



INFORME DE TRANSICIÓN 2024

Carlos Mercado Santiago
Director Ejecutivo

TABLA DE CONTENIDO:

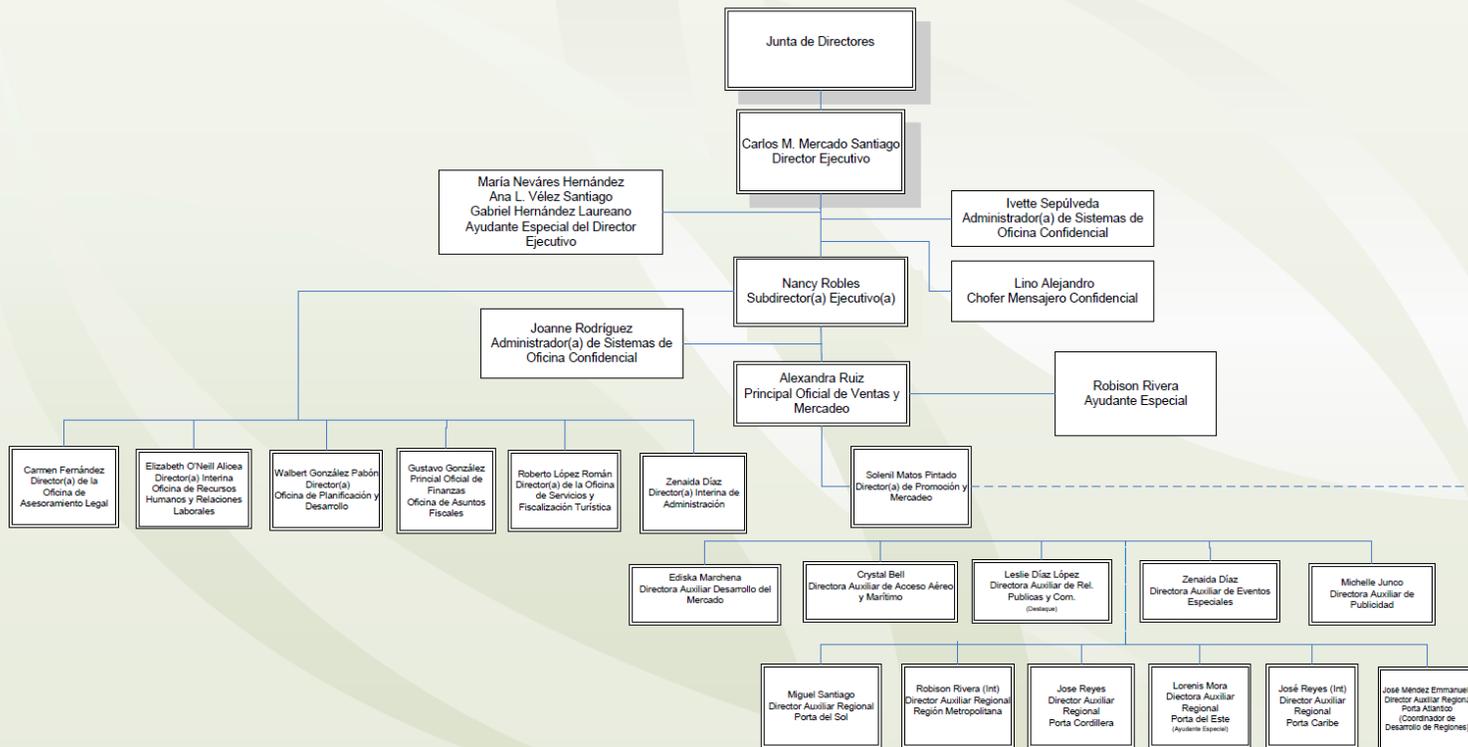
Rol de la Compañía de Turismo de Puerto Rico -----	3
Organigrama -----	4
Plan Estratégico de la Compañía de Turismo de Puerto Rico -----	5
Resumen de proyectos -----	7
Otras oficinas de la compañía de Turismo de Puerto Rico -----	60
Organización de Mercadeo del Destino (DMO) -----	74
Asuntos pendientes -----	75
Anejos -----	80

ROL DE LA COMPAÑÍA DE TURISMO DE PUERTO RICO:

La Compañía de Turismo de Puerto Rico, en adelante (“Compañía”) fue creada por ley en el 1970 bajo la ley núm. 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada. Desde entonces, se creó la Compañía como una corporación pública e instrumentalidad del Gobierno de Puerto Rico para fomentar el desarrollo de la industria turística y promoverá Puerto Rico como destino turístico. La misión de la Compañía es crear y facilitar la implementación de la política pública del Gobierno para hacer de Puerto Rico un destino único y líder dentro de la industria turística a nivel global, así como fomentar y promover el turismo interno en la isla. Se creó una política gubernamental abarcadora y definida que favorecía el desarrollo ordenado de la actividad turística, creando esta corporación pública autónoma capaz de fomentar esta actividad. Una instrumentalidad de gobierno autónoma y responsable del desarrollo de la industria.

ORGANIGRAMA CTPR:

ORGANIGRAMA GENERAL



Aprobado por: _____
 Director/a Ejecutivo/a y/o
 Representante Autorizado

31 de marzo de 2024
 mma

Marco Estratégico (2021-2024)

1. Continuar el impulso hacia la recuperación y estabilización del sector a raíz del impacto por el COVID-19.
2. Fortalecer el rol ministerial de la Compañía a través de la implementación de programas de mercadeo y publicidad enfocados en producir demanda y elevar concienciación (*awareness*) sobre los atractivos, productos y servicios entre los residentes de Puerto Rico.
3. Crear nuevas herramientas de negocio, y optimizar las existentes, con el fin de propulsar el desarrollo de la actividad turística y afianzar el producto del turismo con el mercado local.
4. Crear un plan estratégico con el propósito de aumentar el ingreso por el impuesto por canon por ocupación de habitación a lugares de hospedaría ("Room Tax") según la ley num. 272-2003, según enmendada, también conocida como "Ley del Impuesto sobre el Canon por ocupación de habitación del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.
5. Continuar estableciendo acuerdos y alianzas con gremios globales, convenciones y foros con el propósito de elevar el perfil del destino como un lugar ideal para viajes de ocio y negocio.
6. Impulsar la gesta de planificación de itinerario para el acceso aéreo y marítimo.

Metas

1. Incremento año tras año en demanda hotelera, con la intención de mantener o afectar lo menos posible los niveles en tarifa diaria promedio.
2. Incrementar niveles de estatura de marca a sobre 70%
3. Establecer y estandarizar métricas de salubridad publicitaria
 - a. Awareness
 - i. Alcance > 80% de población por grupo objeto
 - ii. Frecuencias 6-8
 - b. Impresiones- CPM
 - i. Google Display
 - ii. Google Search
 - iii. Meta
 - c. Engagement Rate
 - i. Voy Turisteando: >70%
 - ii. CTPR: >50%
4. Aumentar el tráfico de pasajeros entrando por los aeropuertos principales y aumentar la operación de cruceros.
5. Incrementar el ingreso por el impuesto por canon por ocupación de habitación a lugares de hospedaría ("Room Tax").

6. Aumentar el incentivo a los programas institucionales para que a su vez exista un incremento en los participantes de dichos programas.

Tácticas

1. Impulso hacia la recuperación y estabilización a raíz del COVID-19
 - i. Actualización de Programa de Salud y Seguridad
 - ii. Campañas publicitarias omnicanal de 'Voy Turisteando' para impulsar y fidelizar el turismo doméstico
 - iii. Patrocinio de eventos multitudinarios y producción de eventos propietarios para fomentar la economía de visitante
 - b. Programas de impacto directo al PIB, empleos y solidez a través de la actividad turística
 - i. Mercadeo de programas institucionales dirigidos a promover y crecer el inventario de alojamiento
 - ii. Aumentar el portafolio de actividades de ocio
 - iii. Capitalizar en oportunidades de esfuerzos educativos
 - c. Programa 'Turismo Hecho en Puerto Rico' para apoyar microempresas y PYMEs, e impulsar el desarrollo de existentes y potenciales
2. Herramientas para propulsar desarrollo económico
 - a. Transformación digital de Voy Turisteando
 - b. Estudios de Investigación para conocer el nuevo perfil de consumidores
 - c. Incentivos a aerolíneas y cruceros
 - d. Programas educativos para recuperar la calidad de servicio



RESUMEN DE PROYECTOS:

Resumen de recaudos Room Tax:

Al cierre del mes de agosto de 2024 se recibieron el total de \$21.5 millones. En contraste con el estimado de ingreso presupuestado, \$21.3 millones, se reportó un incremento de \$200 mil al cierre del mes de agosto. El ingreso de Room Tax se ha convertido en la principal fuente de ingreso de la Compañía. Lo recaudado representa un 67% del ingreso de la CTPR.

El recaudo de Room Tax provee fondos para la reserva del pago de la deuda presente y futura del Gobierno de Puerto Rico. La cantidad anual transferida es un poco más de \$30 millones. Desde la declaración de la moratoria del pago de la deuda declarada por el Gobierno de Puerto Rico la Compañía ha mantenido una cuenta con la reserva para el depósito de estos fondos.

Otro punto importante sobre la distribución de los recaudos de Room Tax es que los pagos para el contrato del Destiny Marketing Organization, (“DMO”, por sus siglas en inglés), provienen de los fondos distribuidos a la Compañía. De los ingresos del Room Tax se transfieren los \$25 millones pertenecientes al contrato y los \$5 millones del pareo establecido en el mismo. Adicional de los ingresos no comprometidos del Room Tax se destina la cantidad de \$28 millones adicionales asignados el presupuesto aprobado por la JSF. Esto eleva la cantidad asignada al DMO a \$58 millones.

Resumen de Planificación y Desarrollo:

Desarrollo Hotelero: Hospederías en Operación: Durante el cuatrienio, se añadieron 26 nuevas hospederías en operación con 1,684 nuevas habitaciones al mercado que representa una inversión estimada de \$508 millones, 968 empleos en operación y 595 empleos en construcción. Algunas de estas hospederías son: Palacio Provincial (antigua Diputación Provincial), Casa Costera by Marriott Bonvoy, Residence Inn Hotel (Interlink Isla Verde), Hotel Alma, ampliación El Conquistador Resort, entre otros.

Hospederías en Construcción: Actualmente existen 39 hospederías en construcción que representan 1,739 habitaciones que se añadirán al mercado bajo una inversión de \$789 millones, 1914 empleos en operación y 1650 empleos en construcción.

Hospederías en Permiso: Actualmente en etapa de permisos 48 hospederías que representan 4,141 nuevas habitaciones, con una inversión de \$2.5 billones

Tendencias: Durante los últimos dos años se ha experimentado uno de los más grandes crecimientos de desarrollo turístico a raíz de la pandemia Covid-19, no sólo de nuevas hospederías en desarrollo (operación, construcción y permisos), sino de un alto crecimiento en el desarrollo de alojamientos suplementarios a corto plazo. El desarrollo del turismo fue una de las primeras industrias en recuperarse dentro de la economía de Puerto Rico. La Compañía se ha distinguido por años como una de las agencias que más rápido y efectivo trabaja el proceso de permisos. Contamos con un parque temático turístico en etapa de permisos: Bahía Urbana Park, Viejo San Juan

Alojamiento Suplementario a Corto Plazo (STR-por sus siglas en inglés)- La OGPe en coordinación con la Compañía se instituyó un proceso de permisos para la operación de los STR que consiste en:

Solicitud de una Recomendación de Uso (SRU) a la Compañía de Turismo

En caso de ubicar en urbanización o condominio con acceso controlado se solicita carta de autorización de asociación de residentes para validar que no existe conflictos con la operación.

Se han atendido querellas de ciudadanos de comunidades de acceso controlado quejándose de operaciones de STR y se han referido a la División de Querellas de la Junta de Planificación.

- Servicios de la Oficina:
 - Manejo y actualización de tabla de desarrollo de proyectos turísticos (*Pipeline*):
 - Evaluación y comentarios a proyectos turísticos para las etapas de:
 - Endoso Conceptual o de Ubicación;
 - Endoso para Permiso de Construcción;
 - Endoso para Permiso de Uso;
 - Endoso para Permiso de Uso con Venta de Bebidas Alcohólicas;
 - Endoso para Licencia de Bebidas Alcohólicas;
 - Endoso para Rotulación; y
 - Cambio de Calificación (Zonificación), Consultas Ambientales, Vistas Públicas y Consultas de Ubicación.

- Proceso Permisos-
 - Planificación atiende, al año, sobre 300 solicitudes de comentarios para Permisos de Construcción y Permisos de Uso, provenientes de la Oficina de Gerencia de Permisos (“OGPe”).
- Orientación- Orientamos, presencialmente y vía telefónica, un promedio de 100 proponentes al mes, para todas las etapas de desarrollo de proyectos turísticos (planificación, diseño y permisos). Incluye visitas e inspecciones a proyectos.
- Talleres- Planificación ofrece charlas y talleres al público general interesado en desarrollar proyectos turísticos. Hemos participado talleres para el desarrollo turístico organizados en todas las regiones de la Isla: Porta del Sol, Región Metro, Porta Caribe, Región de la Montaña (Porta Cordillera), Porta Atlántico y Porta del Este.

Desarrollo de Productos: Nuestra oficina ha desarrollado (y adiestrado en) rutas turísticas y gastronómicas, en coordinación con guías turísticos, grupos comunitarios y municipios:

- Ruta Taína;
- Ruta de la Salsa (San Juan);
- Ruta de la Salsa (Ponce);
- Ruta de la Salsa (Caguas);
- Ruta de la Bomba;
- Ruta de la Plena;
- Ruta del Baseball;
- Rutas Gastronómicas;
 - Litoral de Cataño
 - Gurabo
 - Aguas Buenas
 - Palo Seco, Toa Baja

- La Boulevard, Toa Baja
- Ruta de San Juan Bautista;
- Ruta Porta del Sol Sagrado; y
- Ruta de Porta Atlántico Sagrado, entre otras.

Comités de trabajo: Nuestra oficina participa en diversos comités, como asesores en temas ambientales, comunitarios, de planificación y organización de eventos, como por ejemplo la Celebración del 5^{to} Centenario de la Fundación del Viejo San Juan, comités de turismo de universidades y comités inter-agenciales de gobierno.

Proyectos Especiales:

- Murales de Puerto Rico: Estamos colaborando con Ana Vélez en un proyecto con asignación federal de EDA para el desarrollo de Murales para la revitalización económica de áreas urbanas donde participan sobre una veintena de municipios. Se aprobaron las propuestas de todos los municipios participantes. Se encuentran en proceso de asignación de fondos a municipios y elaboración de murales.
- Zona Turística Placita de Santurce: La Compañía colabora en la designación de la zona de la Placita de Santurce como Zona de Interés Turístico (Pendiente).
- Reconocimientos: Los proyectos de rutas de turismo cultural religioso de la Compañía (Porta del Sol Sagrado, Porta Atlántico Sagrado y la Ruta del Beato Carlos Manuel recibieron cada uno por tres años consecutivos los premios de las siguientes organizaciones:
 - Asociación de Publicistas de Puerto Rico
 - Bienal Anual del Colegio de Arquitectos y Arquitectos Paisajistas de Puerto Rico
 - Nominación Premios Emmys de Estados Unidos.

- Reglamentos- La Oficina ha comentado al borrador del Reglamento Conjunto de Permisos de la Junta de Planificación
 - Se encuentra para evaluación y aprobación los borradores de los Reglamentos de:
 - Alojamientos Suplementarios a Corto Plazo
 - Reglamento de Hospederías de Puerto Rico
 - Reglamento de Paradores
 - Reglamento de Mesones Gastronómicos

Resumen de Servicios y Fiscalización Turística:

La Oficina de Servicios y Fiscalización Turística ofrece orientación al público en general que interesa obtener la autorización correspondiente para ostentar una franquicia de Agencias de viajes y mayoristas de viajes y excursiones, ofreciendo un proceso de solicitudes de manera expedita y personalizada para obtener dicha autorización, reconocimiento en ley y registros fidedignos de sus establecimientos comerciales.

Actualmente existen 179 agencias de viajes y 37 mayoristas de viajes autorizados por la Compañía. Este segmento de la industria turística genera alrededor de 750 empleos directos. Todas estas agencias son fiscalizadas a lo largo y ancho de todo Puerto Rico, a través de inspecciones reglamentarias por parte del personal asignado.

La Oficina de Servicios y Fiscalización Turística en su rol de fiscalizador y de facilitador mantiene reuniones periódicas con las agrupaciones de agencias de viajes y mayoristas de viajes y excursiones, con el fin de auscultar el pulso de este segmento de la industria, conocer sus dificultades, experiencias y planes a corto, mediano y largo plazo.

Resumen de Promoción y Mercadeo:

I. Publicidad

Voy Turisteando: la marca oficial de la Compañía de Turismo creada en el 2018 para la publicidad y mercadeo a consumidores, tuvo grandes logros a nivel cualitativo y cuantitativo durante el periodo 2021-2024. Con el objetivo de crear demanda y fidelizar el consumo del turismo doméstico, se crearon diversas campañas publicitarias omni-canal capitalizando en momentos de audiencia captiva y temporadas claves del comportamiento turístico.

