



CDBG-DR

GUÍAS DEL PROGRAMA

PROGRAMA DE MERCADEO DE TURISMO Y NEGOCIOS

Este documento es una traducción de la versión en inglés. De haber alguna inconsistencia entre ambas versiones, la versión en inglés prevalecerá.

Esta página se dejó en blanco intencionalmente.

Índice

1	Trasfondo	4
1.1	Funciones.....	4
1.2	Función de Mercadeo del Turismo.....	5
1.3	Función de Mercadeo de Negocios.....	5
2	Objetivos Nacionales	6
2.1	Conexión con el Huracán.....	6
3	Descripción del Programa	6
3.1	Mercadeo del Turismo.....	7
3.2	Mercadeo de Negocios.....	8
3.3	Indicadores Clave de Desempeño.....	9
4	Usos Elegibles de los Fondos	9
5	Elegibilidad para el Programa	10
5.1	Método de Distribución.....	10
6	Contrataciones	11
7	Cierre del Programa	12
8	Rendición de Informes	13
9	Monitoreo	13
10	Revisión Ambiental	13
10.1	Actividades Exentas.....	14
11	Duplicidad de Beneficios (DOB, por sus siglas en inglés)	15
12	Disposiciones Generales	15
12.1	Alcance de las Guías del Programa.....	15
12.2	Enmiendas a las Guías del Programa.....	16
12.3	Zonas Afectadas por Desastres.....	16
12.4	Prórrogas o Extensión de Términos.....	16
12.5	Cómputo de Términos.....	16
12.6	Conflicto de Interés.....	17
12.7	Participación Ciudadana.....	17
12.8	Disposiciones Jurídicas Relacionadas.....	17
12.9	Guías Intersectoriales.....	17
13	Supervisión del Programa	18
14	Cláusula de Separabilidad	18

1 Tránsito

El turismo es uno de los principales impulsores de la economía de Puerto Rico y es una fuente valiosa de ingresos comerciales, ingresos fiscales y empleo. Los efectos devastadores de los huracanes Irma y María (los **Huracanes**) en el 2017 exacerbaron el descenso de los viajes de negocios y de placer y la reducción del gasto en viajes nacionales. Estos huracanes tuvieron consecuencias devastadoras sobre esta industria que aún no se han cuantificado en su totalidad. Los negocios que dependen del turismo todavía experimentan una disminución en sus ingresos por ventas, además de que muchos de estos empleos se perdieron como resultado de los huracanes. Debido a que las comunidades están desviando ingresos disponibles para financiar proyectos de recuperación, los fondos para mercadeo el turismo son escasos y las comunidades se enfrentan al deterioro del ciclo económico del cual no podrán recuperarse sin la inyección de asistencia suplementaria.

En el Registro Federal Vol. 83, Núm. 28 (14 de agosto de 2018), 83 FR 40314, el Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano (**HUD**, por sus siglas en inglés) concedió al Gobernador de Puerto Rico una exención que permitía el uso de \$15,000,000 en fondos de la Subvención en Bloque para el Desarrollo Comunitario - Recuperación ante Desastres (**CDBG-DR**, por sus siglas en inglés) para actividades de mercadeo de turismo dirigidas a promover los viajes y a atraer nuevos negocios a las áreas afectadas por los desastres. Esta cifra posteriormente se aumentó a la cantidad actual de \$25,000,000 en el Registro Federal Vol. 84, Núm. 33 (19 de febrero de 2019), 84 FR 4836. Esta infusión necesaria de fondos CDBG-DR tiene el propósito de cubrir las siguientes necesidades no satisfechas de mercadeo de turismo y promoción de negocios identificadas en Puerto Rico antes de la solicitud de la exención: (1) promoción y publicidad para corregir y actualizar la percepción de Puerto Rico como un destino turístico y un centro de inversión para nuevos negocios; y (2) promoción y publicidad de ventas para actualizar la percepción de los organizadores profesionales sobre Puerto Rico como destino y su capacidad para ser la sede de eventos comerciales (p.ej., convenciones, conferencias de ventas trimestrales, conferencias de asociaciones) y nuevos negocios.

1.1 Funciones

El Departamento de la Vivienda de Puerto Rico (**Vivienda**), como administrador de los fondos CDBG-DR, puede trabajar en colaboración con socios mediante acuerdos de subrecipientes (**SRA**, por sus siglas en inglés) para administrar dos (2) áreas principales del Programa de Mercadeo de Turismo y Negocios (**Programa TBM** o el **Programa**). Como socios del programa, las organizaciones subrecipientes deben cumplir con las normas de contratación para subvenciones federales según definidas en 2 C.F.R. § 200 y con el Manual de Adquisiciones y Requisitos Contractuales para subcontratar cualquier servicio en cumplimiento de su Acuerdo de Subrecipiente.

