

José Rodríguez Amorós (Sub-Secretario)

From: Anabelle Segarra <anabelle.segarra@discoverpuertorico.com>
Sent: Friday, April 29, 2022 4:01 PM
To: José Luis Dalmau Santiago (Presidente)
Cc: Secretaria; Brad Dean; Fernando Rodriguez
Subject: Presupuesto Año Fiscal 22/23 - La Ley Num. 17
Attachments: Letter_Senate_Budget FY 22-23.pdf; Discover Puerto Rico Budget FY 22-23.pdf

Importance: High

Honorable José L. Dalmau Santiago,

Adjunto enviamos respetuosamente carta a usted y el presupuesto del año fiscal 22/23 según requerido en La Ley Núm. 17 del 30 de marzo de 2017 inciso (3J), La Ley conocida como la “Ley para la Promoción de Puerto Rico como Destino”.

Aquí estamos a sus órdenes siempre.

Cordialmente,



Anabelle Segarra
Executive Assistant
(She / Her)

O: (787) 957-6882
M: (787) 538-1268

anabelle.segarra@discoverpuertorico.com

500 Calle De La Torre
Ochoa Building, Suite 402B
San Juan, PR 00901-1969



NOTE: The information contained in this e-mail may be privileged, confidential and protected from disclosure. If you are not the intended recipient, you are hereby notified that any dissemination, distribution or duplication of this communication is strictly prohibited. If you have received this communication in error, please notify the sender immediately and delete all copies. Thank you for your consideration and cooperation.



29 de abril de 2022

Honorable José L. Dalmau Santiago
Presidente
Senado de Puerto Rico
P.O. Box 9023431
San Juan, Puerto Rico 00902-3431

Estimado Presidente Dalmau Santiago:

Conforme a los requisitos establecidos en la Ley Núm. 17-2017 y el contrato entre el Gobierno de Puerto Rico y la Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc. y su marca Discover Puerto Rico, me complace presentar nuestro presupuesto para el Año Fiscal 2022-2023. Reconociendo la importancia del turismo para la salud fiscal y la recuperación económica de Puerto Rico, invertimos en un amplio análisis, priorización y preparación para desarrollar planes y estrategias integrales de venta y mercadeo que subyacen a este presupuesto. Todo esto sin perder de perspectiva los retos que nos ha impuesto la pandemia del COVID-19 y el impacto que ha tenido sobre el sector.

Desde el inicio de las operaciones de Discover Puerto Rico, el plan de mercadeo se basa en investigaciones primarias y secundarias, utilizando fuentes y herramientas analíticas alineadas con los estándares globales de la industria. Las estrategias y tácticas en este plan abarcan una amplia gama de las mejores herramientas y técnicas de promoción, diseñadas para mejorar la salud de la marca de destino, impulsar resultados económicos inmediatos y mejorar la competitividad de Puerto Rico. Del mismo modo, el plan incluye una serie progresiva de actividades de ventas para atraer visitas incrementales en viajes de placer, reuniones y eventos.

A pesar de los importantes desafíos por los pasados años y los que se avecinan, Discover Puerto Rico está bien preparado para continuar liderando la recuperación del turismo. Hemos establecido un plan de acción detallado que nos permitirá continuar acortando el ciclo de recuperación y acelerar la creación de empleos, permitiendo a Puerto Rico revivir la actividad turística más rápidamente que otros destinos en la Nación y en el Caribe.