Una Isla 78 Destinos: Esta campaña, la cual lanzó en junio de 2021, nace a raíz de las restricciones aún vigentes en diversos mercados extranjeros, lo cual frustraba al viajero puertorriqueño. Capitalizamos en este insumo, y comunicamos que el mejor viaje era por su Isla. Una Isla 78 Destinos mostraba la variedad de atractivos y experiencias que Puerto Rico ofrece e introdujo el Pasaporte de Turismo Interno como herramienta colateral y guía de turismo local. Este esfuerzo, realizado en conjunto con cada una de las 78 oficinas de Turismo Municipal y sus Alcaldes, hizo al puertorriqueño redescubrir a la Isla como un ‘first choice’ para sus periodos de ocio y descanso.



Isla Aventura: Con el objetivo de continuar impulsando la actividad turística de los residentes de la Isla, se lanzó la campaña publicitaria 'Isla Aventura' con el slogan: "La aventura te espera cerca de ti". Esta campaña presentaba a Puerto Rico como el parque temático mas grande las Américas, rompiendo los pensamientos sesgados a las regiones turísticas o area Metropolitana, y e impulsando la descentralización del turismo. Se hizo una segmentación de peublico objeto por intereses, dividiendo los atractivos turísticos y experiencias en 'sub-parques'. Isla Aventura también trajo consigo la creación de los nuevos "personajes" de Voy Turisteando: Javi, el coquí; y Lola, la cotorra.



Pasaporte a la Aventura: En respuesta a una necesidad crucial de apoyar la economía turística local, afectada durante la pandemia de COVID-19, la Compañía de Turismo de Puerto Rico lanzó en 2021 la campaña "Una Isla, 78 Destinos", que presentó un pasaporte turístico para impulsar la exploración local en los 78 municipios de Puerto Rico. El pasaporte físico, pensado como una simple herramienta promocional, se convirtió inesperadamente en una gran sensación, revelando un apetito público por la exploración interactiva y competitiva. Pero el pasaporte tenía sus inconvenientes, ya que se olvidaba fácilmente en los hogares, no se podía actualizar con las últimas atracciones y eventos y había momentos en que no había suficientes unidades para satisfacer

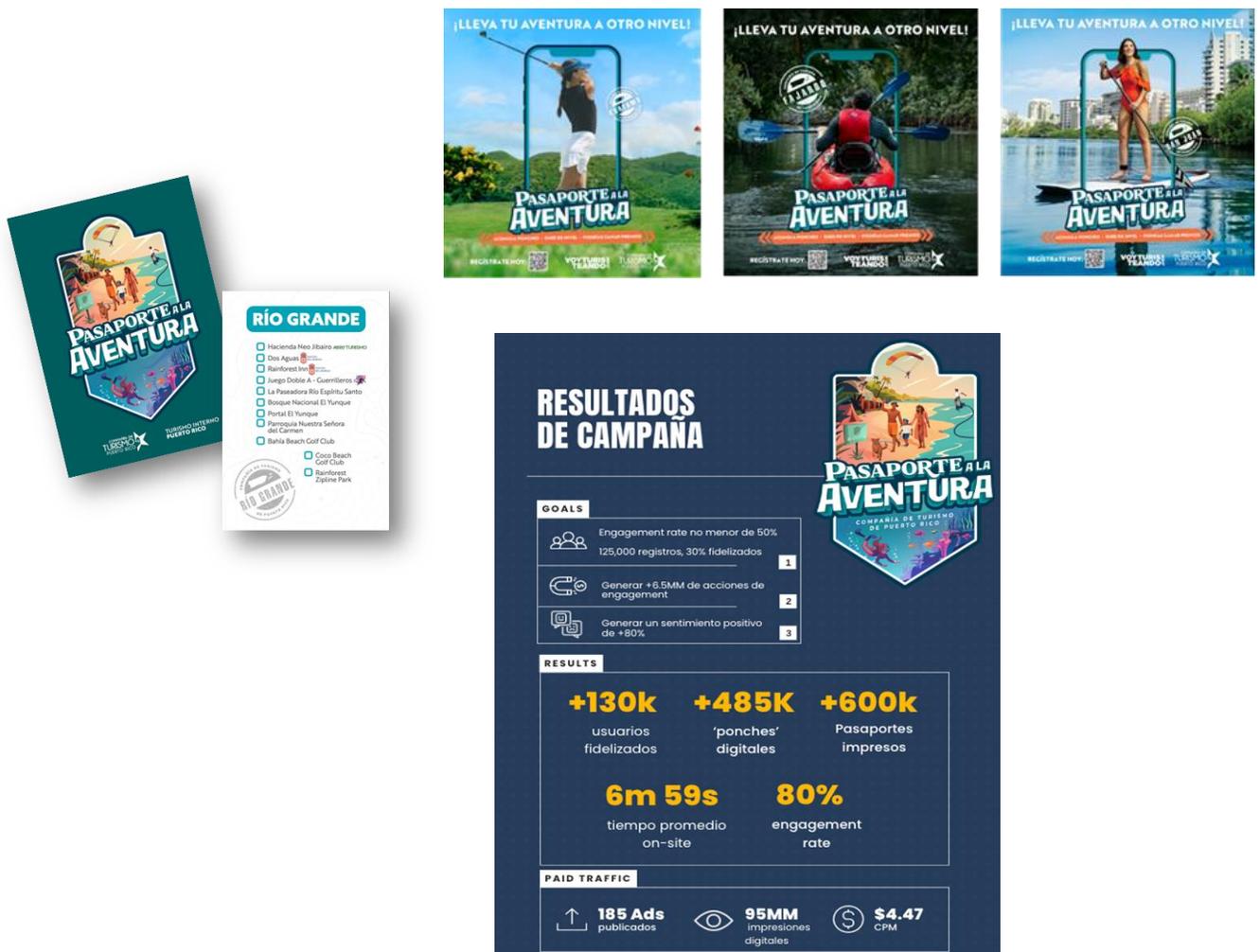
la inesperada demanda. La oportunidad era natural: poder integrar la idea del pasaporte al celular de manera que acompañara al usuario a todas partes.

Adicional a la nueva edición impresa del Pasaporte de Turismo Interno, creamos una aplicación web dinámica y fácil de usar que llevaba el concepto del Pasaporte Turístico al mundo digital.

Así nació Pasaporte a la Aventura. No sólo el nombre del Pasaporte nuevo, si no de su campaña de publicidad, esta nueva herramienta ofrecía:

- Ponche digital de sellos utilizando tecnología de geolocalización y RFID
- Acumular estos ponches, para obtener recompensas obtenían recompensas como estadías, tours, regalos de la marca, entre otros.

Nuevas marcas y funcionalidades interactivas para facilitar la planificación de actividades turísticas.



Verano Infinito: En julio 2024, Voy Turisteando presenta su nueva campaña y posicionamiento de marca: Verano Infinito. Esta estrategia cementa la cualidad única que posee Puerto Rico: somos un destino con producto de calidad, y un clima perfectamente consistente como un verano perpetuo. Renovando nuevamente y lanzando la 3era edición del Pasaporte Turístico, impulsaba el impacto capitalizando en las motivaciones de los residentes para hacer turismo interno, y creando un lema de orgullo: “Yo Turisteo Donde Vivo”, la localización e inversión del viral #ILiveWhereYouVacation.

Contamos con la alianza con nuestro embajador principal, el artista Daddy Yankee, y para el segmento joven y de penetración digital, las personalidades de medios e influencers Pepe Calderón y Gabriela Short.

Los verticales de la campaña incluyen:

- Activaciones y experiencias
- Tecnología e innovación
- Publicidad omni-canal
- Contenido digital curado y segmentado



Esta campaña continúa en ejecución al momento de este informe.

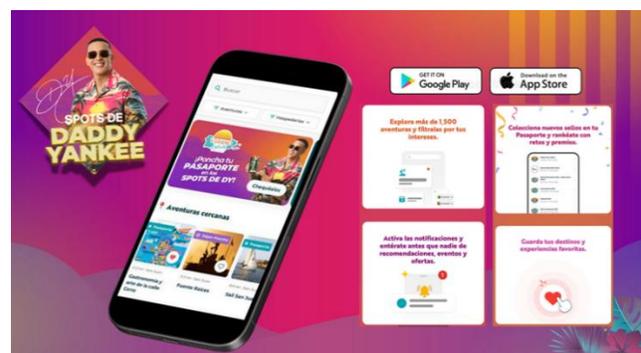
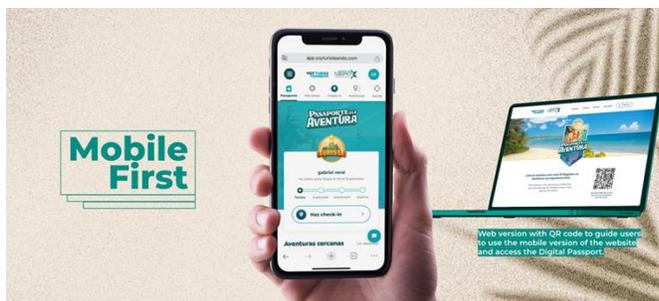


Rediseño Web y Aplicación Móvil: Respondiendo a una necesidad crucial de apoyar la economía turística local, y elevar el estándar de nuestra plataforma web a cumplir 100% con las guías establecidas por la Ley ADA & guías de PRITS, la CTPR decidió rediseñar completamente el website (UX/UI/CX) de su marca oficial, voyturisteando.com, y posteriormente traducir esto impulsado por el éxito de la digitalización del Pasaporte de Turismo Interno a una aplicación nativa para móviles Apple y Android.

Desde su etapa de planificación, y luego durante cada fase de optimización, se realizan estudios de usabilidad con consumidores reales. Esto ha permitido continuar evolucionando la plataforma, y diseñar un roadmap hasta 2025 con implementaciones técnicas y visuales.

Lo que realmente distingue esta iniciativa es su innovadora combinación de interacción digital y exploración en el mundo real, creando una experiencia de usuario única, fluida e inmersiva, estableciendo un nuevo estándar en el sector turístico. No solo fomenta la interacción física con las numerosas maravillas de la isla, sino que también marca un avance significativo en cómo los destinos pueden fusionar la tecnología con la exploración tangible para mejorar el compromiso y la satisfacción de los turistas.

Su uso revolucionario de tecnologías de geolocalización, junto con señalización habilitada por RFID, facilitó los registros físicos en diversos lugares. Utilizando la metodología y los marcos de **Design Thinking**, optimizamos la plataforma basándonos en un diseño accesible y centrado en el usuario.



Turismo Sostenible y Programa de Educación de Manejo de Desperdicios:

El departamento de Promoción y Mercadeo, y su división de Publicidad, posee como uno de los verticales estratégicos más importantes la promoción del turismo sostenible y consumo responsable del producto. Además, desde el 2021 ha implementado un programa de educación de manejo de desperdicios sólidos, el cual se enfoca en moldear el comportamiento del segmento joven, para que la CTPR pueda forjar turistas más responsables y comprometidos con su destino.

Desde su implementación en 2021, hemos participado directamente en recoger más de 50 toneladas de desperdicios, además de repartir sobre 500,000 bolsas biodegradables en actividades y eventos multitudinarios.

Esta iniciativa vive durante los meses de abril a julio, mediante las activaciones en eventos y promoción digital junto a nuestros embajadores.





4
Programa de gestión de residuos y concienciación de consumo responsable

Wisó C y Jowell
 Cantantes de música urbana

"Tumba La Tiradera", derivado de la frase Tumba la Tiradera de Residuos, es el programa de gestión de recogida de residuos para mitigar el impacto ambiental en los atractivos turísticos.

A través de visitas a los puntos de interés turísticos, se movilizaron esfuerzos para el recogida de desperdicios y mitigación de toxicidad al medio ambiente.

Acompañado del esfuerzo del recogido, se creó una campaña promocional durante épocas de días festivos, para promover el manejo responsable de los desperdicios sólidos y mantenerlos fuera de las playas, ríos y recursos naturales.

La campaña utiliza la música urbana y el género del Reggaetón para conectar con la audiencia y motivarlos a ser parte del movimiento hacia el futuro sostenible y preservación del entorno ambiental, cultural y comunitario.



IMPACTO Y RESULTADOS



+78%

Durante el 2022 y 2023, se actualizaron y certificaron un +78% de empresas bajo el sello de Ecoturismo, para un total de 16 establecimientos certificados.





+34%

Se obtuvo un crecimiento de +34% en certificaciones de Agroturismo, logrando un total histórico de 43 establecimientos con el sello de Agroturismo.





+49.6%

La plataforma de promoción Voy Turisteando y sus esfuerzos de concienciación alcanzó a un 49.6% de toda la población en Puerto Rico o 1.6 millones de residentes.
(Total población 3.3 millones)





12,700

El programa de manejo de desperdicios sólidos logró recoger **12,700 kilos** de residuos en los atractivos naturales de la isla.



22k

22,000 familias recibieron bolsas de basura biodegradables para el manejo de residuos y control de toxicidad en el ambiente.



270k

La plataforma de orientación ha alcanzado a más de **270,000 personas** en el canal de YouTube con el mensaje de fomentar el consumo eco-responsable y la reutilización de productos desechados.



Los esfuerzos de concienciación de las 6 verticales de este programa han generado sobre 118 millones de impresiones, y alcanzado a **1,966,625 personas**. El alcance obtenido representa un alcance de 60% de la población de Puerto Rico. En adición, las plataformas de orientación y redes sociales del programa de Destino Verde ha generado +8 millones de interacciones con usuarios en Puerto Rico.

Zonas de Turismo Gastronómico Especiales: Además de aquellas rutas creadas por el departamento de Planificación y Desarrollo, la CTPR está citada en varias leyes que nombra ciertas zonas y sectores como Zonas de Turismo Gastronómico Especial.

Estas son:

- Ley Núm. 123 de 2019: Kioskos de Luquillo
- Ley Núm. 62 de 2022: Ave. Boulevard, Levittown
- Ley Núm. 183 de 2014: Joyuda & Punta Arenas, Cabo Rojo
- Ley Núm. de 2018: Placita de Santurce

Para optimizar la promoción y eficientizar las actividades de promoción citadas en estas leyes, la CTPR le creó una serie de identidades y programas bajo la vertical de Voy Turisteando, para promover el tráfico de los residentes a estas, y destacar los atributos de cada una.

Las campañas promocionales incluyen:

- Apoyo en prensa
- Audio digital y terrestre (radio)
- Redes Sociales
- Influencer Marketing
- Web y digital
- Colateral y material de rotulación
- Videos



Gran Feria de Turismo Interno:

Anteriormente conocida como la Feria Voy Turisteando, la CTPR continuó este programa, bajo el nombre Gran Feria de Turismo Interno. Este evento presenta una gran oportunidad para que la industria turística pueda promover sus productos y servicios. Al mismo tiempo, residentes de Puerto Rico podrán orientarse y conocer los atractivos turísticos de cada municipio de nuestra Isla, para planificar sus vacaciones y rutas de turismo interno.

Durante la Feria, tanto los municipios como las empresas debidamente endosados y/o certificados por la CTPR, son ubicados en pabellones representativos de su Región Turística y/o programa, junto a otros exhibidores de la zona. También se crean pabellones específicos de artesanos, Agroturismo, entre otros.

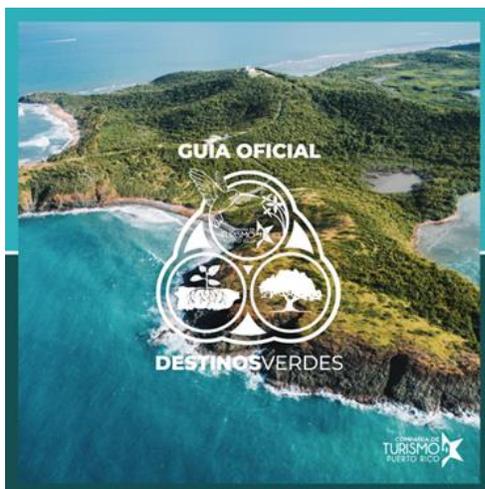
	Lugar	Público (Asistencia)	Exhibidores Empresas	Exhibidores Municipios
2022	Paseo de las Bellas Artes, Caguas	10,000	75	44
2023	Frente Marítimo de Cataño	30,000	106	48
2024	Paseo de La Princesa, Viejo San Juan	40,000	130	60



Campañas y Esfuerzos de Programas Institucionales: Con el objetivo de aumentar los endosos y promoción a las empresas certificadas en los programas institucionales de la CTPR, se realizaron varios esfuerzos desde la oficina de Promoción y Mercadeo, en conjunto con Desarrollo y Planificación.

Rebranding: Se renovaron las imágenes, logotipo y guías de uso para los principales programas institucionales de la CTPR, junto a su material colateral de soporte y certificados expedidos por las oficinas que administran los endosos de cada una, y materiales educativos adicionales como videos, infografías y folletos que explicaban el proceso de certificación y sus ventajas.