- Vivienda puede asociarse con entidades de mercadeo de turismo, tales como la Corporación para la Promoción de Puerto Rico como Destino, Inc.¹, una corporación de Puerto Rico que hace negocios como Discover Puerto Rico (**DPR**). Esta corporación sin fines de lucro, creada mediante la Ley Núm. 17-2017, supervisará y dirigirá las actividades de mercadeo del turismo. Esta sección del programa desarrollará iniciativas de mercadeo del turismo para ayudar al ecosistema turístico de Puerto Rico a recuperarse al dar apoyo a los indicadores económicos e invertir en el turismo de la isla como un propulsor de la economía.
- Vivienda puede establecer alianzas con una entidad de fomento empresarial como Invest Puerto Rico (**IPR**), una corporación sin fines de lucro autorizada para creada mediante la Ley Núm. 13-2017 para supervisar y administrar actividades de mercadeo de negocios. Esta sección del programa estará dirigida a atraer inversiones en nuevos negocios que puedan aportar a la economía local y el desarrollo económico de la isla con capital externo. Mercadear a Puerto Rico como una jurisdicción orientada a los negocios ayudará a estimular nuevas inversiones externas, promover el desarrollo económico y crear nuevos empleos.

Vivienda, en colaboración con DPR e IPR, financiará actividades de mercadeo directo para desarrollar un esfuerzo integral de mercadeo y fungirá como el administrador general que supervisará y dará apoyo a ambos subrecipientes. Vivienda trabajará con IPR y DPR para diseñar e implementar estrategias que promuevan las características y beneficios únicos de la isla como un destino ideal para el turismo y la inversión, como parte de los esfuerzos de recuperación de la isla luego del paso de los huracanes.

1.2 Función de Mercadeo del Turismo

Como parte del Programa de Mercadeo del Turismo, se pondrá en marcha una estrategia de mercadeo de intervención económica de destino cuyo objetivo es mejorar la percepción entre los posibles visitantes sobre cuán preparada está la isla; para ayudar a estabilizar la industria del turismo de Puerto Rico; y ayudar a evitar una disminución (mayor) de la proyectada en su actividad económica. La promoción de Puerto Rico como un destino turístico puede centrarse en las distintas experiencias que ofrece la isla, tales como entretenimiento, deportes, aventura, ecoturismo, gastronomía, agricultura, naturaleza, reuniones y convenciones, entre otras.

1.3 Función de Mercadeo de Negocios

IPR tendrá como objetivo atraer inversión a través de iniciativas de mercadeo de negocios que también fomentarán el crecimiento de la economía a largo plazo. Es necesario atraer capital externo adicional mediante nuevos negocios que puedan

¹ Esta entidad también está reconocida localmente como la Organización de Mercadeo de Destino (**DMO**, por sus siglas en inglés) oficial de Puerto Rico.

aportar a la economía local para asegurar el crecimiento económico. El Programa TBM utilizará el mercadeo de negocios como un método para atender necesidades para promover a la isla como una jurisdicción más orientada hacia los negocios, con el fin de estimular nuevas inversiones externas. Se realizarán esfuerzos dirigidos a evitar el desplazamiento en los sectores del turismo y del servicio o el fracaso de los negocios como resultado del impacto de los huracanes.

2 Objetivos Nacionales

Todas las actividades subvencionadas con fondos CDBG-DR en el Programa TBM deberán cumplir con el siguiente objetivo nacional de HUD:

- Necesidad urgente - 24 C.F.R. § 570.483(d).

Las reglamentaciones del Programa CDBG-DR estipulan que no se considera que un proyecto cumple con un objetivo nacional hasta que el proyecto está completo. Los esfuerzos de mercadeo se evalúan para determinar la elegibilidad bajo los requisitos del objetivo nacional de necesidad urgente de acuerdo con las normas de HUD.

2.1 Conexión con el Huracán

En 83 FR 40314, publicado el 14 de agosto de 2018, el HUD concedió al Gobierno de Puerto Rico una exención para permitir el uso de \$15,000,000 en fondos CDBG-DR para actividades de mercadeo del turismo dirigidas a promover los viajes y a atraer nuevos negocios a las áreas afectadas por desastres. En este aviso, HUD reconoció la necesidad de otorgar la exención basado en las pérdidas demostradas de Puerto Rico como consecuencia del impacto directo al sector del turismo. Antes del paso de los Huracanes, el turismo representaba el 8% de la economía de la Isla. No obstante, un mes después del paso de los huracanes, una tercera parte de los hoteles de la Isla permanecían cerrados, al igual que las playas, debido a la posible contaminación del agua. HUD reconoció aún más en este aviso que cualquier esfuerzo por recuperar activos de la industria del turismo, tales como hoteles, restaurantes y otros negocios locales, especialmente en las áreas insulares, podría pasar desapercibido sin el mercadeo de negocios necesario para promoverlos. Siete (7) meses después, los fondos de HUD para el mercadeo del turismo y los negocios aumentaron a la suma de \$25,000,000. Véase 84 FR 4836, publicado el 19 de febrero de 2019.

3 Descripción del Programa

La asignación total para el Programa TBM es de hasta \$25,000,000, sujeto a cambios mediante enmiendas adicionales al Plan de Acción del Programa CDBG-DR. De acuerdo con las reglas de HUD, según se estipula en 83 FR 40314 y 84 FR 4836, el Programa se implementará en un período de dos (2) años, desde el primer retiro de fondos.

