



Compañía de Comercio y
Exportación de Puerto Rico

PUERTO RICO TRADE
ESTADO LIBRE ASOCIADO DE PUERTO RICO

InfoVentas

El Informe de Ventas al Detalle de Puerto Rico

Documento Número 1
Diciembre 2005

Estado Libre Asociado de Puerto Rico
Compañía de Comercio y Exportación (CCE)

Ricardo A. Rivera Cardona
Director Ejecutivo

Juan M. Román
Sub. Director Ejecutivo

Dra. Cristiane Alkmin J. Schmidt
Directora, División de Economía

Tabla de Contenido

1. Introducción	5
2. Fuente de Datos, Definiciones y Metodología	7
2.1. Fuente de Datos	7
2.2. Definiciones Básicas	12
2.3. Metodología del cálculo	14
2.3.1. Fórmula Matemática del Estimador de Ventas	14
2.3.2. Fórmula Matemática para Imputar las Ventas	16
3. Estimado Mensual de Ventas al Detalle por la nueva metodología.....	18
4. Conclusión	37
Apéndice A – Histórico Mensual de las Ventas al Detalle – valores nominales (\$1,000)	40
Apéndice B – Número Índice: Posibles Formulas Matemáticas	41
Apéndice C – Ventas al Detalle por SIC (1987) y por NAICS (1997)	42
Apéndice D – Listados de las regiones: Ocho Vs. Nueve	44
Apéndice E – Histórico mensual de las quiebras en el sector al detalle	45
Apéndice F– Correlación entre Nómina y Ventas (al detalle en PR)	46
Apéndice G – Cuestionario	47
Apéndice H – Ley 323 de 28 de diciembre de 2003	48

Este trabajo está dedicado a todos los comerciantes de Puerto Rico, en general, y, en particular, a aquellos que colaboraron con la **Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (CCE)**, brindándonos la información de sus ventas. Sin estas declaraciones este estudio no hubiera sido posible. Estas actitudes demuestran una verdadera actitud cívica y amor a Puerto Rico.

Esperamos seguir contando con la acostumbrada cooperación de este sector empresarial para continuar elaborando futuras publicaciones del **InfoVentas**".

Cris Schmidt

1. Introducción¹

El Informe de Ventas al Detalle (**InfoVentas**) es un estimado mensual monetario de las ventas del sector detallista en Puerto Rico². Este refleja valores nominales, que, para transformarlos en reales, tienen que ser deflacionados por un índice de precio³, preferiblemente uno que refleje la evolución de los precios en Puerto Rico específicamente.

La publicación de la estimación mensual de las ventas al detalle empezó en el año 1972 por el Departamento de Comercio, a través de la Secretaría Auxiliar de Economía y Planificación. De esa fecha hasta 1974, la muestra incluía solamente dos clasificaciones de negocios detallistas: los supermercados y las tiendas por departamentos. Después, de 1975 hasta 1983, esta pasó a incluir once sectores más, consolidándose, así, en trece tipos de negocios (ver **apéndice A**).

Se determinó, en enero de 1984, por los cambios experimentados en la economía de la Isla, que la muestra contemplada por dicho informe necesitaba reestructurarse. Y así ocurrió. En esta ocasión, por tanto, la clasificación fue expandida para dieciocho sectores al detalle y contaba con 1,390 establecimientos comerciales, dispersos en ocho regiones (Aguadilla, Arecibo, Guayama⁴, Caguas, Fajardo, Mayagüez, Ponce y Área Metropolitana de San Juan) y distribuidos en ocho estratos de nómina.

Resumiendo, en aquel tiempo, cada una de las ocho regiones estaba estratificada por ocho tipos de nómina y por dieciocho clasificaciones industriales uniformes a cuatro dígitos (CIU o SIC, por sus siglas en inglés)⁵. En total, consecuentemente, había 1,152 renglones para ser estimados (8 x 8 x 18), que pasaron a ser reportados por región o por negocio.

El marco de muestreo del universo de establecimientos estaba basado en el listado ES-202 del Negociado de Seguridad de Empleo de 1984, que prepara hasta hoy el Departamento del Trabajo y Recursos Humanos. Este documento contemplaba negocios con empleo

¹ Esta sección está basada en tres documentos: 1) Informe de Ventas al Detalle, elaborado por la Secretaría Auxiliar de Economía y Planificación del Departamento de Comercio, en 1984; 2) Metodología para la revisión de la muestra de establecimientos de ventas al detalle: Informe final, elaborado por la empresa “Consultec”, en agosto de 2002 y 3) Procedimientos para estimar el total de ventas en Puerto Rico con la muestra revisada, preparado por “Statistics and Economics Consulting Group Inc”, en 2005.

² Por mucho tiempo este estimado de ventas se llamó informalmente de “índice de ventas”. Como en estadística la palabra “índice” tiene un significado específico (como los índices de precios), que no está reflejado en la fórmula matemática que propone dicho informe (ver **apéndice B**), a partir de este informe (aunque la CCE nunca lo llamó de índice), se desea aclarar que la información que se presenta es respecto a una estimación de ventas, que, por tanto, tiene una dimensión. En este caso, “dólares por unidad”.

³ Las ventas podrían ser estimadas por cantidad (Q) y no por la facturación (precio * cantidad), como se propone en este informe. El problema ocurre cuando un establecimiento vende varios productos a la vez. Cuando eso pasa, el control de las finanzas de la empresa, normalmente, se basa en cuanto ésta pudo vender al consumidor y no en su inventario de mercancías.

⁴ En algunos documentos la región III (Guayama), a veces, es llamada Arroyo. Los municipios, sin embargo, son los mismos.

⁵ CIU = Clasificación Industrial Uniforme y SIC = *Standard Industrial Classification*. Hay también otra clasificación llamada NAICS (*North America Industry Classification System*). Para mayores detalles sobre ambas clasificaciones concernientes al sector al detalle, verificar **apéndice C** de este texto.

asalariado, eso es, establecimientos que posen nómina mayor que cero, y que es recopilado trimestralmente.

Este marco, así como la muestra, estuvo basado en un diseño de panel fijo, o sea, en un archivo cuya composición de los establecimientos se mantuvo constante desde aquel año hasta 2005. De no haber información de la empresa, independientemente de su existencia, se imputaba el valor de la venta.

La Ley Número 323, aprobada el 28 de diciembre de 2003 (**apéndice I**), decretó la integración de la Administración de Fomento Comercial (AFC) y la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones (PROMOEXPORT) en una nueva entidad conocida como la **Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (CCE)**. Al igual que su antecesora, la CCE, a través de su Director Ejecutivo, tiene la facultad, entre otros puntos, de: a) requerir información que sea necesaria, pertinente y especializada para ejercer sus responsabilidades; b) requerir la comparecencia de testigos y la presentación de documentos, datos u otra información pertinente para llevar a cabo los propósitos de nuestra ley habilitadora; y c) recurrir a los tribunales para solicitar una orden de cumplimiento de tal citación o requerimiento so pena de desacato.

Después de 15 años, la CCE decidió reordenar la muestra, por cuatro motivaciones fundamentales: la primera motivación es relacionada a la necesidad de incluir un sector detallista adicional (5731) y otro renglón, llamado “otros”, sumamente importante, para incluir todos los renglones del sector detallista. Este último recogería todos los demás renglones de dicho sector no incluidos en los otros 19. En total, por tanto, la nueva muestra pasaría a constar de 20 categorías de negocios mutuamente excluyentes y exhaustiva (cubriendo todo el espacio muestral). Esa determinación se hace porque el desarrollo tecnológico acelerado y los cambios en la estructura del comercio, por ejemplo, han traído nuevos productos a los mercados, que en las décadas del 80 y 90 no se conocían o su importancia era relativamente poca. Por eso se incluyó el segmento de tiendas de radios, televisores y enseres eléctricos (5731).

La segunda, fue que, con 8 renglones de nómina, se hacía difícil un análisis económico sobre las pequeñas, medianas y grandes empresas. De hecho, la CCE nunca presentó sus informes de ventas por nómina. Aunque era posible, la información estaba demasiado segmentada y no era posible hacer inferencia. Por eso, el cambio para tres tipos de nóminas. La tercera, fue añadir una región, para que el Informe esté cónsono con las definiciones del Censo de Negocio de EE.UU. (ver **apéndice D**) Por fin, la cuarta motivación, pero no menos importante, concierne a armonizar la muestra con los cambios en la economía. Muchos negocios cerraron⁶ y muchos otros surgieron, sugiriendo que una nueva muestra debería ser elaborada. Los surgimientos de las cadenas, por ejemplo, constituyen un papel fundamental en el cambio muestral.

La nueva metodología, consiguientemente, puede ser resumida en los siguientes cambios, tocante su muestra: los renglones de nómina fueron aglomerados en tres segmentos, a los tipos de negocios les fueron incorporados dos renglones más, y una nueva región fue

⁶ El **apéndice E**, aunque no presenta todos los cierres, expone las quiebras del sector al detalle, que, como se puede notar, son representativas.

añadida. En total, consecuentemente, pasarán a ser 540 renglones para ser estimados (3 x 9 x 20), en vez de los 1,152, que estaban reportados por negocio o por región o por nómina.

Otro cambio importante es el marco de muestreo del universo. Este sigue siendo el listado ES-202, pero no concerniente al año 1984, sino tocante al año y al mes correspondientes (o sea, que esté coincidiendo con el período de la muestra). Mantener un universo fijo, como antes, puede subestimar o superestimar el estimador. En el presente caso, como enseña el marco de muestreo del universo (archivo ES-202), hubo una subestimación, pues el número de empresas aumentó significativamente (de 8,300 establecimientos para alrededor de 14,500). Vale recordar que el universo para fines de esta estimación es el grupo de vendedores al detalle en Puerto Rico con nómina.

El objetivo principal de este documento, por tanto, es presentar el resultado final del estudio sobre la nueva metodología de la encuesta en el sector detallista, que se empezó hace 6 años. Su meta es estimar las ventas al detalle en Puerto Rico. Este va a estar basado en una muestra de 2,323 empresas alrededor de la Isla y estará enfocado en los 12 meses del 2004 y en los ocho primeros meses de 2005.

El presente estudio está organizado con la siguiente estructura: en la parte 2 es presentada la fuente de los datos, las definiciones básicas y la metodología utilizada; en la sección 3, es calculado el estimado de ventas al detalle desde enero 2004 hasta agosto 2005; y, por fin, en la última parte, se presenta la conclusión.

2. Fuente de Datos, Definiciones y Metodología

2.1. Fuente de Datos

El sector de ventas al detalle, según el CIU de 1987 (códigos del 52 al 59 – ver **apéndice C**), incluye todo establecimiento que se dedique a la venta de mercancías para el consumo personal o de los hogares. No se incluyen los negocios localizados en las bases militares del gobierno de Estados Unidos. Otras características de un establecimiento de ventas al detalle son: a) generalmente opera en un lugar fijo; b) se envuelve en actividades para atraer el público general a comprar; c) compran o reciben mercancías para vender; d) puede que procesen sus productos, pero tal procesamiento es incidental o está subordinado a la actividad de venta; y e) se consideran como detallistas en el comercio.

Los datos mensuales de ventas de cada empresa que componen la muestra del *InfoVentas* se obtienen mediante llamadas telefónicas, visitas personales o por medio de formularios, los cuales se reciben por correo, por fax o por e-mail. Una vez recopilados los datos, se procede a distribuirlos por los tres (**3**) diferentes niveles de **nómina**, por **20 tipos de negocio** (CIU) a cuatro dígitos y por nueve (**9**) **regiones** (según las regiones geográficas definidas por el Censo Económico de 1997). Dicha muestra está compuesta por 2,323 empresas, escogidas de forma aleatoria, independiente y adecuadamente estratificada. Este número, sin embargo, sufrió pequeños cambios mes a mes, pues fueron excluidas empresas que cerraron sus operaciones y fueron incluidas algunas otras en sustitución. Estos pequeños cambios se

justifican porque de lo contrario los estimados podrían perder pertinencia y significado, ya que dejan de ser representativos del espectro completo de la actividad económica⁷.

Sin embargo, claro que el diseño de una muestra confronta limitaciones, una vez que, exceptuando la quiebra de los negocios, los factores cambiantes en el universo no se pueden observar en su totalidad a través de la información recopilada en la muestra. Muchas empresas pueden entrar en el mercado y no ser tomadas en consideración, pues la muestra ya fue escogida, por ejemplo. Por tanto, en esta nueva metodología la propuesta es que, en la medida de lo posible, la CCE pueda ajustar frecuentemente la misma para reflejar todo el dinamismo del universo. El ideal sería cambiarla todos los meses, pero, por razones de costos, el ideal no es factible.

Por eso, la CCE intenciona ir añadiendo poco a poco las cadenas, para lograr contemplar el universo de las mismas. El muestreo, por ende, sería respecto a los establecimientos no cadena. Esta idea no ocurre sólo por el volumen de ventas de las cadenas y por su estabilidad en el mercado, sino, también, porque como la CCE cuenta con pocas personas para manejar tantas llamadas, con menos esfuerzo se obtendría más información. El reto, por ende, es mantener esta muestra representativa con el discurrir del tiempo, retirando de su composición empresas que ya no existen e incluyendo nuevos negocios, siempre de forma aleatoria, independiente y uniformemente distribuida en la Isla.

Comparando las dos metodologías, en la nueva hay 2,323 negocios, de los cuales 112 son cadenas, que representan a su vez 1,571 establecimientos (entre éstos, mega tiendas). Ya la muestra anterior tenía 1,390 negocios, de los cuales 44 eran cadenas, que representaban a su vez 800 establecimientos. De esta forma, hubo un aumento de 67% en el número de establecimientos totales en la muestra y casi 100% en términos de establecimientos de cadena.

# Estab.	Metod. Nueva	Metod. Anterior	Var. % Muestra
Cadenas	1,571 68%	800 58%	96%
No cadenas	752 32%	590 42%	27%
Muestra Total	2,323	1,390	67%

El **universo** es el grupo de todos los negocios de venta al detalle en Puerto Rico **con** nómina (i.e., excluye aquellos establecimientos que no tienen empleados asalariados), que tiene como su **marco de muestreo** el archivo ES-202, que produce el Negociado de Seguridad de Empleo del Departamento del Trabajo y Recursos Humanos. Este tiene dos códigos de identificación: el número de cuenta patronal según el Negociado de Seguridad de Empleo o el *Federal Employer Identification Number* (EIN) y el *Reporting Unit Number* (RUN). En el caso de las cadenas (las cuales poseen una empresa con múltiples negocios), en particular, aunque exista un único número EIN para la empresa, hay un RUN para cada negocio. La combinación de los dos, lógicamente, identifica cada negocio de forma única, que es lo que se desea.