Destinos Verdes: el cual fomenta prácticas sostenibles en la industria turística, se capitalizó en este rebranding para educar a operadores turísticos y empresas sobre los beneficios de obtener el endoso y adoptar un enfoque ambientalmente responsable. Esto incluye las tres divisiones: AgroTurismo, EcoTurismo y EcoEstancias.



Turismo Náutico:



Estas son las exenciones a las que puedes cualificar:

- Contribuciones sobre Ingreso hasta un 4%:** Vigentes y Cuentas hasta 26 los primeros 5 años.
 - Región rural
 - Fecha de comienzo de actividad turística
 - Región en estado
 - Comienza con la decisión redactora de la actividad
- Propiedad Nueva e Inmueble hasta un 70% de exención Vigentes y Cuentas hasta 3000 los primeros 5 años.**
 - Región rural
 - A partir del 1º de enero del año anterior a los comienzos de la actividad
 - Región costera
 - A partir del 1º de enero del año anterior a los comienzos de la actividad redactora
- Activos Municipales de Construcción hasta un 50% de exención negocio nuevo y negocio existente comienzan a partir la decisión redactora.**
- Patentes, Arrendos y otras contribuciones municipales 50% de exención negocio nuevo y negocio existente comienzan a partir del 1º de enero 1º de julio más cercano posterior a la decisión redactora.**

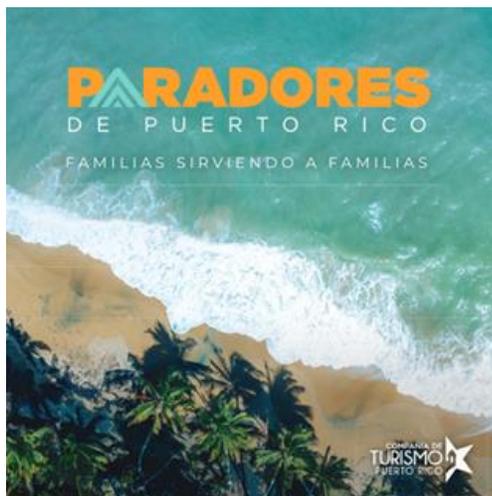
Así mismo se otorgan un 100% de exención (100%) de impuestos vigentes e impuestos sobre el valor agregado. También existen los beneficios de exención que se otorgan en los municipios de Vieques y Culebra en el caso de las Islas.

El Turismo Náutico es una manera única de ponernos en contacto con la naturaleza y belleza de Puerto Rico. Conoce los requisitos, términos y condiciones necesarios para las empresas con embarcaciones que proveen el servicio de turismo náutico y a las instalaciones de marinas turísticas en Puerto Rico, según la Ley Núm. 241-2010, Ley de Turismo Náutico.

Certifícate como empresa de

- Activos y Activos de Uso y Consumo:** hasta 100% de exención en el caso de las contribuciones respecto a los artículos adquiridos y utilizados en un negocio nuevo y en relación con la actividad turística, incluyendo artículos y materiales de construcción. Se excluyen inventarios de curso ordinario; negocio existente comienzan a partir de 30 días después de la decisión redactora.
- Impuesto al Consumo:** hasta 100% de exención en el pago de impuestos devueltos del personal y gas utilizados en la generación de energía eléctrica o energía térmica.
 - Región rural: fecha de comienzo de la actividad turística
 - Región costera: Comienza con la decisión redactora de la actividad

Paradores de Puerto Rico:



¡Turistea en familia!
Vete de road trip por la Isla y quédate en nuestros Paradores.

PARADORES DE PUERTO RICO

EL TAPAYO El Tapayo • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	CONDADO DE BEACH Condado de Beach • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	CONDADO DE SAN JUAN Condado de San Juan • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	CONDADO DE SAN JUAN Condado de San Juan • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	CONDADO DE SAN JUAN Condado de San Juan • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno
---	---	---	---	---

Puerto Rico Bed & Breakfast:



Puerto Rico Bed & Breakfasts
COMPAÑIA DE TURISMO DE PUERTO RICO

Casa Azul 1. Casa Azul • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	Don Angelito del Mar 2. Don Angelito del Mar • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	Casa Larga 3. Casa Larga • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	Don Sublime 4. Don Sublime • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	El Castillo 5. El Castillo • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno	El Financiero 6. El Financiero • 10 habitaciones • 100 camas • 1000 m² de terreno • 1000 m² de terreno
--	--	--	--	--	--

www.PuertoRicoBedandBreakfast.com #PuertoRicoBedandBreakfast

Mesones Gastronómicos:



Agencias de Viaje Certificadas:



Turismo Deportivo:



Turismo Cultural:



NEXT Puerto Rico Tourism Summit:

A medida que Puerto Rico avanza hacia una transformación económica histórica, la CTPR está posicionando la economía de visitantes como un componente clave del plan estratégico de desarrollo de la isla. Con un robusto programa e invitados oradores de alto nivel, **NEXT: Puerto Rico Tourism Summit** fue el evento propietario y producido completamente por la CTPR para educar al sector sobre nuestros esfuerzos para cumplir nuestro deber ministerial, misión y visión, además de crear un foro promocional gratuito para las empresas endosadas y/o certificadas por nuestra agencia.

Este evento se realizó por tres (3) años consecutivos, mediante una serie de paneles, conferencias, talleres y sesiones 'break-out', dónde los participantes podían conocer de la mano de expertos de la industria turística sobre:

- programas de incentivos
- planes de desarrollo estratégicos
- acceso a capital
- mejores prácticas de sostenibilidad
- desarrollo de pequeñas y medianas empresas locales
- prácticas exitosas de mercadeo
- acceso aéreo
- desarrollo marítimo
- calidad de servicio
- tecnología
- entre otros temas.

Además, podían visitar el Puerto Rico Marketplace, una exposición de las empresas endosadas y/o certificadas por nuestra agencia, y los programas y marcas de la CTPR. La entrada es completamente gratuita y la convocatoria es apoyada por un robusto plan de medios tradicionales y digitales.

Asistencia y participación:

	Público (Asistencia)	Exhibidores	Conferenciantes
2022	4,000	75	72
2023	5,800	120	90
2024	7,200	140	160



Puerto Rico Sí:

La iniciativa Puerto Rico Sí: Calidad de Servicio 100x35 fue un esfuerzo de dos componentes:

- Programa de capacitación y certificación de estándares de calidad al sector turístico, mediante road-shows y eventos alrededor de la Isla
- Campaña publicitaria de ‘awareness’ promoviendo los valores de servicio al sector, y civismo a los residentes cuando interactúan con turistas

La meta principal de la campaña Puerto Rico Sí fue elevar la calidad del servicio en el sector turístico de Puerto Rico, promoviendo la sostenibilidad ambiental, la responsabilidad social y la gobernanza ética. La campaña buscaba fomentar un sentido de orgullo, pertenencia y unidad entre los profesionales del turismo y los residentes locales, asegurando que la excelencia en el servicio se convirtiera en un pilar fundamental de la experiencia turística de la isla.

Para comunicarlo, se escogieron tres embajadores representativos de diferentes verticales del eco-sistema turístico, y que a la vez resuenan con la comunidad puertorriqueña.

- Desiree Lowry, reina de belleza, educadora de moda y personalidad de medios
- Gilberto Santa Rosa, cantante de salsa reconocido mundialmente
- Rafa Campos, golfista profesional y atleta olímpico

Los tres se convirtieron en portavoces del mensaje positivo, exhortando a “ofrecer un trato fuera de este mundo”. Además, se creó un lema, una especie de himno, junto a Gilberto Santa Rosa y Cuco Peña, que se utilizó para armonizar la campaña publicitaria, y la serie digital, “Los que Sí Saben”, con empresarios y líderes del sector.



RESULTADOS DE CAMPAÑA



GOALS

- 

Capacitar a 15,000 profesionales actualmente empleados.
Reclutar no menos de 5,000 nuevos empleados. **1**
- 

10MM de impresiones digitales y un engagement rate no menor de 50%. **2**
- 

Fortalecer la experiencia general del visitante en PR, enfocándonos en el servicio, sostenibilidad e integración comunitaria. **3**

RESULTS



Take-Off: Programa de Aceleración Empresarial:

El Programa de Aceleración Empresarial para pymes turísticas es una iniciativa de la CTPR dirigido a Pequeñas y Medianas empresas del sector gastronómico que busca apalancar empresas existentes de manera más rápida y prometedora, de tal forma que se provea al sector turístico en general una gama de herramientas, conocimientos y recursos, además de un capital de expansión y crecimiento de hasta cinco mil dólares (\$5,000.00); que garanticen el continuo desarrollo de dichas empresas.

Cada pyme participante tomará cursos de capacitación y sesiones de mentoría ofrecidos por profesionales y líderes de la industria empresarial y turística. Luego de completar satisfactoriamente los módulos de capacitación, los empresarios tendrán la oportunidad de presentar los avances alcanzados en el día de presentación, en adelante “Demo Day”.

Las pymes elegibles para participar de este nuevo programa poseen entre dieciocho (18) a treinta seis (36) meses de operación y se ubican en zonas de interés turístico y/o rutas gastronómicas certificadas por la CTPR.

take-off

459
SOLICITUDES

24
EMPRESAS

6
SEMANAS

\$5,000
INCENTIVO DE EXPANSIÓN

INNOVACIÓN | MANEJO DE PERSONAL | FINANZAS OPERACIONALES | CALIDAD DE SERVICIO
PLATAFORMA Y ANALÍTICOS | CONTENIDO Y ESTRATEGIAS

EVENTOS & ALIANZAS ESTRATEGICAS:

La Compañía también estableció acuerdos y alianzas estratégicas con varios gremios globales, convenciones y foros con el propósito de elevar el perfil del destino como el lugar ideal para viajes de ocio y negocios, y apoyar la gesta de planificación de itinerario para el acceso aéreo y marítimo.

Entre las más importantes:

- FITUR 2024 donde se concretaron acuerdos que han llevado a la más alta frecuencia de vuelos semanales entre Madrid y San Juan en más de una década y se logró posicionar la Isla entre los 5 destinos predilectos de los participantes. Durante la Feria, se firmaron acuerdos y celebramos diversos hitos, como la ampliación histórica con Iberia (8 meses del año con vuelos diarios, y récord de asientos), acuerdo con Avianca para comienzo de vuelos a Medellín e incremento histórico con Bogotá, anuncio de nueva ruta marítima entre Mayagüez, PR y San Pedro de Macorís, RD junto a la empresa Balearia, nuevo acuerdo con la ONU Turismo, entre otros. Estos acuerdos representaron un impacto económico aproximado de \$30MM adicionales, y la operación de Balearia representa una inversión de sobre \$8MM a la región Porta del Sol (Oeste).

En términos de valor mediático, el valor de la promoción del destino generada durante FITUR 2024 se estimó en sobre \$300,000MM euros (\$334,000MM USD). Generó sobre 465 artículos dedicados (exclusivos) a Puerto Rico, 142,000 reportajes y menciones, y 2MM de impresiones digitales.

- ANATO 2024, convención que proveyó la oportunidad de llevar una amplia promoción dado a los beneficios de ser seleccionado como destino Internacional Invitado de Honor
- El regreso de la convención FCCA en el 2022 y la formalización de su celebración en la Isla en el 2024 y 2025
- La celebración de CAPA Américas 2022 en el *Hyatt Regency Grand Reserve Puerto Rico*, actividad a la cual asistieron ejecutivos claves en la decisión de los planes de desarrollo aéreo a nivel mundial, entre otros.
- La celebración del primer Sustainability Summit de WTTC (World Travel & Tourism Council) en abril 2022, como parte del convenio de promoción del destino como partner de la entidad

DESARROLLO DE MERCADO:

La Oficina de Desarrollo de Mercado tuvo como objetivo principal durante periodo de 2021-2024 el manejo de fondos federales. Esto implica la gestión, supervisión e implementación de los objetivos estratégicos de la CTPR, con un enfoque particular en asegurar y gestionar adecuadamente las subvenciones de la Administración de Desarrollo Económico (EDA) Economic Development Administration y la Ley del Plan de Rescate Americano (ARPA). Esta responsabilidad se extiende a garantizar la asignación y el uso adecuados de los fondos, mantener el cumplimiento de los requisitos de las subvenciones y apoyar proyectos que promuevan el crecimiento económico y la recuperación en el sector turístico. La responsabilidad primaria es gestión eficiente y efectiva de las subvenciones de EDA y ARPA para apoyar las iniciativas de CTPR destinadas a revitalizar el sector turístico de Puerto Rico después de la pandemia.

Áreas de enfoque clave para la gestión de subvenciones de EDA y ARPA:

1. Adquisición de subvenciones y desarrollo de propuestas:

- Identificar oportunidades de financiación relevantes para los objetivos de CTPR, asegurando la alineación con la recuperación económica y el desarrollo turístico.
- Colaborar con equipos internos y socios externos para redactar propuestas convincentes que destaquen el potencial turístico de Puerto Rico y los impactos específicos de los proyectos de subvención.

2. Planificación estratégica y asignación de recursos:

- Trabajar en estrecha colaboración con los equipos de finanzas y operaciones para crear una hoja de ruta sobre cómo se asignarán y utilizarán los fondos de las subvenciones.
- Asegurar que las métricas e indicadores claves de rendimiento (KPI) para medir el éxito de cada proyecto financiado a través de las subvenciones.

3. Cumplimiento e informes:

- Asegurar de que todos los proyectos cumplan plenamente con las directrices de EDA y ARPA, incluidos los informes financieros, los hitos y los plazos.

- Desarrollar un marco de presentación de informes para actualizaciones periódicas sobre el estado de las subvenciones, detallando las finanzas y el progreso del proyecto a las partes interesadas.

4. Participación de las partes interesadas:

- Fomentar relaciones sólidas con entidades gubernamentales claves, empresas turísticas y líderes comunitarios para garantizar la implementación exitosa de proyectos financiados por subvenciones.
- Coordinar con los socios de subvenciones para garantizar que todos los proyectos estén alineados con los objetivos estratégicos generales de CTPR.

Iniciativas y acciones específicas:

1. Proyectos de mejora de la infraestructura turística

- Acción: Supervisar el despliegue de fondos de la EDA para reconstruir la infraestructura turística crítica afectada por los huracanes y la pandemia.
- Ejemplo: Asignar fondos para renovar sitios turísticos populares, mejorar la accesibilidad y mejorar la infraestructura digital para el marketing turístico.

2. Apoyo e innovación para pequeñas empresas

- Acción: Gestionar iniciativas financiadas por ARPA destinadas a apoyar a las pequeñas empresas relacionadas con el turismo.
- Ejemplo: Desarrollar programas de subvenciones para proporcionar alivio financiero a las empresas locales, promover la innovación turística y fomentar las prácticas turísticas sostenibles.

3. Desarrollo Turístico Sostenible

- Acción: impulsar iniciativas de sostenibilidad dentro del sector turístico.
- Ejemplo: Implementar prácticas turísticas ecológicas, apoyar proyectos turísticos basados en la comunidad y fomentar el desarrollo de espacios verdes y sitios del patrimonio cultural.

4. Programas de desarrollo y capacitación de la fuerza laboral

- Acción: Asignar una parte de la subvención de ARPA para el desarrollo de la fuerza laboral en la industria del turismo.

- Ejemplo: Asociarse con instituciones locales para proporcionar programas de capacitación que mejoren las habilidades de la fuerza laboral en áreas como la gestión de la hospitalidad, el marketing digital para el turismo y el servicio al cliente.

5. Campañas de promoción de mercadeo y turismo:

- Acción: Utilizar la financiación de subvenciones para mejorar la marca turística global de Puerto Rico.
- Ejemplo: Lanzar campañas de marketing dirigidas a viajeros internacionales y nacionales, destacando la cultura única de la isla, la belleza natural y los esfuerzos de recuperación posteriores a la pandemia.

Métricas de éxito y KPIs:

- Tasa de cumplimiento de subvenciones: Garantizar el 100% del cumplimiento de las directrices de EDA y ARPA, incluidas las presentaciones e informes oportunos.
- Eficiencia de utilización de fondos: Asegurar que se comprometan los fondos y la plena utilización de estos, con una desviación de menos del 5 % de las proyecciones presupuestarias.
- Tasas de finalización del proyecto: Lograr el 90 % de finalización del proyecto para todas las iniciativas financiadas con subvenciones para fin de año.

Comunicación e informes:

- Informes mensuales de progreso: Brindar estatus semanales, mensuales a la oficina de Dirección con las actualizaciones mensuales y a las partes interesadas sobre el progreso de los proyectos, incluyendo presupuestos – comprometido vs. gastado, los retos y las oportunidades.
- Revisión anual: desarrollo de un documento o presentación que incluya logros y éxito de las subvenciones de la EDA y la ARPA, destacando los logros clave, los desafíos y las recomendaciones futuras.
- Este plan permite mantener un enfoque estratégico de alto nivel mientras ejecuta las responsabilidades diarias asociadas con la gestión de las subvenciones de EDA y ARPA para CTPR. También demostrará su liderazgo en la conducción de los esfuerzos de recuperación turística de Puerto Rico.

Manejo de los proyectos:

Planificación:

- a. Realizar assessment y entrevistas para identificar estatus actual, líderes de proyecto, retos y desafíos.
- b. Definir entregables y/o resultados.
- c. Identificar líderes de proyectos internos, equipo de trabajo y apoyo.