Según se describe en el Plan de Acción, el Programa TBM se basa en la necesidad existente de comunicar que Puerto Rico está abierto para hacer negocios y sigue en ruta de crecimiento para resurgir como un destino altamente competitivo en el Caribe

con relación a sus vecinos. A través de este Programa, Puerto Rico desarrollará campañas de mercadeo de turismo y de negocios para complementar la necesidad de un mayor mercadeo del turismo y de nuevos negocios.

A través de este programa, Puerto Rico podrá desarrollar campañas de mercadeo del turismo y los negocios a gran escala para complementar la necesidad de fomentar el crecimiento local de las pequeñas empresas, desarrollar oportunidades locales de empleo mediante la creación de nuevos negocios y aumentar el turismo.

3.1 Mercadeo del Turismo

Para estabilizar la industria del turismo y evitar un mayor descenso de la actividad económica, DPR se enfocará en actividades de mercadeo tales como:

Concienciación y salud de la marca

Diseñar, colocar, monitorear y gestionar anuncios digitales diseñados para actualizar la percepción, mejorar el conocimiento de la marca y promover la salud de la marca del destino. Estos anuncios incluirán publicidad optimizada en sistemas de búsqueda, publicidad pagada en sistemas de búsqueda, anuncios en pantallas digitales, anuncios en vídeos y otros métodos digitales de publicidad, según corresponda.

Anuncios de transmisión

Diseñar, colocar, monitorear y gestionar anuncios diseñados para actualizar la percepción, mejorar el conocimiento de la marca y promover la salud de la marca del destino. Estos anuncios se transmitirán por televisión tradicional y/o por servicio de libre transmisión por internet (OTT).

Anuncios digitales

Diseñar, colocar, monitorear y manejar anuncios diseñados para actualizar la percepción de los coordinadores de reuniones profesionales y desarrollar el interés en Puerto Rico como destino para reuniones y convenciones.

Cobertura mediática gratuita

Fomentar la conciencia de la marca, aumentar la probabilidad de visitas a la isla y obtener cobertura mediática gratuita mediante publicidad en el exterior diseñada para llegar a segmentos de audiencia clave.

Ferias/exposiciones comerciales y conferencias

Seleccionar estratégicamente y asistir a ferias/exposiciones y conferencias comerciales de la industria dirigidas a coordinadores profesionales y agentes de viajes, con el fin de mejorar la percepción, aumentar el conocimiento sobre la marca e identificar oportunidades de negocios para Puerto Rico. Esto incluye:

- Ferias/exposiciones comerciales de la industria;
- Misiones comerciales en mercados de oportunidad claves; y
- Visitas de familiarización para planificadores.

3.2 Mercadeo de Negocios

Para atraer nuevos negocios a las áreas afectadas por los desastres en Puerto Rico, IPR se enfocará en actividades de mercadeo tales como:

Creación de oportunidades de negocios

- Lanzar campañas en medios digitales alineadas específicamente con eventos de mercadeo, tendencias de la industria, sesiones de capacitación sobre oportunidades comerciales, sectores especializados de la industria e inversionistas específicos.
- Publicar anuncios en sitios web, aplicaciones y plataformas de medios sociales. Esto podría incluir “banners”, imágenes, botones y vídeos, entre otros.
- Invertir en publicaciones de medios impresos en los que también se realizarán esfuerzos para garantizar tanto la cobertura editorial como la publicidad a precios costo-eficientes.
- Realizar publicidad por radio que se extiendan más allá de las inserciones publicitarias tradicionales, con especial énfasis en las transmisiones multimedia (“podcasts”) y los servicios de transmisión por Internet (“streaming”).
- Realizar esfuerzos cooperativos de mercadeo para grupos de interés específicos con enfoque en mercados clave y sectores objetivos.
- Establecer la presencia de Puerto Rico en ferias/exposiciones y conferencias comerciales en mercados clave alineados con activos de talento específicos en colaboración con grupos de interés existentes, para atraer las inversiones.
- Celebrar de dos (2) a cuatro (4) recorridos de familiarización con posibles inversionistas específicos para mostrarles áreas de Puerto Rico con potencial para la inversión, tales como edificios y propiedades en desuso, así como áreas donde pueden desarrollarse servicios resilientes, tales como internet, energía eléctrica y carreteras adecuadas.

Mejoras al sitio web

- Diseñar y mantener contenido personalizado nuevo en el sitio web para utilizarlo como una herramienta directa de ventas tanto para la industria del turismo receptivo o turismo entrante (“inbound”) como para la identificación de posibles inversionistas (“leads”).
- Diseñar y mantener contenido personalizado nuevo del sitio web para comunicarse con otros programas de desarrollo económico y empresarial en la isla.
- Proveer acceso y páginas de recursos en español y, de ser posible, en otros idiomas, para ampliar su alcance en la industria.
- Generar informes actualizados periódicamente sobre oportunidades de inversión.
- Expandir la biblioteca de contenido para incluir información sobre indicadores económicos, calidad de vida y activos económicos regionales específicos.

