para promover a Puerto Rico, la Compañía auspicia distintos eventos a través del año que resaltan el turismo deportivo, la gastronomía, la cultura, entre otros. Estos eventos, de calibre mundial, contribuyen al desarrollo económico y sirven de apoyo a los esfuerzos de promoción, mercadeo y relaciones públicas del destino. Entre estos eventos celebrados en Puerto Rico se destacan los siguientes durante el Año Fiscal 2014-2015:

- a. PR Open 2015
- b. Jeep Ironman 2015
- c. PR Half Marathon
- d. Corona Pro Surf
- e. Puerto Rico Tip Off 2014

---

<sup>9</sup> Información disponible de julio de 2014 a febrero de 2015.

- f. Saborea 2015
- g. World's Best 10K
- h. Festival Gastronómico de Porta del Sol
- i. Ponce Grand Prix de Atletismo
- j. Heineken Jazz Fest en celebración de su vigésimoquinto (25<sup>to</sup>) aniversario
- k. Heineken Regatta
- l. Festival Casals
- m. Grand Prix Volley Ball
- n. Bay Regatta
- o. Billfish Tournament
- p. Taste of Rums
- q. Campechada
- r. Maratón San Blas

Durante el año fiscal 2014-2015, Puerto Rico fue un vez más el anfitrión de grandes eventos que generaron impacto mediático a nivel mundial. A manera de ejemplo, en octubre de 2014, la empresa Bacardi Worldwide escogió a Puerto Rico como sede del relanzamiento de su posicionamiento de marca, con el Bacardi Triangle, donde sobre 1,000 personas se dieron cita durante tres días en el Hotel El Conquistador, culminando dicho evento en un concierto transmitido por el canal televisivo MTV, e impactando las redes sociales con de fotos de Puerto Rico, entre otros. Así también, en febrero de 2015, se transmitió al mundo el primer Victoria's Secret Swimsuit Special desde Puerto Rico por la cadena CBS y por primera vez participamos como país anfitrión de la gala del Epcot Food and Wine Festival, que atrajo cientos de miles de turistas al pabellón de exhibición de Puerto Rico desde los meses de septiembre a noviembre de 2014.

Además, gracias a la prominencia que ha tomado la Isla Estrella ante los ojos del mundo entero debido a los esfuerzos de esta Administración, Puerto Rico ha sido y/o será la sede de importantes convenciones, como la Caribbean Hotel and Tourism Association ("CHTA") Marketplace (enero de 2015). Además, como parte de nuestros esfuerzos de traer grupos y convenciones, y de continuar posicionando a Puerto Rico como centro de cruceros del Caribe, en octubre del 2013, la Compañía de Turismo solicitó y le fue concedida la sede de la Conferencia Anual de la Florida and Caribbean Cruise Association (FCCA) para octubre del 2016. Asimismo, en nuestro esfuerzo de colocarnos como centro aéreo, fueron obtenidas las sedes de dos eventos de la Asociación Latinoamericana de Transportación Aérea (ALTA): el "executive forum" en noviembre de 2015 y la convención anual (CCMA) en mayo de 2016. Ambas convenciones reunirán a presidentes, ejecutivos y directores de las más importantes aerolíneas de Latinoamérica y del Caribe. De la misma manera, luego de competir con otras jurisdicciones, se logró que se lleve a cabo en Puerto Rico la convención de aviación Routes America en febrero de 2016, que reunirá a los profesionales de la aviación de toda América para el desarrollo de rutas nuevas. Además, en agosto de 2015, se celebrará en la Isla la convención de la Federación Latinoamericana de Ciudades, Municipios y Asociaciones (FLACMA), compuesta de miembros de todas las ciudades, municipios, asociaciones nacionales de gobiernos locales e instituciones municipales de Latinoamérica. Finalmente, habiendo sido tan exitosa la primera edición de la Expo de Turismo Internacional, en mayo de 2016 llevaremos a cabo nuestra segunda edición con el propósito de impulsar la industria turística local.

## **B) Situación fiscal presupuestaria al cierre del Año Fiscal 2014-2015**

Para el año fiscal 2014-2015, la Compañía culminará con su presupuesto balanceado. La entidad ha seguido las directrices establecidas por la Ley Núm. 66 del 17 de junio 2014, según enmendada, mejor conocida como la "Ley Especial de Sostenibilidad Fiscal y Operacional del Gobierno del Estado Libre Asociado". A su vez, ha logrado reasignar recursos para aumentar la inversión en la industria turística, incluyendo los incentivos de barcos cruceros, el desarrollo de acceso aéreo y la promoción del destino.

Durante el mencionado año fiscal, la Compañía de Turismo tuvo que asumir la aportación total de los incentivos a los barcos cruceros establecidos en la Ley Núm. 80 de 24 de julio de 2013, que enmendó la Ley Núm. 113 de 4 de julio de 2011, mejor conocida como la "Ley para el Fomento y Desarrollo de la Industria de Barcos Cruceros de Puerto Rico", lo cual representó una inversión adicional en esta industria de \$6.5 millones. Similarmente, se invirtió \$1 millón en el desarrollo de una de sus subsidiarias, la Corporación de Turismo Médico. Ello fue posible debido a que se reflejó un incremento de un cuatro por ciento (4%) en los recaudos de impuestos por ocupación de habitación en comparación con el año fiscal 2013-2014, a pesar de la merma significativa en los ingresos provenientes de las máquinas tragamonedas (-\$2,000,000). Además, se reasignó la porción de los ingresos que antes se transfería a la Compañía de Parques Nacionales, según establecido en la enmienda incorporada en la Ley Núm. 74 de 10 de julio de 2010, según enmendada, mejor conocida como la "Ley de Desarrollo Turístico 2010". El objetivo de dicha enmienda fue permitir que la Compañía de Turismo cuente con fondos suficientes para la consecución de sus propósitos. Estos factores han sido determinantes para cumplir con todas las obligaciones del presupuesto correspondiente al año fiscal 2014-2015, particularmente para cubrir toda la inversión en mercadeo, nuevas líneas y rutas áreas y las demás estrategias delineadas para posicionar a Puerto Rico como destino turístico cinco estrellas.

La Compañía cuenta con la certificación de fondos emitida por la Oficina de Asuntos Fiscales, la cual indica que toda obligación y deuda externa que posee la Compañía se encuentra sufragada por fondos propios. Respecto a la situación presupuestaria fiscal para el año terminado al 30 de junio 2015, podemos concluir que hemos logrado implantar la política pública, cumplimos con nuestros compromisos y fortalecimos las áreas estratégicas de la Compañía de Turismo.

## **C) Deudas por pagar y por cobrar al 31 de marzo de 2015 y su comparación con el año fiscal anterior**

Conforme establece la Ley Núm. 272 de 9 de septiembre de 2003, según enmendada, mejor conocida como la "Ley de Impuesto sobre el Canon de Ocupación de Habitación", la Compañía tiene la responsabilidad de imponer, fijar, sancionar, determinar, tasar, recaudar, fiscalizar, distribuir, reglamentar e investigar el impuesto por ocupación de habitación a las personas que caen bajo la definición de "hostelero". Siguiendo dicho mandato, la Compañía mantiene un porcentaje de captación de noventa y tres por ciento (93%). Al 31 de marzo de 2015, los balances pendientes por cobrar relacionados al cobro del impuesto por ocupación de habitación ascendían a \$14.7 millones, de los cuales \$9.1 millones corresponden a principal y el remanente (\$5.6 millones) está relacionado con intereses y recargos por demora. Sin embargo, del total adeudado, \$2.7 millones se encuentran bajo procedimientos administrativos y planes de pago; mientras que existen \$4.5 millones de esta deuda cuyos hosteleros se han acogido al proceso de quiebra y \$7.5 millones han sido referidos a la División Legal de la Compañía para llevar a cabo el proceso de cobro de dinero y los correspondientes referidos al Departamento de Justicia.

