APR
2019

FOUNDATION FOR PUERTO RICO
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS

VISITOR ECONOMY

POLICY BRIEFING

APR
2019

VISITOR ECONOMY
POLICY BRIEFING

En el 2014, Foundation for Puerto Rico (FPR) comenzó a trabajar para hacer de la economía de los visitante una prioridad de desarrollo económico en Puerto Rico. Este esfuerzo comenzó con el establecimiento de una Unidad de Investigación y Análisis de la economía del visitante, para ayudar a guiar la discusión de la política pública, concerniente a la actividad turística en la Isla.

CONTENIDO:

La batalla contra alojamientos a corto plazo en San Juan.
Pg. 3

Continúa la brecha de acceso a datos sobre la economía del visitante.
Pg. 5

Crean nueva herramienta para informar al sector de la economía del visitante.
Pg. 6

Discover Puerto Rico **y su primer evento de resultados sobre los esfuerzos de mercadeo.**
Pg. 7

Puerto Rico como la sede del *Global Summit 2020* del *World Travel & Tourism Council* (WTTC).
Pg. 8

Foundation for Puerto Rico

1500 Calle Antonsanti
Suite K-Colaboratorio
San Juan, PR 00912-3150

Foundation for Puerto Rico busca potenciar la oportunidad que tiene nuestra Isla como participante activo en la economía mundial con programas sostenibles que impulsan el desarrollo social y económico. Del conocimiento a la acción, nuestro objetivo es transformar a Puerto Rico en un destino para el mundo. Queremos que más personas visiten, vivan, trabajen e inviertan en Puerto Rico lo que resultará en un crecimiento multimillonario de desarrollo económico. Nuestros programas apuestan a un gran potencial de integrar la Economía del Visitante con los esfuerzos de reconstrucción de la Isla.

(787) 773-1100 www.foundationpr.org info@foundationpr.org

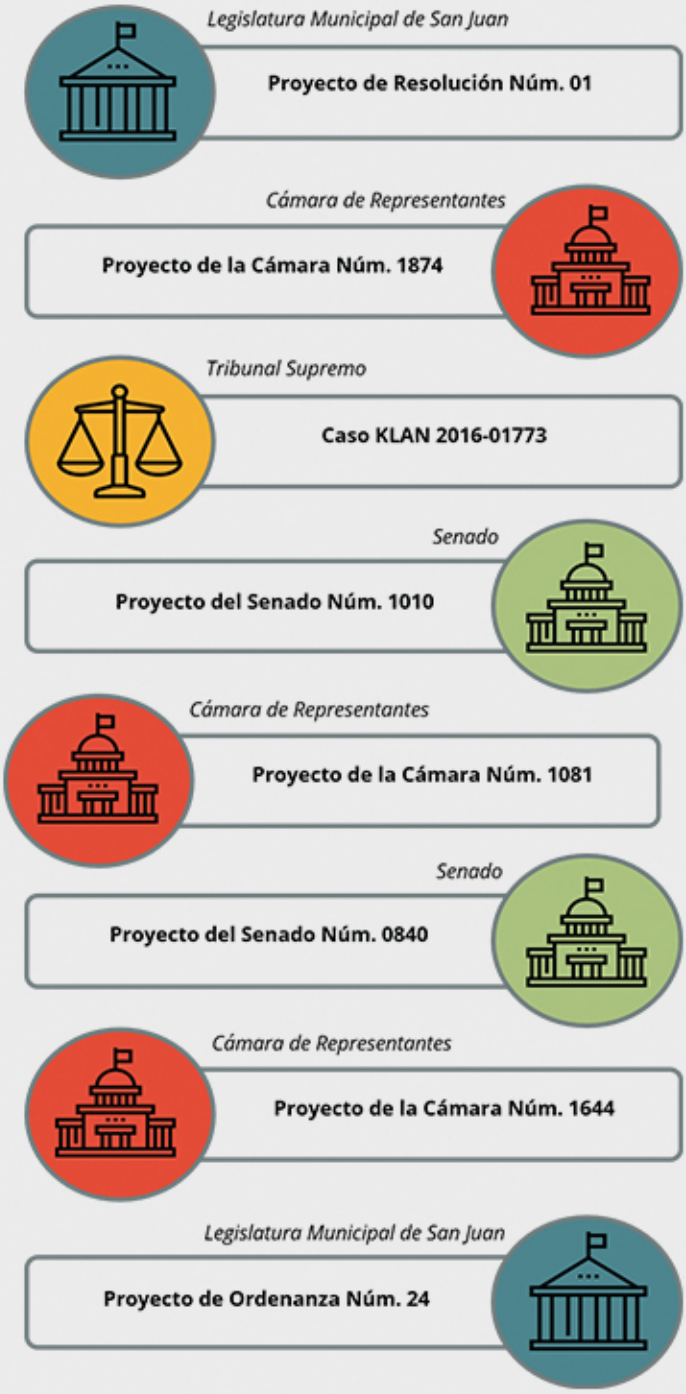
Foundation for Puerto Rico es una organización sin fines de lucro fundada el 2011 y designada como una entidad 501(c)(3)