Manejo y dirección:

- a. Realizar investigación y diligencias
- b. Definir plan de Proyecto, flowcharts, timelines, definir requerimientos, comunicar y discutir las estrategias sugeridas y ajustar según las necesidades operacionales.
- c. Coordinar frecuencia de reportes, recolectar la data y dar seguimientos recurrentes.

Control y Monitoreo:

- a. Brindar actualización de los proyectos
- b. Desarrollar y brindar apoyo en la redacción de memos, peticiones y contratos
- c. Brindar apoyo constante a los recursos internos y socios de negocio

Estas tareas y estrategias se centran en dar continuidad a las iniciativas, con especial énfasis en los programas financiados con fondos federales. De la mano de los recursos internos asignado como líderes de las estrategias y Ad Astra LLC. Compañía subcontratada con el propósito de dar soporte a lograr el pleno cumplimiento de los requisitos del programa.

Grant Management Life Cycle:

- **Recipients and Subrecipients Begin Closeout Process**
 - Submit Final Accounting and Reporting in a Timely Manner
 - Ensure All Obligations Occur Within the Period of Performance
 - Liquidate All Unliquidated Obligations

- Ensure Final Accounting Includes All Obligations, Liquidations, and Unobligated Balances
 - Make Final Determinations Regarding Disposition of Property Purchased with Federal Funds
 - Complete and Submit Final Performance and Financial Reports
 - Contact Federal Awarding Agency for Additional Instruction, if any
- **Federal Awarding Agency Review and Final Determinations**
 - Review Closeout Package and Final Reports from Recipient
 - Determine if Changes to Final Reporting are Necessary
 - Make Settlement on Any Repayments
 - Close out the Award

Actualmente nos encontramos en la fase final del ciclo de la gestión de subvenciones, conocida como cierre “Close-out”, la cual es un paso crucial que garantiza que todas las acciones administrativas y el trabajo requerido relacionado con una concesión federal se completen con éxito. Los cierres son esenciales para permitir que las agencias federales utilicen los fondos restantes antes de que finalice el período de asignación, lo que resalta la importancia de los procesos de cierre eficientes y efectivos.

Como parte de los esfuerzos manteneos registros detallados de todos los proyectos para respaldar esta información, ya que parte de los requerimientos establece que los destinatarios realicen un seguimiento preciso de los gastos, pasivos, ingresos y gastos. De acuerdo con la Guía Uniforme, los destinatarios deben realizar un inventario físico cada dos años y conciliar los datos con los registros de propiedad para garantizar el cumplimiento y la precisión.

OPERACIONES TURÍSTICAS:

La División de Operaciones Turísticas adscrita al Departamento de Promoción y Mercadeo consta de cuatro (4) centros de información ubicados en el Viejo San Juan, Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín (LMM) y las Islas Municipio de Vieques y Culebra. Además, la División está a cargo de las operaciones del Programa Puerto Rico Te Recibe el cual le da la bienvenida y ofrece asistencia al visitante en los puntos de llegada de puertos de cruceros y Aeropuerto LMM. A continuación, se desglosan los logros alcanzados por la División en sus distintas áreas operacionales:

Centro de Información Aeropuerto LMM:

Este centro actualmente cuenta con 6 personas a tiempo completos y 2 recursos de servicio temporero de apoyo. Opera todos los días de 9am a 6pm, e incluye dos estaciones satélites en zonas de Inmigración para apoyo en horarios de recibimiento de vuelos internaciones.

Logros y proyectos especiales:

- Contratación de personal adicional para cubrir las necesidades operacionales del centro y sus satélites.
- Mejoras en la asignación de recursos para ampliar la presencia de personal en los counters satélite.
- Mejoras al counter satélite B que incluyeron la adición de luminarias para realzar las fotografías del producto turístico e instalación de piso nuevo con el “look and feel” de la nueva imagen de los centros de información.
- Mantenimiento, pintura, mejoras y reemplazo de infraestructura y mobiliario.
- Cambio de alfombras en el área de oficinas y salón de conferencias del centro principal.
- Reemplazo y actualización de rotulación en los counters satélites, señalización en los terminales y exterior del centro principal.
- Reemplazo y actualización de rotulación (pegatinas) y fotografías en el centro, counters satélite y terminales incluyendo el nuevo logo corporativo.

- Reemplazo de equipo defectuoso, adquisición de equipo y materiales necesarios para la operación óptima del centro.
- Instalación de monitor de 80” en el centro principal para la proyección de visuales del destino y material promocional.
- Reemplazo y modernización de los equipos de IT (PC's/laptops/extensions/UPS).
- Reparación y modernización de luminarias con tecnología eficiente LED (área de servicio y salón de conferencias).
- Apoyo con la asignación de recursos para actividades oficiales de la CTPR en vuelos inaugurales, escoltas y recibimientos.

Centro de Información Viejo San Juan (Edificio Ochoa/Princesa/Caseta Muelle 4):

Este centro actualmente cuenta con 2 personas a tiempo completo y 5 bajo empleo temporero.

Logros y proyectos especiales:

- Adición de nueva área operacional de asistencia al pasajero de crucero con la caseta instalada en el muelle 4 del Viejo San Juan.
- Extensión del horario de servicio de 5:30 pm hasta las 7:00 pm para impactar al pasajero de crucero.
- Contratación de personal adicional para cubrir las necesidades operacionales del centro y sus satélites por bajas/reclasificación de puestos de empleados, turnos diurnos/nocturnos y la caseta de información al turista en el muelle 4.
- Mantenimiento, mejoras y reemplazo de infraestructura y mobiliario.
- Adición de 4to puesto de atención al turista en el centro de información del edificio Ochoa.
- Reemplazo y actualización de rotulación (pegatinas) existente con nuevo logo corporativo.

- Instalación de rótulo iluminado en el exterior del centro para mayor visibilidad de la ubicación de nuestros servicios.
- Reparación y modernización de luminarias con tecnología eficiente LED (área de servicio y oficinas administrativas).
- Reemplazo y modernización de los equipos de IT (PC's/laptops/extensions/UPS/tablets).

Centro de Información de Vieques (Aeropuerto Antonio Rivera Rodríguez):

Este centro actualmente cuenta con una empleada a tiempo completo y un recurso temporero para apoyo.

Logros y proyectos especiales:

- Contratación de personal adicional para cubrir las necesidades operacionales del centro y su satélite por bajas y reclasificación de puestos de empleados.
- Se realizaron trabajos de pintura y piso nuevo para incorporar el “look and feel” de la nueva imagen de los centros de información en el interior.
- Reemplazo y actualización de rotulación exterior del aeropuerto con nueva imagen.
- Reemplazo de equipo y mobiliario defectuoso, adquisición de equipo y materiales necesarios para la operación óptima del centro.
- Reemplazo y modernización de los equipos de IT (PC's/laptops/extensions/UPS/tablets).
- Activaciones de asistencia a pasajeros de cruceros en tránsito.
- Representación en los eventos especiales de la CTPR, auspicios y activaciones de Voy Turisteando.
- Activaciones de Semana Santa en el muelle de HMS Ferries.

Centro de Información de Culebra:

Este centro actualmente cuenta con una empleada a tiempo completo y un recurso temporero para apoyo.

Logros y proyectos especiales:

- Contratación de personal adicional para poder cubrir la operación del centro los sábados y domingos lo cual no ocurre desde el 2015.
- MOU con el Municipio de Culebra para el uso y traspaso del mantenimiento de las facilidades donde ubica el centro de información.
- Reemplazo de rotulación exterior con nueva imagen.
- Reemplazo y actualización de rotulación incluyendo el nuevo logo corporativo.
- Reemplazo de equipo defectuoso, adquisición de equipo y materiales necesarios para la operación óptima del centro.
- Reemplazo y modernización de los equipos de IT (PC's/laptops/extensions/UPS/tablets).
- Activaciones de asistencia a pasajeros de cruceros en tránsito.
- Representación en los eventos especiales de la CTPR, auspicios y activaciones de Voy Turisteando.
- Activaciones de Semana Santa en el muelle de HMS Ferries.

Operaciones de Muelles Turísticos:

Desde el 2022, se estableció un acuerdo con la agencia de promocional Perfect Storm, para apoyar las operaciones de orientación a cruceristas y despachos de taxis en recibimientos de cruceros en los muelles 3 y 4 de Viejo San Juan. Este alcance de trabajo es un modelo de prestación de servicios a uno más eficiente y de menor presupuesto. El alcance de trabajo incluye:

- Asistencia al pasajero en el despacho de taxis en los muelles de crucero del Viejo San Juan, Isla Grande y Ponce.
- Asistencia dirigida al pasajero de crucero con información turística en la caseta del muelle 4.

Activaciones de Semana Santa en los terminales del ferry en Ceiba, Vieques y Culebra.

COMUNICACIONES:

La Oficina de Comunicaciones de la Compañía de Turismo de Puerto Rico cuenta con la responsabilidad de comunicar y difundir las iniciativas dirigidas al desarrollo del turismo local, la planificación y manejo del destino y los esfuerzos relacionados con impulsar el desarrollo económico producto de la actividad turística en toda la Isla a través de:

- Aumentar la conciencia y promover a Puerto Rico como un destino de excelencia con una amplia gama de hospederías, lugares para visitar y actividades para viajeros de placer y negocios.
- Ser proactivos estableciendo y manejando relaciones con contactos de medios impresos, radio, televisión y electrónicos incluyendo medios sociales de amplia difusión.
- Reforzar la imagen de Puerto Rico como un destino completo donde se pueden disfrutar de unas vacaciones inolvidables sin necesidad de viajar fuera del territorio.
- Diferenciar a Puerto Rico de la competencia resaltando sus ofrecimientos y la conveniencia de que no hay necesidad de viajar para disfrutar.
- Educar al público en general sobre la importancia del turismo como un motor de desarrollo económico con amplio potencial para la creación de nuevas empresas y generar empleos.
- Manejo de crisis.
- Informar sobre las actividades relacionadas a la industria turística.
- Crear oportunidades con los medios, redacción de comunicados, contenido editorial, coordinación de entrevistas y manejar solicitudes de prensa local e internacional, al igual que proveer información al público en general sobre las gestiones realizadas y servicios que provee la CTPR.

Logros:

1. Los esfuerzos del Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas se centraron en comunicar las estrategias y trabajo que ha estado realizando la CTPR para lograr la recuperación estabilización y desarrollo de la industria turística a finales y post pandemia Covid-19; los resultados obtenidos con la implementación de las iniciativas que redundaron en números históricos de movimiento de pasajeros;, recaudos de impuestos por concepto de ocupación, y auspicio de eventos locales; el aumento de rutas, frecuencia de vuelos, cruceros puerto base, y visitas de cruceros a puertos en toda la Isla que igualan y superan los niveles prepandemia, impulsan la creación y expansión

de empresas relacionadas a la industria y la descentralización de la actividad turística y nuevas campañas para impulsar el turismo interno.

2. Comunicados de Prensa – se han realizado un total de 177, hasta el 31 de agosto del 2024

3. Conferencias/Ruedas de Prensa - se han realizado un total de 25, hasta el 31 de agosto del 2024)

Los temas discutidos en las conferencias de prensa incluyen: acceso aéreo y marítimo; incentivos; programas y servicios institucionales para ayudar al desarrollo de empresas relacionadas al turismo; calidad de servicio; turismo cultural, agro y ecoturismo; participación del destino en foros internacionales; diversidad y desarrollo de nuevos productos; conservación de atractivos turísticos y el ambiente; nuevas hospederías; gastronomía; eventos, artesanías, entre otros temas de turismo interno y perfil del destino.

4. Viajes de Prensa Local e Internacional– se han realizado 48, hasta el 31 de agosto del 2024

- El Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas colabora con las divisiones de Publicidad y Acceso Aéreo y Marítimo de la CTPR y *Discover Puerto Rico* para realizar varios viajes de familiarización con prensa y creadores de contenido (*influencers*) locales e internacionales.
- En el caso de visitantes del exterior, estas colaboraciones incluyen: la preparación y coordinación directa con hospederías, operadores turísticos, y compañías de transportación terrestre, aérea y marítima para un promedio de 5 a 6 días con actividades que se enfocan en destacar la diversidad de ofrecimientos y fácil acceso a la Isla e incluyeron actividades al aire libre, gastronomía, cultura, aventura, visitas a empresas agro y ecoturísticas, con estadías en hoteles en varias regiones de la Isla.
- Los viajes de la prensa y creadores de contenido (*influencers*) locales fueron planificados alrededor de la idea de mostrar al público no solo la accesibilidad y diversidad de ofrecimientos, sino lo fácil que es planificar tanto un pasadía o fin de semana con amigos y amistades, como unas vacaciones completas sin

necesidad de viajar al exterior. Adicional a esto, grupos periodistas y creadores de contenido (*influencers*) seleccionados por su alcance y cobertura de temas específicos eran invitados para cubrir y disfrutar de eventos tanto institucionales como auspiciados por la CTPR.

5. Reconocimientos:

- La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) fue reconocida por la prestigiosa organización *Aquila Center for Cruise Excellence* con el galardón de su primera edición del *Aquila Whalesong Award for Excellence in People Investment*. El mismo fue entregado durante la convención *Seatrade 2024*, uno de los eventos cumbres del de la industria internacional de cruceros celebrado en abril 2024.
- La CTPR fue escogida y participó como País Invitado de Honor en las Vitrinas Turísticas de ANATO 2023 y 2024 respectivamente. Durante el evento, celebrado en Colombia del 28 de febrero al 1ero de marzo, uno de alto perfil en la industria turística del hemisferio occidental a nivel internacional, una delegación de representantes del sector público y privado promocionó la diversidad de actividades y atractivos disponibles en la Isla.
- La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR), junto a la reconocida arquitecta puertorriqueña Astrid Díaz, recibió una importante distinción en la celebración de la XVI Bienal de Arquitectura y Arquitectura Paisajista de Puerto Rico por su campaña promocional de turismo cultural, que muestra el recorrido por La Ruta Religiosa de Porta Atlántico Sagrado. Este trascendental reconocimiento fue otorgado por un jurado internacional bajo la categoría de Proyecto de Investigación, durante la Bienal celebrada el 19 de junio de 2021.
- Recertificaciones y nuevas recertificaciones del programa Bandera Azul el cual se otorga a se otorga a playas, marinas y operadores de embarcaciones de turismo que cumplen con estrictos criterios establecidos a nivel internacional para guiar y mejorar los estándares de operación, seguridad, servicios básicos, y educación ambiental. Entre los reconocidos se encuentran Playa Puerto de Puerto Nuevo en Vega Baja, Playa de la Isla de Palomino, las embarcaciones *East Wind*, *Caribe Spirit*, *Eco Isleño*, *Island Flyer*, *Amazing Grace*, *Tropical Escape* y *Zatara* operadas por *East Island*; la embarcación *Tortuga* operada por *Caribe Bliss*; las

embarcaciones *Josiah's Reach* y *U Turn*; y la marina *Safe Harbor* Puerto del Rey en Fajardo.

- Se recibió el Reconocimiento Especial del Presidente de la Cámara de Comercio de Puerto Rico por sus esfuerzos para promover el desarrollo de PyMEs locales durante su asamblea anual en junio del 2022.
- Durante la vigésimo cuarta asamblea de la Organización Mundial de Turismo (OMT) celebrada en marzo del 2021, el Director Ejecutivo de la CPR fue nombrado miembro observador en el Consejo Ejecutivo de la organización.
- En enero de 2022, el Director Ejecutivo también fue reconocido con la Medalla al Mérito por la Internacionalización del Turismo en Iberoamérica y la rápida recuperación del sector turístico en Puerto Rico durante la vigesimoquinta Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (CIMET). La Medalla CIMET es otorgada en reconocimiento a ministros de Turismo y todos los responsables del turismo en los destinos de Iberoamérica que han aportado a impulsar la internacionalización de las empresas turísticas de esta región. Esta medalla es acuñada por La Real Casa de la Moneda de España, con certificado oficial de su emisión por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre.
- La Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR), Aerostar, y *Discover Puerto Rico* delinearon una estrategia colaborativa para lanzar el nuevo esfuerzo de orientación al turista *Return the Love* en agosto de 2021. Esta iniciativa persigue mostrar al visitante las bondades naturales, históricas y culturales que ofrece Puerto Rico para su disfrute, pero siempre enfatizando en la importancia de seguir los protocolos de salubridad, seguridad, civismo y cuidado al ambiente, como respuesta al amor y hospitalidad que brinda la Isla.
- El trabajo de la CTPR en Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) llevaron a la celebración en la Isla de la primera Cumbre de Sostenibilidad e Inversión de la organización. Con esta cumbre mostraron los avances de vanguardia que se han realizado como parte de la política pública en el desarrollo del turismo local y relazan la imagen de la Isla como un destino de vanguardia en materia de sostenibilidad a nivel internacional.