- Añadir opciones de selección específicas y otras herramientas económicas al sitio web, tales como una herramienta de sistemas de información geográfica (SIG) para hacer comparaciones en el mercado, una calculadora de incentivos y micro-sitios para industrias específicas y subregionales.

3.3 Indicadores Clave de Desempeño

Los indicadores clave de desempeño (**KPI**, por sus siglas en inglés) para los respectivos segmentos de mercadeo de turismo y de negocios del programa pueden incluir medidas cualitativas y cuantitativas de los resultados y la producción con base en la información reportada por DPR e IPR. Los indicadores clave incluyen los siguientes, entre otros:

3.3.1 Indicadores Clave de Mercadeo del Turismo

Los indicadores clave para el segmento de mercadeo turístico del programa incluyen, pero no se limitan a:

1. Valor publicitario de la inversión promocional.
2. Probabilidad de visitas que a su vez midan el interés en visitar Puerto Rico, la posición competitiva del destino y el cambio de la imagen de Puerto Rico en atributos claves.
3. Participación en ferias de turismo, conferencias y otros eventos relacionados, medidos por eventos contratados, número de noches proyectas y el impacto económico estimado.

3.3.2 Indicadores Clave de Mercadeo de Negocios

Los indicadores clave para el segmento de mercadeo comercial del Programa incluyen, pero no se limitan a:

1. Incremento en el desarrollo e implementación de estrategias de promoción comercial que aprovechan los activos centrales y las ventajas competitivas que son únicas y atractivas para la inversión en la isla.
2. Mejorar la percepción de Puerto Rico como un destino de inversión competitivo calculado por las actividades de mercadeo de referencia.
3. Cantidad de inspecciones del lugar enfocados en atraer y conectar el negocio de inversores a la localización, para establecer facilidades y/o operaciones en Puerto Rico.
4. Mejora al contenido del sitio web para comunicar la propuesta de valor de inversión de Puerto Rico a inversionistas potenciales, medida por la cantidad de visitas a la página y clientes potenciales cualificados.

4 Usos Elegibles de los Fondos

Los fondos CDBG-DR representan una inyección sustancial y necesaria de recursos de CDBG-DR para respaldar las siguientes necesidades de mercadeo turístico y de negocios – no satisfechas - identificadas en la solicitud anterior de exención del Gobierno de Puerto Rico: (1) promoción y publicidad para corregir y actualizar la

percepción de Puerto Rico como un destino turístico y un centro de inversión para nuevos negocios y (2) promoción y publicidad de ventas para actualizar la percepción de los coordinadores profesionales sobre Puerto Rico como destino y su capacidad para ser la sede de eventos comerciales (como por ejemplo, convenciones, conferencias de ventas trimestrales, conferencias de asociaciones, entre otros) y nuevos negocios. Debido a que el Gobierno de Puerto Rico está proponiendo actividades de promoción y mercadeo en lugar de ayuda directa a empresas que dependen del turismo y otras empresas, y dado que los beneficios a plazo largo de las actividades propuestas deben provenir de medios indirectos, solo se eximen de lo estipulado en 42 U.S.C. 5305(a) hasta donde sea necesario para expandir las actividades elegibles de mercadeo de turismo y negocios de manera que se autoricen no más de \$25,000,000 como ayuda para las actividades de mercadeo de turismo y negocios para promocionar las visitas a la isla y atraer nuevas empresas a las áreas afectadas por desastres. Ningún funcionario electo o candidato a un puesto político debe figurar en los materiales de mercadeo de turismo o de negocios subvencionados con fondos CDBG-DR.

Esta exención expirará dos (2) años después de la fecha en la cual Vivienda haga el primer retiro de fondos bajo la asignación provista en la Notificación Previa, 83 FR 5844, emitida el 9 de febrero de 2018. Los requisitos de 83 FR 40314, emitido el 14 de agosto de 2018, para el Gobierno de Puerto Rico aplican a todas las cantidades utilizadas para el mercadeo de turismo o negocios.

El Programa no utilizará gastos turísticos bajo del programa CDBG-DR para suplantar fondos del Gobierno de Puerto Rico o de los gobiernos locales para actividades relacionadas al mercadeo de turismo o negocios. Vivienda establecerá unos procedimientos estándares de operación con el subrecipiente para prevenir cualquier problema relacionado a la suplantación de fondos. Además, la DPR desarrollará medidas para demostrar el impacto de su inversión de fondos CDBG-DR en actividades de mercadeo del turismo y de negocio.

Las actividades del Programa TBM no deberán apoyar:

- El enriquecimiento indebido
- Costos irrazonables
- Actividades de político-partidistas
- Foros de candidatos

5 Elegibilidad para el Programa

5.1 Método de Distribución

Como método de distribución, Vivienda asigna una porción de los fondos del Programa TBM al DPR para mercadeo de turismo y una porción a IPR para mercadeo de negocios. Estas entidades, a su vez, distribuirán los fondos del programa de manera competitiva cuando se trate de ventas o alquileres.