03

LA BATALLA CONTRA ALOJAMIENTOS A CORTO PLAZO EN SAN JUAN: RESTRICCIONES Y REGULACIONES EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

El tema de la regulación e intervención gubernamental es uno de los más importantes relacionados al debate que trae consigo la economía colaborativa en el turismo. En Puerto Rico, ese choque regulatorio y conflictivo comenzó con la llegada de Uber en el verano del 2016. Para aquel entonces, las expresiones de varias agencias gubernamentales y gremios de transporte sobre el marco regulatorio para este nuevo competidor fueron férreas y contundentes, provocando un gran debate sobre el transporte terrestre y la regulación del mismo. Las denominadas "Empresas de Red de Transporte" (ERT), estuvieron al vaivén de tres agencias gubernamentales y no es hasta el 5 de mayo de 2018, cuando se adopta el nuevo "Código de Reglamentos" de la Comisión de Servicio Público (CSP) donde exige que las personas que conducen un vehículo conectado a una ERT cumplan con ciertos requisitos. En ese momento la Fundación publicó un estudio sobre el tema titulado "Economía Colaborativa: Innovación y Regulación en la Transportación Terrestre". En este estudio la Fundación insto a las agencias de gobierno pertinentes a que no se les aplicara a las empresas de red de transporte la misma regulación anticuada de los taxis turísticos, sino que se atemperara el marco regulatorio a los tiempos para que el mismo promoviera la innovación y velara por los mejores intereses de los consumidores.

Un caso similar está ocurriendo ahora mismo con los alojamientos a corto plazo. Recientemente, el debate generado sobre el tipo de regulación a aplicarse para los alojamientos a corto plazo, a sido inspiración para la creatividad legislativa en Puerto Rico. Desde el 2017, se han radicado una serie de proyectos y resoluciones relacionadas a la regulación de la economía colaborativa haciendo énfasis a los alojamientos a corto plazo. Alrededor de cuatro proyectos de ley se han discutido en la legislatura, dos resoluciones de investigación, una ordenanza a nivel municipal y un caso judicial que ha llegado hasta el Tribunal Supremo de Puerto Rico. A continuación, un panorama sobre el marco legal de la economía colaborativa en Puerto Rico:



04

LA BATALLA CONTRA ALOJAMIENTOS A CORTO PLAZO EN SAN JUAN: **RESTRICCIONES Y REGULACIONES EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA** CONT.