EVENTOS ESPECIALES:

A continuación, se detallan los logros alcanzados por esta división durante los años 2020 al 2024. El Comité de Auspicios de la CTPR recibió un total de **1,727 solicitudes de auspicio** de diferentes entidades y organizaciones para la celebración de actividades culturales, deportivas, profesionales, entre otras. La CTPR evalúa que esos eventos se ajusten a nuestras estrategias y planes de mercadeo. Así también que cumplan con nuestros objetivos de ocupación hotelera y desarrollo económico de las distintas regiones turísticas. Se incluye lista de eventos patrocinados.

- Alianzas Estratégicas – Logramos establecer alianzas estratégicas a través de acuerdos de auspicio para maximizar la inversión del auspicio manteniendo exposición durante todo el año en los eventos y actividades de estos gremios y entidades.
 - Asociación de Hoteles y Turismo de Puerto Rico
 - Museo de Arte de Puerto Rico
 - Museo de Arte de Ponce
 - Museo de Arte y Diseño
 - Museo de Arte Contemporáneo
 - Museo de las Américas
 - Asociación Hecho en Puerto Rico
 - Asociación de Industriales de Puerto Rico
 - Centro Unido de Detallistas
 - Cámara de Comercio de Puerto Rico
- Turismo Deportivo – Conforme nuestro deber ministerial de desarrollar el deporte como segmento de inversión económica y proyección de la Isla como destino, según establece la Ley 280 del 2008, se auspiciaron varios eventos deportivos locales e internacionales que provocaron un gran impacto en la economía del turismo en la Isla. Entre estos importantes eventos están los siguientes:

Evento	Impacto Económico
Puerto Rico Open	\$17,000,000.00
IronMan 70.3	\$5,000,000.00
Pro Billiard World Cup	\$10,000,000.00
ISA Surfing World Cup	\$25,000,000.00
FIBA 3x3 Americup	\$1,500,000.00
FIBA Women's Americup	\$1,000,000.00
PR 10K	\$4,300,000.00
Lola Challenge	\$5,000,000.00
Clásico Mundial de Atletismo	\$3,000,000.00
Caribbean Volleyball Championship	\$6,000,000.00
WWE Smackdown & Backlash	\$12,000,000.00
MVP Boxing (Meinke vs Serrano)	\$1,500,000.00
Mundial de Equitación	\$2,000,000.00

PUERTO RICO OPEN: cabe destacar que la CTPR ha sido el auspiciador principal de este importante torneo por 12 años consecutivos. Se estableció un acuerdo incremental con este evento, junto a una optimización y amplificación de beneficios y acuerdos comerciales con NBC y sus servidores publicitarios y mediáticos, para maximizar el acuerdo promocional. El retorno de inversión publicitario y earned media value de este evento supera los \$100 millones de dólares, siendo el territorio Estados Unidos Continental el de mayor impacto. El impacto económico local en 2024 se estimó en \$17,000,000, producto de

recaudos de impuestos hoteleros, impuestos de bolsa de premios, gastos del visitante y empleos creados.

Feria de Artesanías de la CTPR (2021, 2022 y 2023): Como parte de nuestras funciones de promover el turismo cultural a través de la creación de espacios y actividades que fomenten la artesanía puertorriqueña, celebramos esta feria donde participan alrededor de 200 artesanos de toda la Isla. Con este evento propietario de la CTPR hemos tenido un impacto económico de aproximadamente \$1,500,000.00 en ventas de productos artesanales.

Turismo Cultural: se estableció la expansión del programa de artesanos en Paseo de la Princesa, creando bazares prácticamente todos los fines de semana del año calendario y promoción digital y en prensa de la oferta de estos. Además, se expandió el permiso de área permitiendo duplicar la cantidad de quioscos artesanales (42 en 2019 vs 80 en 2024). Esto logró la recuperación de este sector a medida que se recuperaba el tráfico pedestre y crucerista de la zona, y un crecimiento en ventas de más de \$2MM entre el 2021-2024.

ACCESO AEREO Y MARITIMO:

La División Aéreo y Marítima (AA&M) de la Compañía de Turismo de Puerto Rico tiene el deber ministerial de ejecutar las iniciativas de desarrollo empresarial para sostener y ampliar la oferta de transporte hacia y desde Puerto Rico. A través de la creación de políticas públicas y la debida diligencia continua, el equipo es responsable de promover incentivos, negociar y asegurar acuerdos con las aerolíneas y compañías de cruceros que resulten en un retorno positivo para el destino.

Entre las funciones y responsabilidades asignadas a la (AA&M) por la Ley 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, se encuentran:

- Salvaguardar las relaciones gubernamentales con las compañías de cruceros y aerolíneas.
- Actuar como enlace con otras entidades gubernamentales y privadas para ayudar a las compañías de cruceros y aerolíneas a mejorar o crear nuevos servicios turísticos.
- Proporcionar conocimiento y análisis de mercado para la creación de nuevos productos turísticos.
- Coordina y representa a Puerto Rico en ferias comerciales (B2B) nacionales e internacionales de cruceros y acceso aéreo. Detallamos: Cruceros: FCCA Trade Show, FCCA- Pamac Platinum Events, Seatrade Cruise Global, Seatrade Europe, Seatrade Mediterranean, CLIA Cruise Events, Fitur & Fitur Cruises. Aéreo: Routes Américas, World Routes. Ferias internacionales: Anato
- Negociar y ejecutar Cooperativas de Comercialización de Acceso Aéreo y Marítimo para aumentar el servicio de pasajeros aéreos y promover las rutas aéreas y homeports de cruceros.
- Coordinar con todos los departamentos de la PRTC, Autoridades Portuarias y entidades de mercadeo (Discover Puerto Rico e Invest Puerto Rico) el desarrollo creativo y la ejecución de las Cooperativas de Mercadeo.
- Promueve nuevos incentivos gubernamentales (Código de Incentivos de Puerto Rico – Ley 60-2019) para aerolíneas y compañías de cruceros.
- Asiste a sus clientes de las líneas aéreas y de cruceros en sus negociaciones con la industria local así como proporciona información

solicitada por ambos sectores para garantizar la llegada o permanencia de la línea aérea o de cruceros en el destino.

- Coordina con todos los departamentos de CTPR (integración de ventas, publicidad y mercadeo) para la ejecución de las Cooperativas de Mercadeo. Coordina con *Discover Puerto Rico*.
- Pauta publicidad en revistas comerciales (B2B) de cruceros y aerolíneas.
- Realiza análisis de mercado de la industria aérea y marítima/cruceros y se mantiene actualizado con las noticias de la industria de la aviación y navieras.
- Manejo de estadísticas y análisis de sectores de interés.
- Prepara presentaciones de mercadeo del destino y preparación de casos de negocios.
- Recibe como anfitrión ejecutivos de líneas aéreas, cruceros y gubernamentales en sus viajes de familiarización a Puerto Rico en torno a temas aéreos y marítimos.
- Coordina con organizaciones locales de desarrollo económico y grupos de interés (*stakeholders*) en temas relacionados a los sectores.
- Coordina de entregas de placas para nuevos barcos y activaciones para vuelos inaugurales.
- Enlace con organizaciones como la *Florida Caribbean Cruise Association* (FCCA), *Caribbean Tourism Organización* (CTO), entre otros.
- Recibe encuestas de satisfacción para ayudar a mejorar los programas de shore excursions y tour operadores locales.
- Colabora en la creación y ejecución de estrategias para mejorar la conectividad aérea y marítima, garantizando una mayor accesibilidad y visibilidad del destino en mercados clave.
- Desarrolla informes detallados sobre el rendimiento de rutas aéreas y cruceros, proponiendo mejoras o ajustes en base a la demanda y las tendencias del mercado.

- Participa en mesas de trabajo y comités con representantes de aerolíneas y compañías de cruceros para identificar oportunidades de colaboración en eventos y campañas promocionales.

Desarrollo de rutas: rutas aéreas, capacidad de asientos, negociaciones de frecuencia:

A través del análisis y las negociaciones en curso, el equipo de la PRTC lidera las discusiones con las aerolíneas asociadas para salvaguardar los niveles competitivos de capacidad de asientos y las frecuencias necesarias para asegurar el crecimiento. En colaboración con la Autoridad Portuaria, Aerostar y los Grupos de Gestión de Aeropuertos, la PRTC lidera las reuniones y debates periódicos sobre puntos de contacto para calibrar el desempeño y aumentar los niveles de capacidad.

Entre las áreas integrales tomadas en cuenta en el análisis:

- Desempeño histórico: factores de ocupación, tráfico de pasajeros, ingresos, programación
- Perspectivas: ritmo de reservas, previsiones
- Eficiencias operativas de las aerolíneas
- Oportunidades: rutas y frecuencias, tendencias de consumo.
- Operación de líneas de cruceros y niveles de capacidad.
- Desempeño de las cooperativas de comercialización (si corresponde)

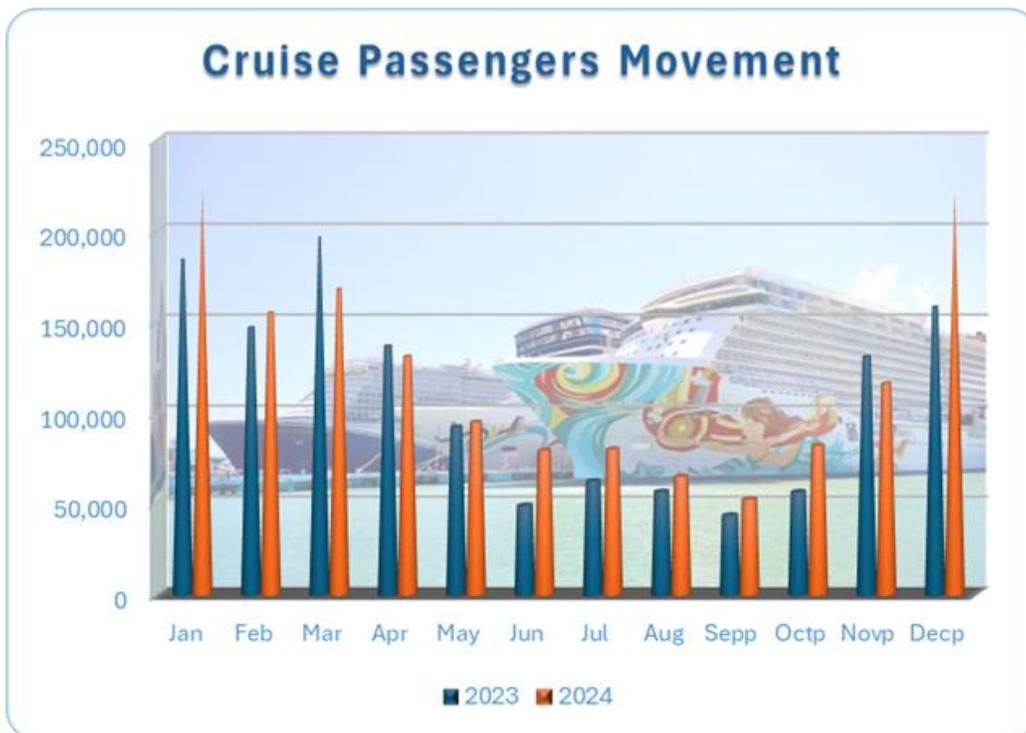
Resumen anual de logros:

Al inicio del cuatrienio, las operaciones de cruceros estaban suspendidas debido a la pandemia. La industria de cruceros fue una de las más afectadas ya que los cruceros fueron parados y no había ninguna actividad comercial ni rutas con pasajeros. En agosto del 2021 comenzaron las llegadas de barcos en tránsito siendo *Carnival Cruise Line* la primera en visitar nuestro puerto y para noviembre del mismo año redundaron algunas de las operaciones de puerto base. En los años siguientes, se ha continuado viendo una recuperación acelerada, particularmente en el renglón de visitas de tránsito. Durante el año fiscal 2022, el tráfico de pasajeros llegó a unos 485 mil y excedió los 1.2 millones en el año fiscal 2023. El fiscal que recién terminó en junio de 2024 alcanzó los 1.4 millones de pasajeros y generó \$201.9M de ingresos. Se vislumbra lograr los 1.5 millones por primera vez desde la pandemia en el presente año fiscal.

Además, cabe destacar que se ha logrado un crecimiento con líneas de cruceros europeas y de lujo. Esto sigue siendo un mercado con potencial de crecimiento.

Cruise Passengers Traffic FY2019-2025

CRUISES FY	HOMEPORT		TRANSIT		TOTAL		△ %		
	TRIPS	PAX	TRIPS	PAX	TRIPS	PASS			
2019	217	507,052	341	1,307,105	558	1,814,157		Record Year	
2020	169	360,287	255	923,778	424	1,284,065	-29.2%	COVID-19 (Mar 2020)	
2021	COVID-19								
2022	67	113,284	178	372,560	245	485,844			
2023	114	219,111	334	1,043,082	448	1,262,193	159.8%		
2024	108	181,659	347	1,178,417	455	1,360,076	7.8%		
2025	180	279,099	353	1,221,014	533	1,500,113*	10.3%		
2026	180	409,962	316	1,201,103	496	1,611,065*	7.4%		



Es preciso destacar varios esfuerzos del Departamento que han rendido grandes frutos para estimular la recuperación de la industria, entre éstos:

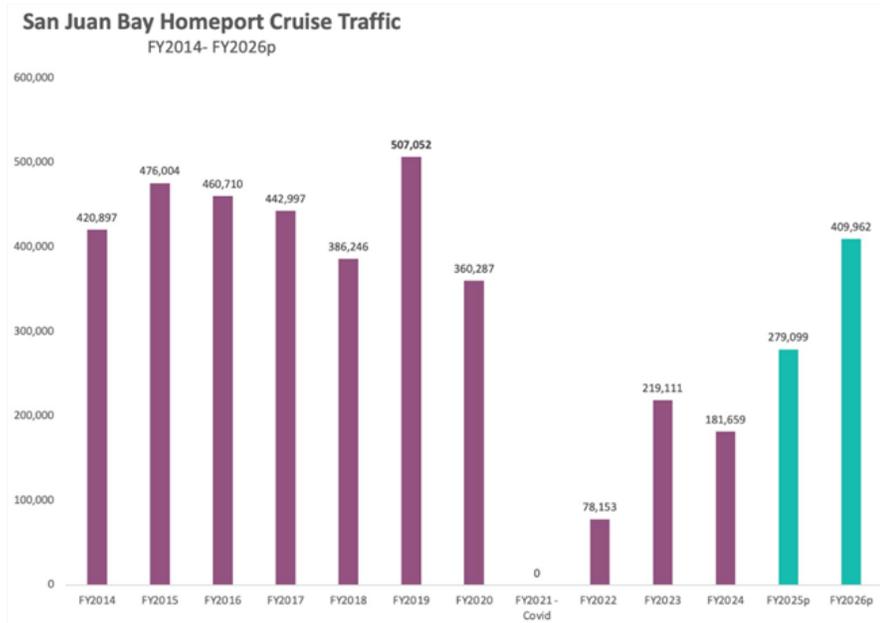
- Recuperación de cruceros de puerto base (*homeports*) durante el verano: *Royal Caribbean* ha retornado a operaciones de puerto base durante todo el año a partir del verano 2024 con el *Rhapsody of the Seas*. Desde 2019 no había barcos con San Juan como puerto base en el verano.
- Coordinación de entrenamientos para la industria de cruceros y puertos emergentes con la compañía de entrenamiento global, *Aquila Cruise Center for Excellence*, impactando los municipios de San Juan, Vieques, Culebra, Salinas, Ponce y Cabo Rojo, entre otros. Han participado sobre 500 personas relacionados a la industria de turismo.
- Participación activa en las convenciones del sector, destacando *Seatrade Cruise Global*, *Seatrade Cruise Med*, *FCCA Cruise Conference*, entre otros, para llevar a cabo diferentes reuniones de planificación y presentación de incentivos.

Visitas de Home port:

- La industria de cruceros en la isla continúa con un crecimiento sostenido manteniendo al puerto de San Juan como el puerto base principal del Caribe.
- Otros puertos base que compiten con San Juan en la región incluyen a: La Romana, Barbados, Martinica y Guadalupe.
- Algunos logros en cuanto a embarcaciones con puerto base incluyen:
 - Royal Caribbean reanudó las operaciones de puerto base durante todo el año a partir del verano 2024 con el *Rhapsody of the Seas*. No había barcos utilizando San Juan como puerto base durante el verano desde antes de la pandemia.
 - Norwegian trajo su nueva embarcación el Viva a San Juan: La naviera escogió San Juan como puerto base para estrenar su barco Viva, el cual operó durante la temporada de invierno 2023-2024 y regresará en el 2024-2025. Es la primera que sucede la inauguración de una embarcación grande en más de 20 años.
 - Virgin Voyages sigue apostando a Puerto Rico: San Juan se convirtió en su puerto base principal en el Caribe para el *Scarlet Lady* en el 2023-2024 y regresará con el *Valiant Lady* en el 2024-2025.
 - La línea Princess Cruises regresa a Puerto Rico por primera vez desde la temporada 2010-2011 durante el AF2026 con su barco

Grand Princess. Tendrá una temporada de invierno completa con San Juan como puerto base.