A continuación se incluye el detalle de otras cuentas por cobrar y por pagar de la Compañía:

Cuentas por pagar	Marzo 2015	Marzo 2014
Autoridad del Distrito de Convenciones	\$5,228,304	\$3,288,504
Hacienda - Impuesto de Habitación	0	6,338,098
Hacienda - Tragamonedas	1,926,980	1,939,909
UPR- Tragamonedas	5,673,871	5,819,726
Barcos Cruceros	609,858	595,213
Cuentas por pagar (operación)	<u>2,252,693</u>	<u>4,421,562</u>
	<b>\$15,691,705</b>	<b>\$22,403,011</b>
Cuentas por cobrar	Marzo 2015	Marzo 2014
Hacienda - Incentivos Barcos Cruceros	-	\$890,625
Aut. de los Puertos - Barcos Cruceros	3,750,000	3,750,000
IDEO	358,040	358,040
PRIDCO - Rones de Puerto Rico	271,000	271,000
Parques Nacionales	<u>290,075</u>	<u>342,358</u>
	<b>\$4,669,115</b>	<b>\$4,721,398</b>

#### D) ANÁLISIS DEL PRESUPUESTO – AÑO FISCAL 2015-2016

##### 1) Presupuesto total recomendado para el Año Fiscal 2015-2016

El Presupuesto recomendado para el año fiscal 2015-2016 asciende a \$116.0 millones, representando un aumento de 5% al compararlo con el Año Fiscal 2014-2015, el cual ascendía a \$110.0 millones luego de realizar un reajuste presupuestario. El presupuesto original sometido por la Compañía de Turismo para el año fiscal 2014-2015 ascendió a \$95.9 millones y fue enmendado principalmente para incluir la partida asumida por la entidad de \$6.5 millones para cubrir los incentivos de barcos cruceros. Dicha cantidad debía ser identificada y transferida por la Oficina de Gerencia y Presupuesto. Sin embargo, en vista a la situación fiscal, la Compañía de Turismo se dio a la tarea de identificar recursos y de esta forma asumir en su totalidad tales incentivos para continuar con el aumento significativo de pasajeros en barcos cruceros. Los resultados han sido evidentes y extremadamente importantes para los índices de desarrollo económico, turistas y cruceros que han venido a nuestra isla.



Los ingresos presupuestados se dividen de la siguiente manera: Ingresos Propios de Tragamonedas: \$53.5 millones; Impuesto por Ocupación de Habitación ("Room Tax"): \$36.4 millones; y Otros Ingresos \$26.1.

### **Distribución de Ingresos:**

A continuación, presentamos una tabla comparativa de los presupuestos por Origen de Recursos:

ORIGEN DE RECURSOS	AF 2015	AF 2015	AF 2016	Presupuesto 2016 vs 2015	
		Reajustado		\$	%
Tragamonedas	55,550	55,550	53,495	(2,055)	-4%
Room Tax	25,172	34,093	36,378	2,285	7%
Operación Tragamonedas	14,084	14,084	14,084	-	0%
Asignaciones Legislativas	-	-	-	-	0%
Intereses inversiones	363	800	862	62	8%
Máquinas Tragamonedas en Línea	-	3,500	7,000	3,500	100%
Máquinas Tragamonedas Aeropuerto - Ley 48	-	661	2,883	2,222	336%
Máquinas Entrenimiento de Adultos - Ley 77	-	500	500	-	0%
Cargos Programas y Servicios	70	70	70	-	0%
Rentas	153	153	153	-	0%
Room Tax No sujeto a Distribución	330	330	330	-	0%
Otros (multas, recargos, etc)	127	127	127	-	0%
Inversiones	150	150	150	-	0%
<b>Totales</b>	<b>95,999</b>	<b>110,018</b>	<b>116,032</b>	<b>6,014</b>	<b>5%</b>

Como podemos observar en la tabla, hay una disminución en los ingresos por concepto de tragamonedas, siendo este el quinto año consecutivo de reducción en juegos de azar. En consecuencia, el balance a distribuirse entre casinos y el gobierno se ha disminuido de \$312 millones en 2011-2012 a \$262 millones estimados para el presupuesto del año fiscal 2015-2016, lo que representa una baja de un 16% en dicho periodo de tiempo. Mientras tanto, los Impuestos de Habitación han continuado en ascenso desde el año fiscal 2009-2010, aumentando sus recaudos por dicho concepto de \$53 millones a \$76 millones proyectados para el año fiscal 2015-2016. Esto representa un incremento de un 43% durante los últimos siete años. Este incremento ha sido un factor clave en el balance neto de los ingresos de la Compañía de Turismo, ya que ha contrarrestado la merma en ingresos de las máquinas de tragamonedas.

Otros orígenes de recursos nuevos provendrán de las máquinas tragamonedas en línea ubicadas en los veinte (20) casinos de Puerto Rico, las cuales están conectadas entre sí y producen un "Mega-Jack Pot" de \$250,000 en adelante, y las máquinas que serán instaladas en el aeropuerto. En ambas actividades, los gastos operacionales serán sufragados con el producto de las mismas fuentes de ingresos.



### **Distribución de Gastos:**

A continuación presentamos la distribución por Concepto de Gastos en miles:

Concepto de Gastos	AF 2015	AF 2015 Reajustado	AF 2016	Presupuesto 2016 vs 2015	
				\$	%
Nómina y Costos Relacionados	28,203	28,203	28,203	-	0%
Facilidades y Pagos por Serv. Públicos	1,419	1,417	1,417	-	0%
Servicios Comprados	6,856	11,504	17,239	5,735	50%
Donativos, Subsidios y Otras Distribuciones	12,932	13,932	12,932	(1,000)	-7%
Gastos de Viaje y Transportación	3,301	3,301	3,301	-	0%
Servicios Profesionales	10,059	10,167	9,417	(750)	-7%
Otros Gastos	1,369	1,965	1,264	(701)	-36%
Asignaciones Englobadas	10,258	10,256	10,256	-	0%
Compra de Equipo	146	147	147	-	0%
Materiales y Suministros	445	444	444	-	0%
Anuncios y Pautas en Medios	21,011	28,682	31,412	2,730	10%
<b>Totales</b>	<b>95,999</b>	<b>110,018</b>	<b>116,032</b>	<b>6,014</b>	<b>5%</b>

En la distribución de gastos se observa un incremento en los servicios comprados de \$5.7 millones, los cuales corresponden a \$3.5 millones del costo operacional de las jugadas en línea de los casinos, y \$2.2 millones de gastos correspondientes a las máquinas de tragamonedas en el aeropuerto, gastos que se financian de la propia operación de estos juegos de azar. Esta operación se estará inaugurando durante el primer trimestre del año fiscal 2015-2016 y sus ingresos netos se destinarán en su totalidad a capitalizar la Administración de los Sistemas de Retiro de los Empleados del ELA. En el reajuste presupuestario para el 2014-2015 se contemplaron estos factores, junto a la cantidad de \$500 mil dólares correspondientes a la implantación de la Ley Núm. 77 de 1ro de julio de 2014 sobre Máquinas de Entretenimiento para Adultos. También es importante señalar que tanto en el reajuste como en el presupuesto presentado para el año fiscal 2015-2016, se incorporó la aportación de los Incentivos de Barcos Cruceros por la cantidad de \$12.8 millones.

## **2) Asignaciones y Programas Especiales**

### **Programa de Incentivos a Barcos Cruceros**

Bajo Ley Núm. 80 del 24 de julio de 2013, según enmendada, mejor conocida como la "Ley de Incentivos de Barcos Cruceros", se extendió hasta el año 2018 la otorgación de incentivos económicos a las líneas de cruceros que decidan incluir en sus programas a Puerto Rico, ya sea como puerto base o puerto de tránsito. En resumen, se otorgan incentivos para aquellas líneas que utilizan a Puerto Rico como puerto base más de una vez a la semana o que sobrepasan los 140,000 pasajeros, cuando un mismo crucero visita varios puertos en Puerto Rico en su ruta o si permanecen más tiempo en la Isla, al hacer "home port" durante la semana y si éstos salen temprano de Puerto Rico para obligar a que los pasajeros que tengan que hospedarse al menos la noche antes en Puerto Rico.



Bajo la legislación aprobada, durante el año fiscal 2013-2014, la Compañía aportaría \$5,500,000 de sus fondos propios y los restantes \$5,500,000 provendrían de una asignación especial en el Presupuesto General por parte de la Oficina de Gerencia y Presupuesto. Durante los años fiscales 2014-2015, 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018, \$6,250,000.00 deben ser satisfechos por fondos propios de la Compañía y \$6,500,000.00 que la Oficina de Gerencia y Presupuesto identificará como parte del Presupuesto General. Debido a la situación fiscal que atraviesa Puerto Rico, la porción que corresponde al Presupuesto General no ha sido incluida, por lo que la Compañía incluyó en su presupuesto reajustado del año fiscal 2014-2015 esta partida y lo mismo ocurrió para el presupuesto del siguiente año fiscal.

