



GUÍA PARA LA REVISIÓN  
DE LOS ESTUDIOS DE IMPACTO ECONÓMICO REGIONAL  
REFERIDOS A LA COMPAÑÍA DE COMERCIO Y EXPORTACIÓN  
BAJO LA LEY 62-2014

12 DE ABRIL DE 2016

**LCDO. FRANCISCO CHÉVERE**  
**DIRECTOR EJECUTIVO**  
**COMPAÑÍA DE COMERCIO Y EXPORTACIÓN**  
**Y**  
**PRESIDENTE**  
**JUNTA DE APOYO PARA LAS MICROEMPRESAS,**  
**LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS COMERCIANTES DE PUERTO RICO**

**PREPARADO POR**  
**DIVISION DE INVESTIGACION DE MERCADOS Y ECONOMÍA**

**WANDA MARRERO, PHD**  
**DIRECTORA**

**CON LA COLABORACIÓN DE**  
**JUNTA DE PLANIFICACIÓN DE PUERTO RICO**  
**PROGRAMA DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL**

**12 DE ABRIL DE 2016**

## CONTENIDO

Glosario y Acrónimos.....	4
I. Introducción .....	7
II. Proceso de Registro de Profesionales Certificados .....	8
III. Parámetros y Disposiciones del Contenido del Estudio de Impacto Económico Regional .....	11
<b>A. Contenido del Estudio basado en a la Sección 3.02 del Reglamento Núm. 33 de la JP .....</b>	<b>11</b>
1. Resumen Ejecutivo .....	11
2. Efectos Económicos sobre los Establecimientos Comerciales Existentes .....	11
3. Superposición de Establecimientos Comerciales .....	15
4. Oferta y Demanda de Espacios Disponibles .....	15
5. Empleo, Salarios y Beneficios Devengados en la Región .....	16
6. Nivel de Ventas e Ingresos en los Comercios Existentes en la Región.....	17
7. Ingresos y Costos Gubernamentales Generados por el Proyecto y el Impacto en el Valor de Tasación .....	17
8. Efectos Ambientales, Económicos y Sociales del Proyecto .....	17
9. Impacto del Proyecto sobre el Crecimiento Poblacional de la Región .....	18
10. Análisis de Concentración de Mercado .....	18
11. Análisis del Valor Presente de la Actividad Económica Propuesta .....	20
12. Las Recomendaciones y Conclusiones del Estudio .....	20
IV. Vigencia.....	20
V. Referencias .....	21

## GLOSARIO Y ACRÓNIMOS

- **Área de estudio** - según definida en el Reglamento Núm. 33 de la JP se presentará por el proponente de acuerdo al tamaño y uso propuesto, pudiendo la JP establecer un área de estudio. Para efectos de esta Guía, los conceptos “*área de estudio*” y “*área bajo estudio*” serán equivalentes. La Ley Núm. 62-2014 utiliza los conceptos “*área bajo estudio*” y “*región*” como sinónimos, a pesar de que no los define. La CCE recomienda delimitar el “*área de estudio*” de los *Estudios de Impacto Económico Regional* considerando los siguientes parámetros: (1) el tamaño y la descripción del establecimiento aplicable; (2) la población mínima necesaria a ser servida; y (3) el tiempo al conducir del punto de origen del cliente al proyecto propuesto.
- **Área de Venta y Almacén - GLA**, por sus siglas en inglés correspondiente a *Gross Leasable Area*, se refiere al espacio de una estructura diseñado para la ocupación de inquilinos comerciales y su uso exclusivo, incluyendo el sótano, mezzanine, o pisos altos, expresado en pies cuadrados y medido por una línea de centro en cada partida hacia las paredes exteriores.
- **Comercio al Detal**- Comprende todos los establecimientos con transacciones de mercancía al detal, generalmente sin la transformación de la mercancía, incluyendo a su vez servicios relacionados a la venta de mercancía.
- **Comercio al Por Mayor**- Establecimiento comercial que expende mercancías a detallistas, industriales, agricultores y a distribuidores, cuyo fin al obtener tales productos es ser el intermediario entre el mayorista y el consumidor individual o familiar.
- **Comercio Comunal**- aquellos con un área neta de ventas y almacén que no excedan 99,999 pies cuadrados, según definido por el Reglamento Conjunto de la JP.
- **Comercio Regional**- Comercio con un área neta de ventas y almacén que fluctúa entre 250,000 y 999,999 pies cuadrados, según definido por el Reglamento Conjunto de la JP.
- **Comercio Subregional**- Comercio con un área neta de ventas y almacén que fluctúa entre 100,000 y 249,000 pies cuadrados, según definido por el Reglamento Conjunto de la JP.
- **Comercio Supraregional**- Comercio con un área neta de ventas y almacén mayor de 1,000,000 de pies cuadrados, según definido por el Reglamento Conjunto de la JP.
- **Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (CCE)** - Es una corporación pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (DDEC) del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. La misma fue creada para desarrollar y proveer información, asesoramiento, promoción, incentivos y servicios directos a las empresas o individuos dedicados a distintas actividades del comercio local e internacional.