⁷ Ver *Economic Classification Policy Committee, Sigues Paper No. 5, julio de 1993, Bureau of Economic Analysis (BE-42), US Department of Commerce.*

Este marco de muestreo es uno de tipo panel balanceado⁸ en cada tres meses, pues ésta es la periodicidad de la publicación del archivo ES-202. Lo ideal sería cambiarlo todos los meses, pero eso no es posible. Así, como a cada trimestre este marco sufre cambios, el universo de la nueva metodología también cambiará con la misma periodicidad para efectos de cálculos del estimado de ventas. Esta idea, aunque sencilla, constituye una gran diferencia entre la metodología “anterior” y la “nueva”, pues en la anterior este marco de muestreo era fijo en el año 1984 y en la nueva estará variando cada tres meses, reflejando con más precisión los cambios de la economía. Como en los últimos 20 años varios negocios se establecieron en Puerto Rico (hubo más entrada de empresas que cierre), el marco usado en la nueva metodología es 80% mayor que el anteriormente usado.

Así, como el universo es dinámico, esta necesidad de cambiar el archivo a ser utilizado en la estimación es importante. Entre algunas razones para este dinamismo, se pueden citar cinco, a saber: (1) quiebras de negocios; (2) la aparición de nuevos establecimientos; (3) cambios en el tipo de mercancía que venden los negocios, que puedan implicar alteraciones en su clasificación industrial (CIU); (4) cambio en la ubicación del negocio (región); y (5) cambios en el tamaño de la empresa (nómina). Los primeros dos factores afectan el tamaño del universo, mientras los otros tres, su composición.

Para las estimaciones de enero hasta diciembre del 2004 se utilizaron los archivos ES-202 del 2004 de los cuatro trimestres. Así, para los estimados referentes a los meses de enero, febrero y marzo de 2004 se utilizó el ES-202 del primer trimestre, para los estimados concernientes a los meses de abril, mayo y junio de 2004 se usó el ES-202 del segundo trimestre, y así sucesivamente. Para enero hasta julio del 2005 se utilizó el último archivo publicado (cuarto trimestre del 2004). La CCE, por tanto, publicará dos versiones sobre un mismo informe: la versión “**preliminar**” y, después de unos meses, la versión “**revisada**”. El tiempo que tardará esa última versión es una función directa del tiempo que tardará el Departamento del Trabajo en publicar el archivo ES-202.

Cabe resaltar un problema en el uso del ES-202, además del mismo estar en formato “*Undelimited Text File*” en vez de excel: hay establecimientos que no presentan nómina y que, por tanto, no deberían estar ahí. La explicación del Departamento del Trabajo es que son negocios pequeños que algunos meses tienen nómina y otros no. La CCE decidió considerar dichos establecimientos en la nómina uno (1), para evitar una variabilidad innecesaria en el estimador, ya que el objetivo final es estimar las ventas al detalle en Puerto Rico. Para una mejor visualización del universo, las tablas uno y dos presentan un resumen del número de los establecimientos respecto al total.

Las dos tablas que se siguen enseñan los números de establecimientos en cada región por trimestre y la tasa de variación porcentual de un archivo para el otro.

⁸ Cuando el número de observación no se repite en todos los períodos del panel. Más detalles, ver Greene, W. (2003), *Econometric analysis*, 5th ed., Prentice Hall, chapter 13.

Tabla 1 – Establecimientos del archivo ES-202/2004

Universos del sector al detalle por trimestres				
Reg	2004			
	1	2	3	4
Aguadilla	1,038	1,064	1,079	1,095
Arecibo	1,407	1,436	1,470	1,502
Bayamón	2,179	2,223	2,260	2,289
Caguas	1,863	1,882	1,913	1,952
Fajardo	473	483	492	503
Guayama	405	413	418	432
Mayaguez	1,140	1,167	1,188	1,208
Ponce	1,377	1,403	1,420	1,461
San Juan	4,238	4,304	4,377	4,445
Total	14,120	14,375	14,617	14,887

Tabla 2– Porcentaje de Establecimientos del ES-202/2004 respecto al total

Variación porcentual de los Universos				
Reg	2004			
	1	2	3	4
Aguadilla		2.5%	1.4%	1.5%
Arecibo		2.1%	2.4%	2.2%
Bayamón		2.0%	1.7%	1.3%
Caguas		1.0%	1.6%	2.0%
Fajardo		2.1%	1.9%	2.2%
Guayama		2.0%	1.2%	3.3%
Mayaguez		2.4%	1.8%	1.7%
Ponce		1.9%	1.2%	2.9%
San Juan		1.6%	1.7%	1.6%
Total		1.8%	1.7%	1.8%

Concerniente al cambio en la nómina, en particular, caben dos salvedades. La primera tiene que ver con su adecuación a la interpretación de “pequeña, mediana y grande” empresa. De hecho, hay por lo menos tres formas de definir tamaños de empresa: a) por ventas (que es el más común), b) por número de empleados o c) por nómina.

En el presente caso, la medida usada fue la nómina trimestral, la cual está disponible en el archivo ES-202. El cuidado a ser considerado, por ende, es que se haga una revisión en dicha información o con respecto al salario mínimo o concerniente a la inflación.

Debido a la incertidumbre en cuanto a la efectividad de dicha variable auxiliar (nómina o *payroll*, en inglés) como un indicador de tamaño de empresa o de su *market share* (ventas o *sales*, en inglés), se decidió analizar la correlación entre nómina (*payroll*) y ventas (*sales*). En esencia, si ambas están fuertemente correlacionadas, habrá efectividad. Como indica el **apéndice G** y la tabla que sigue, a base de la serie histórica de los Censos Económicos de 1977, 1982, 1987, 1992 y 1997, la correlación entre nómina y ventas totales en el sector del

comercio al detalle es positiva y alta. Esto es indicativo de la efectividad del nivel de nómina como criterio de sub-estratificación.

Tabla 3 – Correlación entre Nómina y Ventas – Datos de los censos 87, 92 y 97

52			56		
	<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>		<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>
Sales (\$1,000)	1		Sales (\$1,000)	1	
Payroll (\$1,000)	0.992	1	Payroll (\$1,000)	0.994	1

53			57		
	<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>		<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>
Sales (\$1,000)	1		Sales (\$1,000)	1	
Payroll (\$1,000)	0.987	1	Payroll (\$1,000)	0.996	1

54			58		
	<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>		<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>
Sales (\$1,000)	1		Sales (\$1,000)	1	
Payroll (\$1,000)	0.960	1	Payroll (\$1,000)	0.943	1

55			59		
	<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>		<i>Sales (\$1,000)</i>	<i>Payroll (\$1,000)</i>
Sales (\$1,000)	1		Sales (\$1,000)	1	
Payroll (\$1,000)	0.990	1	Payroll (\$1,000)	0.982	1

La segunda salvedad es que, al reducir el número de clases de ocho (8) a tres (3), además de permitir realizar la estimación por nómina (o hacer inferencia estadística), ayuda a lidiar con el margen de error de los estimados. Al tener unos estratos de mayor dimensión, si, por un lado, aumenta la variabilidad de los estimados dentro de cada línea, por otro, y más importante aún, se reduce la probabilidad de que cambios en la nómina de los negocios implique que éstos se deban desplazar del estrato en que se ubicaron al diseñar la muestra, lo que minimiza la clasificación errónea de los negocios en los estratos de nómina en la muestra. Este asunto es importante porque la nómina es una variable que se afecta con la inflación. Además, se elimina el problema de que hayan demasiados ceros en la matriz 19 x 64.

2.2. Definiciones Básicas

La muestra tiene tres variables claves: CIU, región y nómina. La CIU y las regiones usadas en el presente informe fueron definidas en el Negociado del Censo (Censo Económico de 1987), producido por el Departamento de Comercio de Estados Unidos. Cabe observar que las 8 regiones consideradas hasta 2005 se basaban en una definición de la CCE (ver **apéndice D**). Por último, cabe recordar que la nómina fue estratificada usando parámetros empíricos de la muestra actual, pero que, con los cambios de la economía, ésta puede ser definida en el futuro usando como base otros valores.

La tabla 4 contempla las definiciones básicas utilizadas en cada uno de estos renglones y, para facilitar la comprensión de las regiones, en particular, se está presentado, también, un mapa de Puerto Rico indicando cuales municipios pertenecen a cada una de las regiones⁹. Se encuentra, así, el listado de los 78 municipios de Puerto Rico, divididos por las 9 regiones; los 20 CIUs; y las 3 estratificaciones de nómina.

Tabla 4 – Definiciones Básicas de las Tres Variables: Región, Nómina, CIU

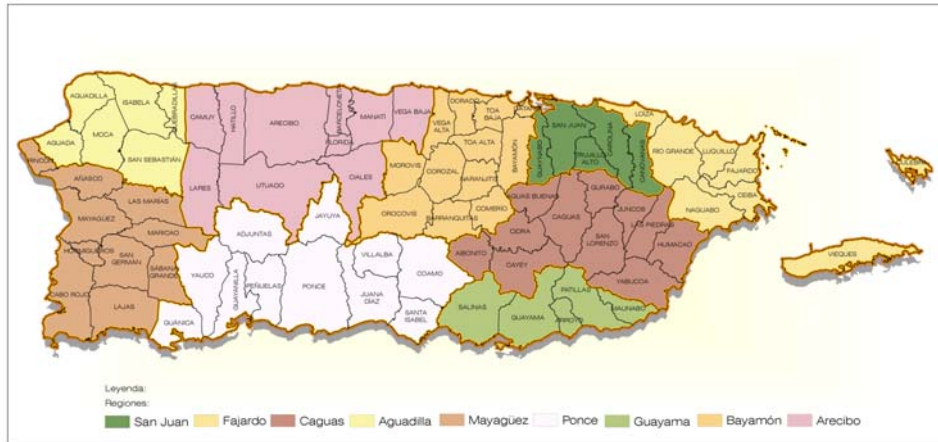
Tabla 1 - Definiciones Básicas					
Municipio	Región	Num.	Municipio	Región	Num.
1 Aguada	1 Aguadilla	1	40 Ceiba	5 Fajardo	1
2 Aguadilla	1 Aguadilla	2	41 Culebra	5 Fajardo	2
3 Isabela	1 Aguadilla	3	42 Fajardo	5 Fajardo	3
4 Moca	1 Aguadilla	4	43 Loíza	5 Fajardo	4
5 Quebradilla	1 Aguadilla	5	44 Luquillo	5 Fajardo	5
6 San Sebastián	1 Aguadilla	6	45 Naguabo	5 Fajardo	6
7 Arecibo	2 Arecibo	1	46 Río Grande	5 Fajardo	7
8 Barceloneta	2 Arecibo	2	47 Vieques	5 Fajardo	8
9 Camuy	2 Arecibo	3	48 Arroyo	6 Guayama	1
10 Ciales	2 Arecibo	4	49 Guayama	6 Guayama	2
11 Florida	2 Arecibo	5	50 Maunabo	6 Guayama	3
12 Hatillo	2 Arecibo	6	51 Patillas	6 Guayama	4
13 Lares	2 Arecibo	7	52 Salinas	6 Guayama	5
14 Manatí	2 Arecibo	8	53 Añasco	7 Mayaguez	1
15 Utuado	2 Arecibo	9	54 Cabo Rojo	7 Mayaguez	2
16 Vega Baja	2 Arecibo	10	55 Hormigueros	7 Mayaguez	3
17 Barranquitas	3 Bayamón	1	56 Lajas	7 Mayaguez	4
18 Bayamón	3 Bayamón	2	57 Las Marías	7 Mayaguez	5
19 Cataño	3 Bayamón	3	58 Maricao	7 Mayaguez	6
20 Comerío	3 Bayamón	4	59 Mayaguez	7 Mayaguez	7
21 Corozal	3 Bayamón	5	60 Rincón	7 Mayaguez	8
22 Dorado	3 Bayamón	6	61 Sabana Grande	7 Mayaguez	9
23 Morovis	3 Bayamón	7	62 San Germán	7 Mayaguez	10
24 Naranjito	3 Bayamón	8	63 Adjuntas	8 Ponce	1
25 Orocovis	3 Bayamón	9	64 Coamo	8 Ponce	2
26 Toa Alta	3 Bayamón	10	65 Guánica	8 Ponce	3
27 Toa Baja	3 Bayamón	11	66 Guayanilla	8 Ponce	4
28 Vega Alta	3 Bayamón	12	67 Jayuya	8 Ponce	5
29 Aguas Buenas	4 Caguas	1	68 Juana Díaz	8 Ponce	6
30 Aibonito	4 Caguas	2	69 Peñuelas	8 Ponce	7
31 Caguas	4 Caguas	3	70 Ponce	8 Ponce	8
32 Cayey	4 Caguas	4	71 Santa Isabel	8 Ponce	9
33 Cidra	4 Caguas	5	72 Villalba	8 Ponce	10
34 Gurabo	4 Caguas	6	73 Yauco	8 Ponce	11
35 Humacao	4 Caguas	7	74 Canóvanas	9 San Juan	1
36 Juncos	4 Caguas	8	75 Carolina	9 San Juan	2
37 Las Piedras	4 Caguas	9	76 Guaynabo	9 San Juan	3
38 San Lorenzo	4 Caguas	10	77 San Juan	9 San Juan	4
39 Yabucoa	4 Caguas	11	78 Trujillo Alto	9 San Juan	5

Nómina Trimestral		
0 < x =< 20,000	Pequeña	1
20,000 < x =< 250,000	Mediana	2
x > 250,000	Grande	3

SIC	
5211	1
5231	2
5251	3
5311	4
5331	5
5399	6
5411	7
5421	8
5511	9
5531	10
5541	11
5611	12
5621	13
5661	14
5712	15
5731	16
5812	17
5912	18
5944	19
Otros	20

⁹ La CCE le da las gracias a Estudios Técnicos Inc. (ETI), por hacer los mapas libre de costo.