Vivienda ejecutará Acuerdos de Subrecipientes con cada entidad bajo este Programa, los cuales cumplirán con lo estipulado en 2 C.F.R. § 200 y otras reglamentaciones relacionadas a los fondos CDBG-DR y Puerto Rico. La mayoría de los esfuerzos de expansión y recuperación comercial relacionados al huracán se enfocarán en campañas de mercadeo y promoción.

En cada Acuerdo de Subrecipiente se estipulará lo siguiente:

- Una lista de servicios que requerirá la contratación pública de proveedores de servicios profesionales, contratistas y/o bienes y servicios relacionados para el cumplimiento de la misión del Programa.
- Plan o planes detallados que establezcan cómo el subrecipiente administrará su proceso competitivo de contratación y cómo producirá acuerdos por escrito con contratistas y/o proveedores de servicios en cumplimiento con lo dispuesto en 2 C.F.R. § 200 y otras reglamentaciones pertinentes del programa CDBG-DR y de Vivienda relacionadas a las adquisiciones y a la gestión financiera.

6 Contrataciones

Vivienda reconoce que los procesos de contratación para utilizar los fondos CDBG-DR se deben manejar en estricto cumplimiento de las guías federales, según establecido en 2 C.F.R. §200.

Vivienda también reconoce, según estipulado en 83 FR 40314, que al otorgar exenciones similares a otros administradores de fondos CDBG-DR, HUD usualmente ha identificado problemas en la contratación de servicios de mercadeo de turismo y negocios, y los administradores de fondos han añadido fondos CDBG-DR a los contratos de mercadeo de turismo y negocio existentes que se han ejecutado con fondos de otras fuentes.

Por lo tanto, Vivienda requiere que los subrecipientes cumplan con las políticas y los procedimientos, tal como se requiere para el uso responsable de fondos CDBG-DR. Específicamente, los subrecipientes deben:

- Cumplir con las políticas de contratación requeridas por Vivienda y HUD y de conformidad con lo estipulado en 2 C.F.R. § 200, "Uniform Administrative Requirements, Cost Requirements, Cost Principles, and Audit Requirements for Federal Awards" (*Requisitos administrativos, requisitos de costos, principios de costos y requisitos de auditoría uniformes para adjudicaciones federales*).
- Mantener un proceso durante la planificación, implementación y evaluación de este programa que satisfaga o supere los requisitos de transparencia y rendición de cuentas establecidos por Vivienda.
- Seguir procesos de contratación y acuerdos de contratación que garanticen la competencia abierta y justa y que garanticen que el servicio recibido tenga un costo razonable, mediante la evaluación de los siguientes criterios en un proceso de solicitud de propuestas (**RFP**, por sus siglas en inglés):

- Garantizar que los gastos del programa no tengan la posibilidad de enriquecer a los empleados o contratistas de manera indebida.
- Habilidad y capacidad para prestar los servicios: La habilidad, capacidad, destreza, los recursos financieros y otros recursos que el proponente necesita para poder realizar el trabajo o prestar los servicios requeridos.
- Costos, honorarios y gastos: Cuán razonables son los costos, honorarios y gastos presentados por el proponente dada la complejidad de los trabajos y proyectos que se están solicitando al proveedor de servicios.
- Ejemplos del producto de su trabajo: La calidad de los ejemplos de trabajos anteriores en contratos o actividades profesionales previas del proponente o su personal profesional que se utilizarán para prestar los servicios solicitados.
- Referencias: El carácter, la integridad, la reputación, el juicio, la experiencia y la eficiencia del proponente o de su personal profesional que participará en la prestación el servicio solicitado.
- Cuando corresponda, utilizar una cláusula de “Mejor oferta definitiva” para garantizar tarifas y precios óptimos.

Estas guías garantizan que los subrecipientes llevarán a cabo procesos de contratación transparentes, libres, abiertos, justos y competitivos y facilitan la adquisición de bienes y servicios de manera eficiente y oportuna al menor costo posible. A través de estas guías, los subrecipientes podrán promover la competencia abierta y justa, documentar las actividades y decisiones de compra de manera apropiada, mantener un proceso de contratación de calidad e integridad y garantizar que todas las contrataciones se hagan en cumplimiento con las políticas y los procedimientos aplicables.

7 Cierre del Programa

Al completar todas las actividades del Programa, se llevará a cabo el cierre del Programa. Este proceso comenzará por asegurar de que Vivienda haya aceptado todas las facturas presentadas y que todo lo que se refleja en los Acuerdos de Subrecipientes correspondientes ha sido ejecutado y llevado a cabo en cumplimiento con los requisitos del programa. Un miembro del equipo del Programa llevará a cabo una revisión completa de los archivos del Programa para garantizar que todos los documentos necesarios están presentes y para asegurarse de que el programa está listo para el cierre. Los requisitos generales para el cierre son los siguientes:

- Todos los fondos utilizados para el Programa se han contabilizado y reconciliado correctamente.
- Todos los permisos requeridos, si alguno, han sido debidamente cancelados con las entidades gubernamentales correspondientes.
- Se ha obtenido la autorización ambiental, de ser necesario.
- Se ha cumplido con otros requerimientos para el cierre establecidos en el Acuerdo de Subvención.

