

**SENADO DE PUERTO RICO**

**R. del S. 422**

1 de septiembre de 2017

Presentada por el señor *Tirado Rivera*

*Referida a la Comisión de Asuntos Internos*

**RESOLUCIÓN**

Para ordenar a la Comisión de Turismo y Cultura, realizar una investigación exhaustiva sobre el progreso y la efectividad de las campañas de promoción y mercadeo de Puerto Rico que ejecuta la Compañía de Turismo de Puerto Rico y la Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc. con especial atención a la nueva campaña que utiliza el tema musical “Despacito”.

**EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

Puerto Rico es un destino mundialmente reconocido y en crecimiento, con unos atributos muy particulares que atrae al turista local y extranjero. La Organización Mundial del Turismo plantea que un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en esta industria. Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. El turismo se ha caracterizado por su crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales de diversa índole, demostrando su fortaleza y su resistencia.<sup>1</sup> El turismo se ha convertido en un sector clave para el progreso socioeconómico, beneficiando la creación de puestos de trabajo; y favoreciendo la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras de muchas empresas.

La Compañía de Turismo se creó al amparo de la Ley 10-1970, según enmendada, conocida como la “Compañía de Turismo de Puerto Rico”. La Compañía de Turismo es la corporación pública encargada de regular la industria turística y de promover, desarrollar, y mejorar su

---

<sup>1</sup> Panorama OMT del Turismo Internacional- Edición 2016

desarrollo. La Compañía de Turismo de Puerto Rico tiene como misión crear y facilitar la implementación de política pública para hacer de Puerto Rico un destino único y líder dentro de la industria turística a nivel mundial. El enfoque es lograr posicionar a Puerto Rico como el destino principal del Caribe. Por otro lado, la Ley 17-2017, conocida como la “Ley para la Promoción de Puerto Rico como Destino”, crea una Organización de Mercadeo del Destino (DMO, por sus siglas en inglés), quien tendrá la responsabilidad de promocionar a Puerto Rico y desarrollar su marca como un destino de primer orden para todos los sectores.

El 15 de agosto de 2017 la Compañía de Turismo de Puerto Rico, anunció el lanzamiento de una campaña publicitaria donde utilizarán el tema musical “Despacito”, interpretada por el artista puertorriqueño, Luis Fonsi. La canción “Despacito”, alcanzó los 2.993.786.682 de vistas en la historia de “You Tube”, convirtiéndose en un éxito internacional y encabezando la lista “Hot 100 de Billboard”. Según expresiones del Director de la Compañía de Turismo de Puerto Rico, José Izquierdo, la contratación de Luis Fonsi y la adquisición de los derechos de uso de la canción tendrán un costo total de setecientos mil dólares \$700,000. El exitoso tema musical será el elemento principal de promoción de Puerto Rico como destino turístico. Según la prensa del país, el acuerdo estará vigente hasta junio de 2018. Puerto Rico estará utilizando el tema Despacito y la imagen de Luis Fonsi en videos de 15, 30 y 60 segundos, publicidad digital, publicaciones en redes sociales y concursos dirigidos al consumidor, entre otros, a fin de generar actividad y tráfico hacia SeePuertoRico.com. Además, la campaña publicitaria tendrá exposición en todos los espectáculos de Luis Fonsi incluyendo: conferencias de prensa, video de promoción de Puerto Rico en pantallas previo a los conciertos del artista, exhortación del artista a que sus fanáticos visiten la página electrónica SeePuertoRico.com, y oportunidad para activaciones presenciales en las instalaciones donde se lleven a cabo los conciertos. Luis Fonsi también será el anfitrión de diversos invitados especiales para llevarlos a conocer Puerto Rico, entre otras actividades que se desarrollarán. La gira “Love & Dance World Tour” de Luis Fonsi cuenta con al menos 51 paradas adicionales que han sido confirmadas en las principales ciudades de Estados Unidos, Europa, Centro y Suramérica.

En momentos de crisis económica es importante reconocer el gran potencial económico que puede generar la industria turística para el país. Puerto Rico cuenta con hermosos paisajes, costas y bosques, una biodiversidad envidiable y una cultura rica y vibrante, que nos dota de una gran

oferta gastronómica y de entretenimiento. Además tenemos un potencial inmenso de ser un destino de primera, por esto es necesario potenciar el turismo como herramienta de desarrollo económico. La apertura y exploración de alternativas viables que fortalezcan y ayuden al desarrollo del sector turístico de Puerto Rico deben ser una de nuestras prioridades estratégicas. Es necesario maximizar el uso de los recursos económicos del Pueblo de Puerto Rico y priorizar las inversiones que mayor rendimiento habrá de traernos. Ante ello, es importante que esta Asamblea Legislativa garantice el uso adecuado de nuestros escasos recursos económicos y evalúe la eficiencia de todo tipo de ejecutorias que se decidan implementar. Por tanto, resulta imperante realizar investigaciones exhaustivas y continuas sobre el progreso y la efectividad de las campañas de promoción y mercadeo de Puerto Rico, que ejecutan la Compañía de Turismo de Puerto Rico y la Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc.; particularmente sobre si en efecto logran conseguir que el aumento de interés de viajes a Puerto Rico tengan una conversión real a llegadas y visitas, si aumenta la estadía promedio en las hospederías y cuál es el impacto económico de la actividad turística. Ello con especial atención a los costos, proyección de resultados, el progreso, la efectividad y el impacto final de la nueva campaña que utiliza el tema musical “Despacito”.

**RESUÉLVESE POR EL SENADO DE PUERTO RICO:**

- 1           Sección 1.- Se ordena a la Comisión de Turismo y Cultura, realizar una investigación
- 2 exhaustiva sobre sobre el progreso y la efectividad de las campañas de promoción y mercadeo de
- 3 Puerto Rico, que ejecutan la Compañía de Turismo de Puerto Rico y la Corporación para la
- 4 Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc., particularmente sobre si en efecto logran
- 5 conseguir que el aumento de interés de viajes a Puerto Rico tengan una conversión real a
- 6 llegadas y visitas, si aumenta la estadía promedio en las hospederías y cuál es el impacto
- 7 económico de la actividad turística. Ello con especial atención a los costos, proyección de
- 8 resultados, el progreso, la efectividad y el impacto final de la nueva campaña que utiliza el tema
- 9 musical “Despacito” y la imagen de Luis Fonsi.

1            Sección 2.- La Comisión de Turismo y Cultura deberá rendir un informe con sus  
2 hallazgos, recomendaciones y conclusiones dentro de noventa (90) días siguientes a la  
3 aprobación de esta Resolución.

4            Sección 3.- Esta Resolución entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.