Los \$25 millones designados en el contrato del gobierno con Discover Puerto Rico simplemente no son adecuados para lograr lo que se requiere. Esta cantidad es aproximadamente la mitad de lo que se invirtió pre-DMO y considerablemente menos de lo que invierten otras islas en el Caribe. Tanto en el año corriente como en el pasado, pudimos ver el impacto positivo en la economía del visitante como resultado de la inyección de los fondos federales. El importe adicional recibido por estas fuentes es un componente importante en nuestro plan de trabajo, así como en el éxito de los resultados obtenidos. Para el presupuesto que estamos acompañando se incorpora la disponibilidad

DiscoverPuertoRico.com

500 Calle De La Tanca | Ochoa Bulding, Suite 402B | San Juan, PR 00901, USA



de fondos ARP, Estos fondos elevarán nuestro presupuesto del próximo año fiscal al doble de lo que es nuestro presupuesto por contrato con la Compañía de Turismo. Para ser claros, operaremos de la manera más eficiente y efectiva que podamos con los recursos disponibles, como lo hemos hecho hasta el presente.

Con un cordial saludo, quedo a sus órdenes.

Sinceramente,

A handwritten signature in black ink that reads "Brad Dean".

Brad Dean CEO



FY 2022-2023 Budget				
	Operational Fund	Matching Funds	Federal Funds (ARP)*	Consolidated
Revenues				
Public Funds				
Room Tax Revenues	\$ 25,000,000			\$ 25,000,000
Room Tax - Private funds match		\$ 5,000,000		5,000,000
Group Incentive Fund				-
Public Funds - other			24,506,250	24,506,250
Reserves from Prior Years				-
Private Funds				
Coop Advertising/Sponsorships	200,000			200,000
Tradeshaw/Event Participation	225,000			225,000
Donated Services	400,000			400,000
Interest	30,000			30,000
Other-Media productions	600,000			600,000
	\$ 26,455,000	\$ 5,000,000	\$ 24,506,250	\$ 55,961,250
Payroll & related benefits	\$ 7,101,427	\$ -	\$ -	\$ 7,101,427
Administrative/Operating Expenses				
Facilities Expense	246,984			246,984
Legal fees	76,500			76,500
Consulting fees	80,712			80,712
Accounting & Audit	61,900			61,900
Depreciation	43,664			43,664
Recruiting and relocation expenses	15,000			15,000
Office Supplies/Misc. equipment	15,200			15,200
Licenses/Telephone/Internet	161,280			161,280
Training and Development	54,650			54,650
Insurance	100,000			100,000
Line of credit interest	5,000			5,000
Other	182,200		800,000	982,200
	\$ 1,043,090	\$ -	\$ 800,000	\$ 1,843,090
Sales/Marketing/Promotion				
Trade Shows and Conferences	1,169,646		300,000	1,469,646
Site Inspection	90,000		-	90,000
Destination Reviews	700,000		212,500	912,500
Sales Consultants	123,280		150,000	273,280
Marketing Consultants	131,200		150,000	281,200
International Sales & Marketing	1,250,000		1,750,000	3,000,000
Sales calls	201,510			201,510
Advisory Boards	100,000			100,000
Sales/Marketing Events	1,951,890		2,056,250	4,008,140
Advertising	6,292,496		10,500,000	16,792,496
Promotional Partnerships	-		1,000,000	1,000,000
Strategic Alliances	864,500		612,500	1,477,000
Industry/Community Engagement	170,000			170,000
Public Relations	2,884,000		2,250,000	5,134,000
Group Incentive Fund	-		1,350,000	1,350,000
Promo Items/Collateral	100,000			100,000
Website Development	400,000			400,000
Digital Asset Acquisition	700,000		2,150,000	2,850,000
Research	750,000		1,225,000	1,975,000
Booth expense	144,289			144,289
S&M Technology (licenses)	109,750			109,750
Sales & Marketing Training	100,000			100,000
Matching Fund Expenses	-	5,000,000		5,000,000
Membership Dues	77,921			77,921
	\$ 18,310,482	\$ 5,000,000	\$ 23,706,250	\$ 47,016,732
Total Expenses	\$ 26,455,000	\$ 5,000,000	\$ 24,506,250	\$ 55,961,250
Gain (Loss) on Transfer of Assets				
Capital Expenses				
Net Change in Asstes	\$ 0		\$ -	\$ 0

*Restricted use funds