- **Compañía de Fomento Industrial (PRIDCO)** - Es una corporación pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio (DDEC) del E.L.A. de Puerto Rico. La misma fue creada para fomentar el desarrollo industrial y económico de Puerto Rico mediante la promoción, creación y retención de empleos y la atracción de inversión de capital en los renglones de manufactura, servicios, ciencia y tecnología para mercados en y fuera de Puerto Rico.
- **Déficit** - Ocurre cuando las ventas locales (oferta) son menores que la demanda y existe una fuga de compradores hacia otras áreas.
- **Demanda** - Nivel de ventas esperado por línea de producto, basado en la población local y las características demográficas en la región.
- **Establecimientos de ventas de mercancías mixtas** - se refiere a los establecimientos de ventas al detal o al por mayor de mercancía sujeta y no sujeta al impuesto de ventas y uso (IVU). Vale la pena destacar que al tomar en consideración la venta de productos que no tributan IVU, la exigencia de los estudios recae principalmente sobre establecimientos que venden medicamentos con recetas. Los alimentos en supermercados y colmados tributan IVU municipal, por lo que no se consideran mercancías mixtas.
- **Establecimientos minoristas a gran escala** - típicamente se refiere a los establecimientos de ventas al detal que sobrepasan los 65,000 pies cuadrados incluyendo a las tiendas por departamento, tiendas de descuentos, tiendas de comestibles, supercentros, club de mayoristas y centros para el hogar, entre otros.
- **Estudio de Impacto Económico Regional (EIER)** - Estudio requerido para todo proyecto que proponga un establecimiento de ventas al detal o al por mayor, a gran escala, de sesenta y cinco mil (65,000) pies cuadrados o más, de área de venta y almacén. O aquel establecimiento que fuese a dedicarse a las ventas al detal de mercancías mixtas, de quince mil (15,000) pies cuadrados o más, de área de venta y almacén.
- **Excedente** - Ocurre cuando las ventas locales (oferta) son mayores que la demanda y atraen compradores fuera del área de estudio.
- **Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH)** - Es una herramienta de uso general en economía y otras disciplinas para medir la concentración de mercado o la falta de competencia en un sistema económico.
- **Junta de Planificación de Puerto Rico (JP)** – Es una agencia del gobierno del E.L.A. de Puerto Rico creada por virtud de la Ley Número 75 del 24 de junio de 1975, según enmendada, conocida como *“Ley Orgánica de la Junta de Planificación”* para diseñar la política pública encaminada a promover el desarrollo económico, social y físico de Puerto Rico.

- **Ley Núm. 62-2014** - Para crear la *“Ley de Apoyo a la Microempresa, el Pequeño y Mediano Comerciante”*. Esta ley dispone que se cree la Junta de Apoyo para las Microempresas, los Pequeños y Medianos Comerciantes de Puerto Rico.
- **Microempresas, pequeños y medianos comerciantes (PyMEs)** - La microempresa incluye a los negocios o empresas que generan un ingreso bruto menor de \$500,000 anuales y posee siete (7) empleados o menos. Los pequeños comerciantes incluye a los negocios o empresas que generan un ingreso bruto menor de \$3,000,000 anuales y que posea 25 empleados o menos. Los medianos comerciantes incluye a los negocios o empresas que generan un ingreso bruto menor de \$10,000,000 anuales y posea 50 empleados o menos.
- **Oferta** - Volumen de ventas actuales en el área de estudio propuesto.
- **Oficina de Gerencia y Permisos (OGPe)** - La Oficina de Gerencia de Permisos (OGPe) fue creada al amparo de la ley 161 del 1ro de diciembre de 2009 conocida como *“Ley para la Reforma del Proceso de Permisos de Puerto Rico”*. Dicha ley establece que la OGPe será la oficina encargada de emitir determinaciones finales y permisos, licencias, inspecciones, certificaciones y cualquier otra autorización o trámite que sea necesario para atender las solicitudes de la ciudadanía. Según establece la ley, la OGPe se creó con el objetivo de facilitar y propiciar el desarrollo integral, económico, social y físico sostenible de Puerto Rico.
- **Región** - se refiere al *“área de estudio”* o *“área bajo estudio”*, según se puede inferir de Ley Núm. 62-2014, supra, y el Reglamento Núm. 33 de la JP. La región cubrirá los municipios dentro del perímetro definido por el profesional para el *“área de estudio”*.
- **Reglamento Conjunto de la JP** - se refiere al Reglamento Núm. 8573 de la JP titulado: *“Reglamento Conjunto para la Evaluación y Expedición de Permisos Relacionados al Desarrollo y Uso de Terrenos”*, vigente desde el 24 de marzo de 2015.
- **Reglamento Núm. 33** - Es el *“Reglamento de los Estudios de Impacto Económico Regional”* adoptado por la Junta de Planificación mediante la Resolución JP-RP-33 el 18 de mayo de 2015.

## I. INTRODUCCIÓN

El Artículo 7(A) de la Ley 62-2014 conocida como la *“Ley de Apoyo a la Microempresa, al Pequeño y Mediano Comerciante”* dispone que los estudios de impacto económico regional que le sean sometidos a la OGPe por la JP serán revisados por la CCE. Basado en las recomendaciones emitidas por la CCE, la OGPe podrá emitir, enmendar o denegar los permisos que le hayan solicitado. De igual manera, el Artículo 7(A) (2) dispone que la JP, en coordinación con la OGPe y la CCE establezca los parámetros y disposiciones que debe contener el estudio, por medio de la promulgación de un reglamento. A tales efectos, el 12 de junio de 2015, el Departamento de Estado de Puerto Rico aprobó el Reglamento Núm. 33 de la Junta de Planificación conocido como el *“Reglamento de los Estudios de Impacto Económico Regional.”*