Mapa (1) de Puerto Rico: Municipios que integran las 9 regiones del Censo Económico de 1987, de 1992 y de 1997



Mapa (2) de Puerto Rico: Municipios que integran las 9 regiones del Censo Económico de 1987, de 1992 y de 1997



En resumen, las definiciones son las siguientes:

SIC	Descripción
5211	Madera, materiales de construcción y casas móviles
5231	Pinturas, cristales y papel de empapelar
5251	Ferreterías
5311	Tiendas por departamento
5331	Tiendas de variedades
5399	Otras tiendas de mercancías en general
5411	Tiendas de alimentos
5421	Tiendas de carnes y mariscos
5511	Vehículos de motor nuevos y usados
5531	Tiendas de efectos para automóviles y para el hogar
5541	Estaciones de gasolina
5611	Tiendas de ropa para jóvenes y caballeros
5621	Tiendas de ropa para dama
5661	Tiendas de calzado
5712	Mueblerías
5731	Tiendas de radios, televisores y enseres eléctricos
5812	Cafeterías y Restaurantes
5912	Farmacias
5944	Joyerías
Otros	Todos los demás SICs del sector al detal

Nómina	Descripción
1	Pequeño = nómina trimestral de $0 < X \leq 20,000$
2	Mediano = Nómina trimestral de $20,000 < X \leq 250,000$
3	Grande = Nómina trimestral de $X \geq 250,000$

Región	Descripción
1	Aguadilla
2	Arecibo
3	Bayamón
4	Caguas
5	Fajardo
6	Guayama
7	Mayaguez
8	Ponce
9	San Juan

2.3. Metodología del cálculo

2.3.1. Fórmula Matemática del Estimador de Ventas

El estimado de ventas es computado de la siguiente forma: suponga que cada uno de los 540 renglones ($3 \times 9 \times 20$) posee un número $N = N(r, s, n)$ de establecimientos, tomados de la ES-202, y un número $M = M(r, s, n)$ de negocios, que componen la muestra. Se calcula un promedio aritmético de las M empresas de la muestra en un renglón en particular

$[\bar{X} = \bar{X}(r, s, n)]$ y se multiplica por el número de empresas del universo (N) de este renglón.

$$\text{O sea: } \hat{\mathfrak{Z}}(r, s, n) = \left[\frac{\sum_{i=1}^M x_i}{M} \right] * N = \bar{X}(r, s, n) * N(r, s, n), \text{ donde } \hat{\mathfrak{Z}}(r, s, n), i, r, s \text{ y } n$$

significan, respectivamente, el estimado de ventas, una determinada empresa de un determinado renglón del muestreo, una determinada región, un determinado CIU y una determinada estratificación de nómina. $N, M, \hat{\mathfrak{Z}}$ y \bar{X} son funciones de r, s y n .

En otras palabras, un estimado de ventas se calcula por la multiplicación del promedio en la muestra por el total de elementos en la población. En este informe, se agrupará los estimados de tres formas: Regiones por CIU, Nómina por CIU y Nómina por Región.

Como se puede notar, por lo tanto, se pueden calcular varios tipos de estimados. Para clarificar la fórmula matemática, es necesario usar símbolos. $\hat{\mathfrak{Z}}(r, s, n)$, como ya se mencionó, representa el estimado de ventas total para una región, para una línea de negocio y para una determinada nómina. $\hat{\mathfrak{Z}}(r, n)$, por otro lado, representa el estimado para una región y para una línea de negocio; $\hat{\mathfrak{Z}}(r)$ es el estimado para una región en particular; y $\hat{\mathfrak{Z}}$ es el estimado total para Puerto Rico. El tamaño de la población, a su vez, como ya se indicó, es representado por $N = N(r, s, n)$, eso es, el número total de empresas en uno de los 540 renglones. Se define, consecuentemente, los posibles estimadores de los totales de ventas de la siguiente forma:

$$\hat{\mathfrak{Z}}(r, s, n) = \bar{X}(r, s, n) * N(r, s, n), \text{ para } r \in [1,9], s \in [1,20], n \in [1,3] \quad (1)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(r, s) = \sum_{n=1}^3 \bar{X}_n(r, s, n) * N_n(r, s, n), \text{ para } r \in [1,9], s \in [1,20]. \quad (2)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(n, s) = \sum_{r=1}^9 \bar{X}_r(r, s, n) * N_r(r, s, n), \text{ para } s \in [1,20], n \in [1,3]. \quad (3)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(r, n) = \sum_{s=1}^{20} \bar{X}_s(r, s, n) * N_s(r, s, n), \text{ para } r \in [1,9], n \in [1,3]. \quad (4)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(s) = \sum_{r=1}^9 \sum_{n=1}^3 \bar{X}_{n,r}(r, s, n) * N_{n,r}(r, s, n), \text{ para } s \in [1,20]. \quad (5)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(n) = \sum_{r=1}^9 \sum_{s=1}^{20} \bar{X}_{r,s}(r, s, n) * N_{r,s}(r, s, n), \text{ para } n \in [1,3]. \quad (6)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}}(r) = \sum_{n=1}^3 \sum_{s=1}^{20} \bar{X}_{n,s}(r, s, n) * N_{n,s}(r, s, n), \text{ para } r \in [1,9]. \quad (7)$$

$$\hat{\mathfrak{Z}} = \sum_{r=1}^9 \sum_{n=1}^3 \sum_{s=1}^{20} \bar{X}_{r,n,s}(r, s, n) * N_{r,n,s}(r, s, n). \quad (8)$$

Aunque se puedan calcular los ocho estimados mencionados arriba, el primero es demasiado estratificado. En este caso se tendrían 540 estimados. Éste, por tanto, sirve como un paso intermedio para los demás cálculos. Abajo se encuentran las ecuaciones:

- a. Ecuación (2) estima las ventas por CIU para cada región.
- b. Ecuación (3) estima las ventas por CIU para cada tipo de nómina.
- c. Ecuación (4) estima las ventas por Región para cada tipo de Nómina.
- d. Ecuación (5) estima las ventas por CIU para Puerto Rico.
- e. Ecuación (6) estima las ventas por nómina para Puerto Rico.
- f. Ecuación (7) estima las ventas por región para Puerto Rico.
- g. Ecuación (8) estima las ventas para Puerto Rico.

2.3.2. Fórmula Matemática para Imputar las Ventas

La imputación de la cantidad monetaria de la venta de un negocio se hace necesaria cuando este establecimiento, por alguna razón, no informa a tiempo sus datos de ventas del mes que se está estimando. La CCE va a publicar con un rezago de 2 meses y no de 1, como estaba ocurriendo, porque el número de imputaciones estaba muy elevado. No sólo porque muchas empresas no tenían dicha información para la fecha deseada, sino también porque hay pocos funcionarios en la CCE para lograr recopilar todo en la última semana del mes.

La imputación de datos puede ser calculada de varias formas. Un método, por ejemplo, es calcular la tasa de crecimiento mensual de las ventas entre los meses A y B, del año anterior, de un determinado estrato y aplicarla a la venta del mes A para B del establecimiento que no respondió en el año siguiente. Otra forma es hacer el mismo cálculo con relación a meses anteriores, en vez de hacerlo al año anterior.

De las preocupaciones a ser consideradas en la imputación, quizá la principal concierne a la variabilidad de los datos por razón de la existencia de la **estacionalidad** de las ventas durante determinados períodos en el año. Por esta razón, se utilizará un método que, aunque sea más trabajoso de calcular, considera la estacionalidad¹⁰.

Este método consiste en calcular un promedio del *market share* (de las ventas) entre los meses anteriores de los establecimientos en un determinado renglón y aplicar dicho factor en el mes que dicha empresa (empresa K, por ejemplo) no informó las ventas. La idea es que,

¹⁰ Para obtener mayores detalles sobre tendencia y estacionalidad, hay varios libros en estadística y en econometría que tratan de este tema. En particular, el Manual de Econometría, del equipo de profesores de la Universidad de São Paulo, Brasil, 2000 (capítulo sobre series de tiempo), *Econometric Analysis*, de William Greene, 2003 (fifth edition) o *Time Series Analysis*, de James Hamilton, 1994.

independientemente de la estacionalidad del año, el *market share* de una determinada empresa no debe cambiar mucho en su renglón.

La racionalidad de lo expuesto es la siguiente: suponga que existen M empresas en un determinado renglón {r, s, n} y que la empresa K no informó su venta del mes J+1. Se calcula el *market share* de la empresa K en cada uno de los J períodos, $j \in [1, J]$ de la siguiente forma:

$$\bar{V}_j^K = \frac{V_j^K}{\sum_{i=1}^M V_j^i} \quad (9).$$

El promedio del *market share* (Pms) de la empresa K, de los J períodos (que pueden ser los 12 meses anteriores, por ejemplo), se obtiene de la siguiente forma:

$$Pms^K = \frac{\sum_{j=1}^J \bar{V}_j^K}{J} \quad (10).$$

$$Pms^K = \frac{\sum_{j=1}^J \left[\frac{V_j^K}{\sum_{i=1}^M V_j^i} \right]}{J}$$

Como se supuso anteriormente, la empresa K no informó las ventas del período J+1. Eso quiere decir que la suma de las ventas de las empresas en el renglón {r,s,n}, en el período J+1, V_{J+1} , será la suma de la ventas de todas las empresas menos la empresa K

$\left(\sum_{K \neq i=1}^M V_{J+1}^i \right)$ sobre el factor (1-Pms referente a la empresa K), o sea:

$$V_{J+1}^K = \frac{\sum_{K \neq i=1}^M V_{J+1}^i}{(1 - Pms^K)} \quad (11)$$

Y, la imputación de las ventas de la empresa K para el período J+1 será de:

$$V_{J+1}^K = Pms^K * V_{J+1} \quad (12).$$

O de una forma más directa:

$$V_{J+1}^K = \frac{Pms^K}{(1 - Pms^K)} * \sum_{K \neq i=1}^M V_{J+1}^i \quad (13).$$

3. Estimado Mensual de Ventas al Detalle por la nueva metodología

En esta sección se van a presentar las tablas concernientes a los estimados de las Ventas al Detalle en Puerto Rico para el año completo de 2004 y para enero hasta agosto de 2005, en dólares americanos (US\$).

La **muestra** tiene periodicidad mensual, está compuesta por un número de 2,323 establecimientos y está dividida en tres renglones: Región, Nómina y CIU. El número de la muestra varió un poco en algunos meses, pues algunas empresas empezaron un mes después de enero, abril por ejemplo – no presentando ventas para los meses anteriores –, y otras, cerraron sus negocios en octubre del 2004 por ejemplo – no presentando ventas para los meses subsiguientes. En este caso, hubo un reemplazo por otra empresa en el mismo renglón.

Observase que la imputación solamente será realizada cuando la venta no llegue a tiempo, por la razón que sea. En el caso de cierre, el negocio no será imputado, sino que será retirado de la muestra y reemplazado por otro establecimiento. Eso es una diferencia más con respecto a la metodología anterior.

El **marco de muestreo del universo**, a su vez (ES-202/2004) cambia trimestralmente, porque es ese el período de publicación del Departamento del Trabajo. Fueron utilizados los cuatro archivos ES-202 del 2004 para estimar el año 2004 y el ES-202 cuarto trimestre del 2004 para estimar los meses de enero a julio del 2005, pues fue la última publicación de dicho archivo por el Departamento del Trabajo. Este informe, en consecuencia, es de tipo “preliminar”.

Para tener un panorama general de los resultados de la estimación por la nueva metodología y poderla comparar con la “anterior”, en la próxima tabla aparecen estos estimados, con sus respectivas las variaciones porcentuales mensuales.

Tabla 5 – Comparación entre las series: “nueva vs. anterior”

Ventas al Detal - Comparación entre las metodologías				
Mes	Nueva Metod.	Δ%	Metod. Anterior	Δ%
Jan-04	2,472,263,849		1,460,742,000	
Feb-04	2,312,876,185	-6.45%	1,368,092,000	-6.34%
Mar-04	2,502,766,475	8.21%	1,444,173,000	5.56%
Apr-04	2,519,078,329	0.65%	1,421,242,000	-1.59%
May-04	2,668,700,271	5.94%	1,455,796,000	2.43%
Jun-04	2,680,753,578	0.45%	1,473,911,000	1.24%
Jul-04	2,656,336,706	-0.91%	1,490,815,000	1.15%
Aug-04	2,622,901,423	-1.26%	1,460,144,000	-2.06%
Sep-04	2,538,771,736	-3.21%	1,392,472,000	-4.63%
Oct-04	2,943,450,468	15.94%	1,510,993,000	8.51%
Nov-04	3,071,508,889	4.35%	1,616,706,000	7.00%
Dec-04	3,798,520,111	23.67%	1,905,582,000	17.87%
Jan-05	2,681,227,931	-29.41%	1,526,044,000	-19.92%
Feb-05	2,534,333,835	-5.48%	1,475,139,000	-3.34%
Mar-05	2,702,881,294	6.65%	1,518,779,000	2.96%
Apr-05	2,757,271,044	2.01%	1,531,537,000	0.84%
May-05	2,873,936,325	4.23%	1,574,745,000	2.82%
Jun-05	2,854,662,908	-0.67%	1,567,504,000	-0.46%
Jul-05	2,892,155,548	1.31%	1,603,237,000	2.28%
Aug-05	2,988,119,490	3.32%	1,596,569,000	-0.42%
Sep-05	2,856,300,573	-4.41%	1,532,574,000	-4.01%
Oct-05	3,193,305,438	11.80%	1,574,836,000	2.76%
Año Natural 2004				
	32,787,928,021		18,000,668,000	
	82.1%			
Año Fiscal 2005				
	34,035,802,671		18,570,460,000	
	83.3%			

Gráfica 1 – Estimado de Ventas al Detalle para Puerto Rico
Enero 2004 – octubre 2005

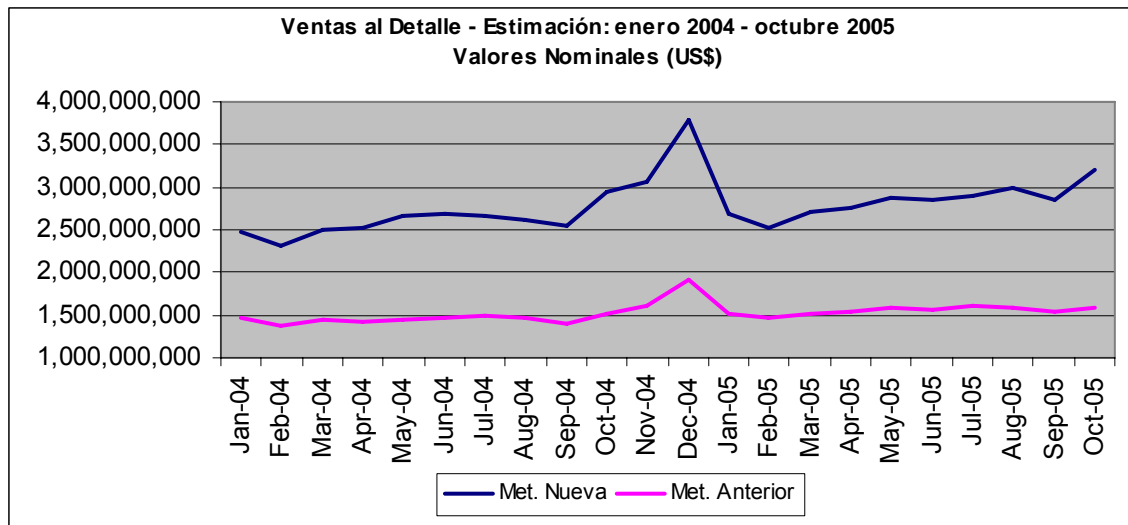


Tabla 6 – Variación Porcentual de las ventas al detalle – últimos 12 meses

Δ% en 12 meses (a/a)		
Mes	Nueva Metod.	Vieja Metod.
Enero05/Enero04	8.5%	4.5%
Febrero05/Febrero04	9.6%	7.8%
Marzo05/Marzo04	8.0%	5.2%
Abril05/Abril04	9.5%	7.8%
Mayo05/Mayo04	7.7%	8.2%
Junio05/Junio04	6.5%	6.3%
Julio05/Julio04	8.9%	7.5%
Agosto05/Agosto04	13.9%	9.3%
Sept05/Sept04	12.5%	10.1%
Oct05/Oct04	8.5%	4.2%

De las **tablas 5 y 6** se pueden destacar hallazgos interesantes. En la tabla 5, comparando los valores resultantes de las estimaciones por la metodología nueva (columna 2) y la metodología anterior (columna 4), se puede observar que hubo un crecimiento significativo. Para el año natural del 2004, el crecimiento fue de 82.1% y para el año fiscal 2004, de 83.3%. Eso significa, en términos de orden de magnitud, que el estimado por la metodología anterior estaba subestimando en aproximadamente 45% el valor del estimado por la nueva. De igual manera se puede decir que el estimado nuevo resultó ser un poco más de 80% mayor que el estimado anterior.