Tráfico Histórico de Puerto Base (Homeport) – Bahía de San Juan



OTROS PUERTOS:

Puerto de Ponce:

- El Puerto de Ponce incursionó en el mercado de certificación y validación de cruceros previo a la entrada oficial de la nueva embarcación.
- Durante el Año Fiscal 2024 se logró que Royal Caribbean por primera vez escogiera Ponce como puerto para hacer su proceso de validación con las autoridades de los Estados Unidos antes de comenzar operaciones en su puerto base de Miami. La división de AA&M lideró el proceso de negociación junto al agente portuario para lograr tan importante visita, logrando que tanto Icon of the Seas (el barco más grande del mundo) y Utopía of The Seas hicieran está parada, trayendo un impacto económico aproximado de \$5 millones a la región sur.
- Tras el éxito de esta operación el Utopía, la nueva embarcación de clase oasis completó su proceso de validación en Ponce en julio 2024.
- La empresa inglesa Marella, ha incluido Ponce en sus itinerarios con visitas de tránsito en el AF 2026, con su barco *Marella Discovery*.

Puerto de Mayagüez:

- Está previsto que la empresa Balearía conecte diariamente con un *ferry* al puerto dominicano de San Pedro de Macorís con el puertorriqueño de Mayagüez, en una travesía de 133 millas. Balearía tiene previsto invertir 100 millones de dólares en la puesta en marcha de esta nueva línea marítima, a la que trasladará sus ejes estratégicos de innovación y sostenibilidad, ofreciendo un transporte combinado de pasajeros, vehículos y mercancías, con comunicaciones diarias y fiables.

Puertos nichos – regionales:

- La CTPR apoyó en cumplir con los requerimientos del *United States Coast Guard (USCG)* para el *Facility Security Plan* de cada muelle Municipal.
- La CTPR continúa trabajando arduamente con los alcaldes de Vieques y Culebra, el USCG, los agentes portuarios (Continental Shipping y Cruise Plus) en lograr las certificaciones y la remodelación de las facilidades de muelles. En el 2023 y 2024 las líneas de cruceros: SeaDream, y Emerald visitaron ambos municipios, poniendo en el mapa de cruceros a dichos destinos. Estos están siendo altamente cotizados por las líneas de cruceros de lujo que buscan paraísos exóticos y una amplia oferta de inmersión cultural, playas, además de encantos naturales e únicos como las bahías bioluminiscentes que tiene Puerto Rico.
- Colabora con los preparativos para el inicio de la temporada junto a la Municipalidad y Directores Regionales de PRTC.
- Se han realizado diversos adiestramientos para la comunidad y tour operadores turísticos de los respectivos municipios y regiones turísticas.

Respaldo a operadores y atracciones: desarrollo de producto:

- Durante este año fiscal hemos recibido varias visitas de ejecutivos de nuestros clientes de las líneas de cruceros para continuar ampliando su conocimiento del mercado local, reforzar relaciones con la industria turística local, inspeccionar operaciones portuarias y ampliar su oferta respecto al producto de venta a bordo tanto en el sector de provisiones como de las excursiones que se le ofrecen a los cruceristas. Estas visitas son muy importantes para el destino ya que permite reforzar las relaciones gubernamentales y de negocios con el fin de proveer un mejor servicio como ente principal de enlace con la industria local. A su vez, es muestra

del interés de Puerto Rico por el desarrollo exitoso de la industria de cruceros.

- Se ha realizado varios *site inspections* a nuevas atracciones y ofertas turísticas.
- Se ha brindado ayuda y orientación a los tours operadores existentes y nuevos, así como a las atracciones turísticas para concretar negocios con las líneas. A su vez, se ha apoyado en la creación de paquetes turísticos y se les ha provisto de los contactos de los gerentes de producto de las líneas de cruceros para que puedan presentar su oferta turística.

Suplido (*provisioning*) a barcos cruceros:

- Como parte del apoyo al sector privado, el Departamento de AA&M en conjunto con el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (DDEC) han liderado esfuerzos para incrementar la compra a empresas locales y de productos locales por parte de las líneas de cruceros. Se han recibido a ejecutivos de los departamentos de provisiones de las líneas de cruceros como *Royal Caribbean International* y *Norwegian Cruise Line* en donde se les ha explicado el programa de incentivos de cruceros y además les han presentado empresas potenciales vendedores, así como se ha ofrecido asesoramiento a un sin número de empresas locales para venderles a las líneas de cruceros.

Incentivos de cruceros:

- En el Código de Incentivos de Puerto Rico (Ley 60-2019), se incluye la sección 2110.03 que es Incentivo para la Industria de Barcos Cruceros de Puerto Rico. Estos incluyen los incentivos para las provisiones también.
- La división de AA&M se encarga de todo el proceso de facturación de los incentivos de cruceros. Actualmente hay más de 10 clientes que reciben incentivos como parte de su operación en Puerto Rico.
- Este incentivo es importante para que Puerto Rico sea un destino más atractivo para las navieras.

FCCA Strategic Partnership:

- La FCCA es una organización comercial sin fines de lucro compuesta por 23 líneas de cruceros miembros que operan cerca de 200 embarcaciones en aguas de Florida, el Caribe y América Latina. La

FCCA trabaja con gobiernos, puertos y todos los representantes del sector público y privado para maximizar el gasto de los pasajeros de cruceros, las líneas de cruceros y los empleados de las líneas de cruceros, además de mejorar la experiencia en el destino y la cantidad de pasajeros de cruceros que regresan como visitantes que pernoctan.

- PRTC ha sido socio de la organización por más de 20 años y continúa activamente participando de todas las oportunidades y eventos que realizan para promover el destino ante los ejecutivos de cruceros.

Entregas de Placas (*Maiden calls*/primeras visitas) – Puerto de San Juan:

Se han hecho más de 36 recibimientos de nuevas embarcaciones desde el 2021.

A continuación, el detalle de las visitas de nuevas embarcaciones a Puerto Rico.

ACCESO AEREO:

Resumen de logros:

Actualmente la conectividad aérea de Puerto Rico incluye:

- servicio a 62 mercados únicos
- 131 rutas directas
 - 91 rutas domésticas
 - 40 rutas internacionales
- 22 líneas aéreas
- 170 salidas diarias
- 22.5k: promedio de asientos diarios
- La proyección para los pasajeros aéreos en el AN 2024 en el SJU se estima que sean 13.5 millones de pasajeros con una capacidad de sobre 15 millones de asientos disponibles. Con un total de 16.5 millones asientos incluyendo los dos aeropuertos regionales: Aeropuerto Mercedita Internacional (PSE) y Aeropuerto Internacional Rafael Hernández (BQN). La tendencia en el 2024 es de un 40% por encima de 2019 (pre-covid).
- Nuevas rutas 2023: Medellín, La Romana, Antigua & Barbuda, Puerto Plata, Denver, Fort Myers, Wilmington y New Haven

- 2023 tuvieron incrementos en diversas rutas internacionales BOG, MAD, PTY y varias de las líneas legacy (Delta y United) a su vez aumentaron frecuencias.
- 2023: Celebración del pasajero 12M Passenger por primera vez en la historia de SJU.
- 2023: 13,364,851 pasajeros en los tres aeropuertos internacionales: SJU, BQN y PSE

Frontier Crew Base:

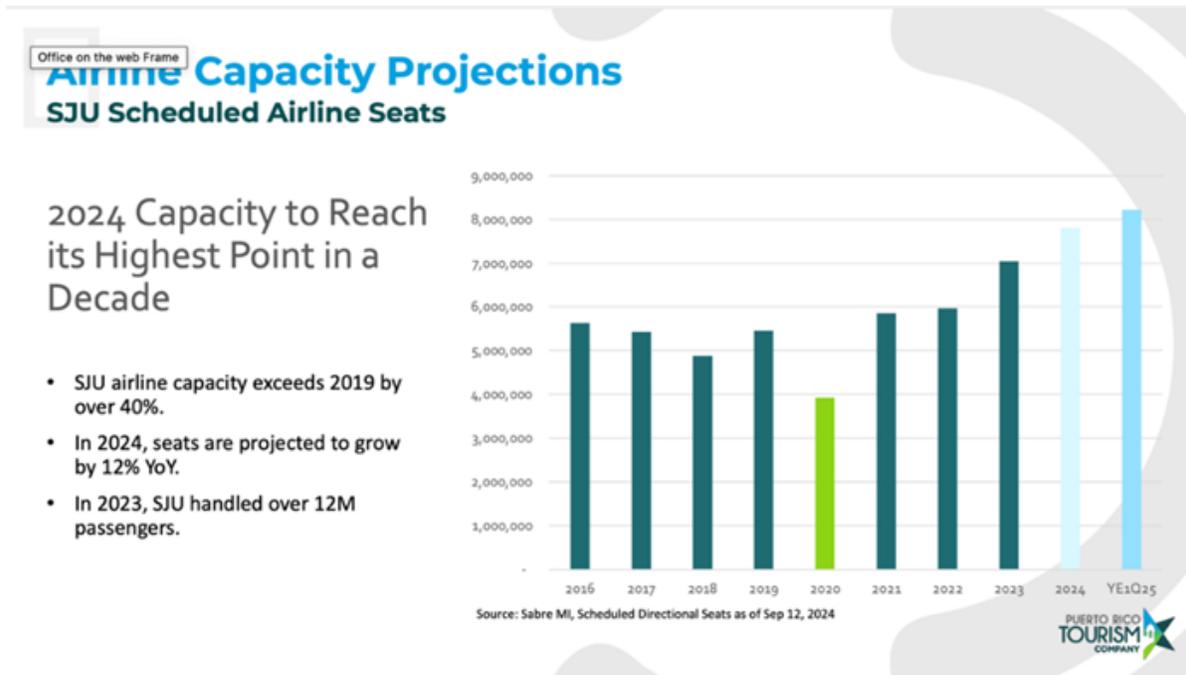
- Apertura de base de tripulación el 5 de junio de 2024.
 - Expectativa fase 1: 90 pilotos y 200 asistentes de vuelos durante su primera año de funcionamiento. Se prevé que la aerolínea genere casi 84 millones de dólares anuales en salarios locales, y se prevé un mayor crecimiento en los próximos años.
 - Nuevas rutas de Frontier iniciando durante el mes de junio de 2024.
 - Frontier abre más de 10 rutas adicionales en el 2024.

Jetblue Crew Base:

- Esta es la primera vez que JetBlue establece este tipo de facilidades fuera de los Estados Unidos continentales, y representa un impacto significativo al desarrollo económico local con la creación de sobre 400 empleos locales, al tiempo que potencia el incremento de servicios y operaciones adicionales dentro y fuera de la región del Caribe.
- Se espera que la base inaugure su primera fase durante las últimas semanas del 2024. Dicha operación contará con hasta 120 pilotos y 325 tripulantes para atender vuelos que comienzan y terminan en San Juan, al tiempo que permitirá minimizar atrasos y cancelaciones, mejorando así la experiencia del pasajero. Actualmente, las ciudades base de JetBlue incluyen Boston, Fort Lauderdale, New York City, Orlando, Newark, y Los Angeles.

La aerolínea Sky High anuncia el reinicio del servicio desde BQN a Santo Domingo. Sky High También comenzará servicio desde SJU a Santo Domingo.

La capacidad de SJU ha llegado a su mayor punto en más de una década:

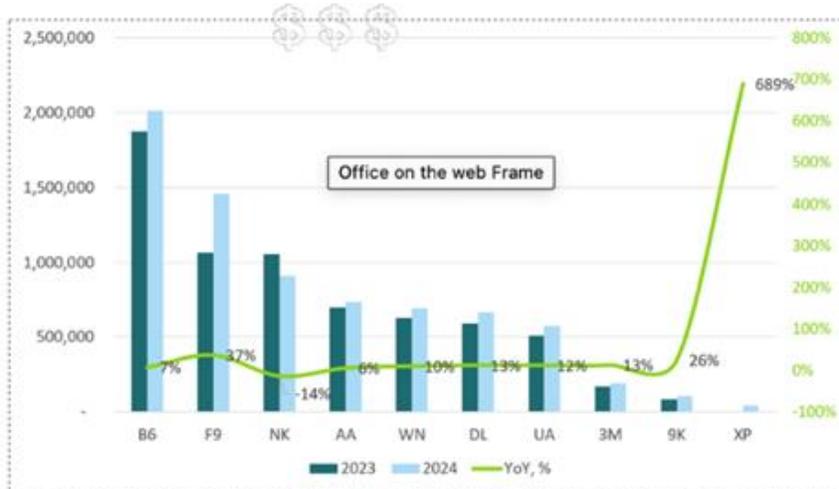


La aerolínea con mayor penetración del mercado es Jetblue seguido de Frontier que ha estado impulsando mucho del crecimiento en SJU.

Domestic Airline Shares, 2024

Scheduled Directional Seats and YoY Growth

F9 Share Has Grown to 15% Making it SJU's Second Largest Carrier



Source: Scheduled Seat Capacity as of Sep 17, 2024 via Airline Data Inc.



SJU:

SJU es el aeropuerto de más crecimiento en USA basado en los itinerarios actualmente. A continuación, números de pasajeros en SJU FY):

- 2023-2024: 12,823,052 (incremento de 14% vs 2023)
- 2022-2023: 11,242,320
- 2021-2022: 10,422,216

BQN:

A continuación, números de pasajeros en BQN (FY):

- 2023-2024: 842,396 (incremento de 5% vs 2023)
- 2022-2023: 804,783 pasajeros
- 2021-2022: 660,196

PSE:

A continuación, números de pasajeros en PSE (FY):

- 2023-2024: **324,451** (incremento de 11% vs 2023)
- 2022-2023: 276,394 pasajeros
- 2021-22: 150,919

Acuerdos Colaborativos de Mercadeo (Coops):

Como parte integral de las negociaciones con las aerolíneas para asegurar rutas y capacidad de asientos, la PRTC desarrolla programas de apoyo al marketing (Coops) para salvaguardar los niveles de capacidad negociados y los indicadores de desempeño mutuamente acordados. La CTPR tiene sobre 12 acuerdos Cooperativos vigentes en este periodo con aliados de la industria para promover rutas y servicios desde San Juan.

1. Avianca

- Periodo de campaña: octubre 2024 a diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en proceso
- Aprobación de materiales según sean enviados.

- Contrato en proceso de revisión.

2. JetBlue

- Periodo de campaña: octubre 2024 a diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en proceso
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución

3. Iberia

- Periodo de campaña: septiembre 2023 a diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: aprobada.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución

4. Air Canada

- Periodo de campaña: septiembre 2023 a diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: aprobada.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución.

5. Copa

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en revisión.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato en proceso.

6. AirTransat

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en revisión.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato en proceso.

7. WestJet

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en revisión.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato en proceso.
- Requiere extender el contrato hasta el 30 de junio de 2024 por incentivos aeroportuarios.

8. Frontier

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Propuesta creativa y estrategia: en revisión.
- Aprobación de materiales según sean enviados.
- Contrato en proceso de revisión.

9. Spirit

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Contrato en proceso.

10. United Airlines

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución.

- Requiere extender el contrato hasta el 30 de junio de 2024 por incentivos aeroportuarios.

11. Avelo Airlines

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución.

12. Caribbean Airlines

- Periodo de campaña: octubre 2024 - diciembre 2024.
- Contrato firmado. Acciones del Coop en proceso.
- Campaña en ejecución.

OTRAS OFICINAS:

I. Oficina de Recursos Humanos, Administración y Tecnologías de Información:

La Oficina de Recursos Humanos de la Compañía es uno de los pilares más importantes ya que es la responsable de la organización y planificación del personal. Esta define las funciones que llevará a cabo cada uno de los empleados, asigna sus responsabilidades y desarrolla al máximo sus capacidades. Ayuda al personal a adaptarse a los cambios que se producen en la sociedad, así como a los avances tecnológicos a los cuales nos enfrentamos en el diario vivir. De igual forma, analiza las condiciones de trabajo y de los riesgos laborales implementando medidas de prevención y de protección a fin de preservar la salud de las personas que aquí laboramos.

Ésta es la responsable de asesorar al Director Ejecutivo, Directores, Directores Auxiliares, Gerentes, Supervisores y demás personal directivo en todos los asuntos relacionados a la administración de recursos humanos. Identifica los mejores recursos y realza las capacidades y destrezas de nuestros empleados mediante la educación y la experiencia obtenida en otros escenarios de trabajo y en el nuestro propio; mediante la identificación de los recursos más capacitados, la ubicación correcta en el campo de trabajo y especialización de cada empleado, fortaleciendo el conocimiento práctico, las habilidades adquiridas y las capacidades aprendidas de nuestros empleados para hacerlos más útiles, efectivos y comprometidos con la calidad y excelencia en el trabajo y creando conciencia del compromiso adquirido cuando servimos a Puerto Rico y realizando que nuestro servicio y comportamiento es ético, honesto y leal. De otra parte, estudia, analiza, desarrolla, investiga y efectúa las transacciones de personal dentro de las distintas áreas técnicas de recursos humanos.

a) TRABAJOS DURANTE EL PERIODO DEL 1 DE ENERO DE 2021 HASTA EL PRESENTE:

La Oficina de Recursos Humanos durante el periodo del 1 de enero de 2021 hasta el día de hoy se ha encontrado con grandes retos y responsabilidades para desarrollar y administrar leyes, reglamentaciones y procesos en la Compañía de Turismo de Puerto Rico capaces de promover un desempeño eficiente por parte de los empleados ante los cambios organizacionales.

b) CAMBIOS ORGANIZACIONALES:

Durante este periodo se completó la transferencia oficial de empleados del área de transportación turística a la Junta Reglamentadora del Servicio Público conforme a la Ley Núm. 75 de 6 de agosto de 2017 conocida como la “*Ley de Transformación Administrativa de la Comisión de Servicio Público, enmienda el Código de Rentas Internas, la Ley de Vehículos y Tránsito, Ley de Servicio Público y otras relacionadas.*” Dichos empleados habían estado en destaque comenzando desde el 5 de septiembre de 2017 y se completaron en marzo de 2018. La transferencia fue efectiva el 1 de febrero de 2024.