A tenor con la Sección 3.02 del Reglamento Núm. 33 de la Junta de Planificación, la CCE ha diseñado la presente ***Guía para la Revisión de los Estudios de Impacto Económico Regional***. En términos generales, esta Guía ha sido diseñada con el objetivo de proveer al usuario la información básica que la CCE ha de considerar para la revisión de los estudios que le sean referidos. No obstante, debe estar claro que el investigador o profesional a cargo de realizar el EIER tiene la facultad de utilizar la fuente de información que estime pertinente para realizar el mismo, así como la opción de obviar aquellas que han sido tradicionalmente consideradas como aceptables. La función principal de la CCE consiste en corroborar la veracidad de los datos utilizados, revisar la metodología utilizada para medir los efectos netos de la actividad propuesta y evaluar las recomendaciones que surgen del estudio. Con base en la revisión integral del EIER ante sí, la CCE remitirá entonces sus recomendaciones a la OGPe.

La **Parte II** de esta Guía describe el proceso de registro de los Profesionales Certificados, según establecido por la JP. La **Parte III** describe los parámetros y disposiciones que debe contener el estudio siguiendo la numeración establecida en la referida Sección 3.02 del Reglamento Núm. 33 de la JP. La **Parte IV** especifica la vigencia de la Guía y la **Parte V** las referencias utilizadas con los enlaces disponibles correspondientes.

## II. PROCESO DE REGISTRO DE PROFESIONALES CERTIFICADOS

De acuerdo a la Sección 4 del Reglamento Núm. 33, los *Estudios de Impacto Económico Regional* (EIER) deben ser realizados por profesionales y/o compañías certificados por la JP. A tales efectos, los estudios referidos a la CCE contendrán una copia de la Certificación del Profesional Registrado. El proceso de registro consiste en los siguientes pasos. Ver **Flujograma 1**.

**Flujograma 1.**



- Los profesionales y compañías con interés en pertenecer al *Registro de Profesionales que realizan Estudios de Impacto Económico Regional* deben radicar su solicitud en la Secretaría de la JP acompañada de transcripción de créditos universitarios.
- La Secretaría de la JP remite al director del Programa de Planificación Económica y Social de la JP (PPES) el expediente del profesional y/o compañía interesada.

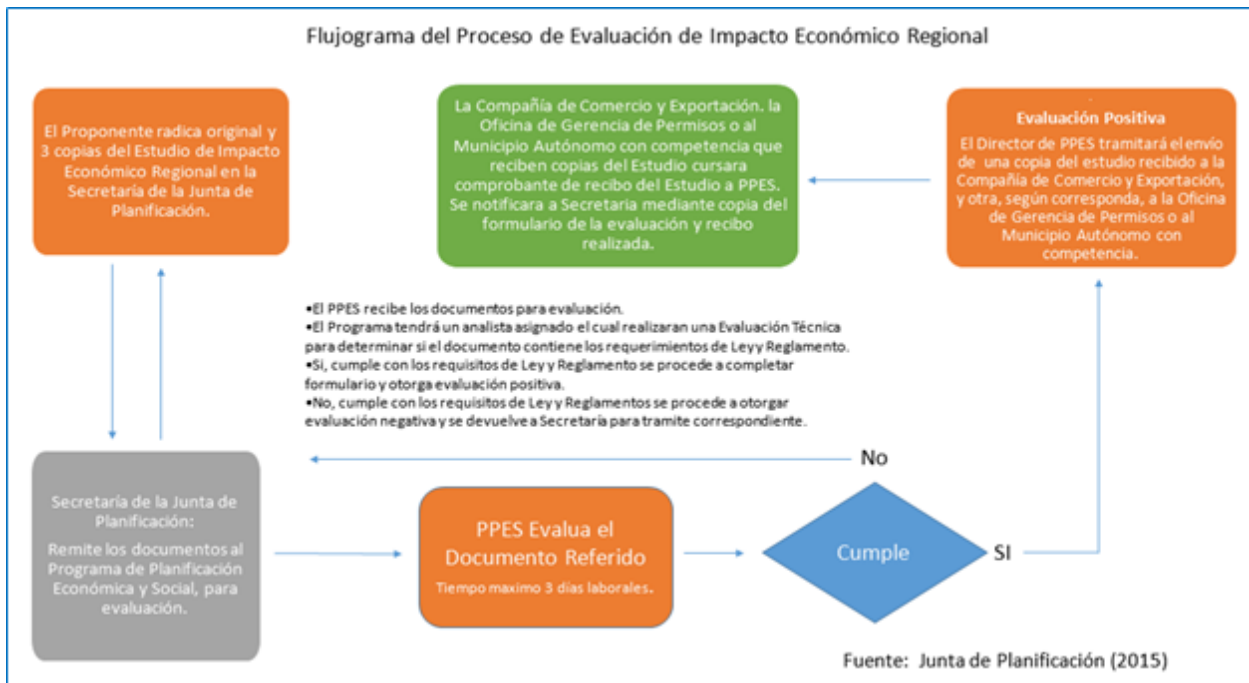


- Un analista designado de la PPES realiza una Evaluación Técnica dentro de los siguientes tres (3) días laborables. Si el profesional o compañía solicitante cumple con los requisitos, el director del PPES notifica Evaluación Positiva a la Secretaría de la JP.
- La Secretaría de la JP certifica y notifica al profesional y/o compañía su número de registro. Los estudios sometidos deben contener una Certificación del Profesional Registrado.