### Feria Internacional de Turismo

Mediante la Resolución del Senado Núm. 511 de 4 de octubre de 2013, se solicitó a la Compañía a organizar la Primera Feria Internacional de Turismo de Puerto Rico, la que se celebrará en diciembre de 2014 en el Centro de Convenciones de Puerto Rico. Dicha Resolución estableció que "los costos principales asociados con el desarrollo de esta iniciativa provendrán del presupuesto de la Compañía de Turismo de Puerto Rico". No obstante, la medida también indicó que "[d]e requerirse fondos adicionales para llevar a cabo los propósitos de [dicha] Resolución, la compañía de Turismo de Puerto Rico podrá solicitar una partida para esos fines en el presupuesto para el año fiscal 2014-2015".

La aludida Feria se llevó a cabo de manera exitosa en mayo de 2015, con la participación de exhibidores de distintos países, tales como: México, St. Kitts, St. Martin, United States Virgin Islands, British Virgin Islands y Barbados, entre otros. La inversión final fue aproximadamente \$550,000. El impacto económico de este evento se estimó en unos \$900,000, incluyendo cuartos noche, ventas, auspicios en efectivo y publicidad. Se generaron alrededor de 1,700 cuartos noche y nos visitaron 485 agentes de viaje extranjeros y 60 agentes locales. Durante las actividades realizadas, incluyendo dieciocho seminarios y talleres, se estima que participaron aproximadamente 3,200 personas. La Asamblea Legislativa hizo una aportación de \$500,000 para el evento y el remanente fue sufragado por la Compañía de Turismo. Entre las entidades que auspiciaron este evento se encuentran:





### **Programa de Turismo Sostenible**

La Ley Núm. 254 de 30 de noviembre de 2006 estableció la política pública en cuanto al turismo sostenible en Puerto Rico. Dicha ley dispone que la Compañía debe separar en su presupuesto una partida anual no menor de \$500,000 para establecer y operar el Programa de Turismo Sostenibles del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Asimismo, establece que "se asignará mediante Resolución Conjunta anualmente del Fondo General la cantidad de un millón (\$1,000,000) de dólares para la implantación y promoción de esta Ley". No obstante, desde la aprobación de la referida medida, dicha partida no ha sido asignada a la División de Turismo Sostenible.

Aun así, la Compañía de Turismo, en conjunto con otras agencias gubernamentales, ha impulsado un Programa de Turismo Sostenible de Base Comunitaria que se concentra en el modelo de incubación de microempresas comunitarias por fases. Con fondos propios de la Compañía, se ha logrado la implantación del modelo de incubación en tres áreas con iniciativas comunitarias de proyectos de turismo sostenible y dos áreas adicionales para encaminarlas para una próxima fase. Las tres áreas seleccionadas para implantar el modelo de incubación son: Reserva Natural de Punta Tuna en Maunabo, Bosque Seco de Guánica y Estampas Agro Eco turísticas de Río Hondo en Mayagüez. Las dos áreas adicionales para encaminarlas están aún siendo evaluadas con una alta posibilidad de que sean: Bosque Estatal de Río Abajo en Arecibo/Utuado y Museo de la Piedra en Ceiba. Se estima de forma conservadora que el esfuerzo en las tres áreas a ser incubadas puedan generar un total de doce (12) microempresas incubadas y entre 20 a 25 empleos. Es importante destacar que los logros de este esfuerzo están ligados a poder implantar el modelo de incubación por el término mínimo de tres (3) años. Con respecto a las dos áreas adicionales, de lograrse encaminar y se obtuvieran los fondos necesarios para implantar el modelo de incubación, se pudiesen generar más empleos.

### **Programa de Malecones y Poblados**

Esta Administración ha establecido la política pública para promover y estimular la industria del turismo mediante la restauración o creación de espacios públicos. De conformidad con dicha política se está desarrollando el Proyecto de Revitalización de Malecones y Poblados mediante un acuerdo interagencial entre la Compañía de Turismo y la Autoridad para el Financiamiento de Infraestructura de P.R. ("AFI"). El proyecto tiene como objetivo principal el revitalizar seis (6) malecones y dos (2) poblados, principalmente del sur, suroeste y norte de la isla, específicamente: Arroyo, Cataño, Cabo Rojo, Lajas, Naguabo, Patillas, Salinas y Santa Isabel. Mediante la intervención en propiedades, y espacio público en el área, se busca promover la inversión privada a través del mejoramiento de negocios existentes y atracción de nuevo usos complementarios al sector. Se desea lograr que los malecones y poblados se conviertan en portales y nodos de actividad turística, que promuevan el desarrollo económico de base comunitaria, la educación y la conservación de los recursos naturales. Actualmente, se otorgó el Contrato Núm. 2015-000193 con AFI para el Proyecto de Revitalización de Malecones y Poblados por \$162,070.30 el cual tiene vigencia hasta el 30 de junio de 2015. Para estos proyectos hemos integrado un Plan de Desarrollo Económico de Base Comunitaria, en coordinación con la Oficina de Comunidades Especiales.

## **Puerto Rico te Recibe**

Por el lado operacional, en noviembre del 2013, lanzamos el Programa Puerto Rico Sonríe, comenzando con el programa de despachadores del Aeropuerto Luis Muñoz Marín. El programa comenzó en noviembre, y en enero de 2014, se traspasó a Aerostar. La segunda fase del programa, el programa de recibidores ("greeters"), comenzó en marzo del 2014 tanto en el aeropuerto internacional como en los muelles de San Juan. Este Programa tuvo un costo de aproximadamente \$300,000 durante el año fiscal 2013-2014. La tercera y última fase, el programa musical en aeropuerto y muelles, comenzó en junio de 2014, en conjunto con los municipios del área.

Este Programa continuó durante el año fiscal 2014-2015, brindando servicios a los turistas que nos visitan. La cantidad de pasajeros que se beneficiaron del mismo en el área de los muelles hasta el mes de abril de 2015 fue de 90,114 y dando servicio de recibimiento en los reclamos de equipaje del aeropuerto fue de 30,147 familias.

## **II. Demandas con sentencias que requieren pago del Fondo General**

A tenor con el Artículo 12 de la Ley habilitadora de la Compañía, Ley Núm. 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, establece que "[l]as deudas y demás obligaciones de la Compañía no constituirán deudas u obligaciones del Estado Libre Asociado ni de ninguno de sus municipios u otras subdivisiones políticas y éstos no tendrán responsabilidad en cuanto a las mismas, entendiéndose que no serán pagaderas de otros fondos que no sean los de la Compañía". Siendo ello así, no existen reclamaciones cuyo dictamen deba ser satisfecho por el Fondo General.

## **III. Leyes de Impacto Presupuestario**

A continuación se incluye un listado de las leyes que tienen un impacto presupuestario directo en los fondos de la Compañía:

<b>OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO</b>				
<b>BASADAS EN LEYES APROBADAS QUE IMPACTAN EL PREPUESTO</b>				
<b>#</b>	<b>NÚMERO DE LEY</b>	<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
1)	293	21 de agosto de 1999	Para crear la Junta Interagencial del Manejo de las Playas de Puerto Rico con el propósito de fijar de forma integrada la política pública para el manejo de playas de Puerto Rico.	\$5,000.00
2)	192	4 de agosto de 2004	Para asignar fondos recurrentes para la celebración de varios eventos hípicas en Puerto Rico y para conceder exención contributiva a los ingresos derivados de los mismos.	\$500,000.00
3)	67	22 de mayo de 2008	Para establecer el Programa de Incentivos de Vuelos Fletados del Aeropuerto Rafael Hernández de	\$2,000,000.00



OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO				
BASADAS EN LEYES APROBADAS QUE IMPACTAN EL PREPUESTO				
#	NÚMERO DE LEY	FECHA DE APROBACIÓN	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA MEDIDA	CANTIDAD
			Aguadilla, adscrito a la Compañía de Turismo, con el propósito de fijar un plan de incentivos orientado a estimular la llegada de vuelos fletados a dicho aeropuerto, incrementar el número de pasajeros, promover la estadía de estos pasajeros en la Región Porta del Sol, entre otros.	
4)	51	4 de enero de 2003	Para establecer un Acuerdo Cooperativo Conjunto y el Fondo Especial para Servicios del U.S. Geological Survey con el propósito de financiar proyectos de investigación científica y los servicios realizados por el U.S. Geological Survey en Puerto Rico.	\$382,192.00
5)	74	6 de abril de 2006	Para establecer el Programa de Ayuda a Jugadores Compulsivos adscrito a la Administración de Servicios de Salud Mental y Contra la Adicción y fijar otras responsabilidades.	\$250,000.00
6)	254	30 de noviembre de 2006	Para crear la política pública para el desarrollo y fomento del turismo sostenible en Puerto Rico, crear la Oficina de Desarrollo de Turismo Sostenible en Puerto Rico, adscrita a la Compañía de Turismo y asignar fondos, entre otros.	\$500,000.00
7)	80	24 de julio de 2013	Incentivos a Barcos Cruceros adscrito a la Compañía de Turismo, con el propósito de crear y fortalecer el programa de incentivos dirigido a estimular la llegada de más barcos cruceros a la Isla, incrementar el número de pasajeros, entre otras.	\$6,250,000.00
8)	70	23 de julio de 2013	Para crear un Comité Permanente para la Creación, Desarrollo, Implementación y Mantenimiento de una Marca País, adscrito al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio, a los fines de garantizar que se establezcan procesos adecuados para la adopción de la "marca país" de Puerto Rico.	\$1,000,000.00 (Aproximado)
TOTAL DE OBLIGACIONES:				\$10,887,192.00