Como se puede percibir en la **gráfica 1**, la nueva metodología produjo estimados mensuales para enero de 2004 hasta agosto de 2005 superiores cuando se compara con los estimados producidos por la metodología anterior. De hecho, este resultado ya se esperaba. Las tres razones principales son que: 1) la muestra nueva es más representativa, presentando ventas más elevadas que antes, pues incorporan las ventas de más cadenas, incluyendo mega tiendas¹¹ – y 2) el universo es mayor, considerando que los archivos ES-202 de 2004 tienen más empresas sin nómina que el archivo usado anteriormente (ES-202 de 1984 primer trimestre); 3) se incluyó todos los sectores del sector al detalle (antes habían 18 sectores).

Estos argumentos solos ya son suficientes para esperar un aumento del estimado, como, de hecho, se pudo constatar. La explicación es sencilla: una vez que las variaciones de los dos componentes de la fórmula matemática del estimado (derivada primera) van en una misma dirección (i.e., una vez que el producto de la derivada del promedio y del universo es positiva), indudablemente la multiplicación de estos tiene que ser mayor que antes.

En la muestra anterior existían 44 cadenas, que representaban 800 negocios, y en la nueva, 112, que representan, a su vez, 1,571 negocios. La muestra nueva, por tanto, es mayor que la muestra total del 1984, la cual es compuesta por 1,390 negocios, aún considerando solamente los establecimientos de cadenas. El universo, por otra parte, estaba fijado en 8,300

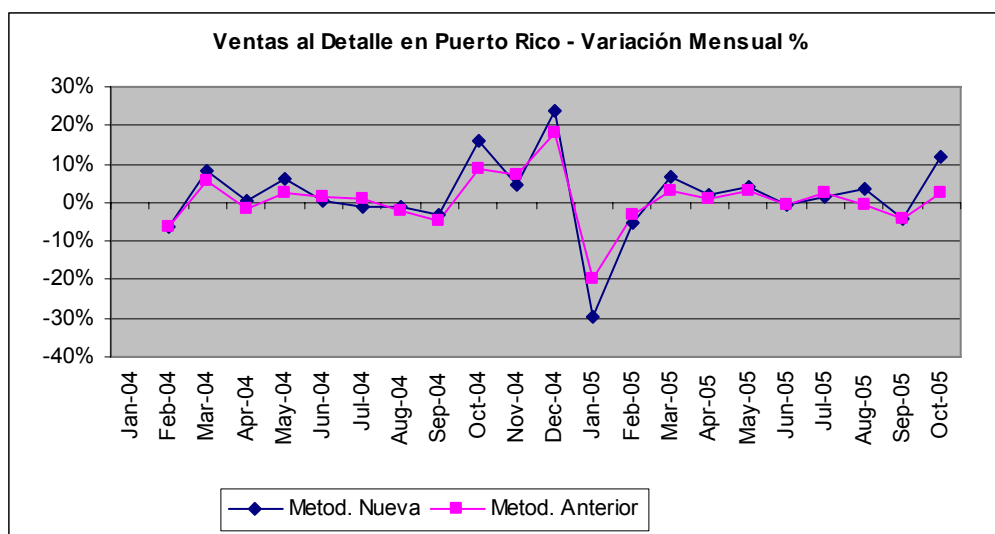
¹¹ Tiendas con espacios que exceden los 45,000 pies cuadrados, con gran diversidad en su oferta de productos y servicios y con un volumen de ventas anuales mayor a los US\$20 millones. Fuente: Documento sobre “El sector Comercial y las Tiendas Grandes” realizado por la CCE.

establecimientos y aumentó para alrededor de 14,500 establecimientos. La propuesta de la CCE es añadir poco a poco otras cadenas importantes, hasta que se tenga el universo de las cadenas en dicho informe.

Las columnas 3 y 5 de la **tabla 5** (representadas en la **gráfica 2**) y la **tabla 6** (representadas en la **gráfica 3**) enseñan las variaciones porcentuales mensuales e interanuales (últimos 12 meses). Se puede concluir de dichos números que, aunque haya una diferencia sustantiva en los niveles de las dos series de tiempo (ver **gráfica 1**), las trayectorias de ellas, no obstante, tienen un mismo patrón, como se puede observar tanto por la **gráfica 1** como por la **2**.

En otras palabras, aunque el nivel de la nueva serie sea más alto que el de la anterior, las variaciones mensuales son parecidas¹². Este hecho reitera que tanto la nueva metodología como la anterior captan las variaciones de las ventas al detalle en Puerto Rico. El problema de la anterior se concentraba en la subestimación de las ventas, una vez que la muestra anterior no incorporaba las diversas cadenas, actualmente tan importantes en términos de *market share* de sus ventas en el sector detallista. Además, claro, del problema de la subestimación del universo.

**Gráfica 2 – Variación Porcentual por mes de las Ventas al Detalle
 Enero 2004 – octubre 2005**

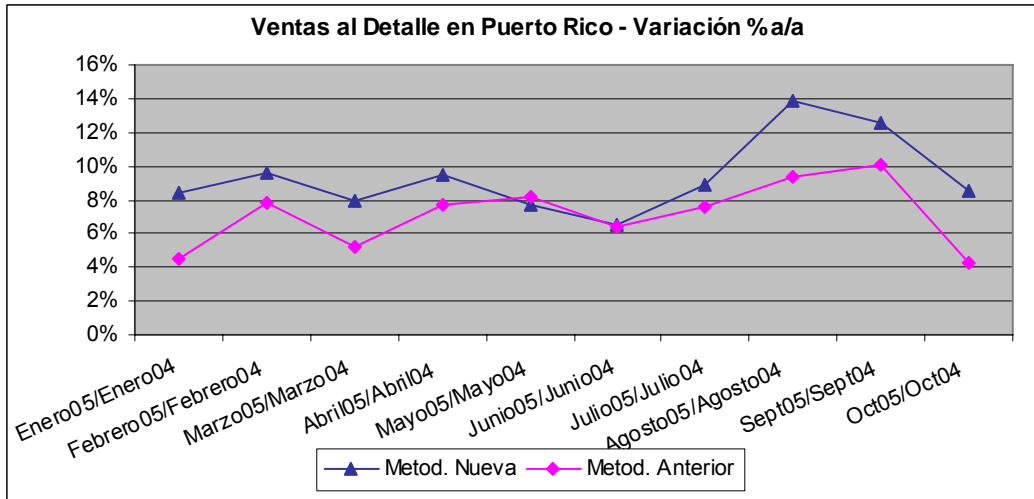


Con respecto a **tabla 6**, se puede observar por la **gráfica 3** que, excepto por la comparación entre mayo 2004 y mayo 2005, la variación porcentual interanual de los demás meses se presentaron mayores por la nueva metodología. Este resultado está cónsono con lo que se lee y con lo que se nota de la economía en Puerto Rico en el 2005.

¹² De hecho, si se desea hacer un análisis histórico de la serie de ventas al detalle con la nueva metodología, para construir la serie para tras se recomienda que se utilice las variaciones porcentuales mensuales de la metodología anterior. Hay formas econométricas más sofisticadas para conllevar a dicha serie, pero aquella forma parece estar bien fundamentada empíricamente para ser usada.

Tanto Caribbean Business (20 de octubre del 2005), como El Nuevo Día (30 de octubre del 2005), dos periódicos locales, presentaron materias periodísticas destacando el crecimiento elevado de las ventas al detalle en Puerto Rico en el 2005. En el primer periódico el título de la primera página era “A Retailer’s Paradise”, haciendo referencia a Puerto Rico. En el segundo, el suplemento de domingo fue exclusivo sobre las ventas elevadas (y no esperadas) en el sector de vehículos.

**Gráfica 3 – Variación Porcentual interanual de las Ventas al Detalle
 Enero 2004 – octubre 2005**



Las tres próximas tablas muestran a la estimación de ventas al detalle mensual para las tres variables usadas en la estratificación, a saber: por CIU, por Nómina (que, como se mencionó anteriormente, es una *proxy* del tamaño de las empresas) y por Región. Además, se presentarán algunas gráficas sobre la participación e importancia relativa de cada una de estas variables, así como un análisis económico de probables razones para tal comportamiento.

Tabla 7 – Resumen año natural 2004 – Región por CIU (US\$)

Resumen año natural 2004 - Región por SIC (US\$)											
SIC	Aguadilla	Arecibo	Bayamón	Caguas	Fajardo	Guayama	Mayaguez	Ponce	San Juan	Total	Participación %
5211	49,385,492	2,452,850	28,333,693	124,420,104			30,120,810	39,340,077	181,495,152	460,494,544	1.40%
5231	2,184,474	8,044,664	19,777,123	4,137,564	6,620,978			8,406,651	27,401,192	81,863,328	0.25%
5251	38,519,828	82,805,042	165,900,162	168,273,453	30,505,119	27,402,865	59,206,870	50,740,827	250,000,592	873,354,756	2.66%
5311		652,337,231	781,688,815	739,427,671			393,286,531	460,300,044	1,739,469,607	4,956,707,284	15.12%
5331	7,003,399	13,907,217	19,708,546	6,579,800			2,170,962	9,154,069	29,972,517	95,258,642	0.29%
5399	36,132,073	70,325,957	131,662,310	102,497,564	7,781,968	4,798,394	46,768,673	75,699,490	163,375,671	639,042,100	1.95%
5411	276,658,143	559,909,141	1,134,434,439	635,442,420	79,151,725	147,882,740	333,360,852	482,112,230	1,135,899,182	4,784,850,872	14.59%
5421									6,152,099	13,728,487	0.04%
5511	181,174,880	266,754,219	542,880,688	688,839,322	399,296,374	10,610,569	83,237,570	152,649,076	1,541,558,742	3,867,001,439	11.79%
5531	71,701,316	48,923,448	349,814,156	340,840,611	49,977,765	7,350,509	66,234,430	169,200,830	449,169,060	1,553,212,125	4.74%
5541	86,464,177	166,722,993	208,360,383	103,995,929	41,449,821	41,393,498	59,085,113	142,360,960	576,673,945	1,426,506,818	4.35%
5611	3,195,425	11,156,751	38,324,355	15,884,571			13,226,230	15,265,665	75,218,471	180,050,130	0.55%
5621	16,240,363	35,519,781	48,200,541	28,447,738			18,097,179	22,949,916	117,149,669	298,217,419	0.91%
5661	13,741,975	26,460,151	56,883,489	44,543,750	8,016,982	4,914,270	24,210,667	52,116,048	143,698,240	374,585,572	1.14%
5712	22,400,437	55,513,192	81,518,749	145,238,931	14,823,542	7,047,544	27,499,209	60,969,348	195,983,279	610,994,232	1.86%
5731	4,713,888	7,270,008	15,094,543	41,393,114			7,706,775		68,019,034	158,630,748	0.48%
5812	81,967,678	161,037,598	351,792,648	342,090,119	76,433,052	32,065,089	153,673,701	185,898,201	1,117,333,349	2,502,291,435	7.63%
5912	59,466,478	334,484,426	786,963,856	452,661,826	58,950,990	12,104,277	298,882,473	277,257,167	1,426,885,554	3,707,657,048	11.31%
5944	3,105,210	12,235,024	61,021,261	19,103,577			21,369,112	18,139,516	205,085,475	345,012,182	1.05%
Otros	148,537,963	371,327,372	887,490,564	746,668,874	146,278,070	123,347,120	426,126,280	363,142,233	2,886,007,762	5,858,468,859	17.87%
Total	1,102,593,197	2,887,187,066	5,709,850,323	4,750,486,936	913,279,885	423,248,764	2,068,680,857	2,596,052,403	12,336,548,591	32,787,928,021	100.00%
	3.4%	8.8%	17.4%	14.5%	2.8%	1.3%	6.3%	7.9%	37.6%	100.0%	

Obs: Lo que está en verde no se puede publicar. La información fue añadida a “otros” y la suma no es alterada.