### Evaluación Técnica del EIER previo a ser referido a la CCE

Los EIER serán sometidos a una Evaluación Técnica en la JP previo a ser referidos a la CCE. A continuación se describe el proceso de evaluación en la Junta de Planificación. Ver **Flujograma 2**.

**Flujograma 2**



- El Proponente radica original y tres (3) copias del *Estudio de Impacto Económico Regional* en la Secretaría de la JP.
- Secretaría de la JP remite los documentos al PPES para evaluación.

- El PPES realiza una evaluación técnica del documento referido en un tiempo máximo de tres (3) días laborables para determinar si el documento contiene los requerimientos de Ley y Reglamento. Si el documento cumple con los requisitos de Ley y Reglamento, el PPES completa el formulario correspondiente y otorga una evaluación positiva.

El director del PPES tramita el envío de una copia del estudio recibido a la CCE, la OGPe o al Municipio Autónomo con competencia, según corresponda.

- La CCE, la OGPe o el Municipio Autónomo con competencia que recibe copia del estudio cursa un comprobante de recibo al PPES.
- El PPES notifica a Secretaría de la JP mediante copia del formulario de la evaluación realizada y acuse de recibo según emitido por CCE, OGPe o Municipio Autónomo con competencia.

Una vez recibidos y completada la revisión requerida, la CCE remitirá las recomendaciones de los EIER revisados a la JP y/u OGPe según corresponda.

### **III. PARÁMETROS Y DISPOSICIONES DEL CONTENIDO DEL ESTUDIO DE IMPACTO ECONÓMICO REGIONAL**

#### **A. CONTENIDO DEL ESTUDIO BASADO EN A LA SECCIÓN 3.02 DEL REGLAMENTO NÚM. 33 DE LA JP**

##### **1. RESUMEN EJECUTIVO**

El estudio incluirá un Resumen Ejecutivo de los hallazgos principales y los datos que justifican la recomendación favorable del desarrollo propuesto.

##### **2. EFECTOS ECONÓMICOS SOBRE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EXISTENTES**

Para analizar los **efectos económicos** del proyecto propuesto sobre los establecimientos comerciales existentes en la región el proponente incluirá en esta sección del estudio lo siguiente:

###### **a. Descripción del proyecto**

El análisis del impacto económico del proyecto comienza con la descripción del proyecto incluyendo el pietaje, ubicación y el tipo de proyecto con las líneas de productos correspondientes. La Ley Núm. 62-2014 aplica a todo tipo de proyecto que proponga un establecimiento de ventas al detal y/o al por mayor, a gran escala, de 65,000 pies cuadrados o más de área de venta y almacén. También aplica a establecimientos a dedicarse a las ventas al detal de mercancías mixtas, de 15,000 pies cuadrado o más, de área de venta y almacén. Estos establecimientos pueden estar propuestos como negocios individuales o como parte integrante de un centro comercial.

De igual manera, el proyecto o la consulta de ubicación podrían consistir en una facilidad comercial, esto es, un centro comercial. La CCE evaluará los centros comerciales como una unidad. A tales efectos, el EIER especificará la categoría del proyecto, según definido por el Reglamento Conjunto de la JP, como sigue. Ver **Tabla 1**. La descripción del proyecto incluirá además los tipos de usos y el área neta de ventas para cada tipo de uso.

**Tabla. Junta de Planificación: Categorías de Proyectos Comerciales**

Categoría	Pies cuadrados de área neta de venta y almacén
Comunal	Hasta 99,999
Sub-Regional	100,000 - 249,999
Regional	250,000 - 999,999
Supra-regional	Más de 1,000,000

Fuente: Junta de Planificación. Reglamento Conjunto 2015, Sección 55.3.2.

La descripción del proyecto especificará el **área de estudio o región**. Se recomienda que el **área de estudio** se delimite de acuerdo a la localización del proyecto y el tamaño y uso del establecimiento comercial que propone según los dos tipos de establecimientos regulados en el Reglamento Núm. 33 de la JP (2015), según vigente, y la Ley Núm. 62-2014, según vigente. En esta sección incluirá un mapa de interconexiones ilustrando el área de estudio delimitada.

La CCE recomienda delimitar el **área de estudio** de los EIER considerando los siguientes parámetros: (1) el tamaño y la descripción del establecimiento (o área comercial en el caso de los centros comerciales) aplicable; (2) la población mínima necesaria a ser servida; y (3) el tiempo al conducir. Estos parámetros han sido desarrollados considerando las prácticas comúnmente aceptadas y la combinación de tres fuentes primarias, entre otras: (1) la Ley Núm. 62-2014; (2) el Reglamento 33 de la JP (2015); y el estudio publicado por James D. Vernor, *et al*, (2009) *Shopping Center Appraisal and Analysis*.<sup>1</sup>

Basado en estos tres (3) parámetros se determinará el **radio** que comprenderá el área de estudio. El **radio**, en millas del área de estudio o la distancia medida por el *tiempo en minutos al conducir* del punto de origen del consumidor al lugar del establecimiento propuesto, contendrá la población mínima necesaria según corresponda.

---

<sup>1</sup> Para la delimitación del radio, los parámetros de *tamaño del proyecto, población y tiempo al conducir*, desarrollados por Vernor se podrían ajustar de acuerdo al tamaño y a la descripción del establecimiento comercial propuesto según dispuesto en la Ley 62-2014 y el Reglamento Núm. 33 de la JP.