## B. Fondos Federales

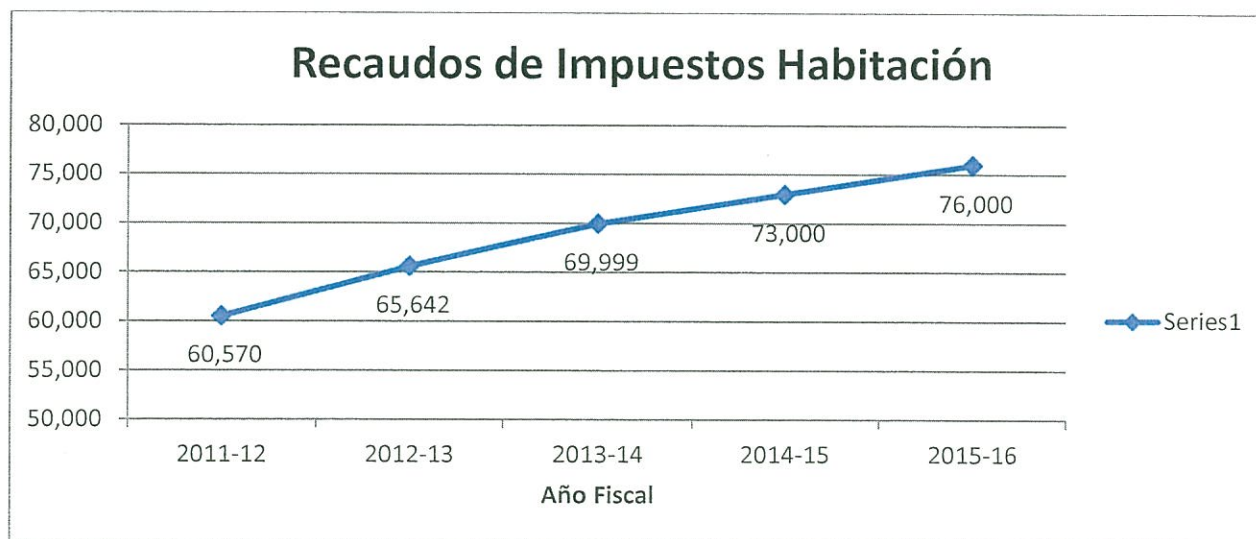
La Compañía no recibe fondos federales para realizar sus operaciones. Sin embargo, como parte de las estrategias para allegar fondos a la entidad pública que le permita ampliar sus programas de turismo sostenible, para el próximo año fiscal se contempla examinar las posibilidades de someter propuestas para participar de programas federales.

## C. Fondos Especiales Estatales

La Ley Núm. 272 de 9 de septiembre de 2003, según enmendada, mejor conocida como la “Ley del Impuesto sobre el Canon por Ocupación de Habitación”, transfirió a la Compañía la responsabilidad y obligación de imponer, fijar, determinar, tasar, recaudar, fiscalizar, distribuir, reglamentar, investigar y sancionar el impuesto sobre el canon por ocupación de habitación (“room tax”).

Según la fórmula para la distribución de los fondos cobrados, las siguientes entidades reciben fondos: Autoridad del Distrito de Convenciones, (también cubre el pago de la emisión de bonos del Centro de Convenciones), el Negociado de Convenciones de Puerto Rico y la Compañía de Turismo. Los fondos para operar se obtienen de la misma distribución del impuesto, establecida por dicha ley.

Se incluye tabla con los recaudos e ingresos de los Impuestos de Habitaciones del año fiscal 2011-2012 hasta el 2015-2016. Las proyecciones del Año Fiscal 2015-2016 reflejan nuevamente un aumento en comparación con el Año Fiscal 2014-2015. Es gracias a ello que hemos podido mitigar el efecto de la merma en los ingresos de tragamonedas y así continuar cumpliendo con nuestro propósito de promocionar a Puerto Rico como un destino cinco estrellas.

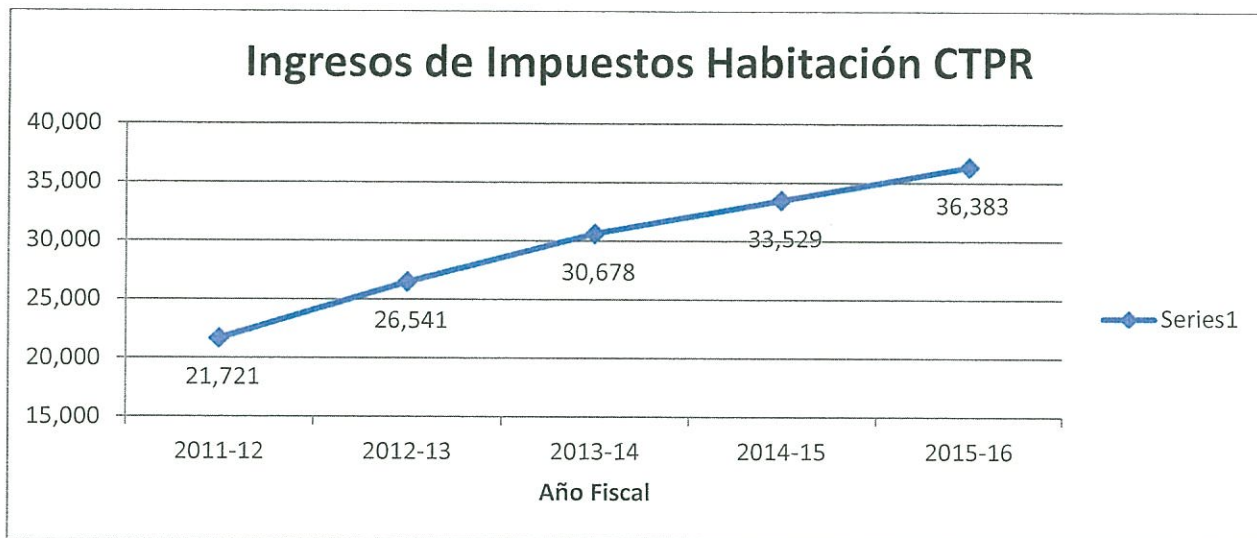


En el transcurso de los años han sido muchos los factores que han contribuido favorablemente en el incremento de estos recaudos. Nuestra Administración ha sido una proactiva y comprometida con el desarrollo de la industria. La diversidad en la oferta turística a nuestros visitantes ha logrado despertar un gran interés por conocer más de la isla, de su gente y de su cultura. Para satisfacer esta demanda, logramos nuevas rutas aéreas, lo cual permite que nuestro destino sea



más accesible, siendo un destino no tan sólo para vacacionar sino también para invertir. El desarrollo económico en el sector se ha mantenido bien activo, lo que permitió la apertura de nuevas hospederías.

Para la Compañía de Turismo es vital contar con una fiscalización efectiva de los fondos públicos provenientes del recaudo de los impuestos. Por tal razón, hemos reforzado la estructura operacional de la División de Impuestos de Habitación. Durante los últimos dos años hemos logrado aumentar nuestra captación de 87% a 93%, como resultado de la restructuración de la División de Impuestos de Habitación y las gestiones de cobro realizadas a través de la División Legal, Departamento de Justicia, implementación de Planes de Pago, entre otros. También se han realizado grandes esfuerzos para mitigar la evasión, logrando aumentar nuestra base de hosteleros. Actualmente, hay alrededor de 1,414 hospederías registradas, de las cuales 696 (49.2%) fueron identificadas entre 2014 y 2015.



Para el Año Fiscal 2014-15 que termina al 30 de junio 2015, se proyecta un ingreso estimado para la Compañía de Turismo de \$33.5 millones. El impuesto de habitación recaudado ha mostrado una varianza de crecimiento sobre un cuatro (4%), en comparación con el pasado año. El aumento sostenido surge como consecuencia directa de los esfuerzos y estrategias implementadas como parte del plan de trabajo de la Compañía. Asimismo, como parte del desarrollo económico de la industria durante este año, han comenzado operaciones, nuevas hospederías con casino, así como "Bed & Breakfast", "Short Term Rentals" y "Guest Houses".

