

SENADO DE PUERTO RICO

P. del S. 2149

9 de mayo de 2011

Presentado por el señor *Rivera Schatz*

Referido a la Comisión de Turismo y Cultura

LEY

Para enmendar el Artículo 6 de la Ley Número 10 de 18 de junio de 1970, según enmendada, mejor conocida como “Ley de la Compañía del Turismo de Puerto Rico” a los fines de disponer que los programas de promoción y de atracción turística que adopte o utilice la Compañía de Turismo de Puerto Rico para promover el turismo y su industria tendrán una duración definida y establecer las excepciones.

EXPOSICION DE MOTIVOS

Consecuentemente se ha expresado que el turismo y su industria son punta de lanza para el fortalecimiento y crecimiento de la economía de Puerto Rico. El posicionar a Puerto Rico como un destino turístico preferido ha sido un esfuerzo constante que data desde la creación de la Compañía de Turismo en 1970.

La industria turística está comprendida por varios elementos. Los accesos a Puerto Rico, por aire o mar, la capacidad hotelera, los servicios y atenciones que se le prestan al que nos visita o al turista interno y el estado de la infraestructura portuaria, vial y de comunicaciones, son sólo algunos de esos elementos. Otro elemento de gran importancia para el crecimiento y desarrollo de la industria turística en Puerto Rico son los programas o campañas de promoción o atracción turística que establece y utiliza la Compañía de Turismo para atraer a turistas de alrededor de todo el mundo. El propósito primordial de estos esfuerzos es proyectar a Puerto Rico como un destino turístico que satisfaga los intereses de la mayor cantidad de personas a la hora de escoger el destino turístico para sus próximas vacaciones. Este propósito cobra, aún, mayor relevancia

cuando Puerto Rico compite con países vecinos que, también, cuentan con una variada oferta de opciones para el turista.

Afortunadamente, la belleza y los encantos de Puerto Rico y nuestra gente, facilitan la tarea de diseñar y establecer los programas o campañas promocionales dirigidas a promover a Puerto Rico como un destino turístico que compita favorablemente con las ofertas turísticas que representan otros destinos, no sólo en el Caribe, si no en el mundo entero. No obstante, debe procurarse que los programas o campañas de atracción turística, además de obedecer a una estrategia para atraer al turismo, sean parte de un esfuerzo concertado y continuo para proyectar el mensaje que mejor sirva a una estrategia promocional. De esa manera habrá consistencia en el mensaje y no se comunicarán ideas confusas o incompatibles con la antedicha estrategia o no se variarán ni modificarán constantemente, en detrimento de la estrategia promocional adoptada. Desafortunadamente, los cambios de administración gubernamental o de talentos creativos en el desarrollo de estas campañas ha provocado que se altere con facilidad la identidad de las campañas turísticas que promueven a la Isla.

Por tal razón, esta Asamblea Legislativa entiende que debe legislarse para disponer que los programas o campañas promocionales que adopte o utilice la Compañía de Turismo para la promoción de Puerto Rico como un destino turístico preferido tengan una duración definida, con excepción de los casos o situaciones donde así se disponga en la ley.

DECRETESE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO

1 Artículo 1.- Se enmienda el Artículo 6 de la Ley Número 10 de 18 de junio de 1970, según
2 enmendada, conocida como “Ley de la Compañía de Puerto Rico”, para que lea como sigue:

3 “Artículo 6.- Obligaciones

4 La Compañía será responsable de:

5 (1) ...

6 *Disponiéndose que cuando la Compañía adopte, participe, estimule u*
7 *organice programas de promoción o atracción turística y como parte de ello,*
8 *utilice una campaña, estrategia, lema o estribillo en particular, lo hará por un*

1 *periodo continuo no menor de seis (6) años, contados a partir del comienzo de*
2 *los referidos programas, con excepción de aquellos casos en los cuales por la*
3 *celebración de un evento cultural, artístico, cívico, científico o deportivo, o de*
4 *naturaleza similar, en donde Puerto Rico sea la sede, o debido a que un*
5 *programa de promoción o atracción turística no rinda resultados, la*
6 *Compañía estime necesario modificar o discontinuar la utilización de la*
7 *campaña, estrategia, lema o estribillo en particular.*

8 (2)....”

9 Artículo 2. - Separabilidad.-

10 En caso de que cualquier cláusula, párrafo, inciso o disposición de esta Ley sea
11 declarada inconstitucional por un tribunal de jurisdicción competente, dicha determinación no
12 afectará las restantes disposiciones de la Ley las que se mantendrán vigentes con toda fuerza
13 y rigor.

14 Artículo 3.-Vigencia

15 Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.