En el caso que no exista la población mínima necesaria dentro del radio o del tiempo al conducir, se extenderá el área de estudio hasta lograr tener dentro de éste la población mínima necesaria.

**b. Comparar la demanda con la oferta actual en el área de estudio por línea de producto (NAICS)**

Una vez se identifican las líneas de productos (NAICS) de los establecimientos propuestos y el área de estudio entonces se cuantifica la **oferta**, esto es, el volumen de ventas actual en el área de estudio. La **oferta** se compara con la **demanda**, esto es, el nivel de ventas esperado por línea de producto, basado en la población local y las características demográficas en la región. Este análisis permitirá cuantificar el **excedente** o el **déficit** de las ventas existentes sobre la demanda potencial en el área de estudio. Un **excedente** indica que las ventas locales son fuertes y que atraen compradores fuera del área de estudio. Por otro lado, un **déficit** sería indicativo de que las ventas locales son débiles y que existe a una fuga de compradores hacia otras áreas. Si el analista lo considera relevante debe discutir e incorporar en el estudio el impacto de las ventas por Internet para las líneas de productos pertinentes.

Para la mayoría de las comunidades las estrategias para reducir la fuga de compradores deben estar balanceadas con la preocupación de mantener la fortaleza de las ventas al detal que generan excedentes.

**c. Analizar la situación actual del sector comercial en el área de estudio**

El estudio debe contendrá una descripción general de la actividad comercial en el área de estudio por código NAICS y tamaño de los negocios (PyMEs) incluyendo: (1) número de establecimientos; (2) personas empleadas; y (3) salarios. Una de las fuentes que se podría utilizar para dicho análisis es el **Censo Económico** llevado a cabo por el Negociado del Censo de EE.UU. cada cinco (5) años siendo el más reciente el de 2012. A tales efectos, las ventas por línea de producto serán ajustadas por la inflación. De igual manera, los datos de empleos y salarios deben ser actualizados si la comunidad ha sufrido cierres y aperturas de negocios de manera significativa.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Las ventas al detal por municipio se pueden obtener a través del *Panel de Indicadores Económicos del Departamento de Hacienda*. <http://www.hacienda.gobierno.pr/panel-de-indicadores-economicos-del-ivu>.

**d. Efectos económicos sobre los establecimientos comerciales existentes en la región**

Esta sección incluirá un análisis del impacto del establecimiento propuesto sobre las ventas de los negocios existentes en la región. De igual manera, incluirá una descripción del efecto económico que han tenido proyectos similares al propuesto en los comercios existentes en otras áreas o regiones, si aplica. El estudio presentará en secciones subsiguientes los efectos económicos del proyecto propuesto sobre otros factores tales como: (i) cantidad y localización de los negocios con líneas de productos similares a las del negocio propuesto; (ii) empleos y salarios de la región; (iii) ingresos de los negocios existentes; (iv) ingresos y costos gubernamentales; (v) ambiente y entorno económico y social de la región y el de comunidades vecinas; (vi) crecimiento poblacional de la región; (vii) competencia (concentración de mercado); (viii) valor presente de la actividad económica propuesta.

Se espera que el establecimiento de un nuevo negocio represente una oportunidad de aumentar las ventas en el área de estudio a través de dos resultados. El primero sería la **sustitución de importaciones**, mediante la cual los residentes del área de estudio comienzan a comprar localmente lo que antes adquirirían en otras áreas. El segundo resultado sería un aumento en el **gasto de los no-residentes**, mediante el cual los residentes de otras comunidades comienzan a comprar en la comunidad anfitriona aquellos productos que antes compraban en otros lugares.

Esta sección incluirá además una discusión sobre los retos que representan para el análisis los gastos de los turistas si fuere pertinente. El impacto subyacente es el fortalecimiento o tal vez expansión del área de estudio, al atraer residentes de otras comunidades debido a la disponibilidad de productos nuevos, más atractivos o tal vez más baratos.

La base de la proyección serán los 12 meses más recientes para los que haya información disponible y confiable sobre las ventas al detal. De igual manera, se recomienda que las proyecciones sean presentadas en rangos que reflejen los escenarios de probabilidad mediana así como los extremos bajo y alto de las proyecciones.

### 3. SUPERPOSICIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES

Esta sección incluirá un análisis de los negocios existentes con los cuales competirá el establecimiento propuesto, por línea de producto. En la medida de lo posible indicará cuántos son PyMEs. La superposición de establecimientos comerciales se refiere a la identificación de aquellos negocios con las mismas líneas de productos que las ofrecidas por el establecimiento propuesto. Esto permitirá estimar la cantidad de negocios en el área de estudio que serían los de mayor probabilidad de ser afectados por el establecimiento propuesto. Por lo tanto, esta sección contendrá un **estimado del volumen de ventas que se espera será sustraído de los negocios existentes, particularmente de los que serían PyMEs, por línea de producto.**

### 4. OFERTA Y DEMANDA DE ESPACIOS DISPONIBLES

El estudio contendrá un análisis del espacio por pie cuadrado que será utilizado por el nuevo negocio en su totalidad y el dedicado por línea de producto en particular comparado con la demanda por espacio proyectada. El objetivo es estimar si el nuevo negocio aumentará la oferta de espacios dedicados a ventas al detal sobre la demanda proyectada (por la presión demográfica) para identificar posibles problemas de sobreoferta o espacios vacantes en el área de estudio. Por último, restará los pies cuadrados aprobados por la OGPe después de la fecha del último Censo Económico debido a que éste no incluye los últimos nuevos proyectos aprobados para determinar el pietaje disponible en el área de estudio.