Por otra parte, desde el 19 de febrero de 2014, la Compañía inició la campaña educativa para el sector de alojamientos suplementarios a corto plazo ("Short Term Rentals"), con los objetivos enmarcados en el aumento de la base contributiva existente, educar al consumidor y obtener mayores ingresos. Los efectos de esta iniciativa han sido muy favorables. Aun después de concluida la campaña de educación el registro de nuevos hosteleros continúa. Al 31 de marzo de 2015 tenemos registrados 1,050 propiedades en el sector de alojamiento a corto plazo, las cuales suman al inventario disponible aproximadamente 2,800 habitaciones. Para el cierre de operaciones del año fiscal en curso se estima que en estas hospederías logremos recaudar \$2.07 millones en impuestos de habitación, lo que equivale a que el negocio de arrendamiento a corto plazo moviliza ingresos aproximados en los \$30 millones.



La Compañía ha reforzado la División de Impuestos de Habitación, incorporando una nueva Área para atender exclusivamente la Evasión y el Cobro. Los trabajos en esta nueva Área permitieron la creación de planes de pagos y acciones de cobro, lo que contribuyó a mejorar nuestra proporción de recobro de cuentas morosas. También, la Compañía autorizó la inclusión de nuevos recursos al Área de Fiscalización. Ello pues, con más auditores en las distintas regiones de la isla, logramos un cumplimiento eficaz de nuestro mandato de Ley. Hemos reflejado más de un 80% de aumento en los trabajos de revisiones y auditorías. Como resultado de estas intervenciones, hemos identificado más de medio millón de dólares en ingresos por concepto de canon por ocupación de habitación dejado de reportar, lo cual redundará en mayores ingresos para revertir en la industria turística.

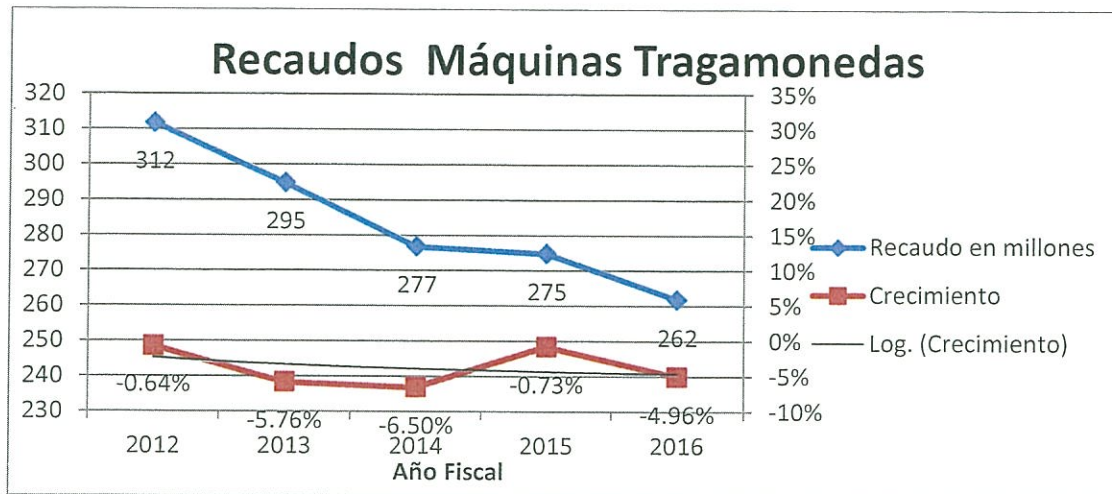
La tabla a continuación incluye los Recaudos de Impuesto de Habitación correspondientes a los años fiscales del 2011-2012 hasta el proyectado para el 2015-2016, detallando las distribuciones que establece la Ley Núm. 272 del 9 de septiembre del 2003, según enmendada, a diferentes entidades.

		AF 2015-16	AF 2014-15	AF 2013-14	AF 2012-13	AF 2011-12
Ingresos Impuesto de Habitación		\$76,000,000	\$73,000,000	\$69,998,894	\$65,641,949	\$60,570,159
Deuda Centro de Convenciones		30,334,057	30,338,411	30,337,516	30,334,981	30,337,871
Turismo Fondo 10 - General	2%	913,319	853,232	793,228	706,139	604,646
PR Convention Bureau	9%	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000	4,500,000
Centro de Convenciones - Déficit	5%	2,283,297	2,133,079	1,983,069	1,765,348	1,511,614
Centro de Convenciones	Fijo	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000	2,500,000
Turismo Fondo 20 - Mercadeo		35,469,327	32,675,278	29,885,082	25,835,480	21,116,028
		<u>\$76,000,000</u>	<u>\$73,000,000</u>	<u>\$69,998,894</u>	<u>\$65,641,949</u>	<u>\$60,570,159</u>

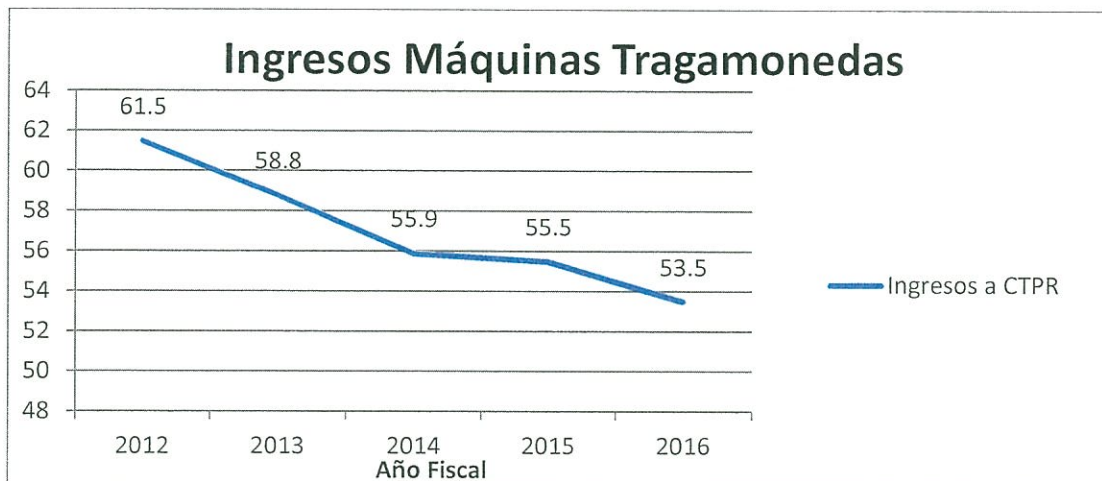
#### A. Ingresos Propios u Otros Recursos

A tenor con la Ley Núm. 221 de 15 de mayo de 1948, según enmendada, mejor conocida como la "Ley de Juegos de Azar", la Compañía tiene la responsabilidad para reglamentar y fiscalizar la operación de los juegos de azar en Puerto Rico. Dicha legislación fue enmendada mediante la Ley Núm. 2 de 30 de julio de 1974 para facultar a la Compañía a administrar la operación de las máquinas tragamonedas en los casinos y mantener el control de los recaudos generados por dicha operación. La fórmula de distribución de los ingresos provenientes de las máquinas tragamonedas, incluye a las siguientes entidades: (i) casinos; (ii) Fondo General, (iii) Universidad de Puerto Rico; y (iv) la Compañía. Actualmente, existen 20 casinos que generan 2,537 empleos directos en Puerto Rico.

Desafortunadamente, el comportamiento de los recaudos en las máquinas tragamonedas no es tan halagador como ocurre con los ingresos del impuesto por ocupación de habitación. Se espera que el Año Fiscal 2014-2015 termine con una disminución de aproximadamente \$2 millones, con un balance para distribuir de \$275 millones (comparado con \$277 millones para el Año Fiscal 2013-2014). Se incluye tabla con los recaudos de las operaciones de tragamonedas de los últimos cinco (5) años, incluyendo la proyección para el año fiscal 2015-2016.



Para el Año Fiscal 2015-2016, la participación de la Compañía de estos ingresos se estima en \$53.5 millones (39.40% del recaudo), lo que representa una disminución de \$2.0 millones en comparación del estimado para el cierre de con el Año Fiscal 2014-2015. La Universidad de Puerto Rico y el Departamento de Hacienda recibirán \$64.1 millones (45.45%) y \$21.4 millones (15.15%), respectivamente, para el 2014-2015 según proyectado, \$61.7 millones y \$20.6 millones para el 2015-2016.