Se implementó la integración del Sistema de Tiempo y Asistencia con la nómina. Para lograr este proyecto se actualizó la plataforma de registro de asistencia electrónica a la versión de UKG Dimensions y se complementó con Mi PAGINA. Actualmente, estamos en el proceso de adaptación de los empleados con este nuevo sistema para lograr cumplir con el requisito de la Junta de Supervisión Fiscal de llegar al 90% de ejecución del registro de asistencia de forma electrónica.

La Ley Núm. 80 del 3 de agosto de 2020, conocida como la *Ley del Programa de Retiro Incentivado y de Justicia para Nuestros Servidores Públicos*, establece un programa de retiro incentivado donde los empleados elegibles podían separarse voluntariamente del servicio antes de la edad de retiro. Conforme a la Estipulación y Orden emitida por el Tribunal Federal de Distrito el 28 de diciembre de 2021, en el procedimiento adversativo Núm. 21-00119, bajo el caso 17 BK 3283-LTS, la Compañía de Turismo certificó a 24 empleados como No Esenciales dentro del Programa de Retiro Incentivado. La implementación del programa de retiro incentivado fue completada de conformidad con la Carta Circular Núm. 005-2023 de la Oficina de Gerencia y Presupuesto. Por lo que, el 31 de marzo de 2024 se retiraron 24 empleados de la Compañía de Turismo.

Para facilitar y promover la autogestión de los empleados se desarrolló e implementó el Módulo de Autogestión para Empleados mediante el cual, estos pueden acceder a su información personal que se encuentra en el file electrónico de la Oficina de Recursos Humanos. A través de esta plataforma usted podrá realizar las siguientes gestiones:

- Acceder a su información personal en sistema de recursos humanos, la cual incluye: Información Personal, Oficina, Supervisor, Tiempo en el

Empleo, Puesto Actual, Historial de Salario, Información General de Impuestos, Dirección postal y física (conforme provista)

- Obtener copia de los Comprobantes de Retención (Forma 499/W2) (Últimos 10 años)
- Obtener verificaciones de empleo
- Historial de nómina con su detalle (talonario)

Se contrató a la Oficina de Administración y Transformación de los Recursos Humanos para que evaluara el Plan de Clasificación y Retribución actual de la Compañía de Turismo y lo atemperara al mercado laboral. El nuevo plan fue entregado por la OATRH y el 23 de julio de 2024 fue radicado el planteamiento ante la OGP para la revisión de esta entidad y la Junta de Supervisión Fiscal. Estamos en espera de la aprobación de este para poder ejecutar la implementación de las nuevas clases de puestos y la retribución asignada a estas.

c) DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS:

En reconocimiento a la dedicación y compromiso de los empleados de la Compañía, el 8 de diciembre de 2023, se llevó a cabo un Taller Motivacional donde se le hizo un especial reconocimiento a los empleados que se acogían al programa de retiro incentivado.

d) BENEFICIOS:

El plan fiscal de la Junta de Supervisión Fiscal y la Ley 26-2017, estableció que la aportación patronal para el plan médico de los empleados de las corporaciones públicos debía reducirse. Sin embargo, la Compañía de Turismo logró evidenciar que nuestra prima de plan médico y por consiguiente la aportación patronal para el mismo representaba un ahorro mayor que los empleados se acogieran a la Ley 95-1963, según enmendada, conocida como la *“Ley de Beneficios de Salud para los Empleados Públicos.”* Conforme a lo anterior, en la renovación de plan médico para el año 2023, se aprobó establecer la aportación patronal al 90% y la aportación del empleado al 10%.

e) PLANES DE LA OFICINA DE RECURSOS HUMANOS:

- Nos encontramos trabajando todo lo que tiene que ver con Recursos Humanos desde renovación cubierta plan médico, tiempo extra, descuentos de nómina, certificaciones de empleo, de AEELA y certificaciones de Retiro y balances de licencias en conjunto con la Comisión de Juegos del Gobierno de Puerto Rico. Esto debido a que

estamos dando apoyo a la Oficina de Recursos Humanos de la Comisión mientras nombran personal necesario.

- Estamos en la espera de la aprobación de la Junta de Supervisión del Plan de Clasificación y Retribución propuesto que atemperará los puestos y salarios al mercado laboral actual conforme a la política de reorganización del Gobierno de Puerto Rico. Una vez, recibida la autorización se comenzará con la implementación del mismo.
- Se actualizarán los reglamentos del capital humano tanto del servicio de carrera como del personal de confianza, se actualizarán los manuales y procedimientos que estén obsoletos, incluyendo la Forma 240.03 que se entrega al empleado en el proceso de nuevo nombramiento.
- Ampliaremos la capacitación por parte de la Oficina de la Procuradora de las Mujeres a todo el personal de la Oficina de Recursos Humanos sobre cómo atender cualquier situación que atenten contra la integridad de la mujer en cualquiera de sus modalidades.
- Promover los adiestramientos a través de la forma remota para de esta manera, optimizar el recurso en las áreas de trabajo.

II. Oficina de Asesoramiento Legal:

a) . **Funciones:**

La Oficina de Asesoramiento Legal (“OAL”) de la Compañía de Turismo de Puerto Rico (“Compañía”) lleva a cabo diferentes funciones, entre las que podemos destacar las siguientes:

Asesoramiento y representación en asuntos de litigación tanto administrativa, civil como apelativa. Como parte de las funciones de asesoría y representación, la OAL ejerce las siguientes, entre otras:

- a) Investigaciones jurídicas
- b) Desarrollo de teorías de caso y estrategias
- c) Toma de deposiciones
- d) Redacción de diversos documentos legales
- e) Comparecencia ante los tribunales, agencias administrativas y otros foros
- f) Recibo de emplazamientos
- g) Recibo de reclamaciones, demandas y mociones
- h) Requerimientos de comparecencia

Redacción y formalización de diversos tipos de contratos y acuerdos, para lo cual la OAL:

- a) Corroborar el cumplimiento de leyes, reglamentos y cartas circulares, entre otras normativas, con relación a la contratación gubernamental; y
- b) Formaliza contratos peticionados por las divisiones de la Compañía tales como:
 - i. Contratos de servicios profesionales
 - ii. Contratos de arrendamiento
 - iii. Acuerdos de auspicio
 - iv. Acuerdos colaborativos, privados e interagenciales

- v. Acuerdos de acceso aéreo y marítimo
- vi. Acuerdos de pago
- vii. Acuerdos transaccionales

Produce y otorga documentos notariales tales como:

- a) Juramentación de empleados para puestos en la Compañía
- b) Declaraciones Juradas
- c) Escrituras
- d) Poderes
- e) Actas Notariales

Ofrece orientación legal a la Oficina del Director/a Ejecutivo/a y a todas las Divisiones de la Compañía. Además, trabaja:

- a) Consultas legales y administrativas
- b) Asesoramiento al público que se comunica a la Compañía
- c) Redacción de opiniones legales
- d) Redacción de memoranda legal
- e) Revisión de documentación legal
- f) Recomendación a funcionarios y empleados respecto a temas o controversias específicas

Trabaja trámites legislativos tales como:

- a) Redacción de memoriales y ponencias a requerimiento de la Legislatura
- b) Apoyo y asesoría a deponentes de la Compañía
- c) Seguimiento al trámite legislativo de interés para la Compañía

Lleva a cabo manejo de diversos casos tales como:

- a) Recursos Extraordinarios: redacción y comparecencia, así como preparación de testigos y evidencia

b) Casos relacionados al Impuesto al Canon por Ocupación de Habitación (“Room Tax”):

1. Casos por Regla 60 (deudas de menos de 15k),
2. Casos por vía ordinaria (más de 15K)
3. Redacción y negociación en acuerdos de pago extrajudiciales
4. Redacción de sentencias por estipulación
5. Redacción de ejecuciones de sentencia

Tramita el registro de títulos de propiedad, marcas, reglamentos y corporaciones:

- a) Redacción de documentos y escrituras para registro de propiedad de la Compañía
- b) Trámite de Registros de Marca
- c) Trámite y/o redacción de Reglamentos de la Compañía
- d) Trámite de creación y radicación de corporaciones subsidiarias a la Compañía

Funciona, si así se solicita por la Dirección de la Compañía, como la Secretaría de la Junta de Directores y de la Junta de Corporación de Desarrollo Hotelero (“CDH”). Para ello ejerce las siguientes funciones:

- a) reparación de documentos para reuniones ordinarias y extraordinarias
- b) Convocatorias
- c) Minutas
- d) Resoluciones
- e) Referéndums
- f) Transacciones diversas

Es custodio de documentos de títulos de propiedad, reglamentos y opiniones legislativas;

- a) Administración de algunos Títulos de Propiedad de la Compañía

- b) Administración de copia de los Reglamentos de la Compañía
- c) Resoluciones de Juntas de la Compañía y CDH
- d) Administración de opiniones sobre política pública de la Compañía ante la Asamblea Legislativa

Representación de la Compañía ante Oficial Examinador, en casos permitidos;

Otras funciones:

- a) Informes trimestrales requeridos por la Ley Núm. 66-2014 y Ley Núm. 3-2017
- b) Memoriales de Presupuesto
- c) Apoyo a requerimientos de diversos informes solicitados por el Ejecutivo
- d) Redacción de Informes de Transición y apoyo en el proceso, en cambios de administración gubernamental
- e) Presentaciones y orientaciones a agencias sobre leyes que administra Compañía
- f) Otorga licencias y renovaciones a compañías locales y foráneas de Propiedad Vacacional a tenor con la Ley Núm. 204-2016.

b) Organigrama:

La Oficina de Asesoramiento Legal está compuesta del siguiente personal:

1. Director/a;
2. Dos (2) Abogados
3. Una (1) Abogada (Puesto reservado)
4. Una (1) Oficial de Interés Público (Abogada)
5. Una (1) Administradora de Oficina
6. Una (1) Asistente Administrativa

III. Oficina de Finanzas y Contabilidad:

A continuación, presentamos un resumen de las operaciones financieras y presupuestarias de la Compañía al cierre del mes de agosto de 2024. De forma resumida les estaremos explicando nuestros datos financieros y presupuestarias con miras a completar una transición ordenada y en búsqueda de mantener la continuidad de lo que hemos logrado hasta el momento.

Como es sabido, la Compañía no recibe partida o asignaciones del presupuesto del Fondo General del Gobierno de Puerto Rico, por lo que sus operaciones se nutren únicamente de fuentes propias de ingresos. Por ello, es solo con estos ingresos que la Compañía prepara su presupuesto para cumplir con su misión y pagar sus obligaciones.

Las fuentes de ingreso de la Compañía son:

1. Impuesto por canon por ocupación de habitación a lugares de hospedaría (“Room Tax”) de acuerdo con la Ley Núm. 272-2003, según enmendada, conocida como “Ley del Impuesto sobre el Canon por Ocupación de Habitación del Estado Libre Asociado de Puerto Rico” (“Ley de Room Tax”);
2. Distribución generada por las operaciones de juegos de azar establecida por la Ley Núm. 221 de 15 de mayo de 1948, Ley de Juegos de Azar; y
3. Ingresos misceláneos por concepto de rentas, multas y otros.

El presupuesto de la Compañía es preparado por la gerencia y aprobado por la Junta de Directores antes de comienzo del año fiscal. Además, el presupuesto se divide en varios fondos específicos que se utilizan para distintos propósitos establecidos por las leyes aplicables. La Ley de Room Tax establece el orden jerárquico para el uso de los fondos totales recaudados. Por otra parte, la Ley Núm. 221-1948, según enmendada, conocida como “Ley de Juegos de Azar y Autorización de Máquinas Tragamonedas en los Casinos” (“Ley de Juegos de Azar”)¹, establece un sistema “cascada” para las distribuciones de los recaudos totales de las tragamonedas de juegos de azar.

Desde el Año Fiscal 2017 estamos bajo las limitaciones presupuestarias establecidas por la Junta de Supervisión Fiscal (JSF), según requerido por la Ley

¹ Mediante la aprobación de la Ley Núm. 81-2019, conocida como “Ley de la Comisión de Juegos del Gobierno de Puerto Rico” se transfiere a la Comisión las responsabilidades y funciones que la Compañía ejercía sobre los juegos de azar en Puerto Rico.

PROMESA² Como es requerido por la JSF nos hemos mantenido siempre bajo los límites presupuestarios establecidos y en cumplimiento con la Ley PROMESA.

Actualmente el presupuesto de la Compañía se divide en distintos fondos:

1. Fondo 10 - Fondo para cubrir las operaciones generales de la Compañía. Los ingresos del Fondo 10 son generados por las distribuciones establecidas por Ley de Juegos de Azar. La distribución para el Fondo 10 surgen de un cálculo tipo “cascada” en el que se estipulan distribuciones a los operadores de casino, la Universidad de Puerto Rico, el Departamento de Hacienda y la Compañía. Además, de los ingresos de juegos de azar, el Fondo 10 se nutre de otros ingresos misceláneos generados en las operaciones de la Compañía. Estos incluyen: ingresos de rentas, multas, intereses, entre otros.

2. Fondo 20 - Fondo designados para la Promoción y Mercadeo de Puerto Rico. Los ingresos del Fondo 20 son generados por las distribuciones establecidas por la Ley de Room Tax y se componen del balance remanente de Room Tax recolectado luego del pago de ciertas obligaciones que tienen prioridad en el orden jerárquico de pagos dispuesto en la Ley Núm. 272-2003.

3. Fondo 30 – Fondo de Desarrollo de la Industria Turística.

Este Fondo es de uso discrecional de la Junta de Directores de la Compañía. Los ingresos del Fondo 30 son generados por las distribuciones establecidas en la Ley de Juegos de Azar.

Situación Actual:

A continuación, un resumen de la situación con relación a los Ingresos, Gastos y Obligaciones:

Recaudos Room Tax

Al cierre del mes de agosto de 2024 se recibieron el total de \$21.5 millones. En contraste con el estimado de ingreso presupuestado, \$21.3 millones, se reportó un incremento de \$200 mil al cierre del mes de agosto. El ingreso de Room Tax

² El Congreso de los Estados Unidos, aprobó la Ley para la Supervisión, Administración y Estabilidad Económica de Puerto Rico, “PROMESA”, por sus siglas en inglés.

se ha convertido en la principal fuente de ingreso de la Compañía. Lo recaudado representa un 67% del ingreso de la CTPR.

El recaudo de Room Tax provee fondos para la reserva del pago de la deuda presente y futura del Gobierno de Puerto Rico. La cantidad anual transferida es un poco más de \$30 millones. Desde la declaración de la moratoria del pago de la deuda declarada por el Gobierno de Puerto Rico la Compañía ha mantenido una cuenta con la reserva para el depósito de estos fondos.

Otro punto importante sobre la distribución de los recaudos de Room Tax es que los pagos para el contrato del Destiny Marketing Organization, (“DMO”, por sus siglas en inglés), provienen de los fondos distribuidos a la Compañía. De los ingresos del Room Tax se transfieren los \$25 millones pertenecientes al contrato y los \$5 millones del pareo establecido en el mismo. Adicional de los ingresos no comprometidos del Room Tax se destina la cantidad de \$28 millones adicionales asignados el presupuesto aprobado por la JSF. Esto eleva la cantidad asignada al DMO a \$58 millones.

Recaudos Tragamonedas:

Mediante la aprobación de la Ley Núm. 81-2019, conocida como “Ley de la Comisión de Juegos del Gobierno de Puerto Rico” se transfiere a la Comisión las responsabilidades y funciones que la Compañía ejercía sobre los juegos de azar en Puerto Rico. Este cambio en no afecta la distribución de recaudos de la Compañía y su efecto principal es solo liberar la carga administrativa de la Compañía por el manejo de la División. A partir del 1 de julio de 2020 la Comisión de Juegos asumió el deber y la responsabilidad del manejo de la División de Juegos de Azar, al igual que la distribución del recaudo. Desde ese momento la CTPR se convirtió en parte de la Distribución del Ingreso por la Operación de Tragamonedas (SMO). La distribución anual de Comisión de Juegos por la SMO a la CTPR es de \$61.8 millones, \$40.5 para el Fondo 10 y \$21.3 para el Fondo 30.