En algunas comunidades puede que existan espacios subutilizados designados y/o zonificados para otros usos. En tales circunstancias, puede que se le requiera al analista incorporar el uso para ventas al detal de tales espacios, y donde sea apropiado, que los incorpore en el análisis de oferta y demanda de espacios.

- La Compañía de Fomento Industrial (PRIDCO) posee un inventario de sus propiedades por municipio, descripción, tipo de disponibilidad, área de PC y zona, entre otra información. Este inventario se encuentra accesible en la página de internet de PRIDCO bajo el título: "*PRIDCO's Properties Inventory*".<sup>4</sup>
- También la CCE tiene un directorio de facilidades comerciales por fecha de disponibilidad y tamaño del lote por pie cuadrado, entre otros.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Refiérase al enlace: <http://www.pridco.com/real-estate/Pages/Real-Estate-Catalog.aspx>

<sup>5</sup> Refiérase al enlace: <http://www.comercioyexportacion.com/bienes-raices/facilidades-comerciales-para-alquiler.html>

El estudio contendrá además un análisis del posible impacto negativo en las áreas comerciales existentes, principalmente, los cascos urbanos.<sup>6</sup> De igual manera, el estudio discutirá el modo en que el proyecto propuesto impactará la condición existente, particularmente la de áreas comerciales en decadencia.

## 5. EMPLEO, SALARIOS Y BENEFICIOS DEVENGADOS EN LA REGIÓN

El estudio evaluará la situación actual de los empleos y salarios<sup>7</sup> devengados en la región con el objetivo de proyectar los cambios sobre éstos propiciados por el comercio propuesto. Debe incluir además una descripción de la tasa de desempleo existente en la región.

Las proyecciones de los cambios en los empleos y salarios de la región implican lo siguiente:

- estimar los empleos y salarios asociados con las ventas proyectadas por línea de producto en el negocio propuesto.
- proyectar los empleos en el sector de comercio al detal en el área de estudio **sin el negocio propuesto** (considerando la inflación y los cambios en el sector al detal) utilizando los datos más recientes del Censo Económico relacionados con las ventas, empleos y salarios en el sector.
- proyectar los **empleos (netos)** en el área de estudio después de establecido el negocio propuesto. Esto requiere reconocer las ventas que serán desviadas de los detallistas existentes y la **pérdida de empleo** correspondiente.
- una vez proyectados los empleos netos se estiman los salarios correspondientes, utilizando como base la información del Censo Económico para el área de estudio. La contribución del negocio propuesto a los salarios se basa en los salarios promedio pagados por el negocio ajustados a las condiciones locales.

---

<sup>6</sup> Ver Ley Núm. 212-2002 sobre incentivos para la revitalización de los centros urbanos.

<sup>7</sup> Los salarios incluyen los beneficios marginales.



## 6. NIVEL DE VENTAS E INGRESOS EN LOS COMERCIOS EXISTENTES EN LA REGIÓN

El estudio contendrá un análisis del nivel de ventas e ingresos en los establecimientos comerciales existentes y de los nuevos, que serán retenidos en la región, expresados como por ciento de los ingresos totales generados por las ventas. Esto incluye factores como salarios pagados, servicios contratados localmente, y donaciones, entre otros.

## 7. INGRESOS Y COSTOS GUBERNAMENTALES GENERADOS POR EL PROYECTO Y EL IMPACTO EN EL VALOR DE TASACIÓN

El estudio incluirá los ingresos municipales o estatales<sup>8</sup> que habrá de generar el proyecto propuesto, así como los costos gubernamentales (estatales y municipales) que la construcción y operación que éste acarreará, incluyendo aquellos relacionados a costos de carreteras, policía, bomberos, rescate y servicios de agua y alcantarillados, o por concepto de servicios públicos, como tendido eléctrico o disposición de desperdicios solicitados.

El análisis de los recaudos incluirá además el impacto neto sobre el valor de tasación de las propiedades que se afecten por el nuevo negocio así como los recaudos procedentes de las contribuciones sobre la propiedad. Esta discusión incluirá el impacto que se anticipa sobre otras áreas aledañas para lo cual se podrán utilizar estudios que se hayan realizado en otras jurisdicciones para proyectar dicho impacto en el tiempo.

## 8. EFECTOS AMBIENTALES, ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL PROYECTO

El estudio analizará los efectos ambientales, económicos y sociales que tendrá el proyecto propuesto sobre el ambiente y el entorno económico y social de la región y sus municipios, y el de las comunidades vecinas o colindantes. A tales efectos, el estudio incluirá un análisis del efecto del nuevo proyecto sobre el ambiente y el tráfico separado del análisis económico y social. **El análisis de impacto ambiental** se puede fundamentar con la información disponible de estudios existentes, incluyendo los análisis del proponente relacionados con el tráfico, inundabilidad y otra información requerida para la otorgación de los permisos pertinentes para el desarrollo. De igual manera incluirá el impacto general que el desarrollo propuesto tendrá sobre las áreas residenciales, naturales, recreacionales e históricas.

---

<sup>8</sup> Los ingresos generados por los recaudos contributivos se obtienen del producto del cambio en las ventas multiplicado por la tasa contributiva sobre las ventas (IVU).