La tabla a continuación incluye los ingresos históricos devengados de las máquinas tragamonedas de los casinos, la proyección de este año y la distribución a cada uno de los participantes de estos ingresos.



Balance a Distribuir	AF2015-16	AF2014-15	AF2013-14	AF2012-13	AF2011-12
Total a Distribuir	\$262,000,000	\$275,000,000	\$277,611,916	\$295,678,956	\$312,507,318
<b>Grupo A (Casinos):</b>	126,226,980	134,026,980	135,594,129	146,434,353	156,531,371
<b>Grupo B (Gobierno):</b>					
UPR	61,708,837	64,072,238	64,547,084	67,831,671	70,891,068
<b>Turismo</b>	<b>53,494,570</b>	<b>55,543,369</b>	<b>55,955,008</b>	<b>58,802,373</b>	<b>61,454,523</b>
Fondo General	20,569,613	21,357,413	21,515,695	22,610,557	23,630,356
<b>Total Grupo B</b>	<b>\$135,773,020</b>	<b>\$140,973,020</b>	<b>\$142,017,787</b>	<b>\$149,244,603</b>	<b>\$155,975,947</b>

Como se observa en la tabla anterior, en los últimos cinco (5) años la contribución a la UPR se ha disminuido de \$70.9 millones en 2011-2012 a \$61.7 millones para el año fiscal 2015-2016, representando una reducción de \$9.2 millones, lo que significa una merma de 12.9% menos de ingresos por este concepto en dicho periodo. Lo mismo se refleja para el fondo general, con una disminución de \$3.0 millones.

La Compañía de Turismo también se ha visto grandemente afectada, ya que los ingresos provenientes de las máquinas de tragamonedas en los últimos cinco años se han reducido por \$8.0 millones. Esto representa una disminución de 13.2%, mientras hemos tenido que asumir otros gastos como es el caso de los Incentivos de Barcos Cruceros, lo cual representa \$12.8 millones o el 11% de nuestro presupuesto total. También se ilustra la merma significativa de ingresos que han tenido los Hoteles con Casinos, los cuales se han reducido por \$30.3 millones en cinco años de \$156.5 en el 2011-2012 a \$126.2 millones proyectados en nuestro presupuesto para el 2015-2016. Esto representa una reducción significativa de un 19.4% en sus ingresos.

Ante el descenso vertiginoso de los recaudos de las máquinas tragamonedas, la compañía de Turismo ha sido proactivo en la búsqueda de soluciones para detener el mismo. En primer lugar, se inició el procedimiento de aprobación de enmiendas del Reglamento de Juegos de Azar para flexibilizar y atemperar sus disposiciones a las realidades actuales de esta industria. En segundo lugar, se han promovido nuevos juegos que atraigan a más jugadores, como por ejemplo, las máquinas interconectadas con los distintos casinos participantes que generan un premio "jackpot" comenzando en los \$250,000.

Por su parte, se aprobó la Ley Núm. 77 de 1ro de julio de 2014 que transfirió a la Compañía de Turismo la facultad de supervisar y fiscalizar las máquinas de entretenimiento para adultos que operen en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, incluyendo la introducción, distribución, adquisición, venta, arrendamiento, transportación, ubicación, colocación, funcionamiento, mantenimiento, operación, uso custodia y posesión de estas máquinas en Puerto Rico. Se prohíbe expresamente operar máquinas de entretenimiento para adultos dentro de tiendas por departamentos, farmacias, panaderías, supermercados, gasolineras, megatiendas, cadenas de tiendas y/o restaurantes, hospitales, oficinas profesionales, y facilidades públicas del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.



Además, como parte de los esfuerzos para erradicar las máquinas de entretenimiento para adultos ilegales, a partir de abril de 2013, el Departamento de Hacienda, el Departamento de Justicia, la Oficina del Comisionado de Instituciones Financieras y la Compañía de Turismo iniciaron reuniones para reactivar el "Task Force" que se había creado para los años 2010-2011, con el propósito de desalentar la proliferación de máquinas de entretenimiento para adultos ilegales. En noviembre de 2013, se firmó un acuerdo colaborativo entre las mencionadas entidades gubernamentales detallando las obligaciones de cada instrumentalidad en estos esfuerzos. Posteriormente, en noviembre de 2014, se suscribió otro acuerdo en el que también se incluyó a la Oficina de Gerencia de Permisos. Ambos acuerdos tenían como objetivo el combinar los recursos y las facultades de las distintas agencias involucradas para combatir, de manera integrada, la proliferación de máquinas ilegales. Así las cosas, el pasado 4 de diciembre de 2014, el Departamento de Justicia, en colaboración con la Compañía de Turismo y otras agencias gubernamentales, realizó un operativo en el que se impactaron trece (13) establecimientos de juegos de azar ilegales. Se impactaron las siguientes siete regiones judiciales: Arecibo, Bayamón, Carolina, San Juan, Guayama, Ponce y Mayagüez. En el operativo participaron 189 funcionarios públicos, entre los que se encontraban 13 empleados de la Compañía de Turismo que fungieron como observadores en cada uno de los establecimientos intervenidos. Cada uno de los trece (13) locales allanados fue visitado por lo menos en cuatro ocasiones por agentes encubiertos. En total, se confiscaron 431 máquinas electrónicas utilizadas en la práctica de juegos ilegales de azar.

A raíz de estas confiscaciones se reflejó una reducción en la pérdida que venía sufriendo mensualmente esta industria, según se demuestra en la siguiente tabla:

Mes	Balance a Distribuir		Cambio	Cambio porcentual
	2014-2015	2013-2014		
Julio	\$23,569,478.19	\$25,872,301.55	(2,302,823.36)	-8.90%
Agosto	21,691,267.82	23,458,805.00	(1,767,538.18)	-7.53%
Septiembre	21,403,530.36	22,553,170.96	(1,149,640.60)	-5.10%
Octubre	21,227,896.27	22,135,482.93	(907,586.66)	-4.10%
Noviembre	21,003,872.93	21,722,330.90	(718,458.97)	-3.31%
Diciembre	23,765,934.34	24,434,981.42	(669,047.08)	-2.74%
Enero	23,472,951.80	23,484,388.73	(11,438.19)	-0.05%
Febrero	22,100,381.58	20,508,447.80	1,591,932.78	7.76%
Marzo	24,539,548.62	25,117,190.44	(577,642.82)	-2.30%
Abril	22,317,269.97	22,280,294.24	36,975.73	0.17%
<b>Total</b>	<b>\$225,092,131.88</b>	<b>\$231,567,393.97</b>	<b>(6,475,262.09)</b>	<b>-2.80%</b>

Esta tabla demuestra cómo luego de las incautaciones se detuvo el decrecimiento vertiginoso de los ingresos de las máquinas tragamonedas, llegando incluso a sobrepasar en febrero los ingresos de es emes en el año anterior.

## **E) ASUNTOS GENERALES**

### **a. Desglose de Nómina para los Años Fiscales 2013-2014 y 2014-2015**

De acuerdo a la información que se desprende de las nóminas del año fiscal 2011-2012, al compararla con los años fiscales 2013-2014 y 2014-2015, se demuestra que hubo un aumento de un tres por ciento (3%) aproximado del gasto total de la nómina. Véase Anejo II del presente escrito. No obstante, la cantidad total de puestos ocupados, al 30 de abril de 2015, se redujo en tres puestos de trabajo. El aumento en nómina responde a los aumentos de salario otorgados a los empleados adscritos a la Unión de Tronquistas de Puerto Rico y a la Asociación de Inspectores de Juegos de Azar los cuales fueron efectivos el 1 de junio de 2014, según los correspondientes convenios colectivos, así como el aumento en la aportación patronal a la Administración de los Sistemas de Retiro y el Seguro Social.

Es menester enfatizar que, conforme requirió la Ley Núm. 66 del 17 de junio 2014, según enmendada, mejor conocida como la "Ley Especial de Sostenibilidad Fiscal y Operacional del Gobierno del Estado Libre Asociado", los empleados de confianza disminuyeron en dos puestos de trabajo, o sea, una disminución de \$386,701.28, para una reducción de 22%. Por su parte, la nómina de la Asociación de Inspectores de Juegos de Azar tuvo un incremento de \$792,087.57, equivalente a un 25%.

En la categoría de Gerenciales, vemos un incremento de tres puestos de trabajo. Sin embargo, el impacto económico fue de una disminución de \$253,477.56 o un 3%. Por último, la Unión de Tronquistas perdió un puesto de trabajo pero su nómina incremento por \$263,709.38 o un 7% aproximadamente, por las razones previamente explicadas.