Una de las medidas que ha causado más debate es el recién proyecto de la **Legislatura Municipal de San Juan (Ordenanza Núm. 24, Serie 2018-2019[1]).** Este proyecto propone crear un reglamento para alquileres a corto plazo en el Municipio de San Juan con el fin de establecer un proceso de licencias al uso y por clasificación. Además, delimita las áreas donde este uso puede ser implementado para proteger zonas residenciales en la ciudad y zonas históricas que lo ameriten, limitando la cantidad de propiedades y habitaciones que pueden ofrecerse como alojamientos a corto plazo. Dicha ordenanza, propone el establecimiento de tarifas anuales de $250 hasta $500 para la renovación de la licencia de uso, un impuesto de 3% sobre el ingreso bruto obtenido durante la operación del negocio, un permiso domiciliario, mostrar evidencia de cumplimiento con el "Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio", además del endoso de bomberos y de salud. La legislatura sostuvo ocho vistas públicas en donde un total de 28 deponentes tuvieron la oportunidad de exponer sus recomendaciones y/o críticas a dicho proyecto. Entre las ponencias radicadas, la Directora Ejecutiva de la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR), Carla Campos, reiteró su oposición al proyecto. Según la CTPR, el proyecto contiene "elementos que son contrarios al derecho y jurisprudencia interpretativa vigente (...) Además, dispone aspectos regulatorios que hoy día son de inherencia exclusiva de la CTPR." Entre las alternativas que la CTPR propone es el enmendar la Ley Núm. 272-2013 para incrementar el impuesto del canon por ocupación (conocido como el "Room tax") de este tipo de alojamiento, para que parte de la cantidad determinada, vaya directamente a las arcas municipales. Luego de ocho (8) reuniones públicas finalizadas el 12 de marzo de 2019 y 28 ponencias sometidas, la Legislatura Municipal de San Juan aún no ha dilucidado un resultado sobre la Ordenanza #24.

Entre los proyectos radicados en la Legislatura, se encuentran el **Proyecto del Senado 1010**, el cual dispone que es la CTPR la entidad gubernamental con el peritaje y facultades en ley para regular y otorgar permisos aplicables; el **Proyecto de la Cámara 1081**, el cual dispone la creación de una "ley para fomentar y regular el arrendamiento a corto plazo" y enmendar las leyes de condominios y control de acceso; y el **Proyecto de la Cámara 1644** el cual busca que los municipios no puedan imponer limitaciones a industrias de alojamientos a corto plazo. Cabe señalar que ninguno de estos proyectos se ha aprobado en la Legislatura.

A falta de una política pública clara y concisa lo que tenemos un marco regulatorio incompleto e ineficiente. Actualmente, vemos una enramada de medidas regulatorias que intentan determinar la manera en cómo se debería regular este tipo de actividad económica. Sin embargo, el **Proyecto del Senado 0840**, puede ser la alternativa a considerarse para establecer la base para futuras regulaciones dentro de esta actividad, más allá de los alojamientos a corto plazo ya que es la única medida que busca crear una política pública uniforme que considere el desarrollo e impacto de la economía colaborativa para todo Puerto Rico y no solo un municipio. Este proyecto tampoco ha sido aprobado en la legislatura.

Para la Fundación, la aprobación e implementación de la **Ordenanza Núm. 24**, de la Legislatura Municipal de San Juan, según redactada, tendrá serias implicaciones al desarrollo de la economía del visitante en la Isla y crearía un mal precedente en el desarrollo de la economía colaborativa en Puerto Rico. Así como en el 2016, cuando la Fundación publicó un estudio recomendando un marco regulatorio para las empresas de red de transporte, a finales de mayo de este año, se publicará una serie de recomendaciones de política pública sobre este tema en particular.

Con un potencial exponencial, la economía colaborativa es sin duda, un pilar importante en la estrategia de desarrollo económico de Puerto Rico. Por eso, exhortamos a los reguladores a ser prudentes con los reglamentos, ya que estos pueden afectar el desarrollo de estos modelos y productos novedosos vinculados a miles de residentes y visitantes.