Esta discusión puede estar fundamentada en estudios de impacto realizados previamente sobre el área de estudio y comunidades vecinas relacionados con el aire, calidad del agua, las plantas y vida silvestre otras condiciones ambientales.

El **análisis económico y social** incluirá el impacto que se espera del nuevo desarrollo sobre el nivel de empleo e ingreso per cápita en general sobre la comunidad. De esperarse una reducción en el empleo, incluirá un análisis de los cambios en la tasa de desempleo en la región.

A tales efectos, incluirá un estimado del impacto sobre el número de familias recibiendo ayudas de programas de asistencia nutricional antes de la apertura del nuevo negocio. De igual manera, incluirá un posible efecto sobre la criminalidad en la región y comunidades vecinas.

#### **9. IMPACTO DEL PROYECTO SOBRE EL CRECIMIENTO POBLACIONAL DE LA REGIÓN**

El estudio sometido incluirá una evaluación de los cambios poblacionales experimentados en la región a los fines de determinar si el proyecto propuesto afectará o no la capacidad financiera gubernamental (existente y potencial) para acomodar tanto el crecimiento total como la tasa de crecimiento que resultaría de ser aprobado el proyecto, si tal fuese el caso. A tales fines, se considerarán los costos gubernamentales previstos para la salud pública, la seguridad y el bienestar, con el propósito de evaluar la habilidad de la región para acomodar el crecimiento que causará dicho proyecto.

#### **10. ANÁLISIS DE CONCENTRACIÓN DE MERCADO**

Consistente con la práctica prevaleciente en otras jurisdicciones, el estudio de impacto económico debe presentar un **análisis de concentración de mercado** independientemente de si el proyecto propuesto constituye un establecimiento nuevo (único), o representa una fusión (merge), esto es, un establecimiento adicional a uno previamente establecido en el área de estudio (por ejemplo bajo una cadena).<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> El *Plan de Desarrollo Económico para los Sectores de Ventas al Detall, Al Por Mayor, Transportación y Almacenaje de Puerto Rico* publicado por la Junta de Planificación (2015) plantea que las tiendas grandes (“mega-outlet” y “mega-boxes”) afectan las PyMEs locales. De acuerdo al Plan se ha podido establecer una relación entre este tipo de proyecto y los cierres de establecimientos y la pérdida de empleo en las áreas donde éstas se han establecido. De igual manera, el Plan expone que las PyMEs locales no son lo suficientemente fuertes como para competir con las “mega tiendas”. Esto por ende aplica a los proyectos del tamaño contemplado en la Ley 62-2014.

El análisis de concentración de mercado permite evaluar si la entrada de una empresa a un mercado determinado puede obstaculizar de forma significativa la competencia, esto medido a través de su cuota del mercado. La concentración de mercado se refiere al nivel en que dicho mercado está compuesto, por una o por un número reducido de empresas con una alta participación (cuota) de las ventas o ingresos totales del mercado. Una alta participación o cuota del mercado podría representar una posición dominante para la empresa entrante, provocando a su vez, una baja en las ventas o la desaparición de los negocios existentes, particularmente las PyMEs. Como resultado se perjudica la competencia efectiva en el mercado.

La defensa de un sistema competitivo estriba principalmente en las ventajas para los consumidores, tales como precios bajos, productos de calidad, una amplia y variada oferta de bienes y servicios e innovación, entre otras. Una empresa con una alta participación del mercado puede estar más renuente a reducir los precios que una con una participación pequeña. Las empresas con una posición dominante, tampoco tiene la presión de reducir los precios aun cuando las empresas con participación más baja lo hagan. La alta concentración también es señal de las capacidades de la empresa, como el de expandirse rápidamente. De igual manera, una alta concentración tiende a indicar bajos costos, productos atractivos, o ambos, lo que hace más difícil la competencia de los pequeños provocando su salida del mercado.

El **Índice de Herfindahl o Índice de Herfindahl e Hirschman (IHH)** es una herramienta de uso general en economía y otras disciplinas para medir la concentración de mercado, o interpretado de otra manera, la falta de competencia en un sistema económico. A más alto el índice, más concentrado o menos competitivo, el mercado. El índice se calcula elevando al cuadrado la cuota de mercado que cada empresa posee y sumando esas cantidades (hasta las 50 empresas más grandes de la industria).

Los resultados van desde cerca de 0 (competencia perfecta) a 10,000 (monopolio). Por lo general, el IHH se obtiene de la sumatoria de la cuota del mercado al cuadrado de las 50 empresas de mayor tamaño en ventas que lo componen, expresada matemáticamente como sigue:

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2 \quad \text{Donde } N = 50.$$

No obstante, de considerarlo necesario, el Profesional Certificado en el Estudio presentará su estimado de ventas y una metodología válida de la tasa de captación del mercado en el área de estudio.

El Departamento de Justicia federal (DOJ, por sus siglas en inglés) en conjunto con la Comisión Federal de Comercio (FTC, por sus siglas en inglés, para Federal Trade Commission) ha desarrollado unas guías para definir los mercados de acuerdo a los resultados del Índice Herfindahl-Hirschman publicados en *Horizontal Merger Guidelines* (2010). Un IHH menor de 1,500 representa un mercado no concentrado, entre 1,500 y 2,500 representa un mercado moderadamente concentrado y mayor de 2,500 representa un mercado altamente concentrado. En el caso de que el negocio propuesto añada un establecimiento a uno o varios negocios del mismo propietario o compañía existente en el área de estudio, la CCE aplicará las guías del DOJ federal a tales efectos.