Tabla 8 – Resumen año natural 2004 – Región por Nómina (US\$)

Resumen año natural 2004 - Región por Nómina (US\$)											
Nómina	Aguadilla	Arecibo	Bayamón	Caguas	Fajardo	Guayama	Mayaguez	Ponce	San Juan	Total	Participación %
1	442,130,435	749,832,358	1,552,889,046	1,265,325,135	148,459,181	172,801,027	443,385,170	644,073,038	1,619,030,970	7,037,926,361	21.46%
2	575,799,277	1,405,946,402	2,684,955,373	2,454,446,056	716,077,914	130,608,187	1,261,920,081	1,330,104,081	6,164,621,535	16,724,478,906	51.01%
3	84,663,485	731,408,305	1,472,005,904	1,030,715,745	48,742,790	119,839,550	363,375,606	621,875,283	4,552,896,085	9,025,522,753	27.53%
Total	1,102,593,197	2,887,187,066	5,709,850,323	4,750,486,936	913,279,885	423,248,764	2,068,680,857	2,596,052,403	12,336,548,591	32,787,928,021	100.00%
	3.4%	8.8%	17.4%	14.5%	2.8%	1.3%	6.3%	7.9%	37.6%	100.0%	

Tabla 10A – Estimados de Ventas Por CIU / mes – año 2004

SIC	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Participación %
5211	33,852,491	33,223,289	41,808,616	34,571,360	38,001,906	40,562,703	38,339,193	36,686,034	34,740,087	39,354,406	43,968,995	45,385,465	460,494,544	1.40%
5231	4,851,388	4,847,208	5,671,634	5,493,350	4,454,857	6,643,545	7,363,313	6,055,424	4,955,694	8,037,922	12,663,928	10,825,065	81,863,328	0.25%
5251	64,263,292	63,954,993	76,187,369	69,586,090	68,960,048	70,814,341	70,403,555	75,410,037	66,712,729	78,714,617	82,615,906	85,731,778	873,354,756	2.66%
5311	349,466,676	332,099,692	369,770,239	386,470,374	425,836,094	423,060,432	393,022,909	378,785,803	362,140,890	438,104,115	490,623,373	607,320,686	4,956,707,284	15.12%
5331	9,465,300	7,176,930	7,927,248	7,139,131	8,505,810	7,865,212	7,025,970	7,186,117	7,092,519	7,195,990	8,320,578	9,777,838	95,258,642	0.29%
5399	52,220,622	44,817,431	47,564,471	48,977,530	59,019,922	48,967,149	57,574,944	47,037,302	41,319,529	53,934,567	62,849,692	74,758,941	639,042,100	1.95%
5411	374,008,271	346,701,957	392,082,383	383,228,882	406,712,681	392,600,370	398,022,879	398,544,113	394,981,618	407,223,079	418,066,479	472,678,159	4,784,850,872	14.59%
5421	1,033,701	1,144,262	1,349,733	1,114,987	1,255,213	1,228,865	1,194,258	1,140,382	997,521	928,805	1,104,345	1,236,416	13,728,877	0.04%
5511	268,580,037	267,763,533	282,390,631	292,441,985	307,617,021	341,145,445	333,067,767	340,014,574	315,226,722	354,355,687	350,644,898	413,753,140	3,867,001,439	11.79%
5531	124,152,629	128,299,326	128,346,318	125,248,593	124,132,409	128,494,889	124,479,768	131,728,372	124,152,696	139,483,570	135,741,799	138,951,756	1,553,212,125	4.74%
5541	100,149,640	102,491,252	117,185,059	108,344,653	113,104,157	121,614,285	116,319,184	128,207,524	121,338,407	132,547,649	130,639,865	134,565,143	1,426,506,818	4.35%
5611	10,667,098	9,670,053	9,809,985	10,237,229	17,009,747	22,715,491	21,057,428	11,540,099	8,427,826	10,735,321	13,602,222	34,577,631	180,050,130	0.55%
5621	23,004,274	21,794,777	22,684,136	23,181,203	26,451,724	21,580,727	24,163,984	21,793,311	20,220,975	24,593,541	28,249,786	40,498,982	298,217,419	0.91%
5661	24,953,741	20,112,254	25,717,608	23,020,360	29,243,415	29,838,197	45,298,971	31,930,015	23,509,497	27,717,969	29,679,169	63,564,377	374,585,572	1.14%
5712	41,968,844	38,307,200	44,593,016	42,760,750	48,969,057	44,616,381	43,798,015	40,118,236	53,238,100	67,722,586	84,253,315	60,628,733	610,994,232	1.86%
5731	10,328,770	10,492,148	10,654,735	10,666,091	12,302,136	12,300,814	12,015,763	13,749,722	13,802,901	13,274,893	15,500,240	23,542,536	158,630,748	0.48%
5812	196,596,193	189,427,940	204,800,086	204,458,418	212,796,079	207,349,289	219,000,547	207,641,722	190,889,660	221,216,889	212,269,265	235,845,346	2,502,291,436	7.63%
5912	286,824,128	285,433,709	262,738,350	293,195,807	309,045,654	297,153,911	298,700,947	308,962,512	287,174,433	329,458,826	344,305,234	404,663,577	3,707,657,048	11.31%
5944	20,723,521	31,714,124	18,593,019	22,251,380	34,907,189	22,333,019	24,190,967	19,734,645	20,939,593	26,180,266	35,402,466	68,041,995	345,012,182	1.05%
Otros	475,153,233	373,404,107	432,891,839	426,690,158	420,355,154	438,010,563	425,172,667	414,037,107	446,910,341	562,669,771	571,001,335	872,172,587	5,858,468,859	17.87%
Total	2,472,263,849	2,312,876,185	2,502,766,475	2,519,078,329	2,668,700,271	2,680,753,578	2,656,336,706	2,622,901,423	2,538,771,736	2,943,450,468	3,071,508,889	3,798,520,111	32,787,928,021	100.00%
%	7.5%	7.1%	7.6%	7.7%	8.1%	8.2%	8.1%	8.0%	7.7%	9.0%	9.4%	11.6%	100.0%	

Tabla 11A – Estimados de Ventas Por Nómina / mes – año 2004

Nómina	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Participación %
1	548,261,413	503,918,647	556,512,718	528,102,988	570,381,544	587,480,988	570,638,895	552,765,610	547,083,928	573,815,588	627,388,064	871,575,980	7,037,926,361	21.46%
2	1,279,159,973	1,220,259,463	1,332,008,515	1,310,637,823	1,374,722,394	1,379,297,033	1,340,420,072	1,333,916,883	1,303,577,819	1,482,511,117	1,530,469,005	1,837,498,808	16,724,478,906	51.01%
3	644,842,463	588,698,075	614,245,243	680,337,518	723,596,333	713,975,557	745,277,740	736,218,931	688,109,989	887,123,763	913,651,820	1,089,445,323	9,025,522,753	27.53%
Total	2,472,263,849	2,312,876,185	2,502,766,475	2,519,078,329	2,668,700,271	2,680,753,578	2,656,336,706	2,622,901,423	2,538,771,736	2,943,450,468	3,071,508,889	3,798,520,111	32,787,928,021	100.00%
%	7.5%	7.1%	7.6%	7.7%	8.1%	8.2%	8.1%	8.0%	7.7%	9.0%	9.4%	11.6%	100.0%	

Tabla 12A – Estimados de Ventas Por Región / mes – año 2004

Región	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	Participación %
Aguadilla	90,770,511	85,543,181	92,352,851	91,144,079	96,044,972	89,263,920	95,820,537	90,121,087	82,640,964	88,617,581	93,090,756	107,182,758	1,102,593,197	3.36%
Arecibo	221,481,037	194,397,645	213,510,816	222,482,197	238,633,485	234,057,812	235,358,996	229,801,397	226,035,618	253,902,708	281,423,434	336,101,922	2,887,187,066	8.81%
Bayamón	428,337,794	402,636,451	435,648,497	445,104,098	472,341,157	472,046,406	455,912,137	455,714,329	437,077,121	513,739,024	534,424,291	656,869,018	5,709,850,323	17.41%
Caguas	352,983,705	342,485,606	378,883,757	365,305,392	383,338,884	386,618,570	365,949,101	365,996,046	360,482,241	424,766,392	449,652,061	574,125,001	4,750,486,936	14.49%
Fajardo	53,312,987	55,465,178	62,268,944	67,638,613	73,915,375	78,610,517	85,425,531	86,793,501	87,620,136	82,977,294	85,696,647	93,555,161	913,279,885	2.79%
Guayama	32,693,024	30,254,045	35,571,377	34,416,647	36,112,997	36,681,525	30,811,683	29,893,029	30,750,891	37,934,131	39,805,965	48,323,445	423,248,764	1.29%
Mayaguez	170,926,607	149,743,984	168,617,861	158,586,804	169,279,245	167,579,890	167,838,342	161,125,857	159,520,226	179,222,951	180,991,891	235,247,197	2,068,680,857	6.31%
Ponce	185,315,689	186,290,407	197,478,804	199,978,557	215,756,955	216,299,819	213,908,734	211,918,184	205,076,419	229,755,254	234,380,854	299,892,728	2,596,052,403	7.92%
San Juan	936,442,494	866,059,689	918,433,569	934,421,942	983,277,202	999,594,940	1,005,311,644	991,537,994	949,568,119	1,132,535,128	1,172,142,989	1,447,222,881	12,336,548,591	37.63%
Total	2,472,263,849	2,312,876,185	2,502,766,475	2,519,078,329	2,668,700,271	2,680,753,578	2,656,336,706	2,622,901,423	2,538,771,736	2,943,450,468	3,071,508,889	3,798,520,111	32,787,928,021	100.00%
%	7.5%	7.1%	7.6%	7.7%	8.1%	8.2%	8.1%	8.0%	7.7%	9.0%	9.4%	11.6%	100.0%	

Tabla 10B – Estimados de Ventas Por CIU / mes – enero-octubre 2005

SIC	2005										Total	Participación %
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre		
5211	36,642,025	38,802,782	41,492,157	42,483,360	41,092,660	40,642,316	39,381,548	39,100,558	36,622,499	37,787,727	394,047,630	1.4%
5231	4,398,009	5,438,907	7,059,079	6,007,086	5,048,018	6,575,192	6,495,753	6,375,224	5,401,020	7,655,566	60,453,855	0.2%
5251	62,527,862	62,579,670	68,628,197	68,958,146	69,139,152	67,541,886	70,193,366	69,898,438	63,838,127	85,331,415	688,636,259	2.4%
5311	379,755,732	352,896,067	391,522,460	420,793,918	453,192,437	451,071,307	395,818,941	386,577,101	371,452,680	432,297,055	4,035,377,698	14.2%
5331	8,670,532	6,716,834	6,722,493	6,902,113	7,444,303	7,250,432	7,084,897	6,904,741	5,363,701	6,664,396	69,724,441	0.2%
5399	51,987,794	41,755,108	52,420,918	53,945,593	55,967,874	47,629,139	58,779,510	55,927,528	49,644,383	55,071,322	523,129,170	1.8%
5411	418,110,020	396,733,562	416,867,295	413,145,084	446,470,810	440,955,768	456,625,673	454,912,559	437,876,052	439,421,192	4,321,118,015	15.3%
5421	1,147,993	1,202,315	1,310,158	1,219,825	1,291,407	1,362,774	1,305,757	1,317,823	1,006,924	1,211,518	12,376,494	0.0%
5511	303,771,105	316,850,225	319,364,011	340,489,589	337,656,929	350,374,900	386,212,401	383,139,126	387,424,368	398,038,030	3,523,320,684	12.4%
5531	139,585,417	133,417,652	132,481,629	131,017,993	130,430,961	134,937,476	125,429,340	137,489,712	133,181,649	155,555,950	1,353,527,777	4.8%
5541	133,434,737	134,800,343	150,006,254	155,433,363	153,759,602	152,211,228	152,820,394	164,520,944	156,296,968	212,238,349	1,565,522,184	5.5%
5611	10,587,483	9,120,549	10,043,712	11,654,799	15,004,666	23,520,588	21,136,265	13,992,325	11,486,605	11,976,194	138,523,184	0.5%
5621	22,866,845	19,985,170	22,597,547	23,376,848	26,500,490	21,920,007	24,020,338	20,368,815	19,784,291	27,446,576	228,926,927	0.8%
5661	29,414,595	22,114,641	29,125,887	26,343,692	31,778,202	33,792,697	47,336,319	39,677,931	31,303,803	29,694,056	320,581,824	1.1%
5712	48,180,545	42,343,858	45,933,142	47,902,395	51,781,158	52,403,144	45,685,445	45,484,329	47,649,675	68,582,799	495,946,490	1.8%
5731	12,432,334	11,609,482	13,183,089	12,720,592	14,887,723	14,661,002	14,243,816	16,379,114	14,608,841	14,524,240	139,250,233	0.5%
5812	208,565,050	193,979,321	218,998,728	215,234,786	218,782,613	217,476,382	226,076,788	303,296,056	280,350,203	303,158,741	2,385,918,666	8.4%
5912	296,508,942	291,330,396	302,232,182	292,603,547	314,369,326	299,859,743	335,430,116	359,639,715	315,268,941	333,544,402	3,140,787,311	11.1%
5944	23,459,957	34,665,938	20,564,765	23,418,399	31,632,747	23,022,182	20,992,137	22,356,552	18,809,671	24,494,571	243,415,919	0.9%
Otros	489,180,956	417,991,015	452,327,590	463,619,914	467,645,247	467,454,747	457,086,745	460,761,897	468,440,583	549,100,930	4,693,609,625	16.6%
Total	2,681,227,931	2,534,333,835	2,702,881,294	2,757,271,044	2,873,936,325	2,854,662,908	2,892,155,548	2,988,119,490	2,856,300,573	3,193,305,438	28,334,194,388	100.0%
%	9.5%	8.9%	9.5%	9.7%	10.1%	10.1%	10.2%	10.5%	10.1%	11.3%	100.0%	

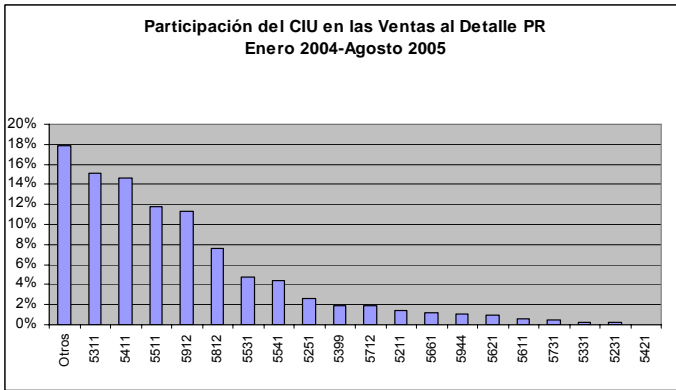
Tabla 11B – Estimados de Ventas Por Nómina / mes – enero-octubre 2005

Nómina	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Total	Participación %
1	655,739,919	587,469,508	631,597,375	627,303,912	650,916,883	654,021,682	646,277,111	750,446,697	729,635,716	679,516,242	6,612,925,044	23.3%
2	1,348,405,652	1,276,158,421	1,375,327,249	1,390,039,602	1,445,863,217	1,442,660,034	1,469,777,970	1,475,001,942	1,415,496,494	1,816,769,926	14,455,500,507	51.0%
3	677,082,361	670,705,906	695,956,669	739,927,530	777,156,225	757,981,192	776,100,468	762,670,850	711,168,363	697,019,270	7,265,768,836	25.6%
Total	2,681,227,931	2,534,333,835	2,702,881,294	2,757,271,044	2,873,936,325	2,854,662,908	2,892,155,548	2,988,119,490	2,856,300,573	3,193,305,438	28,334,194,388	100.0%