1.https://legislaturasanjuan.pr/biblioteca/proyectos-radicados/proyectos-de-ordenanzas/2018-2019-2/10988-proyecto-de-ordenanza-num-24-serie-2018-2019/file

CONTINÚA LA BRECHA DE ACCESO A DATOS SOBRE LA ECONOMÍA DEL VISTANTE

En enero de 2019, la Junta de Planificación (JP) público los resultados de la Encuesta del Viajero, referente al año calendario de 2017. Esta encuesta es de suma importancia para poder analizar científicamente la actividad turística en la Isla. Lamentablemente, Puerto Rico carece de un sistema robusto de estadísticas de turismo. En una entrevista reciente con la Fundación, el principal oficial ejecutivo de *Discover Puerto Rico*, la organización de mercadeo de destino de Puerto Rico, Brad Dean, indicó que su gran decepción cuando llegó a Puerto Rico fue la dificultad de poder encontrar estadísticas confiables sobre la actividad turística en la Isla.

En el 2017, la Fundación identificó en un estudio las brechas en medición en el sector turístico en Puerto Rico y delineó los pasos a seguir para contar con un sistema de estadísticas a la par con los estándares internacionales, puesto que, el gobierno de Puerto Rico no cumple con ninguno de los requisito estadísticos recomendados por la Organización Mundial de Turismo (OMT). Un paso hacia la dirección correcta fue la reinstalación de la Encuesta del Viajero en enero de 2017, luego de haber estado paralizada por cuatro (4) años. La encuesta, se realizó en los principales puertos de entrada de la Isla, el aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín en Carolina, el Rafael Hernández en Aguadilla y en los muelles del Viejo San Juan, usando una muestra representativa de casi 37,000 pasajeros que entraron a la Isla. A pesar de ser la principal herramienta para medir el impacto económico del turismo en Puerto Rico, por alguna razón el proyecto se paralizó nuevamente en diciembre de 2017, y no fue hasta marzo de 2019, un año después, que la JP reinstaló la encuesta. FPR, quien ha abogado por un sistema de estadísticas de turismo por varios años, solicitó los datos crudos de la Encuesta del 2017 a la JP para poder validar la información del informe publicado en enero 2019, ya que, había dudas técnicas con varias tablas y confrontaron problemas con informes pasados de la JP. A modo de ejemplo, el año pasado la Fundación obtuvo los datos crudos de la encuesta que se realizó en el 2012, a través del Instituto de Estadísticas, y no pudo replicar las tablas del informe oficial de la JP, ni pudo extrapolar los datos al universo de pasajeros. Tampoco pudieron reconciliar los datos de la encuesta con las estadísticas oficiales que publicó el gobierno de Puerto Rico y envió a las organizaciones internacionales durante ese año.

A pesar de lo positivo de la reinstalación de la encuesta durante el mes de marzo, es todavía preocupante que la información generada no pueda ser validada por terceros. Debe haber confianza en el sector y que los números publicados oficialmente estén basados en principios de estadística, es decir, adheridos a los principios Fundamentales de Estadísticas Oficiales recomendados por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas. Además, deben ser comparables a través del tiempo y con otros países. No deberíamos invertir cientos de miles de dólares de fondos públicos en una encuesta que no será utilizada para generar las estadísticas oficiales del gobierno, ni ayudará a cerrar las brechas de medición que hay en Puerto Rico. Sin datos fidedignos, se hará cuesta arriba como país medir el impacto de los fondos federales destinados a la recuperación o medir los nuevos esfuerzos de mercadeo del DMO. No debemos seguir dependiendo de organizaciones internacionales o consultores para generar estadísticas económicas asociadas con la economía del visitante en Puerto Rico, debemos todos trabajar para cerrar estas brechas.

