

FEDERICO Stubbe, hijo, ve en la industria turística el potencial para ayudar a echar hacia adelante la economía del País.

Por Yalixa Rivera Cruz  
yrivera@elnuevodia.com

**PRISA GROUP Y CARIBBEAN PROPERTY GROUP**  
 ■ \$342 millones Dorado Beach Resort  
 ■ \$210 millones Hotel Cerromar  
 ■ \$15 millones Hoteles Hyatt Place en Bayamón y Manatí

EN DICIEMBRE de este año, abrirá en las costas de Dorado el primer Ritz-Carlton Reserve de las Américas, a un costo total de \$342 millones. Bajo el nombre de Dorado Beach Resort, este hotel de lujo promete superar en servicio y amenidades al típico albergue de cinco estrellas, y convertirse a su vez en la iniciativa hotelera más ambiciosa de los últimos años, que dará trabajo a sobre 1,000 personas. El costoso esfuerzo es producto de la visión de futuro y confianza que han puesto en Puerto Rico la empresa local PRISA Group y sus socios, Caribbean Property Group.

Federico Stubbe, hijo, presidente de PRISA Group, explicó que tanto él como su familia consideran a esta industria como uno de los potenciales pilares económicos de la Isla y entiende que a través de la misma se puede atraer inversión extranjera.

Para ellos, no hay mejor sitio para invertir en estos momentos que Puerto Rico. Lo dicen a los cuatro vientos convencidos de ello, no solo porque son puertorriqueños sino porque como inversionistas reconocen el potencial de desarrollo que tiene este País, luego de haber explorado otras oportunidades fuera de la Isla.

Con la misma pasión y la energía que heredó de su padre, Stubbe consideró que para que se pueda levantar la economía, hay que atraer capital extranjero que se quede aquí.

**Un nicho por explotar**

"Puerto Rico tiene una oportunidad magnífica para desarrollo turístico. Tiene una localización y unos beneficios como destino que aún no se han explotado y lo colocan en una posición viable. Nuestra oportunidad de crecimiento está en el turismo de lujo y el turismo residencial", añadió el ejecutivo.

Y es precisamente en estas dos di-



# Expansión hotelera al estilo Stubbe

Una inversión de \$342 millones hará realidad la apertura este año, en Dorado, del primer Ritz-Carlton Reserve de las Américas

recciones a las que apunta el desarrollo turístico del Ritz Carlton Reserve.

Un complejo hotelero enclavado en unas 32 cuerdas que incluye inicialmente 13 residencias de lujo y unas 130 habitaciones, así como spa y restaurantes, entre otros servicios.

Stubbe señaló que de esas 13 unidades ya tienen unas 10 unidades vendidas, cuyos costos oscilan entre los \$2.5 millones y los \$7 millones.

"Estas personas en su mayoría son

extranjeros de la parte noreste de Estados Unidos, principalmente de Nueva York", detalló.

El también ingeniero confía que la hospedería -presta a convertirse en el segundo Ritz-Carlton Reserve en el mundo, después del Phulay Bay, en Tailandia- colocará a Puerto Rico en otro nivel de calidad.

"Estamos bien orgullosos de que la compañía Ritz-Carlton haya creído en nosotros, los puertorriqueños, para en-

trepar un producto tan ambicioso como este, que solo se ve en los mejores lugares del mundo", indicó.

Una vez abra, el Dorado Beach Resort solo será comparable al hotel St. Regis Bahía Beach, en Río Grande, que lleva operando más de un año.

"Nosotros entendemos que en Puerto Rico se pueden hacer proyectos de calidad mundial. Por eso nosotros estamos aquí actuando. Creemos en nosotros y en nuestros recursos, por eso estamos in-

virtiendo cientos y cientos de millones", explicó.

PRISA Group inició ya la segunda fase del Dorado Beach Resort, aprobada por el Fondo para el Desarrollo del Turismo (TDF, por sus siglas en inglés) y promete completar el área del complejo residencial.

Solo en esta etapa de construcción, el desarrollo turístico ha generado unos 700 empleos.

**Reapertura del Cerromar**

Además, PRISA Group está trabajando actualmente en el financiamiento del Hotel Cerromar. La intención, según Stubbe, es reabrir la conocida hospedería -colindante al Dorado Beach Resort y que cerró sus puertas en los 90- y retener los 700 empleos en el área de construcción que han generado con el proyecto de Dorado Beach.

Se estima que este proyecto, que contaría con unas 400 habitaciones, necesitaría una inversión de unos \$200 millones.

Este concepto estaría más enfocado en el turismo de grupo y turismo de vacaciones.

En otra inversión separada, la empresa de construcción anunció recientemente la realización de dos nuevos hoteles Hyatt Place en los pueblos de Bayamón y Manatí.

Stubbe aseguró que la marca Hyatt quiere regresar a Puerto Rico e invertir en la Isla.

"Estos proyectos cuentan con un financiamiento ya aprobado. Son hoteles de 104 habitaciones, donde se ha integrado la participación de los municipios y se busca crear unos 500 empleos por hospedería", explicó.

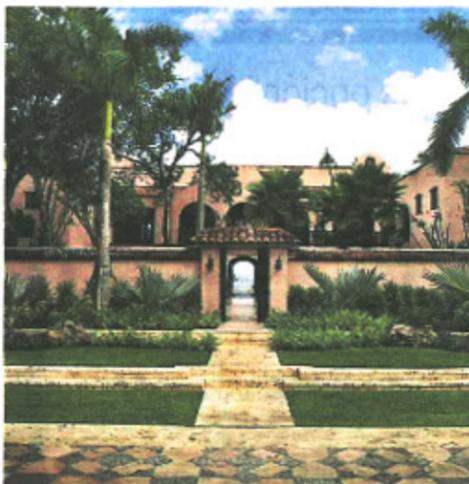
Para la iniciativa de PRISA Group está aportando unos \$15 millones de capital propio.

Con esta propuesta la empresa está apostando al segmento de turismo médico, así como al turismo de familiares y amigos que vienen de visita a la Isla, y muchas veces no tienen dónde hospedarse.



Estamos bien orgullosos de que la compañía Ritz-Carlton haya creído en nosotros, los puertorriqueños, para entregar un producto tan ambicioso como este, que solo se ve en los mejores lugares del mundo"

FEDERICO STUBBE, HIJO  
PRESIDENTE DE PRISA GROUP



LA FAMILIA Stubbe busca posicionar a Puerto Rico como un destino turístico con capacidad de competir con lugares como Florida.

"Dos terceras partes del tráfico aéreo que recibe el Aeropuerto Luis Muñoz Marín es de amigos y familiares que vienen a la Isla de visita", indicó el ingeniero.

La proyección de la familia Stubbe es lograr posicionar a Puerto Rico como un gran destino turístico en capacidad de competir con lugares como Florida, donde anualmente se reciben más de 6 millones de turistas solo de la costa este de Estados Unidos.

Según Stubbe, hijo, para ello, además de oferta, se necesita una estrategia de promoción y mercadeo mucho más abarcadora de la que tenemos ahora.

"Creo que la creación de DMO (Oficina de Manejo de Destino) es uno de los pilares, pero también una planificación más a largo plazo", dijo.

El DMO es una organización propuesta por la Asociación de Hoteles y Turismo de Puerto Rico que busca trabajar la promoción de Puerto Rico de forma independiente, para que no dependa de los cambios en el gobierno.