La cuantía de fondos recomendados para el actual año fiscal 2014-2015 ha cubierto con fondos propios la totalidad de los gastos de nómina y beneficios de todos los empleados de la Compañía. Para este año fiscal 2014-2015, la Compañía posee 65 puestos vacantes regulares, de los cuales 45 se encuentran congelados por la Ley Núm. 70. Por otro lado, la Compañía cuenta con un total de 477 empleados, de los cuales tres tienen la categoría de transitorios.

### **b. Relación de Puestos Ocupados a septiembre de 2014, marzo de 2015 y proyectados al 30 de junio de 2015**

Véase Anejo III del presente escrito.

### **c. Negociaciones de Convenios Colectivos**

Los convenios colectivos de la Unión de Tronquistas de Puerto Rico y de la Asociación de Inspectores de Juegos de Azar Ambos vencen el 31 de mayo de 2015. El 9 de junio la gerencia se reunirá con la Unión de Tronquistas para escoger el comité de negociación. Aún no hay fecha para reunirse con la Asociación de Inspectores. Cualquier negociación de estos convenios colectivos estará enmarcada en las disposiciones establecidas en la Ley Núm. 66 de 1 de julio de 2014, conocida como la "Ley Especial de Sostenibilidad Fiscal y Operacional del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico".

**d. Contratos de servicios profesionales y consultivos otorgados en el Año Fiscal 2014-2015**

La Ley Núm. 66 de 1 de julio de 2014, conocida como la "Ley Especial de Sostenibilidad Fiscal y Operacional del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico", estableció como política pública la restauración del crédito del Estado Libre Asociado, eliminando a corto plazo el déficit del fondo general y mejorando la situación fiscal de las corporaciones públicas. Dicha legislación declara un estado de emergencia con el propósito de promover y provocar la recuperación fiscal y económica de Puerto Rico, a través de la reducción de gastos en la rama ejecutiva, incluyendo a las corporaciones públicas.

El Artículo 6 de la Ley Núm. 66 establece que las entidades de la rama ejecutiva deberán reducir en no menos de un diez (10) por ciento el gasto por concepto de contratos de servicios profesionales durante el año fiscal 2014-2015,<sup>10</sup> en comparación con el mismo para el año 2013-2014. Dicha reducción se deberá mantener durante la vigencia de la Ley. Ante ello, la Compañía procedió a hacer los ajustes necesarios para cumplir con dicho mandato. A esos efectos, como parte de su proceso de contratación para el presente año fiscal, la Compañía estableció como una norma estricta el solicitar a los contratistas cuyo contrato se estaría renovando, una reducción de al menos un diez (10) por ciento en el monto total de su contrato. Esto se logró de diferentes formas, dependiendo del tipo de servicio que se pretendiera contratar, pero teniendo en mente que no podemos socavar nuestra función primordial: promocionar a Puerto Rico en el exterior como un destino cinco estrellas. Así, en los casos en los cuales el monto fuera pagadero al finalizar el trabajo o proyecto, se redujo la cantidad global de la cuantía; en aquellos casos en los cuales se facturaría por horas o por etapas, se redujo la tarifa por unidad y sobre la cuantía total del contrato y en algunas ocasiones se redujo el número máximo de horas del contrato. Debemos señalar que este ejercicio se hizo luego de determinar qué contratos eran necesarios e indispensables y sólo a éstos se les renovó el mismo. En el caso de nuevos contratistas, cuyo monto no se pudiera comparar con el año fiscal anterior, se les solicitó una propuesta de servicios, luego de cuya evaluación se les indicó que, en virtud de la Ley Núm. 66, debían hacer una rebaja de al menos diez (10) por ciento del total establecido en la propuesta. Tanto en los casos de renovaciones de contrato como en nuevos contratos, si el proponente no aceptaba llevar a cabo el servicio por una cuantía menor, la Compañía desistió de suscribir contrato con éste y se procedió a buscar otras alternativas que sí cumplieran con lo estipulado en la Ley Núm. 66. No obstante, ante la difícil situación económica que atraviesa el gobierno, la cual ha sido afrontada con valentía y aplomo por esta Administración, la actitud de los contratistas, en su mayoría, ha sido una de comprensión y cooperación.

---

<sup>10</sup> El antedicho Artículo establece una lista no taxativa de aquellos contratos a los que aplica esta disposición. Con el propósito de implantar las disposiciones de esta Ley, se le confirió a la Oficina de Gerencia y Presupuesto ("OGP") la facultad de establecer la reglamentación necesaria para cumplir con el propósito del estatuto. Cónsono con ello, OGP emitió el 1<sup>o</sup> de julio de 2014 la Carta Circular Núm. 117-14, para implantar la normativa que regirá los procesos relacionados al cumplimiento con el mandato establecido para paliar la crisis fiscal. En el inciso H.4. de la Carta Circular, se enumeran aquellos servicios que estarán excluidos para propósitos de la comparación de reducción de gastos, y establece que OGP podrá excluir cualquier otro gasto que considere "razonable y justo" de excluir. La determinación de OGP será concluyente. Siguiendo dicha disposición, la Compañía solicitó ante OGP la exclusión del contrato con la agencia de publicidad Promotions & Direct, Inc. y los gastos de ETI para propósitos de la comparación de reducción de gastos respecto al año fiscal 2013-2014.



Es preciso resaltar que un renglón en el que ha habido una rebaja significativa, aún antes de la aprobación de la Ley de Sostenibilidad Fiscal, es en los contratos por servicios legales. Al comenzar nuestra gestión en enero de 2013, encontramos que el gasto de los contratos por ese concepto ascendía a \$1,044,667 durante el año fiscal 2012-2013. Para el pasado año fiscal 2013-2014, el gasto por asesoría legal externa ascendió a \$408,939.31, lo que representa una reducción de más de \$635,000, en comparación con el año anterior, equivalente a una reducción de 61% en gastos legales. Al presente, la Compañía suscribió cuatro contratos de asesoría legal, que en conjunto totalizan \$400,000. Vemos pues, una reducción adicional que representa una diferencia de \$644,000 con respecto al año fiscal 2012-2013, o lo que es igual, 62%. De esa misma forma, también se lograron reducciones en los honorarios por hora que cobran los socios con más de diez (10) años de experiencia, toda vez que se ha reducido de \$125.00 por hora que cobraban en el 2012-2013 a \$100.00 por hora que cobran actualmente nuestros asesores externos de mayor experiencia dentro de los bufetes. Esta reducción ha sido posible luego de un ejercicio responsable para identificar aquellos asuntos que pueden ser atendidos por nuestro personal de la Oficina de Asesoramiento Legal y sólo se utiliza el servicio de los asesores externos cuando es verdaderamente necesario debido a que nuestros recursos limitados no nos permiten atender el asunto. Esto se ha aplicado también en otras áreas de la Compañía.

Estas iniciativas han tenido como resultado que, hasta el 15 de mayo de 2015, los servicios contratados por la Compañía, excluyendo el contrato con la agencia de publicidad y aquellos suscritos para llevar a cabo la Expo Internacional de Turismo (ETI), ascendieron a \$10,360,137.73. Si lo comparamos con el total para el pasado año fiscal 2013-2014, el cual totalizó \$11,799,389.14 (sin el contrato con la agencia de publicidad), vemos una reducción de \$1,439,251, lo cual equivale a un doce punto dos por ciento menos (12.2%). Ahora bien, el contrato de Promotions & Direct suma la cantidad total de \$21,335,185. Esto representa \$1,381,877, o 6% menos que el total del contrato de publicidad del pasado año fiscal.