CREAN NUEVA HERRAMIENTA PARA INFORMAR AL SECTOR DE LA ECONOMÍA DEL VISITANTE

Por varios años Foundation for Puerto Rico (FPR) ha abogado por un sistema de estadísticas de turismo para poder medir el verdadero impacto que tiene la actividad turística en Puerto Rico. En el verano de 2017, FPR público el estudio "*Hacia un Sistema de Estadísticas de Turismo*" en donde identificaron las brechas en medición y se delinearon los pasos a seguir para contar con un sistema de estadísticas a la par con los estándares internacionales. Uno de los hallazgos identificados en el estudio es que, dentro de los retos principales que tiene el gobierno de Puerto Rico para medir correctamente la actividad turística, se encuentra la falta de integración en la medición de todos los competentes del sector.

La Compañía de Turismo de Puerto Rico (PRTC, por sus siglas en inglés) se ha enfocado históricamente en producir los datos de alojamientos endosados, de donde proviene la mayoría de sus ingresos a través del Room Tax. La Autoridad de los Puertos (AP) produce información sobre el acceso aéreo y los cruceros mientras que la Junta de Planificación (JP) se ha enfocado en producir los estimados económicos de turismo además de publicar el perfil y gasto de los viajeros que visitan Puerto Rico a través de la encuesta del visitante.

Finalmente, la nueva organización de mercadeo de destino, *Discover Puerto Rico*, se está enfocado en crear la capacidad para medir la efectividad de sus campañas de mercadeo. Esta falta de integración, incide en la falta de claridad sobre alcance del turismo en Puerto Rico y el rol que juega en la economía de la Isla. Esto provoca lagunas de información cuando se discuten temas importantes de política pública turística. También induce a que la gestión y la publicidad del destino se base únicamente en algunos componentes de la actividad turística, como el alojamiento.

Conscientes de la importancia de tener un ecosistema informado, dentro y fuera del gobierno, la Fundación se ha dado la tarea de crear un nuevo portal de datos sobre la economía del visitante. Este portal integra datos de diferentes fuentes, tanto locales como internacionales, con el fin de proveer una radiografía de la economía del visitante en Puerto Rico. El mismo se divide en varias partes las cuales incluye: un panorama histórico de las llegadas y gasto de visitantes en el caribe; una comparativa del impacto de la actividad turística en empleos y en el producto interno bruto; el universo de alojamientos en Puerto Rico y sus características; una compilación de sobre diez años del registro hotelero en Puerto Rico; información sobre el perfil y gasto de los visitantes en Puerto Rico; y una descripción del flujo de pasajeros en los principales puertos de entradas del país. En adición, el portal contará con una serie de enlaces directos a los análisis de cada sección para facilitar una comprensión más detallada de cada una de las gráficas.

Este nuevo portal funciona como una nueva herramienta de información para reporteros, estudiantes, profesores, legisladores, empleados de gobierno, desarrolladores y demás actores del ecosistema que procuran datos sobre el sector turístico en Puerto Rico. El portal representa una nueva adición al programa de investigación de la Fundación, que busca intermediar conocimiento para que todos utilicemos el mismo lenguaje y se fundamente la discusión sobre temas importantes de la economía del visitante en datos e información verificable. Si tenemos un ecosistema mejor informado, tendremos mejores planes y resultados para poder validar aún más la importancia de la economía del visitante para todo Puerto Rico. Visita el portal de FPR accesando el siguiente enlace:

https://www.foundationforpuertorico.org/visitoreconomydataportal

07

DISCOVER PUERTO RICO Y SU PRIMER EVENTO DE **RESULTADOS SOBRE LOS ESFUERZOS DE MERCADEO**

La Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc. (*Discover Puerto Rico*) fue creada en marzo 2017, bajo la Ley Núm. 17-2017[2] como una organización sin fines de lucro cuyo objetivo es el "desarrollar la marca turística de Puerto Rico y promocionar la Isla para atraer visitante y aumentar la exposición mundial de Puerto Rico como destino turístico". Desde entonces, han ido trabajando en la estructura organizacional y operacional de la Corporación. Ya para junio del 2018, culminaron con los planes de transición concernientes a la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) y el *Puerto Rico Convention Bureau* (*Meet Puerto Rico*) y en julio de dicho año, comenzaron formalmente a promover a Puerto Rico como destino turístico.