En caso de que se necesite información adicional para el cierre, se contactará a cualquier otra parte involucrada. Cuando todos los niveles de revisión de control de calidad se hayan completado, los subrecipientes—IPR y DPR—recibirán un Aviso Final del Programa.

8 Rendición de Informes

Se mantendrá el cumplimiento de acuerdo con los requisitos de rendición de informes bajo las reglamentaciones del programa CDBG-DR. Esto incluye toda la información y los informes requeridos bajo cualquier contrato ejecutado, así como los datos demográficos y demás información definida anteriormente en la sección sobre los Indicadores Claves de Desempeño, según lo exige HUD.

9 Monitoreo

Según 24 C.F.R. § 570.501(b), Vivienda, como administrador de fondos, es responsable de garantizar que los fondos CDBG-DR sean utilizados de conformidad con todos los requisitos del programa. El uso de los fondos CDBG-DR por agencias públicas designadas, subrecipientes o contratistas no exime a Vivienda de esta responsabilidad. Por consiguiente, este Programa estará sujeto al Plan de Monitoreo de Vivienda, las Guías Intersectoriales y otras guías o políticas y procedimientos adoptados por el administrador de fondos, según establecido en el Acuerdo de Subrecipiente entre las partes.

10 Revisión Ambiental

Todo proyecto realizado con fondos federales y todas las actividades relacionadas con dicho proyecto, están sujetos a las disposiciones de la Ley Nacional de Política Ambiental de 1969 ("National Environmental Policy Act of 1969") (**NEPA**, por sus siglas en inglés), así como a las reglamentaciones de revisión ambiental de HUD en 24 C.F.R. § 58 sobre Procedimientos de Revisión Ambiental para Entidades que Asumen Responsabilidades Ambientales de HUD.

Las leyes y reglamentos que contienen disposiciones ambientales con las que deben cumplir el Programa incluyen, entre otros:

1. Preservación histórica (36 C.F.R. § 800)
2. Manejo de llanura de inundación y protección de humedales (24 C.F.R. § 55, Orden Ejecutiva 11988 y Orden Ejecutiva 11990) Secciones 307 (c) y (d) de la Ley para el Manejo de Zonas Costeras de 1972 ("Coastal Zone Management Act of 1972") (**CZMA**, por sus siglas en inglés), según enmendada, (16 U.S.C. § 1456)
3. Única fuente de acuíferos (40 C.F.R. § 149)
4. Disposición Federal conocida como la Ley de Especies en Peligro de Extinción de 1973 ("Endangered Species Act of 1973"), según enmendada (50 C.F.R. § 402)
5. Sección 7 (b) (c) de la disposición Federal de la Ley de Ríos Silvestres y Escénicos de 1968 ("Wild and Scenic Rivers Act of 1968" o WSRA por sus siglas en inglés), según enmendada, (16 U.S.C. § 1278 - Restricciones a los Proyectos de Recursos Hídricos)

6. Las disposiciones sobre calidad del aire que se encuentra en las Secciones 176 (c) and (d) de la disposición Federal conocida como Ley de Aire Limpio ("Clean Air Act"), según enmendada, (42 U.S.C. § 7506) y en el Título 40 del Código de Reglamentos Federales (40 C.F.R. Secciones 6, 51 y 93)
7. Disposición federal conocida como la Ley de Política de Protección de Tierras de Cultivo ("Farmland Protection Policy Act") (**FPPA**, por sus siglas en inglés) (7 U.S.C. § 4201 *et seq.*, reglamentos de implementación 7 C.F.R. Sección 658, de la Ley de Agricultura y Alimentos de 1981, según enmendada)
8. Criterios y normas ambientales
 1. 24 C.F.R. § 51, Subparte B - Reducción y control del ruido (24 C.F.R. §§ 51.100 - 51.106)
 2. 24 C.F.R. § 51, Subparte C- Ubicación de proyectos asistidos por HUD cerca de operaciones peligrosas manejo de combustibles convencionales o productos químicos de naturaleza explosiva o inflamable (24 C.F.R. §§ 51.200 - 51.208)
 3. 24 C.F.R. § 51, Subparte D - Ubicación de proyectos asistidos por HUD en pistas en zonas despejadas en aeropuertos civiles y zonas despejadas y zonas de potencial de accidente en aeródromos militares (24 C.F.R. § 51 §§ 51.300 - 51.305)
9. Materiales tóxicos/peligrosos (24 C.F.R. § 58.5(i)(2)(i))
10. Acciones para abordar la justicia ambiental en poblaciones minoritarias y poblaciones de bajos ingresos (Orden Ejecutiva 12898 firmada en 1994)

10.1 Actividades Exentas

Se ha determinado que el nivel de revisión ambiental del Programa TBM es EXENTO conforme a lo estipulado en 24 C.F.R. 58.34 (a). Por consiguiente, con la excepción de los requisitos aplicables del 24 C.F.R. §58.6 (que se discuten a continuación), Vivienda no tiene que llevar a cabo una revisión ambiental, una consulta, ni ninguna otra acción bajo la NEPA y las demás disposiciones de la ley o las autoridades en 24 C.F.R. 58.5 para las actividades relacionadas al Programa TBM. Las actividades y las referencias reglamentarias en 24 C.F.R. §58.34 (a) que califican este programa como uno EXENTO son:

- §58.34 (a)(3) – Servicios de administración y gestión
- §58.34 (a)(4) – Servicios públicos que no tendrán un impacto físico y que no resultarán en cambios físicos, incluyendo, entre otros, servicios relacionados al empleo, la prevención del crimen, el cuidado de niños, la salud, el abuso de sustancias controladas, la educación, la consejería, la conservación de energía y necesidades de bienestar o recreación

También se han revisado las reglamentaciones del 24 C.F.R. §58.6 aplicables al Programa TBM y, debido a que las actividades del programa no dependen de una ubicación específica, se ha determinado que los requisitos del 24 C.F.R. §58.6 en cuanto a (1) Seguro contra inundaciones (2) Actividades en unidades de recursos de barreras

costeras y (3) Actividades que ocurren dentro de la zona de protección de una pista de aeropuerto – cumplen con los reglamentos aplicables.

Este programa también ha sido aprobado por el Oficial Certificador de Vivienda como una actividad exenta bajo 24 C.F.R. § 58.34, según acreditado en el Certificado de Exención, firmado el 25 de abril de 2019, que figura en el expediente del proyecto.

11 Duplicidad de Beneficios (DOB, por sus siglas en inglés)

La Ley Robert T. Stafford de Ayuda en Desastres y Asistencia en Emergencias (“Ley Stafford”), según enmendada, 42 U.S.C. § 5121 et seq., prohíbe a cualquier persona, empresa comercial u otra entidad que reciba fondos federales para cualquier parte de una pérdida por la cual haya recibido asistencia financiera bajo cualquier otro programa, de seguros privados, ayuda benéfica o de cualquier otra fuente. Por consiguiente, Vivienda debe considerar la ayuda de recuperación en caso de desastre recibida por los solicitantes del programa de parte de cualquier otra fuente federal, estatal, local u otra y determinar si existe duplicidad de asistencia.

Conforme a lo dispuesto en el Registro Federal Vol. 84, Núm. 119 (20 de junio de 2019), 84 FR 28836, la guía de duplicidad de beneficios publicada en el Registro Federal Vol. 76, Núm. 221 (16 de noviembre de 2011), 76 FR 71060, permanecerá como la guía de duplicidad de beneficios vigente para el programa hasta tanto se apruebe una enmienda sustancial del Plan de Acción que autorice la implementación de la guía de duplicidad de beneficios incluida en 84 FR 28836.

Las campañas de publicidad de turismo y de negocios generalmente son inelegibles para CDBG-DR y otra asistencia federal, por lo tanto, no se anticipa que haya una duplicidad de beneficios. Vivienda incluirá una revisión en los procedimientos del programa para garantizar que no haya ninguna.

12 Disposiciones Generales

12.1 Alcance de las Guías del Programa

Este documento constituye la política del Programa. Estas guías tienen el propósito de asistir y proveer orientación en torno a las actividades de implementación y culminación del Programa y no deben tomarse como instrucciones exhaustivas del mismo. Todo el equipo que labore en el Programa deberá regirse por lo establecido en estas guías, los procedimientos establecidos del Programa y, en su desempeño con las actividades del Programa, deberán dar cumplimiento a todas las leyes aplicables, tanto federales como estatales.

No obstante, Vivienda se reserva la facultad de autorizar, a su discreción, el conceder beneficios del Programa a cualquier solicitante siempre y cuando, bajo circunstancias excepcionales y no contempladas en estas guías quede justificado.

12.2 Enmiendas a las Guías del Programa

Vivienda se reserva el derecho de modificar las políticas establecidas en estas guías según adoptadas si éstas dejaren de reflejar lo previsto o resulten impracticables en su implementación; entre otras razones.

De aprobarse una nueva versión de estas guías, dicha versión reemplazará completamente todas las versiones anteriores y la nueva versión aprobada deberá utilizarse como las aplicables en la implementación y/o continuación de las actividades del Programa desde la fecha en que se adopten. Entiéndase la fecha que aparece en la portada de estas guías. Cada versión de estas guías, tendrá una tabla sobre control de versiones en donde se detalla cualquier enmienda, inclusión y/o cambio sustantivo a estas guías.

12.3 Zonas Afectadas por Desastres

Según descrito en el primer Plan de Acción, así como en sus enmiendas, el Gobierno de Puerto utilizará los fondos CDBG-DR exclusivamente para aquellos gastos necesarios para atender las necesidades de recuperación aún no satisfechas, así como la reconstrucción de comunidades afectadas por los huracanes Irma y María y protegerlas contra desastres mayores en el futuro. Ello, atado a una visión de recuperación y restauración de viviendas, infraestructura y revitalización económica en todas aquellas áreas identificadas en las Declaraciones de Desastre núms. DR-4336 y 4339. Mediante el Registro Federal Volumen 83, Núm. 157 del 14 de agosto de 2018, HUD identificó que todos los componentes de Puerto Rico eran considerados como áreas "más impactadas y afectadas". Por tanto, estas guías aplican a todos los 78 municipios de Puerto Rico.