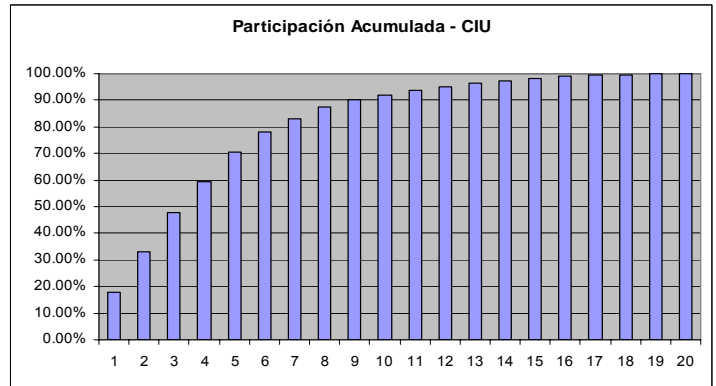
Tabla 12B – Estimados de Ventas Por Región / mes – enero-octubre 2005

Región	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Total	Participación %
Aguadilla	90,180,296	81,841,339	86,145,905	83,799,358	87,989,760	88,025,130	97,556,848	100,801,341	95,185,339	95,447,795	906,973,111	3.2%
Arecibo	252,737,772	231,072,065	245,299,170	260,036,709	261,714,955	258,048,634	259,423,630	268,385,278	257,355,306	267,692,517	2,561,766,036	9.0%
Bayamón	444,706,544	431,586,893	445,752,616	451,448,812	483,946,936	476,149,396	477,470,776	494,915,710	477,034,199	602,933,049	4,785,944,931	16.9%
Caguas	426,034,926	395,976,834	434,553,379	442,150,673	455,319,895	453,792,920	444,511,234	444,222,221	425,292,569	503,844,431	4,425,699,082	15.6%
Fajardo	54,231,718	52,330,706	60,743,188	65,755,407	74,825,639	71,899,961	93,716,165	100,592,673	100,560,055	89,510,484	764,165,996	2.7%
Guayama	36,332,292	33,911,812	37,703,592	35,908,567	38,096,508	36,594,657	32,605,800	33,420,697	31,284,735	38,226,723	354,085,382	1.2%
Mayaguez	177,300,341	154,644,979	170,082,079	171,247,091	177,494,639	183,745,030	179,844,503	182,024,853	174,659,286	280,201,689	1,851,244,490	6.5%
Ponce	208,199,463	193,212,034	214,134,597	220,450,537	224,649,643	228,804,881	228,977,901	243,604,809	228,290,588	271,080,861	2,261,405,314	8.0%
San Juan	991,504,580	959,757,174	1,008,466,767	1,026,473,891	1,069,898,349	1,057,602,299	1,078,048,689	1,120,151,907	1,066,638,497	1,044,367,890	10,422,910,044	36.8%
Total	2,681,227,931	2,534,333,835	2,702,881,294	2,757,271,044	2,873,936,325	2,854,662,908	2,892,155,548	2,988,119,490	2,856,300,573	3,193,305,438	28,334,194,388	100.0%

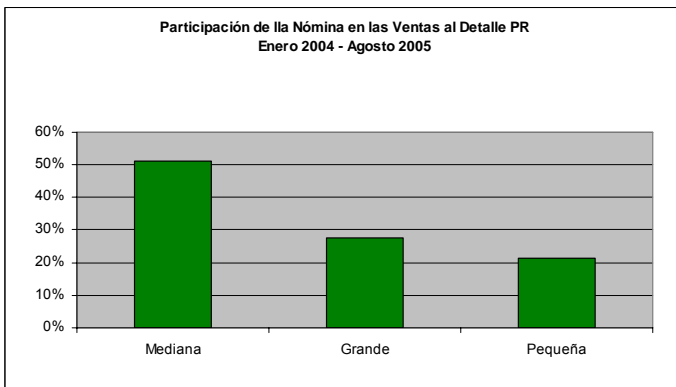
Gráfica 4a



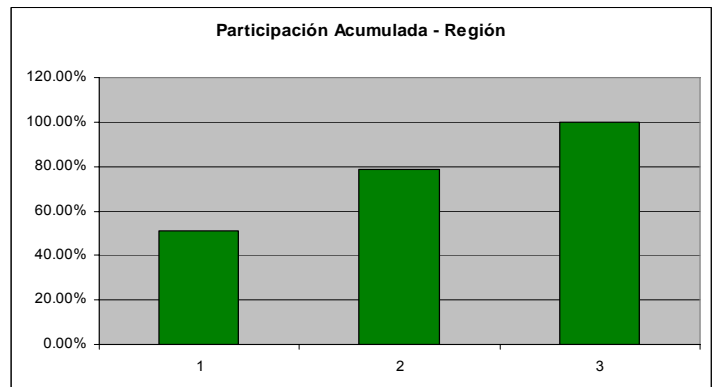
Gráfica 4b



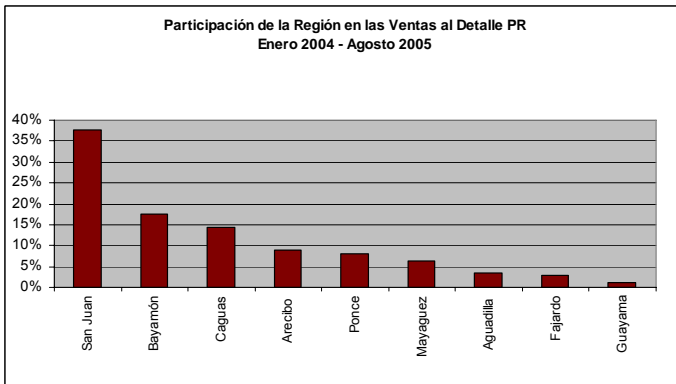
Gráfica 5a



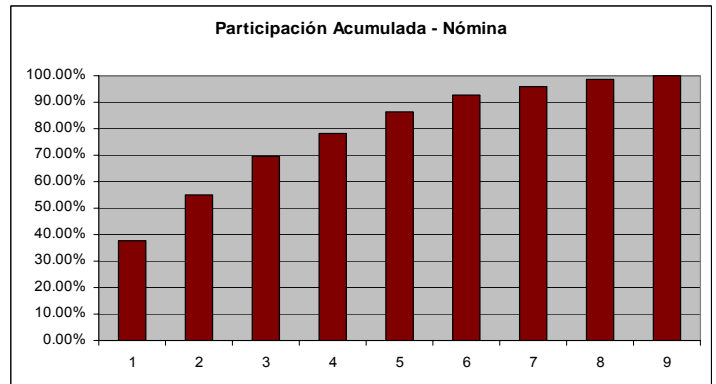
Gráfica 5b



Gráfica 6a



Gráfica 6b



De acuerdo a las últimas seis tablas y las últimas seis gráficas, todas anteriormente presentadas, se pueden resaltar algunos hallazgos sobre la economía de Puerto Rico. En particular, sobre el sector al detalle, basado en una muestra de 2,323 establecimientos.

Como se puede observar por la **gráfica 4a**, el segmento del sector al detalle que es más representativo para la economía de Puerto Rico (sin considerar el renglón “otros” – pues ahí se encuentran todos los demás sectores al detalle que no se incluyen en las demás 19 clasificaciones) es el CIU **5311, tiendas por departamento**, que representa alrededor de **15%**. En segunda, está el CIU **5411, tiendas de alimentos** (colmados, supermercados y “*cash and carry*”), que representa **14.6%**, ambos comparativamente a las demás 19 clasificaciones.

El tercer segmento más relevante para la Isla, a su vez, es el CIU **5511, agencias que venden carros nuevos y usados**, participando con **11.8%**. En cuarto y quinto lugar se observan los segmentos CIU **5912, tiendas de farmacias y tiendas que venden medicinas y medicinas especiales patentizadas** y CIU **5812, lugares donde se vende comida** (cafetería, restaurante, restaurante *fast food*, entre otros), que poseen, respectivamente, **11.3%** y **7.6%** de las ventas totales.

Los segmentos que representan participación de mercado en sexto y séptimo lugar son: el CIU **5531, tiendas de efectos para automóviles y para el hogar** y el CIU **5541, estaciones de gasolinas**, que representan, respectivamente, **4.7%** y **4.4%** del total. En conjunto, estos siete CIU representan 70% de las ventas totales del sector detallista.

La sociedad puertorriqueña presenta un elevado nivel de consumo, en general, y de productos derivados del sector detallista, en particular. De acuerdo con los datos de la Junta de Planificación¹³, si se toma la ecuación de la demanda agregada, el consumo participa con aproximadamente 54% del PIB (Producto Interno Bruto) o 84% del PNB (Producto Nacional Bruto), porcentaje expresivo. Y, de este consumo, la parte que toca al sector detallista, según datos del “Registro de Comerciantes”, año 2003¹⁴, representa casi el 30% de todo el mercado, considerando los sectores al por mayor, manufactura y servicios.

Ahora bien, de acuerdo a las estadísticas del estudio aquí presentado, los segmentos detallistas más importantes son aquellos relacionados con alimentos, con carros e insumos para mover el automóvil (gasolina y efectos para automóviles), con productos de farmacias, que incluyen medicamentos, y tiendas por departamento, que venden un sinnúmero de productos. Esa constatación, en general, coincide con los resultados obtenidos por el “Registro de Comerciantes”, años 2002 y 2003. Según datos del Registro, el CIU 58 es el que tiene más establecimientos y mayor empleomanía, y el CIU 54, el que mayores ventas reporta.

Si uno analiza los tipos de bienes que son más importantes para Puerto Rico, tocante al sector detallista, se puede concluir un punto curioso. Ellos pueden ser interpretados, en general, como bienes necesarios i.e., aquellos definidos como bienes que tienen elasticidad-precio bajo, también llamados de bienes inelásticos (cuando su elasticidad precio es menor de uno aunque mayor de cero)¹⁵, y que, por ende, no son tan volátiles a los ciclos de la economía.

Eso quiere decir que si el precio varía en 10%, la demanda va a variar (inversamente) menos que 10%. En otras palabras, si un comerciante vende productos necesarios, sus ventas deberán ser menos volátiles que otro que venda productos de lujo (los que tienen elasticidades-precio mayores que uno). Estos últimos, en una recesión, deberán sufrir mayores pérdidas, pues el consumidor típico probablemente los deja de consumir primero.

¹³ Más detalles ver en el documento “Informe para el Gobernador del 2004”.

¹⁴ El “Registro Obligatorio de los Comerciantes” es promovido por la División de Economía de la CCE. Para más detalles ir a página web de la Compañía (www.comercioyexportacion.com).

¹⁵ Más detalles sobre estas definiciones pueden ser encontradas en varios libros de microeconomía. En particular, Varian, H., *ffifth english edition* 1999 (*Intermediate Microeconomics*) y Mas-Colell, *et al.*, 1995 (*Microeconomic Theory*, Oxford University Press).

Analizando los sectores más importantes del sector detallista, los alimentos y las medicinas (principalmente los medicamentos de receta) son esenciales para la vida del ser humano. Los autos, a su vez, pueden ser puestos tanto en el grupo de los bienes necesarios como en los de lujo. Todo va a depender de la dinámica de cada economía.

En países en vías de desarrollo, como Brasil o Chile, por ejemplo, donde tan sólo una pequeña porción de personas tiene acceso a un automóvil (alrededor de 10% en Brasil¹⁶ y de 15% en Chile¹⁷), los transportes colectivos se constituyen en el medio de transportación más usado y más efectivo para la locomoción de la población, en general. De esta forma, el carro en estas sociedades puede ser considerado como un bien de lujo.

En la economía de Puerto Rico, donde la transportación colectiva no es tan efectiva, así como ocurre en varias ciudades de los Estados Unidos, el carro puede ser considerado como un bien necesario. De hecho, el número de autos *per cápita* de EUA está alrededor de 80%¹⁸ y el de Puerto Rico, alrededor de 60%¹⁹. Consecuentemente, la necesidad de obtener gasolina se torna evidente (por eso la importancia de las estaciones de gasolina)²⁰.

Los seis CIUs más representativos (ya mencionados) de los otros diecinueve, excluyendo el renglón “otros”, representan alrededor de 70% de las ventas totales de este sector en Puerto Rico. Como estos bienes se asemejan más al grupo de bienes necesarios, se puede concluir, por lo tanto, que en una recesión este sector en general va a sufrir como cualquier otro sector en la economía de Puerto Rico, pero, probablemente, menos.

Se si observa los estimadores agrupados por tipos de nómina, otras características de la economía de Puerto Rico se pueden abstraer. Por la **gráfica 5a**, se puede percibir que los establecimientos que se encuentran en el grupo de la nómina 2 (los que tienen nómina anual entre US\$80,001 a US\$1,000,000) son los más importantes en términos de ventas, comparativamente a los grupos que están en las nóminas 1 (US\$1 a US\$80,000) y 3 (mayor de US\$ 1,000,000). Como se puede constatar por la **gráfica 5b**, el grupo “nómina 2” representa un poco más de 50% de las ventas de la nueva muestra, seguido del grupo “nómina 3”, con aproximadamente 30% (donde juntas representan casi 80%), que, a su vez, es seguido por el de la nómina 1, representando alrededor de 20%. Es importante observar, no obstante, que en este renglón están siendo considerados 842 establecimientos de cadenas de los 1,571. La nómina 1 sigue con 649 de establecimientos de cadenas, seguido de la nómina 3, con 80.

¹⁶ Fuente: Anfavea (<http://www.anfavea.com.br>) y IBGE (www.ibge.gov.br). Son aproximadamente 20,000,000 carros para una población de 184,157,800.

¹⁷ Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadísticas – www.ine.cl). Son 2,351,662 carros para una población de 15,980,912.

¹⁸ Fuente: Highway Statistics 2003 (www.fhwa.dot.gov/policy/ohim/hs03/htm/mv1.htm). Son 231,389,998 carros para una población de 293,655,404.

¹⁹ Más detalles ver en las estadísticas del Departamento de transportación y Obras Publicas (Dtop). Para el año fiscal del 2003-2004, el número total de automóviles privados era de 2,200,698 y, sumado a otras categorías, este llega a un total de 2,366,151 (mientras la población es de 3,894,855).

²⁰ Cabe señalar que esta evidencia fue constatada como materia periodística en uno de los periódicos de Puerto Rico, llamado “El Nuevo Día”, día 17 de Agosto de 2005, pp. 91, intitulado “Costo que no mella el hábito”. En resumen, en la materia constaba que, a pesar del aumento espectacular del precio de la gasolina, el consumo continúa alto. En otras palabras, que el consumidor es bien inelástico al precio de la gasolina.

Si se mira el número de establecimientos en la muestra (2,323) y si se identifican los tres grupos de nóminas como grupos representativos de los pequeños, medianos y grandes negocios, se confirma que, el mediano negocio en Puerto Rico, además de generar las ventas mayores, son los que tienen más establecimientos. Del total en la muestra, 1,180 negocios están relacionados a la nómina 2; 1,037, a la nómina 1; y 106, a la nómina 3.