El Director Ejecutivo de *Discover Puerto Rico*, Brad Dean, presentó recientemente el primer informe del año durante el evento *Industry Quarerly Update* en marzo. Dean destacó los esfuerzos y éxitos alcanzados a casi 400 profesionales del ecosistema turístico en Puerto Rico que se dieron cita a este evento. El contenido de las presentaciones estuvo a cargo de Leah Chandler, Principal Oficial de Mercadeo; Ed Carey, Director de Ventas; Jennifer Rosa, Vicepresidenta de Comunicaciones; y como oradores invitados se encontraban David Bahlman, Vicepresidente de la división de turismo y hospitalidad de ADARA[3]; Paul Winkle, Vicepresidente de mercadeo global para Miles Partnership[4]; y Dianne Turner, Gerente Senior de alianzas para el sureste de Brand USA[5].

En el segmento del mercadeo, presentaron varios de los logros alcanzados hasta marzo 2019 en donde demarcó que, desde el periodo de diciembre 2018, se han generado más de 4.9 billones en "earned impressions" y sobre $90 milliones en "ad value". Las publicaciones sobre Puerto Rico como destino turístico van desde el *New York Times* catalogándolo como el destino número uno para visitar en el 2019 y el programa nacional *Good Morning America* de la cadena ABC, hasta la revista VOGUE y NYLON reseñando a MECA (Mercado Caribeño) como "the most important art fair in the Caribbean". Búsquedas sobre "Puerto Rico Vacation" aumentaron en un 229% y luego del huracán María, el interés sobre Puerto Rico aumentó en un 21% contrario al -36% en el 2018, según *Google*. Además, durante la presentación, el equipo de mercadeo resaltó varios estudios llevados a cabo con el propósito de conocer el estatus de la marca de Puerto Rico y poder reposicionar la misma a futuro. Dentro de los hallazgos resaltaron que, hay un bajo nivel de concienciación y familiaridad de los productos y actividades turísticas; "no sé lo suficiente sobre Puerto Rico" se encuentra entre los cinco principales elementos disuasivos a la hora de visitar; hay poco o ningún valor de la marca en los eslóganes o lemas anteriores como "See Puerto Rico" y la "La Isla del Encanto" la cual increíblemente "La Isla del Encanto" es más asociada con Hawaii. Dentro de los hallazgos, indicaron que existe una gran oportunidad para diferenciar a Puerto Rico de su conjunto competitivo a través de una plataforma de marca arraigada en la cultura y autenticidad de la Isla.

Por otra parte, con el propósito de crear "engagement" y "brand awareness", el segmento de comunicaciones de *Discover Puerto Rico* ha estado realizando una serie de "mesas redondas" con la diáspora puertorriqueña recorriendo las principales ciudades como New York, Orlando, Miami y Chicago. Más de 70 organizaciones y líderes comunitarios se dieron cita en estas reuniones. Las Fiestas de la Calle celebradas en Orlando y Miami, así como el colaborar con reconocidos reporteros y "social media influencers" fueron escenarios para robustecer los esfuerzos de relaciones públicas, los cuales ayudaron a alcanzar un total de 28,269,187 impresiones.

Concluyendo el evento, la Gerente Senior de alianzas para el sureste de *BrandUSA*, Dianne Turner, presentó las diversas campañas y alianzas estratégicas establecidas para robustecer la marca de Puerto Rico. Cabe destacar que, es la primera alianza que se crea con *BrandUSA*, cada dólar que Discover Puerto Rico invierta, *BrandUSA* lo va a igualar.

