

(TEXTO DE APROBACION FINAL POR LA CAMARA)
(20 DE JUNIO DE 2011)

ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO

16ta. Asamblea
Legislativa

5ta. Sesión
Ordinaria

CAMARA DE REPRESENTANTES

P. de la C. 3115

18 DE ENERO DE 2011

Presentado por la representante *Rodríguez de Corujo* y el representante *Rivera Guerra*
y suscrito por el representante *Torres Ramírez*

Referido a la Comisión de Desarrollo de la Industria Turística

LEY

Para enmendar el inciso (1) del Artículo 6 de la Ley Núm. 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, conocida como “Ley de la Compañía del Turismo de Puerto Rico”, a fin de concretizar la obligación de la Compañía de Turismo de fomentar e impulsar la preparación e implantación de diversos tipos de ofertas turísticas para desarrollar la competitividad de Puerto Rico como destino turístico.

EXPOSICION DE MOTIVOS

La Compañía de Turismo de Puerto Rico es una corporación pública creada por virtud de la Ley Núm. 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, que está regida por una Junta de Directores compuesta por siete (7) miembros y un Director Ejecutivo nombrado por el Gobernador, quien debe ser confirmado por el Senado de Puerto Rico.

Como corporación pública, la Compañía de Turismo tendrá y podrá ejercer los derechos, deberes y poderes que sean necesarios o convenientes para promover, desarrollar y mejorar la industria turística en el país, según se dispone en el Artículo 5 de la Ley Núm. 10, antes cita.

El producto turístico tiene que estar orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores. También es necesario preparar ofertas y darlas a conocer con diversas

técnicas publicitarias incluyendo canales de distribución que atiendan el mercado directo cuando se trata de grupos o asociaciones de consumidores.

Estamos conscientes de la pertinencia de que la Compañía de Turismo prepare ofertas de precios atractivos que incluyan transportación, alojamiento y excursiones para mercados especializados tales como maestros, empleados públicos, asociaciones profesionales y clubes cívicos, entre otros, pudiendo extenderlas a los mercados, tanto de turismo interno como del exterior en coordinación con entidades como universidades que ofrezcan cursos de idiomas e institutos con talleres de computación, artes, artesanía, cocina típica y pintura, entre otros.

Al respecto, existen empresas de excursiones que preparan ofertas para mercados especializados. Por ejemplo, amantes del deporte de la tabla hawaiana con visitas a las playas ideales para este tipo de deporte y alojamiento cerca en sitios de bajo costo. Esto, dirigido a un mercado de jóvenes a través de Internet o publicaciones especializadas; sociedades de espeleólogos que exploran las cuevas con sus colegas locales; maestros de idiomas de universidades extranjeras deseosos de tomar cursos intensivos de idioma combinados con una vacación en un paraíso tropical; fotógrafos de aves (bird watchers) que se fascinan en el Yunque o Toro Negro y que comprarían excursiones con alojamiento en Eco Hospedajes; amantes del turismo náutico que con sus embarcaciones viajan de isla a isla por la región del Caribe; turismo religioso con peregrinaciones a Tierra Santa en Israel, Gruta de Lourdes en Inglaterra y en Puerto Rico, Municipio de Caguas, por el beato Charlie, entre otras; así además, viajes para empleados públicos y pedagogos con descuentos especiales y componente educativo.

Reconocemos que ya la Compañía de Turismo cuenta con la capacidad de asesorar para que se preparen las ofertas de precios atractivos con los componentes y características necesarias que ayuden a posicionar a Puerto Rico como un destino atractivo para diversos mercados especializados y fortalecer, de este modo, la industria turística en el país.

Cónsonos con el favor de estimular la preparación de ofertas y paquetes que integren diversos componentes y que sirvan para atraer diversos mercados especializados convenimos que el producto turístico tiene que estar orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores y esto requiere capacidad de adaptación a los constantes cambios en los patrones de conducta de estos.

Es imperativo que la Compañía de Turismo identifique los principales segmentos de consumidores con el mayor potencial para visitar a Puerto Rico y en coordinación con las empresas de excursiones del sector privado prepare un listado de las diferentes clases de turismo que se ofrecen en Puerto Rico, como por ejemplo: turismo gastronómico, deportivo, de bienes raíces, etc. y promocióne las ofertas que satisfagan sus necesidades.

1 impresos de toda clase y películas que puedan ser distribuidas,
2 circuladas; exhibidas tanto en la Isla como en otros países y la
3 preparación de una página de internet interactiva que incluya
4 todos los tipos de turismo que se ofrecen en Puerto Rico con sus
5 respectivas ofertas, facilidades y mapas, entre otros.

6 (2)”

7 Artículo 2.-Esta Ley tendrá vigencia inmediata luego de su aprobación.