El renglón de la nómina 3, en particular, es compuesto, básicamente, por algunos establecimientos de cadenas y mega tiendas. La nómina 3, aunque aparezca en tercer lugar en términos de establecimientos y en segundo en términos de ventas, cuando se hace el valor total de las ventas *per cápita*, o sea, el valor total de las ventas del respectivo renglón dividido por el número de establecimientos de dicho renglón, se verifica que esta variable *per cápita* representa US\$85 millones; la nómina 2, US\$14 millones; y la nómina 1, US\$7 millones. Eso quiere decir que las empresas que están en el renglón de la nómina 3 tienen sus ventas *per cápita* aproximadamente 6 y 13 veces mayores que las nóminas 2 y 1, respectivamente. Eso hace total sentido, una vez que son pocos establecimientos, pero que emplean mucha gente, tienen una nómina mayor y poseen ventas más elevadas.

Por volumen total, sin embargo, se comprueba, como ya expresado anteriormente, que, en general, las empresas medianas (que tienen establecimientos cadenas y no cadenas) son las más importantes. Esto es verdad tanto del punto de vista social, como económico. Sobre el primer aspecto, porque, aunque las pequeñas empresas presentan un número mayor de establecimientos, las medianas son las que emplean más personal. Sobre el punto de vista económico, por su parte, porque este renglón es el que más contribuye, comparativamente a los dos otros, para el sector.

Finalmente, falta analizar los estimados segmentados por municipio, que tienen sus datos ilustrados en las **gráficas 6a y 6b**. La primera indagación que uno hace es saber si el orden de importancia de las regiones que se obtiene en la muestra es parecido que lo que está presentado en el Censo de Negocio del Departamento de Comercio Federal. Para contestar de una manera objetiva dicho cuestionamiento, la siguiente tabla contiene, por cuatro indicadores distintos, el orden de relevancia de las nueve regiones, según datos del Censo de Negocio del 1997. Esta es una forma de validar si la muestra fue bien escogida.

Tabla 13 – Datos del Censo de Negocio 1997 por Región

Región	# Establec.	%	Ventas (\$mil)	%	Empleados	%	Nom. An.(\$mil)	%
SAN JUAN	4,368	29.95%	6,728,374	39.37%	58,644	38.14%	664,943	41.74%
BAYAMON	2,097	14.38%	2,674,449	15.65%	20,616	13.41%	217,011	13.62%
CAGUAS	1,997	13.69%	2,304,640	13.49%	19,501	12.68%	198,936	12.49%
PONCE	1,456	9.98%	1,395,024	8.16%	14,434	9.39%	133,589	8.38%
ARECIBO	1,459	10.01%	1,356,885	7.94%	12,764	8.30%	124,370	7.81%
MAYAGUEZ	1,265	8.68%	1,188,343	6.95%	11,874	7.72%	112,764	7.08%
AGUADILLA	1,049	7.19%	679,804	3.98%	7,658	4.98%	62,571	3.93%
FAJARDO	496	3.40%	433,167	2.53%	4,694	3.05%	43,342	2.72%
GUAYAMA	395	2.71%	327,264	1.92%	3,561	2.32%	35,693	2.24%
PR TOTAL	14,582	100.00%	17,087,950	100.00%	153,746	100.00%	1,593,219	100.00%

Fuente: Censo de Negocios Depto de Comercio Federal 1997

Como se puede observar, la muestra fue bien escogida al compararla con las informaciones del Censo de Negocios del 1997. Excepto por Ponce y Arecibo, que cambian de importancia entre sí, pero que están bien próximos; la participación (sea por número de establecimientos, ventas, empleados y nómina) encontrada en los resultados de la muestra siguen el mismo patrón que los datos censales.

Incluso cuando se compara con los Censos de Negocios de años anteriores (1987, 1992 y 1997), como se presenta en la siguiente tabla, el orden de las regiones permanece casi igual, tanto por ventas, como por número de establecimientos, en general. Otra validación de la muestra que fue escogida de manera aleatoria, independiente y debidamente estratificada.

Tabla 14 – Datos del Censo de Negocio 1987, 1992 y 1997 por Región

1987		1992		1997		
Región	Ventas (\$mil)	%	Ventas (\$mil)	%	Ventas (\$mil)	%
SAN JUAN	3,522,708	43.3%	4,663,051	39.8%	6,728,374	39.4%
BAYAMON	1,204,144	14.8%	1,720,404	14.7%	2,674,449	15.7%
CAGUAS	860,673	10.6%	1,471,226	12.6%	2,304,640	13.5%
PONCE	759,605	9.3%	1,072,674	9.2%	1,395,024	8.2%
ARECIBO	559,130	6.9%	961,409	8.2%	1,356,885	7.9%
MAYAGUEZ	588,437	7.2%	865,488	7.4%	1,188,343	7.0%
AGUADILLA	298,147	3.7%	409,835	3.5%	679,804	4.0%
FAJARDO	205,394	2.5%	337,031	2.9%	433,167	2.5%
GUAYAMA	145,370	1.8%	205,850	1.8%	327,264	1.9%
PR TOTAL	8,143,608		11,706,968		17,087,950	
Cresc.			44%		46%	
Región	# Estab	%	# Estab	%	# Estab	%
SAN JUAN	3,637	31.8%	4,299	31.76%	4,368	30.0%
BAYAMON	1,651	14.4%	1,948	14.39%	2,097	14.4%
CAGUAS	1,425	12.4%	1,749	12.92%	1,997	13.7%
PONCE	1,172	10.2%	1,436	10.61%	1,456	10.0%
ARECIBO	1,077	9.4%	1,303	9.63%	1,459	10.0%
MAYAGUEZ	1,033	9.0%	1,189	8.79%	1,265	8.7%
AGUADILLA	686	6.0%	797	5.89%	1,049	7.2%
FAJARDO	429	3.7%	455	3.36%	496	3.4%
GUAYAMA	341	3.0%	358	2.65%	395	2.7%
PR TOTAL	11,451		13,534		14,582	
Cresc.			18%		8%	

Fuente: Censo de Negocios Depto de Comercio Federal

Obs: Las ventas son de negocios con nómina.

De la tabla 14 también se concluye que el sector al detalle en Puerto Rico tuvo una tasa de crecimiento creciente entre 1987-1992 y 1992-1997 con respecto a las ventas (44% y 46% respectivamente); sin embargo, su tasa de crecimiento respecto al número de establecimientos fue decreciente, aunque positiva. Esta descendió de 18% a 8%. Para entender lo que pudo haber pasado con este sector, es imperante analizar datos del sector de servicios.

Por sus características, este sector pudo haber “robado” fuerza laboral del sector al detalle, conllevando a un crecimiento del sector al detalle menor de lo que pudiera haber sucedido, si no existiera el sector de servicios. Los ingresos del segmento servicios, en los tres Censos mencionados, constan de un crecimiento gigantesco en la Isla, como se puede confirmar en la tabla que sigue.

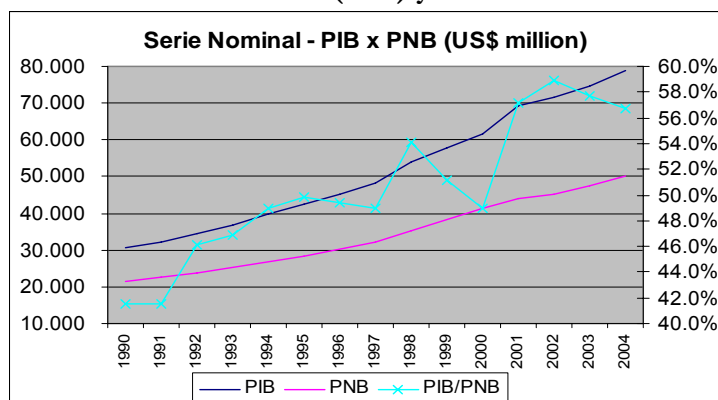
Tabla 15 – Datos del Censo de Negocio 1997 – detalle vs. servicio

	1987	1992	1997
Ventas (\$mil)			
Detal	8,143,608	11,706,968	17,087,950
		44%	46%
Servicios	1,939,234	3,109,659	5,821,759
		60%	87%
Número de Establecimientos			
Detal	11,451	13,534	14,582
		18%	8%
Servicios	4,774	6,356	8,048
		33%	27%

Los números indican que, aunque las ventas en el sector detallista crecieron significativamente – 44% entre 87-92 y 46% entre 92-97 –, los ingresos del sector de servicios crecieron aún más – 60% entre 87-92 y 87% entre 92-97. Lo mismo respecto al número de establecimientos, en que el sector detallista creció 18% y 8% entre 87-92 y 92-97, respectivamente, el sector de servicio creció 33% y 27%, respectivamente, en los dos períodos de tiempo.

Estos crecimientos están en conformidad con el crecimiento económico verificado para Puerto Rico, en general, como ilustra la gráfica 7. Estos dos sectores, además de otros, como el de manufactura, crecieron sustantivamente en los últimos diez años, transformando la economía de la Isla en una más globalizada, donde fueron estableciéndose empresas y cadenas multinacionales. Además, hay que recordar que después del 2000 muchas cadenas al detalle establecieron sus negocios en Puerto Rico. Esta competencia más acentuada, aunque probablemente haya bajado la margen de ganancia en general del sector, resultó en un aumento sustantivo en las ventas.

Gráfica 7 – Producto Interno Bruto (PIB) y Producto Nacional Bruto (PNB)



De esta forma, si uno analiza los datos de los sectores “detallistas vs. servicios”, una posible razón del crecimiento a tasas más pequeñas tocante al sector al detalle es que pudo haber ocurrido una transferencia de inversión entre estos dos tipos negocios. O sea, en vez de un comerciante abrir un nuevo negocio en el sector detallista, este pudo haber decidido abrirlo en el sector de servicios. De hecho, el sector de los servicios viene siendo el mayor receptor de la mano de obra proveniente de sectores declinantes y de los aumentos en la fuerza laboral. Esa constatación se señala en el Informe Económico al Gobernador del 1994, pp. 2, capítulo IV.

En relación a cuales tipos de servicios se expandieron más, las tablas 16 y 17 pueden ilustrar como progresó dicho sector a lo largo de los últimos diez años, con datos del Censo de Negocios del Departamento de Comercio Federal de los años 1987, 1992 y 1997. La primera tabla es respecto al número de negocios y la segunda, a los ingresos.

Tabla 16 –Datos Sector de servicios – número de negocios

	Num. Negocios			Tasa de Crecimiento		
	1987	1992	1997	87/92	92/97	87/97
Servicios	4774	6356	8048	33.1%	26.6%	68.6%
Servicios de Transportacion	210	384	384	82.9%	0.0%	82.9%
Hoteles	139	168	211	20.9%	25.6%	51.8%
Servicios Profesionales	733	828	983	13.0%	18.7%	34.1%
Servicios Comerciales	874	1302	1861	49.0%	42.9%	112.9%
Servicios de Reparacion de Automoviles	665	972	1235	46.2%	27.1%	85.7%
Servicios Miscelaneos de Reparacion	279	480	564	72.0%	17.5%	102.2%
Peliculas Cinematograficas	97	135	179	39.2%	32.6%	84.5%
Servicios de Recreo y Diversion	307	219	345	-28.7%	57.5%	12.4%
Laboratorios Dentales	23	29	39	26.1%	34.5%	69.6%
Servicios Legales	948	1153	1280	21.6%	11.0%	35.0%
Museos Jardines Botanica y Zoologicos	-	15	17		13.3%	
Servicios de Ingenieria y Administracion	499	671	950	34.5%	41.6%	90.4%

Fuente: Censo de Negocios Depto. De Comercio Federal

Tabla 17 –Datos Sector de servicios – ingresos (US\$1,000)

	Ingresos (\$1,000)			Tasa de Crecimiento		
	1987	1992	1997	87/92	92/97	87/97
Servicios	1,939,234	3,109,659	5,821,759	60.4%	87.2%	200.2%
Servicios de Transportacion	59,511	115,236	166,611	93.6%	44.6%	180.0%
Hoteles	327,491	412,280	791,499	25.9%	92.0%	141.7%
Servicios Profesionales	108,195	137,750	208,593	27.3%	51.4%	92.8%
Servicios Comerciales	624,219	1,030,642	2,251,920	65.1%	118.5%	260.8%
Servicios de Reparacion de Automoviles	152,264	329,492	476,859	116.4%	44.7%	213.2%
Servicios Miscelaneos de Reparacion	88,620	172,555	239,055	94.7%	38.5%	169.8%
Peliculas Cinematograficas	41,603	106,953	136,366	157.1%	27.5%	227.8%
Servicios de Recreo y Diversion	174,261	131,953	268,630	-24.3%	103.6%	54.2%
Laboratorios Dentales	3,299	4,808	7,474	45.7%	55.4%	126.5%
Servicios Legales	142,030	288,665	462,998	103.2%	60.4%	226.0%
Museos Jardines Botanica y Zoologicos	-	3,548	6,330		78.4%	
Servicios de Ingenieria y Administracion	217,741	375,777	805,424	72.6%	114.3%	269.9%

Fuente: Censo de Negocios Depto. De Comercio Federal

Obs1: El dato de "Laboratorios Dentales" del 1997 fue estimado, pues no lo estaba disponible.

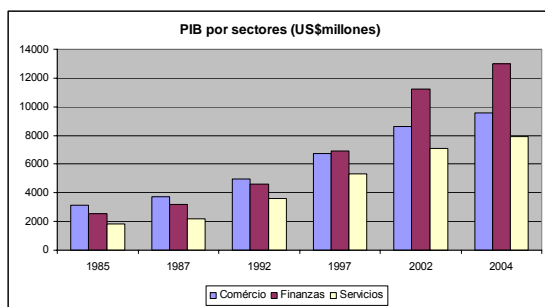
Obs2: La suposición para la estimación fue que la tasa de crecimiento de los ingresos *per cápita* se mantuvo constante.

Como se puede extraer de dichas tablas, el segmento “**servicios comerciales**”²¹ tuvo no sólo un crecimiento significativo en cuanto a los números de establecimientos, presentándose como el primero en este renglón en una lista de 12 tipos de servicios; sino, también, es el segundo más importante en términos de ingresos generados para el sector de servicios. Además, el segmento “**servicios de ingeniería y administración**”²², que es el tercero en términos de crecimiento de su número de establecimientos, se presenta como el primero en representación de los ingresos generados.