El primer reporte de progreso de *Discover Puerto Rico* fue una muestra de todo el trabajo realizado en tan solo dos años de creación. La información brindada fue de gran valor para los presentes, así como las diversas presentaciones de los oradores invitados al evento. Ya para su segundo periodo, habrán determinado el plan estratégico de mercadeo; la identificación de mercados nichos; la creación de talleres a la industria y el programa de mercadeo cooperativo.

2. Ley para la Promoción de Puerto Rico como Destino (Ley Núm 17-2017) http://www.lexjuris.com/lexlex/Leyes2017/lexl2017017.htm
3. https://adara.com/tourism-advertising/
4. https://www.milespartnership.com/
5. https://www.thebrandusa.com/

08

PUERTO RICO COMO SEDE DEL GLOBAL SUMMIT 2020 DEL WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC)

En una noticia histórica para el sector turístico del país, una de las principales organizaciones internacionales de la industria de viajes y turismo, la WTTC anuncia que Puerto Rico será la sede de su cumbre global anual en abril del 2020. La presidenta y principal oficial ejecutiva de la WTTC, Gloria Guevara Manzo indicó que: "Estamos encantados de llevar la Cumbre Mundial del próximo año a la hermosa isla caribeña tropical de Puerto Rico, un destino acogedor y diverso, que no solo ofrece a las visitantes playas gloriosas, sino que también alberga el único bosque lluvioso tropical en los Estados Unidos. La celebración de la Cumbre Global en Puerto Rico refleja el compromiso y los esfuerzos multisectoriales para aumentar los viajes de negocios y de placer[6]."

La WTTC es el organismo que representa al sector privado de viajes y turismo a nivel internacional, a diferencia de la Organización Mundial del Turismo (OMT), quien es el ente oficial a nivel mundial. La lista de miembros de la WTTC incluye a más de 170 principales oficiales ejecutivos y presidentes ejecutivos que representan compañías líderes de viajes y turismo de todo el mundo. Por más de 30 años, la WTTC ha realizado investigaciones sobre el impacto económico de los viajes y el turismo en 185 países. Dentro de sus principales prioridades se encuentran temas sobre seguridad y accesibilidad; mitigación de crisis; manejo, gestión y recuperación de destino; y el crecimiento sostenible[7].

La cumbre global anual de la WTTC es el evento preeminente a nivel mundial en la industria de viajes y turismo, donde se reúnen entidades del sector público y privado para discutir y debatir temas que afectan al sector en un foro abierto. Además, tiene como propósito el crear conciencia sobre el rol global, social y económico que tiene la industria de viajes y turismo, donde atrae una importante atención de los medios de comunicación y difusión de todo el mundo. Según la WTTC, en los últimos años, se han incluido Jefes de Estado, más de 50 ministros de gobierno, 600 presidentes, jefes ejecutivos, y más de 100 miembros de los medios de comunicación internacionales. Exclusivamente, para los miembros de la WTTC y ejecutivos locales en el mercado anfitrión, este evento proporciona una plataforma efectiva para reunirse, compartir y conectarse con colegas de alto nivel de esta industria.

Las pasadas cumbres se llevaron a cabo en las ciudades de Madrid (2015), Dallas (2016), Bangkok (2017), Buenos Aires (2018) y Sevilla (2019). Los temas que se discuten en estas cumbres varían desde el empresarismo, creatividad, innovación, diversidad e inclusividad de la industria de viajes y turismo, hasta ratificaciones de acuerdos y colaboraciones entre entidades. San Juan (2020) será la próxima sede de esta cumbre a celebrarse en el Centro de Convenciones de Puerto Rico del 21-23 de abril. Será la primera vez que un país caribeño sea la sede de este magno evento a nivel mundial, tanto la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR) como *Discover Puerto Rico*, serán sus organizadores.

6. https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/-press-releases/2019/puerto-rico-revealed-as-location-for-world-trave-tourism-council-2020-global-summit/
7. https://www.wttc.org/about/