12.4 Prórrogas o Extensión de Términos

El Programa podrá extender cualquier fecha límite, caso a caso. El Programa podrá negarse a extender una fecha límite si, al conceder dicha extensión, de alguna manera se pone en riesgo o compromete las actividades programadas para finalizar el Programa o un proyecto de construcción individual.

Lo anterior aplica estrictamente a fechas límites o términos establecidos por el Programa. Bajo ninguna circunstancia, se extenderán términos establecidos en cualquier ley o reglamento estatal o federal aplicable, o a los términos establecidos en estas Guías para solicitar una reconsideración al Programa, revisión administrativa y/o revisión judicial

12.5 Cómputo de Términos

A menos que se especifique lo contrario, cualquier periodo de tiempo al cual se haga referencia en esta o cualquier guía del Programa CDBG-DR se considerarán días naturales. En relación a ello, Vivienda, como destinatario de los fondos CDBG-DR, aplicará la Regla 68.1 de las Reglas de Procedimiento Civil de Puerto Rico, 32 LPRA Ap. V, R. 68.1.

12.6 Conflicto de Interés

La conducta de los funcionarios, empleados, agentes y/o personas designadas de Vivienda y el Programa CDBG-DR está sujeta a las leyes y regulaciones federales (24 C.F.R. § 570.489(h)), estatales y locales relativas a temas éticos en todo aquello relacionado a la administración del Programa y la adjudicación de fondos y en las actividades del programa.

Ningún funcionario público podrá intervenir, ya sea directa o indirectamente, en un asunto en el que tenga un conflicto de interés que podría resultar en su beneficio. Este tampoco podrá intervenir, ya sea directa o indirectamente, en un asunto en el que un miembro de su unidad familiar, sus parientes, cónyuge o compañero de vivienda tiene un conflicto de interés que puede resultar en el beneficio de cualquiera de las personas mencionadas anteriormente. La Política de Conflicto de Interés será publicada como un documento independiente en www.cdbg-dr.pr.gov. Para obtener más información sobre cómo ponerse en contacto con Vivienda, consulte www.cdbg-dr.pr.gov.

12.7 Participación Ciudadana

Los comentarios de los ciudadanos sobre el Plan de Acción publicado por Vivienda, cualquier modificación sustancial al Plan de Acción, los informes de desempeño y/u otros asuntos relacionadas con la administración general de los fondos de CDBG-DR, incluyendo todos los programas financiados por esta subvención, son bienvenidos. El Plan de Participación Ciudadana está publicado como un documento independiente en www.cdbg-dr.pr.gov. Para obtener más información sobre cómo ponerse en contacto con Vivienda, consulte www.cdbg-dr.pr.gov.

12.8 Disposiciones Jurídicas Relacionadas

Esta Guía de Programa provee un marco de referencia sobre múltiples disposiciones jurídicas que le aplican al Programa. No obstante, pudieran existir otras leyes o reglamentos que también sean aplicables y no fueron incluidas. De ser así, ello no impide que el Programa las haga valer, o que el solicitante reciba los servicios provistos por el Programa, según sea el caso. Además, Vivienda podrá promulgar, o haber promulgado, reglamentos que atiendan cómo aplica alguna u otra de las disposiciones jurídicas mencionadas en esta Guía de Programa. De existir una discrepancia entre estas guías y alguna ley o reglamento en ella mencionada, dichas disposiciones jurídicas prevalecerán sobre las guías. Igualmente, si el cualquier momento se enmendara alguna ley o reglamento mencionado en esta Guía de Programa, dichas enmiendas aplicarán sin necesidad de enmendarlas.

12.9 Guías Intersectoriales

Algunos requisitos federales y locales se aplican a todos los Programas financiados por CDBG-DR. Estas Guías Intersectoriales cubren temas tales como el manejo financiero; la revisión ambiental; las normas laborales; la adquisición; la reubicación y vivienda justa, entre otros. Los requisitos descritos en las Guías Intersectoriales mencionadas

anteriormente se aplican a todos los Programas descritos en el Plan de Acción inicial CDBG-DR de Vivienda y sus enmiendas. Consulte las Guías Intersectoriales que se encuentran en www.cdbg-dr.pr.gov para obtener más información.

13 Supervisión del Programa

El contenido de estas Guías del Programa no limita de manera alguna el rol que tiene Vivienda, HUD y/u otra autoridad correspondiente de supervisar y monitorear las actividades del Programa.

14 Cláusula de Separabilidad

Si cualquier disposición de estas Guías, o su aplicación hacía algún individuo, socio, corporación o circunstancia, fuera hallada inválida, ilegal, inaplicable o incapaz de hacer valer su cumplimiento por un tribunal con competencia, el resto de éstas -y su aplicación- no se verán afectada. Toda aplicación válida de estas guías mantendrá su fuerza y vigor de aquellas que no lo sean.

FIN DE LAS GUÍAS.