#### **11. ANÁLISIS DEL VALOR PRESENTE DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PROPUESTA**

El estudio incluirá un análisis del valor presente de la actividad económica propuesta en términos del total de ventas al detal, ingresos personales y recaudos proyectados a tres (3), seis (6) y nueve (9) años (a futuro).

#### **12. LAS RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO**

El estudio destacará en esta sección los resultados que justifican su aprobación. En las conclusiones destacará de manera resumida los costos y los beneficios totales del proyecto propuesto en el área de estudio.

### **IV. VIGENCIA**

La vigencia de esta Guía queda supeditada a la vigencia correspondiente a la Ley Núm.62-2014 y el Reglamento Núm. 33 de la Junta de Planificación.

## V. REFERENCIAS

- Civic Economics. (2008). *A Guide to Retail Impact Studies*. <http://ilsr.org/wp-content/uploads/2009/12/guide.pdf>
- Compañía de Comercio y Exportación. *Directorio de facilidades comerciales por fecha de disponibilidad y tamaño del lote por pie cuadrado*.  
<http://www.comercioyexportacion.com/bienes-raices/facilidades-comerciales-para-alquiler.html>
- Compañía de Fomento Económico. "PRIDCO's Properties Inventory".  
<http://www.pridco.com/real-estate/Pages/Real-Estate-Catalog.aspx>
- DeLisle, J.R. (June 2007). *Shopping Center Classification: Challenges and Opportunities*. Runstad Center for Real Estate Studies. University of Washington.  
[www.reuw.washington.edu](http://www.reuw.washington.edu)
- Departamento de Hacienda. *Panel de Indicadores Económicos*.  
<http://www.hacienda.gobierno.pr/panel-de-indicadores-economicos-del-ivu>.
- Departamento del Trabajo de Puerto Rico. *Estadísticas*. <http://www.mercadolaboral.pr.gov/>.
- ICSC Research and Costar Realty Information, Inc. (March 2015). *U.S. Shopping Center Classification and Characteristics*.  
[http://www.icsc.org/uploads/research/general/US\\_CENTER\\_CLASSIFICATION.pdf](http://www.icsc.org/uploads/research/general/US_CENTER_CLASSIFICATION.pdf).
- Junta de Planificación . (diciembre 2014). *Memorial del PUT. Guías de Ordenación del Territorio. Borrador para Vista Pública*.  
([http://gis.ip.pr.gov/PUT2015/Memorial%20del%20Plan%20de%20Uso%20de%20Terrenos\\_Borrador%20para%20vista%20p%C3%ABblica%20\(19-XII-2014\).pdf](http://gis.ip.pr.gov/PUT2015/Memorial%20del%20Plan%20de%20Uso%20de%20Terrenos_Borrador%20para%20vista%20p%C3%ABblica%20(19-XII-2014).pdf)).
- Junta de Planificación. (2015). *Plan de Desarrollo Económico (PDE), Capítulo 5: Plan de Desarrollo Económico de los Sectores de Ventas al Detal, Al Por Mayor, Transportación y Almacenaje en Puerto Rico*.  
[http://gis.ip.pr.gov/Externo\\_Econ/PDE2014/Chapter05%20Commerce%20Sector.pdf](http://gis.ip.pr.gov/Externo_Econ/PDE2014/Chapter05%20Commerce%20Sector.pdf)

Junta de Planificación. (2015). *Reglamento de los Estudios de Impacto Económico Regional*.

[http://gis.jp.pr.gov/Externo\\_Econ/Otros%20-%20Reglamentos/FINAL%20Impacto%20Economico%20Regional.pdf](http://gis.jp.pr.gov/Externo_Econ/Otros%20-%20Reglamentos/FINAL%20Impacto%20Economico%20Regional.pdf)

Junta de Planificación (18 de julio de 2014). *Resolución JP-2014-309*.

Legislatura de Puerto Rico. Oficina de Servicios Legislativos. *Ley Núm. 62-2014*.

<http://www.oslpr.org/v2/LeyesPopUp.aspx?yr=2014>

Maine, *Informed Growth Act (2010)*

ULI-the Urban Land Institute and the International Council of Shopping Centers. (2008). *Dollars & Cents of Shopping Centers. The Score 2008*.

U.S. Census Bureau, *Economic Census 2012. Puerto Rico Planning Regions*.

[http://www.census.gov/econ/census/help/geography/puerto\\_rico\\_planning\\_regions.html](http://www.census.gov/econ/census/help/geography/puerto_rico_planning_regions.html)

U.S. Census Bureau. *Monthly Retail Trade and Food Services NAICS Codes, Titles, and Descriptions. (Sector 44-45 Retail Trade)*.

<http://www.census.gov/retail/mrts/www/benchmark/2014/html/naicsdef.html>

U.S. Department of Justice and U.S. Federal Trade Commission. (2010). *Horizontal Merger Guidelines*.

Vernor, James, et. al. (2009). *Shopping Center Appraisal and Analysis*. Appraisal Institute.

[https://professional.sauder.ubc.ca/re\\_creditprogram/course\\_resources/courses/content/442/shopping\\_center\\_appraisal\\_ch1.pdf](https://professional.sauder.ubc.ca/re_creditprogram/course_resources/courses/content/442/shopping_center_appraisal_ch1.pdf)