Los siguientes contratos de servicios profesionales fueron otorgados por la Compañía durante el Año Fiscal 2014-2015:

CONTRATOS OTORGADOS EN EL AÑO FISCAL 2014-2015 COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO		
Núm.	Nombre del Contratista	Núm. Contrato
1	Active Media Group	2015-000024
2	Promotions & Direct	2015-000069
3	Brenda Marrero y Asociados	2015-000010
4	Panoff Publishing, Inc. h/n/c The PPI Group	2015-000103
5	Jody Dickman	2015-000032
6	Forum Office	2015-000008
7	AJA Publicidad	2015-000039
8	Linkactive Inc antes El Día Directo	2015-000023
9	Casiano Communications	2015-000075
10	Alicia Terán	2015-000028
11	Cristian Cejas	2015-000035
12	Dance (Diversity in Arts & Nations for Cultural Education)	2015-000022



CONTRATOS OTORGADOS EN EL AÑO FISCAL 2014-2015 COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO		
Núm.	Nombre del Contratista	Núm. Contrato
13	Ken Gibson	2015-000015
14	María Claudia Delgado Orozco	2015-000027
15	Roberta Almeida Ferraz	2015-000036
16	Travalliance	2015-000025
17	Joe Colón Studio	2015-000041
18	Hills Balfour Synergy Limited	2015-000078
19	Discover the World Marketing	2015-000022
20	Sistema TV Canal Univ. Ana G. Méndez	2015-000199
21	Eiland International SA	2015-000033
22	Elliot Alexi Lara Bonilla	2015-000001
23	3 Ríos LTD Corp.	2014-000076
24	Banco Popular de PR	2014-000063
25	Scotiabank de Puerto Rico	2015-000076
26	Cruz & Urrutia, CPA	2015-000102
27	RSM ROC & Company	2015-000254
28	Lucy López Roig	2015-000005
29	Covadonga Parking Associates	2015-000012
30	Municipio de San Juan	2015-000002
31	Aerostar Airport Holdings, LLC	2015-000082
32	Humberto Saavedra	2014-000129
33	Ponce Hotel Management Group, Inc.	2015-000009
34	Galería 100 Estate Corp.	2009-000147
35	Evertec Group, LLC	2015-000030
36	Evertec Group, LLC	2015-000171
37	Worldnet Telecommunications, Inc.	2015-000006
38	Dataworks Consulting Group	2015-000059
39	Nustream Communications, Inc.	2015-000034
40	Sprint Communication Company LP	2015-000062
41	Data Access Communication Inc	2015-000059
42	Alcides Dorado Laguillo h/n/c Ceta Landscaping Landscape Contractors & Shangri-La's Nurseries	2015-000015
43	All Reliable Engineering Corp.	2015-000007
44	Multiclean Inc. (SUBASTA)	2015-000013
45	Save Green Corp.	2014-000085
46	O'Neill Security Consultant Services (SUBASTA)	2015-000019
47	Fernando Abruña Charneco h/n/c Abruña, Musgrave & Asociados	2015-000120
48	Resort Development Corporation	2015-000092
49	Sistema Universitario Ana G. Méndez	2015-000219

CONTRATOS OTORGADOS EN EL AÑO FISCAL 2014-2015 COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO		
Núm.	Nombre del Contratista	Núm. Contrato
50	Junta de Calidad Ambiental	2015-000207
51	Organización Pro Ambiente Sustentable OPAS	2015-000072
52	Autoridad para el Financiamiento de la Infraestructura	2015-000193
53	Prime Air Corp	2014-000237
54	Spectrum Gaming Group, Inc.	2015-000021
55	Esaúl Rodríguez Cruz h/n/c Logical Systems & Designs	2015-000018
56	Gaming Laboratories International, LLC	2015-000068
57	The Blue Chip Casino Group Inc	2015-000017
58	Ledesma, Vargas & Villarrubia	2015-000016
59	Jorge Mendín Marín h/n/c Mendín & Zapata	2015-000029
60	Fiddler, González & Rodríguez PSC	2015-000094
61	Maymí Rivera LLC	2015-000050
62	Antonio Fas Pacheco	2015-000037
63	Municipio de San Juan (antes Covadonga Parking)	2015-000284
64	José Iván Mendez Fontan	2015-000112
65	Giselle López Soler	2015-000253
66	Pedro A. Vélez Baerga	2015-000190

#### e. Medidas de Reducción de Gastos

Conscientes de la importancia de la protección del ambiente, y en cumplimiento con las disposiciones contenidas en este Artículo, la Compañía ha establecido a través de nuestra División de Turismo Sostenible un plan para hacer un mejor uso de los recursos de agua y energía. Entre las medidas que incluye dicho plan, podemos enumerar las siguientes:

1. Se reciclaron veintiséis (26) recipientes plásticos de cinco (5) galones cada uno (vacíos) al reemplazar por fuentes de agua los "coolers" en las inmediaciones del Edificio La Princesa.
2. Se reemplazaron 53 "Ballasts" y 212 tubos de bombillas por unos más eficientes.
3. Se instalaron sensores de movimiento para la iluminación en las facilidades sanitarias de Ventana al Mar en el Condado.
4. Se instalaron urinales en el edificio La Princesa que funcionan sin agua.
5. Se recibió y están en proceso de instalación el primer tablón de información dedicado al Programa de Reciclaje.



6. Envío de comunicaciones informativas/educativas a todos los empleados.
7. Envío de comunicación de esfuerzos del Estuario de San Juan para con el reciclaje.
8. Se recibieron y entregaron recipientes de reciclaje a empleados que no contaban con éstos. Además, se colocaron recipientes adicionales en copiadoras según solicitados.
9. Participamos del adiestramiento en línea America Recycles Day Event Organizer.
10. Se solicitaron fondos al Programa de Asistencia Económica de ADS para implementar programa de reciclaje en Paseo la Princesa. Estos fondos fueron aprobados pero aún no se han desembolsados.
11. Se recomendó la instalación de sensores de movimiento en alumbrado de baños públicos y pasillos en todas las instalaciones inmuebles de la CTPR.
12. Se recomendó la instalación de secadores de manos con el sello de "energy star" para baños públicos y de empleados.
13. Cambio de luminaria en pasillos según sea necesario reemplazo de luminaria por bombillas LED o fluorescentes según aplique.
14. Se recomendó limpieza de acrílico de pasillos de edificio la Princesa para mejor iluminación y evitar goteras.
15. Se realizó siembra en el parque de los niños en el Paseo La Princesa, lo cual mejora la oxigenación y retención de humedad en el área.
16. Se hicieron trabajos de impermeabilización de las terrazas del edificio La Princesa, mediante lo cual se corrigieron goteras, se disminuyó el riesgo de accidentes y el uso de recurso (personal) para secar y mantener áreas. Además, atenúa la temperatura de los techos.
17. En el parque de los niños en el Paseo de la Princesa se instaló un sistema de goma que está compuesto de materiales reciclados, que además de ser duradero, reduce el costo por pie cuadrado, impactos y accidentes.

El gasto agregado por concepto de ambas utilidades ascendió a \$75,741.04 por concepto de acueductos y alcantarillados y \$549,378.08 entre los meses de julio a diciembre de 2014. Es preciso aclarar que la factura de energía eléctrica correspondiente al mes de octubre es por el total de \$258,623.39, a pesar de que el promedio facturado durante los cinco meses restantes fue de \$58,150. Ello es así, ya que la Autoridad de Energía Eléctrica ("AEE") aplicó a la factura de octubre, cargos que datan de hace décadas, por lo cual no se debe entender que estos son cargos corrientes en su totalidad<sup>11</sup>. La cantidad de cargos corrientes para dicho mes es \$56,010.36. Por lo tanto, si tomamos en cuenta sólo los cargos corrientes para el período de julio

---

<sup>11</sup> La Compañía ha estado en comunicaciones durante meses con la AEE para que, una vez nos presenten evidencia que sustente dichos cargos, que en su mayoría se refieren a cargos de antes del 1997, se proceda con el pago correspondiente.

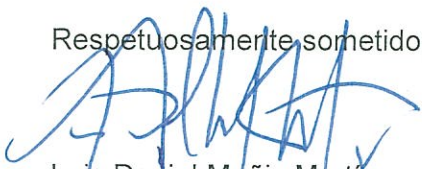
a diciembre de 2014, la Compañía ha consumido \$346,765.05. Durante el mismo período del año fiscal 2013-2014, el consumo facturado fue \$460,825.56. Ello muestra un descenso de \$114,060.51, equivalente a 24.5% con respecto al año anterior.

Las medidas de ahorro de fondos públicos que ha llevado a cabo la Compañía, aún desde antes de la aprobación de la Ley Núm. 66, han hecho posible que se hayan podido implantar estrategias e iniciativas de gran impacto no sólo para la industria del turismo, sino para el desarrollo económico de Puerto Rico. Así, hemos podido llevar a cabo las fases preliminares de la implantación de la Ley Núm. 77 de 1 de julio de 2014. De la misma forma, hemos podido mantener intacto el presupuesto de promoción de la Compañía, a pesar de la reducción que hemos percibido en ingresos de tragamonedas, debido al impacto negativo de las máquinas ilegales en esta industria.

**f. Último Informe de Cumplimiento de la Ley 66-2014**

Véase Anejo IV del presente escrito.

Respetuosamente sometido,



Luis Daniel Muñoz Martínez  
Director Ejecutivo Interino