Partidas de Gastos:

Con relación a los gastos, nos hemos mantenido dentro de los parámetros del presupuesto aprobado inclusive con lo aprobado por la JFS. El presupuesto aprobado por la JSF para el AF2025 es el siguiente:

FOMB CLASS FOMB Budget

PAYROLL	11,968,000
OPEX	132,309,000
PAYGO	6,320,000
Grand Total	150,597,000

Al cierre del mes de agosto del presupuesto de la Compañía se encontraba de la siguiente forma:

Compañía de Turismo de Puerto Rico

Resumen Presupuesto por Clases FOMB

Mes: August

FOMB CLASS	FOMB Budget	Gastado y Obligado	Disponible
PAYROLL	11,968,000	786,836	11,181,164
OPEX	132,309,000	13,488,748	118,820,252
PAYGO	6,320,000	516,832	5,803,168
Grand Total	150,597,000	14,792,416	135,804,584

Culminado el mes de agosto tenemos el 9.8% gastado y obligado. La mayoría de lo comprometido esta relacionados a gastos por servicios mensuales, los cuales son necesarios para continuar la operación diaria de la Compañía.

Es importante continuar con la disciplina de invertir en aquello que es necesario para continuar apoyando nuestra industria, pero siempre pensando en las oportunidades de economías y como maximizar los recursos disponibles. El cumplir con los requerimientos fiscales establecidos por la Junta de Supervisión Fiscal es lo que nos ha permitido continuar invirtiendo en el destino.

En cuanto al manejo de los gastos hemos mantenido una disciplina de transparencia y divulgación de información a nuestros reguladores. Mediante revisiones periódicas, proyecciones de recaudos, redistribución de recursos y la discusión contante de los cierres mensuales no ha resultado en beneficio para el manejo de las finanzas de la Compañía.

Reorganización:

Con la aprobación de la Ley Núm. 141-2018, conocida como “Ley de Ejecución del Plan de Reorganización del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio de 2018” (“Ley Núm. 141-2018”), resulta en una serie de cambios a la Compañía, entre ellos:

1. La Compañía pasa hacer una oficina del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (“DDEC”);
2. Hasta que no se complete la transición la Compañía debe continuar proveyendo los informes de ingresos y gastos a las distintas organizaciones gubernamentales que así lo requieran; y
3. A la fecha de este escrito aún no se ha concretado la fusión de la Compañía al DDEC.

La Ley Núm. 141-2018 incluye otros cambios que afectarían la estructura administrativa de la Compañía, por el momento no hay cambios mayores a nivel de Presupuesto.

La Compañía ha cumplido con los requerimientos fiscales dispuestos en la reglamentación aplicable, limitándose a los fondos disponibles y a los presupuestos aprobados. En enero de 2017 la Compañía se encontraba con un presupuesto con un déficit de sobre \$14 millones, con cambios, ajustes y recortes se limitó a un presupuesto de alrededor de \$98 millones. Al cierre del año fiscal 2019 la Compañía contaba con un superávit de sobre \$12 millones de dólares en la comparativa de los ingresos recibidos versus los gastos incurridos. Esto fue algo efímero ya que luego recibimos el impacto del COVID-19. Superado los obstáculos, manteniendo la disciplina fiscal y enfocados en la recuperación del destino hemos asegurado el contar con los recursos económicos necesarios para mantener la estabilidad financiera de la CTPR.

Asuntos en proceso:

Estos son algunos temas que se encuentran en proceso por parte de la Compañía:

1. Cambios en la Ley 272-2003 Ley del Impuesto sobre el Canon por Ocupación de Habitación del Estado Libre Asociado de Puerto Rico – Evaluar la distribución de los ingresos del recaudo del Impuesto de Habitación para allegar fondos de manera permanente al DMO y a la ADCC.
2. Cambios Ley Núm. 221 de 15 de mayo de 1948, Ley de Juegos de Azar – Evaluar la distribución del recaudo de las máquinas tragamonedas para allegar fondos a la Comisión de Juegos.
3. Emisión de Estados Financieros – Culminar la auditoría fiscal del AF2024.
4. Presupuesto 2024 – Evaluar las partidas presupuestarias para allegar recursos adicionales a la CTPR.
5. Presupuesto 2025 – Comenzar la discusión del Presupuesto para el AF2025.
6. Implementación del Plan de Clasificación y Retribución de los empleados de la CTPR.

ORGANIZACIÓN DE MERCADEO DEL DESTINO:

La Organización de Mercadeo del Destino (“DMO” por sus siglas en inglés) se crea bajo la Ley 17 del 2017. La función del DMO es desarrollar la marca del destino, promocionar a Puerto Rico, atraer visitantes y aumentar la exposición mundial de la Isla. Estas tareas anteriormente no tenían continuidad y variaban las estrategias con los cambios de administración a nivel del Ejecutivo.

El propósito del DMO es el desarrollo del turismo mediante estrategias de mercadeo están basadas en las necesidades y tendencias del mercado nacional y mundial.

- La CTPR colabora con el DMO en asuntos relacionados a Eventos Especiales para juntos identificar oportunidades de exposición del destino fuera y dentro de Puerto Rico, como por ejemplo:
 - Negociación y patrocinios para sedes de eventos multitudinarios en Puerto Rico.
 - Eventos de promoción internacional como FITUR y ITB Berlín.
 - La CTPR trabaja las ejecuciones del Plan de Mercadeo Colaborativo con las líneas aérea.
 - Ambas entidades suplen información y datos de la Industria y viajeros, para beneficio de los planes de cada uno.

A modo de trabajar de manera integrada, la CTPR y el DMO tienen una serie de ‘touch-points’ para proveer visibilidad y alineación estratégica:

- Reuniones de estatus mensuales con los equipos extendidos de ambas entidades
- Reuniones presenciales a principio de cada año fiscal, para visto bueno y retroalimentación de la CTPR en los planes de medios del DMO
- Reuniones mensuales con la división de Acceso Aereo y Marítimo para proveer visibilidad con la gesta de itinerarios, y alienar mercados emergentes y publicidad a estos
- Reuniones bi-mensual con los Consejos de Mercadeo y Ventas respectivamente

ASUNTOS PENDIENTES:

ASUNTOS PENDIENTES

Posterior al 30 de agosto de 2024, la CTPR continua trabajando una serie de iniciativas y tácticas promocionales, además de culminar proyectos puntuales de cada una de sus divisiones.

Estas incluyen:

- Campañas tácticas e incentivos promocionales de Paradores de Puerto Rico y Puerto Rico Bed & Breakfasts.
- Extensión de MOU con el Municipio de Culebra para continuar el arrendamiento y operación del Centro de Información de la CTPR
- Cierre del segundo corte de Take-Off, y entrega de los incentivos a aquellas empresas que completen el programa. Esta segunda generación se enfoca en empresas gastronómicas. Se recibieron sobre 400 aplicaciones, para un escogido final de 20.
- Continuar desarrollo y optimizaciones del roadmap de la aplicación móvil Voy Turisteando, en particular el incremento de sellos en realidad aumentada, mapa interactivo y de seguridad de costas y la opción de segundo idioma (inglés). Esta versión se actualiza el 30 de octubre de 2024.
- Primera Cumbre de Innovación Turística a realizarse el 30 de octubre de 2024. Compuesta por una serie de paneles, talleres y conferencias, se centrará en las innovaciones y tecnologías de vanguardia que están redefiniendo el sector de los viajes, tanto a nivel local como global. Desde la inteligencia artificial y el análisis de datos hasta experiencias digitales inmersivas, los asistentes explorarán las herramientas que están impulsando el crecimiento, mejorando la prestación de servicios y optimizando la experiencia general del huésped.
- Desarrollo de campaña de temporada navideña de 'Voy Turisteando', junto a la extensión de derechos de uso de nuestro más reciente embajador de Turismo Interno, Daddy Yankee. Esta producción y sus ejecuciones de medios y colateral se estiman en unos \$500,000.
- El Departamento de Acceso Aéreo y Marítimo mantiene una participación activa con la *Florida Caribbean Cruise Association (FCCA)*,

- incluyendo asistencia anual a sus eventos y sirviendo de enlace entre el Comité de Operaciones de la FCCA y la industria local así como el gobierno estatal en general. Como fruto de esa positiva relación se concretizó un acuerdo para volver a traer su conferencia anual nuevamente a Puerto Rico durante el 2025 y 2026. Presupuesto: \$650,000 por año, lo cual incluye membresía y programa de mercadeo, incluyendo medios internos, externos y programa comercial.
- Ratificación de la RJ del acuerdo de sede de Puerto Rico con PGA para el periodo 2024-2026, para suscribir contrato de auspicio particular de 2025 por la cantidad de \$2,885,000 + 5% escala anual. El Puerto Rico Open se llevará a cabo del 3 al 9 de marzo de 2025.
 - Preparativos para la coordinación y participación en varios eventos y conferencias internacionales, y confirmar su presupuesto de ejecución lo cuál incluye la agenda de eventos mediáticos, exhibidores, sus respectivas campañas publicitarias, delegación de PR y agenda de reuniones. Estas son:
 - FITUR 2025
 - Madrid, 22 al 26 de enero de 2025
 - Incluye: ruedas de prensa, eventos con mayoristas, agencias de viajes, medios, inversionistas y aerolíneas, sesiones de entrevistas con delegación, stand exhibidor, rotulación, publicidad externa y campaña mediática en España por 3 semanas
 - Proyección de gastos de ejecución: \$1,500,000
 - Vitrina Turística ANATO
 - Bogotá, 25 al 28 de febrero de 2025
 - Incluye: ruedas de prensa, eventos con mayoristas, agencias de viajes, medios, inversionistas y aerolíneas, sesiones de entrevistas con delegación, stand exhibidor, rotulación, publicidad externa Bogotá
 - Proyección de gastos de ejecución: \$500,000

- La división de Eventos Especiales ha comenzado a recibir solicitudes de auspicios para el periodo de enero a julio de 2025. Las mismas han sido recibidas y registradas, más se le ha informado a los proponentes que se evaluarán a partir del primer día hábil de enero 2025. Se detallan a continuación las propuestas y sus fechas de ejecución:

Torneo Golf PREI	Enero
10k Modesto Carrión	Cambio a 2025
Aniversario Plenéalo	Enero 5
Golf PR 5	Enero 5
Fiesta Acabe Café	Enero 11-12
The Shoe Magic Tournament	Enero 14-19
Fiestas SANSE	Enero 16-19
Mini Belleza Universo	Enero 19-abril 29
Dia Intl del Buggy	Enero 25-26
Golf PR 5	Enero 25-26
Torneo Golf Iniciativa Comunitaria MSS	Enero 24
Spring Volleyball Challenge	Enero 24-26
Abriendo Líneas	Enero 26
Maratón El Mulo Valenciano	Enero 26
2nd Tee Off Drive Golf	Enero 31
CURE SMA	Febrero 1
PR Challenge - Baseball	Febrero 2025

Fesisla - Concierto 250 Años	Febrero 2025
Eddie Palmieri en Concierto	Febrero 7
Fundación Cortés	Febrero 8
Golf PR 6	Febrero 14-16
Pickleball Senior Edition	Febrero 21-23
Lady Forshyth Golf Invitational	Febrero 27
Ironman	Pendiente
PR Open 2025	Marzo 3-9
Miller Lite Team Cup	Abril 2-13
Fiel a la Arena - Retorno a la Arena	Abril 18-20
Cumbre Aguas Finas	Abril 25
Pickleball Open	Mayo 16-18
PR Outdoor Expo	MAYO 2025
PR Volleyball Championship	Junio 2-8
PR Basketball Junior Olympics	Julio 8-13
Congreso Interamericano Psicología	Julio 14-28
Pickleball Open	Agosto 8
Olimpiada PR en contra Violencia - Ultra	Agosto 28 a Septiembre 14
PR Cake Expo 2025	Septiembre 27-28
Anima-T	Octubre 10- Noviembre 2
Pickleball Senior Edition	Noviembre 14-16

Calendario de Cruceros 2024-2025:

 SAN JUAN, PUERTO RICO – 2024 / 2025 CRUISE SEASON								
CRUISE HOMEPORT SAILINGS JULY 2024 - JUNE 2025								
 <p>VOYAGES</p> <p>RESILIENT LADY</p> <p>Saturday Dec. 14, 2024 to Jan. 11, 2025</p> <p>Friday Dec. 6, 2024</p> <p>Tuesday Jan. 21, 2025 Apr. 1, 2025</p> <p>2,700 Max. Cap.</p>	 <p>SUMMIT</p> <p>Saturday Oct. 12, 2024 to Dec. 28, 2024</p> <p>2,449 Max. Cap.</p>	 <p>NORWEGIAN</p> <p>NORWEGIAN VIVA</p> <p>Sunday Dec. 15, 2024 to Apr. 13, 2025</p> <p>3,215 Max. Cap.</p>	 <p>RoyalCaribbean INTERNATIONAL</p> <p>RHAPSODY OF THE SEAS</p> <p>Sunday Jul. 7, 2024 to Feb. 16, 2025 Mar. 16, 2025 to Apr. 13, 2025 Jun. 1, 8, 15, 22, 29, 2025</p> <p>Fri. Mar. 7, 2025 Sat. May 24, 2025</p> <p>2,435 Max. Cap.</p>	 <p>Disney CRUISE LINE</p> <p>DISNEY MAGIC</p> <p>Friday Nov. 8, 2024 Nov. 15, 2024</p> <p>3,325 Max. Cap.</p>	 <p>VIKING CRUISES <i>Exploring the World in Comfort</i></p> <p>VIKING SEA</p> <p>Wed. Oct. 30, 2024 Sat. Nov. 9, 2024 Tue. Nov. 19, 2024 Fri. Nov. 29, 2024 Mon. Dec. 23, 2024 Thu. Jan. 2, 2025 Sun. Jan. 26, 2025 Wed. Feb. 5, 2025</p> <p>Sat. Feb. 15, 2025 Tue. Feb. 25, 2025 Fri. Mar. 21, 2025 Mon. Mar. 31, 2025</p> <p>930 Max. Cap.</p>			
LUXURY & BOUTIQUE CRUISE HOMEPORT SAILINGS JULY 2024 - JUNE 2025								
 <p>THE RITZ-CARLTON YACHT COLLECTION</p> <p>ILMA</p> <p>Thu. Nov. 13, 2024 Wed. Nov. 20, 2024 Sat. Dec. 28, 2024 Sat. Jan. 4, 2025 Sat. Jan. 11, 2025 Sat. Jan. 18, 2025 Sat. Feb. 8, 2025 Sun. Feb. 16, 2025 Sat. Feb. 22, 2025 Sat. March 1, 2025 Fri. March 28, 2025 Fri. April 4, 2025 Fri. April 11, 2025</p> <p>448 Max. Cap.</p>	 <p>SEA CLOUD CRUISES</p> <p>EVRIMA</p> <p>Fri. Dec. 20, 2024 Fri. Dec. 27, 2024 Fri. Jan. 3, 2025 Wed. Jan. 8, 2025 Wed. Feb. 5, 2025 Mon. Mar. 3, 2025 Sat. Mar. 8, 2025 Sat. Mar. 15, 2025 Sat. Mar. 22, 2025 Thu. Mar. 27, 2025</p> <p>298 Max. Cap.</p>	 <p>Regent SEVEN SEAS CRUISES</p> <p>SPIRIT</p> <p>Friday Jan. 10, 17, 24, 2025</p> <p>136 Max. Cap.</p>	 <p>OCEANIA CRUISES</p> <p>SEVEN SEAS NAVIGATOR</p> <p>Fri. Jan. 3, 2025 Mon. Jan. 13, 2025 Mon. Jan. 20, 2025 Thu. Jan. 30, 2025 Thu. Feb. 6, 2025</p> <p>530 Max. Cap.</p>	 <p>WINDSTAR CRUISES</p> <p>SIRENA</p> <p>Tuesday Apr. 22, 2025</p> <p>694 Max. Cap.</p>	 <p>WINDSTAR CRUISES</p> <p>STAR PRIDE</p> <p>Sunday Nov. 3, 2024</p> <p>Saturday Nov. 9, 2024 Nov. 16, 2024 Nov. 23, 2024 Nov. 30, 2024 Dec. 7, 2024</p> <p>212 Max. Cap.</p>	 <p>SEADREAM YACHT CLUB</p> <p>SEADREAM II</p> <p>Sun. Nov. 9, 2024 Sat. Nov. 30, 2024 Sat. Jan. 11, 2025 Sat. Jan. 18, 2025 Sat. Feb. 22, 2025 Sun. Mar. 23, 2025</p> <p>110 Max. Cap.</p>	 <p>EMERALD CRUISES</p> <p>EXPLORA JOURNEYS</p> <p>EXPLORA I</p> <p>Tue. Jan. 21, 2025 Fri. Feb. 28, 2025</p> <p>EXPLORA II</p> <p>Friday Nov. 29, 2024 Dec. 27, 2024 Feb. 21, 2025 Fri. Mar. 7, 2025</p> <p>920. Max. Cap.</p>	 <p>EMERALD CRUISES</p> <p>EMERALD AZZURA</p> <p>Jan. 4 & 18, 2025 Feb. 1 & 15, 2025 Mar. 1 & 15, 2025</p> <p>100. Max. Cap.</p>

*All itineraries subject to change. *REV 9/18

ANEJOS

- Para poder acceder a los anejos de este informe, favor de proceder al portal.