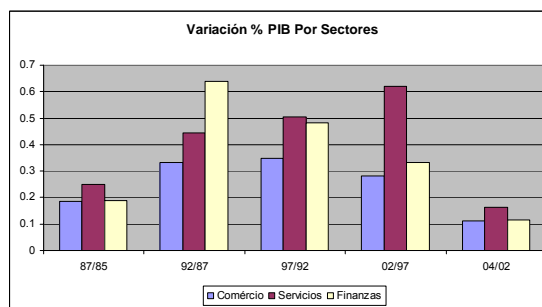
Por otra parte, “**servicios legales**”²³, aunque presente un crecimiento módico en términos de número de establecimientos, presenta un crecimiento de sus ingresos por encima del promedio del sector como todo. En otras palabras, se puede decir que hay una concentración grande de bufetes (lugares donde se prestan servicios legales a la sociedad). En otras palabras, parecen existir pocos bufetes, los cuales generan mucho ingreso.

Además del hecho de que los tipos de servicios mencionados en la tabla pudiera haber “robado” participación del sector detallista respecto a sus ventas/ingreso, existe otro tipo de servicio, no mencionado en la lista anterior, que cobró importancia para la economía de Puerto Rico a lo largo de los últimos años, cual sea: el segmento “**servicio financiero**”. Este es presentado en un capítulo a parte, respecto a los demás servicios, en el Informe Económico al Gobernador de 1994 (capítulo V). Este, aunque no tiene una relación directa con el sector al detalle, pudo haber “robado una parte de su fuerza laboral”.

Gráfica 8a



Gráfica 8b



²¹ **Servicios Comerciales** = Este grupo incluye los establecimientos que se dedican principalmente a prestar servicios, no clasificados en otra parte, a establecimientos comerciales, bajo contrato o a base de honorarios tales como servicios de publicidad, informe de crédito, cobro de reclamos, correspondencia, reproducción, taquigrafía, sindicatos de noticias, programación de computadoras, fotocopias, duplicado, servicios a edificios, y otros servicios. Los establecimientos que se dedican principalmente a proveer servicios de ingeniería contabilidad, investigación, administración y servicios relacionados se clasifican en el grupo principal 87. Los establecimientos que proveen servicios especializados estrechamente relacionados a las actividades llevadas a cabo bajo otras subdivisiones se clasifican bajo las mismas. Fuente: Censo de Negocio del 1987.

²² **Servicios de Ingeniería y Administración** = Este grupo principal incluye establecimientos que se dedican principalmente a proveer servicios de ingeniería, arquitectura e inspección; Contabilidad, auditoría, y teneduría de libros, investigación, desarrollo y experimentación y administración de relaciones publicas. Fuente: Censo de Negocio del 1987.

²³ **Servicios Legales** = Establecimientos cuyos jefes son miembros de la barra de abogado, y que se dedican a prestar asesoría o servicio legal a base de honorarios. Las sociedades de asistencia legal y otros servicios legales de fines no pecuniarios no se incluyen en el censo.

Ahora bien, analizando las regiones de la Isla por los datos censales (tabla 18), uno puede constatar que todas las regiones permanecieron prácticamente con la misma participación respecto al resto de Puerto Rico, tanto por ventas como por nómina. San Juan, Ponce, Mayagüez, Aguadilla y Guayama perdieron un poco de participación comparativamente a Caguas, Arecibo, Bayamón y Fajardo, que aumentaron un poco su participación.

Tabla 18 – Participación % de las ventas al detalle de cada Región respecto a Puerto Rico - Censos 87, 92 y 97; y el Estimado del 2004

Región	1987	1992	1997	2004
SAN JUAN	43.3%	39.8%	39.4%	37.6%
BAYAMON	14.8%	14.7%	15.7%	17.4%
CAGUAS	10.6%	12.6%	13.5%	14.5%
PONCE	9.3%	9.2%	8.2%	7.9%
ARECIBO	6.9%	8.2%	7.9%	8.8%
MAYAGUEZ	7.2%	7.4%	7.0%	6.3%
AGUADILLA	3.7%	3.5%	4.0%	3.4%
FAJARDO	2.5%	2.9%	2.5%	2.8%
GUAYAMA	1.8%	1.8%	1.9%	1.3%
PR TOTAL	100%	100%	100%	100%

Cabe resaltar que, aunque las participaciones de cada región respecto al total de Puerto Rico en cada año señalado declinaron, las ventas en todas las regiones crecieron sustantivamente, como se puede observar en la tabla 19.

Al comparar la serie de tiempo disponible sobre las ventas al detalle (años 1987, 1992 y 1997 por el Censo y el año de 2004 por los valores estimados en este estudio), presentada en la tabla siguiente, se observa que la evolución fue positiva para todas las regiones.

Tabla 19 – Ventas (US\$1,000) y tasas de crecimiento (%) - Censos 87, 92 y 97; y el Estimado del 2004

Ventas al Detal (US\$ 1,000) en Puerto Rico					Tasa de Crecimiento (%)					
Región	Censo de Negocio			Estimado	Al periodo			Al año		
	1987	1992	1997	2004	92/87	97/92	04/97	92/87	97/92	04/97
SAN JUAN	3,522,708	4,663,051	6,728,374	12,336,549	32%	44%	83%	6%	7.6%	9.0%
BAYAMON	1,204,144	1,720,404	2,674,449	5,709,850	43%	55%	113%	7%	9.2%	11.4%
CAGUAS	860,673	1,471,226	2,304,640	4,750,487	71%	57%	106%	11%	9.4%	10.9%
PONCE	759,605	1,072,674	1,395,024	2,596,052	41%	30%	86%	7%	5.4%	9.3%
ARECIBO	559,130	961,409	1,356,885	2,887,187	72%	41%	113%	11%	7.1%	11.4%
MAYAGUEZ	588,437	865,488	1,188,343	2,068,681	47%	37%	74%	8%	6.5%	8.2%
AGUADILLA	298,147	409,835	679,804	1,102,593	37%	66%	62%	7%	10.7%	7.2%
FAJARDO	205,394	337,031	433,167	913,280	64%	29%	111%	10%	5.1%	11.2%
GUAYAMA	145,370	205,850	327,264	423,249	42%	59%	29%	7%	9.7%	3.7%
PR TOTAL	8,143,608	11,706,968	17,087,950	32,789,932	44%	46%	92%	7.5%	7.9%	9.8%
	Metodología Anterior -->			18,000,668			5.3%			0.7%

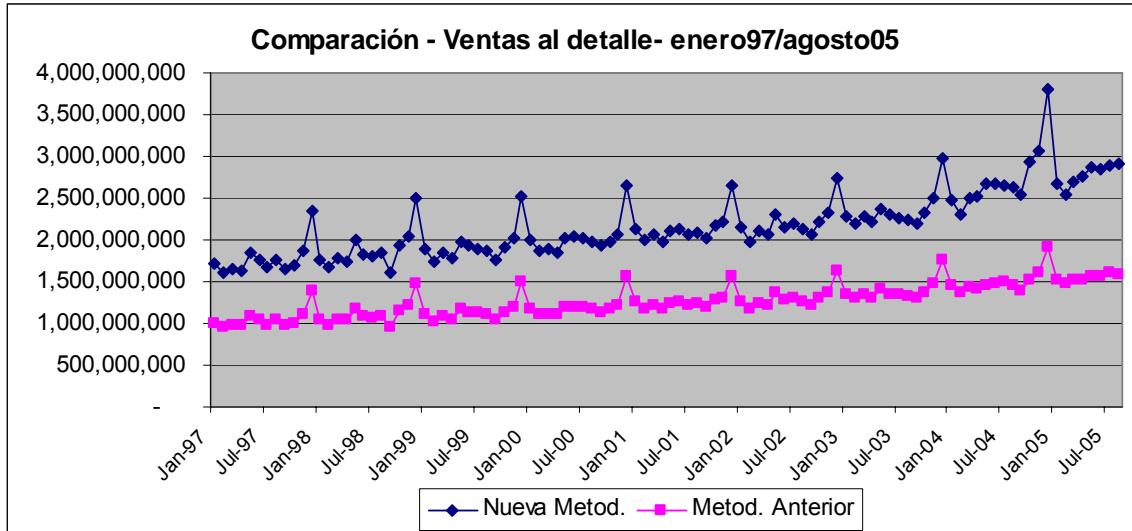
En las columnas 2, 3 y 4 están presentadas las ventas por el Censo. La columna 5, las ventas por el Estimado con la nueva metodología. Las tres columnas que siguen, se exponen las tasas de crecimiento al período (i.e., entre una fecha y otra, concernientes a las ventas), y, finalmente, las tres últimas, las tasas de crecimiento nominal promedio al año. En la última línea está presentado o resultado del estimado de ventas al detalle por la metodología anterior. Este número está abajo del estimado de ventas al detalle por la nueva metodología.

Como se puede notar, la tasa de crecimiento nominal promedio al año entre 2004 y 1997 por el estimado nuevo fue de 9.8%, un poco más elevada que la de los años anteriores. Ya por el estimado por la metodología anterior, este número está sumamente subestimado, presentando una tasa de crecimiento nominal promedio al año de 0.7%.

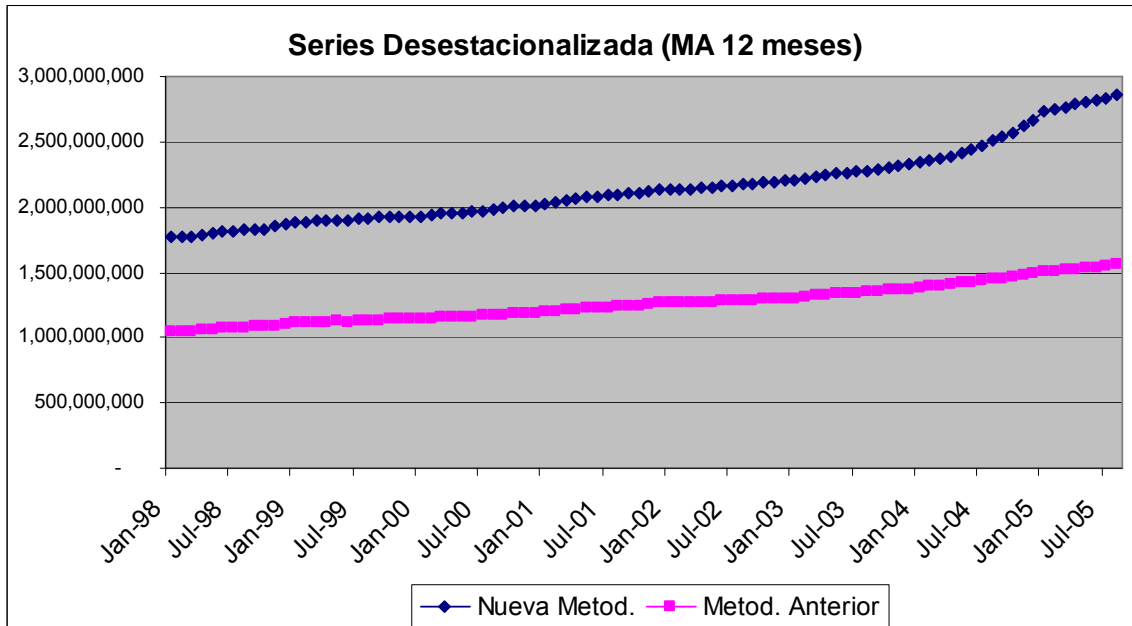
En términos de tasa de crecimiento nominal promedio al año entre 2004 y 1997 por región, todas las regiones, excepto Aguadilla y Guayama, presentaron un aumento. Aguadilla, aunque tenga presentado un decrecimiento comparando los períodos 1997-2004 y 1992-1997, dicha tasa se mantuvo en los niveles del período 1987-1992, alrededor de 7%. Por otra parte Guayama presentó un decrecimiento en el período 1997-2004 sustantivo, tanto comparando el período 1987-1992 como con el período 1992-1997.

Por último, si se toma las variaciones porcentuales mensuales del estimado de ventas por la metodología anterior hasta enero 2004 y se aplica dichas variaciones en los valores obtenidos en la nueva serie del informe de ventas, el resultado es interesante, como se puede verificar por las dos gráficas siguientes.

Gráfica 9 – Estimados de Ventas al Detalle – una comparación entre las dos series (nueva vs. anterior)



Gráfica 9 – Estimados de Ventas al Detalle – una comparación entre las dos series (nueva vs. anterior) – series desestacionalizada por “moving avarege 12 meses”



La gráfica 9 presenta las dos series al detalle sin cualquier tipo de ajuste estacional. Ya en la gráfica 9, que presenta las dos series desestacionalizada, se puede observar que hubo un crecimiento en la tendencia de la nueva serie, aunque no tan grande, en el año 2005. Este resultado está cónsono con las materias periodísticas publicadas localmente. Basta saber si esta tendencia alcista no pasa de un ciclo positivo que probablemente va a retraerse en el 2006 o se es un crecimiento sostenido. Por ahora, no obstante, no se puede afirmar nada.

4. Conclusión

El estimado de Ventas al Detalle existe desde 1972, pero la Compañía de Comercio y Exportación sólo registro de los datos desde enero de 1975. Desde 1975 hasta 1983 el estimado era segmentado en trece sectores. En 1984 se amplió a dieciocho sectores. Además, la misma fue estratificada en ocho regiones – definidas de forma *ad hoc* por la Compañía de Comercio y Exportación - y en ocho estratos de nómina, con los cuales no se podía hacer inferencia debido al tamaño pequeño de la muestra.

Después de 15 años, en 1999, la Compañía de Comercio y Exportación decidió reconstruir la metodología utilizada. Hace casi seis años este proceso empezó y finalmente terminó en octubre del 2005. La meta de este documento, por ende, es presentar los resultados de dicho estudio, así como la metodología utilizada.

Los cuatro objetivos principales de la nueva metodología son: 1) incluir más cadenas, principalmente las mega tiendas; 2) actualizar el universo; 3) disminuir el número de imputaciones y 4) reestructurar los tres renglones del muestreo (líneas de negocios, nómina y región).

La nueva muestra, la cual fue escogida de forma aleatoria, independiente y adecuadamente estratificada, se compone de 2,323 establecimientos, representando un aumento de 67% comparativamente a la muestra anterior, la cual tenía 1,390 negocios. En particular, hubo un aumento de 44 cadenas, que representaban 800 negocios, a 112 cadenas, que representan 1,571 negocios. En otras palabras, el número de establecimientos de cadenas supera el número total de la muestra anterior. Eso responde al fin número uno expuesto anteriormente.

Concerniente la meta número dos, el marco del muestreo (que dice respecto al universo) no ha cambiado, sino su utilización. Así como antes, este marco es el archivo ES-202 publicado por el Departamento del Trabajo. Como su publicación es trimestral, la nueva metodología está diseñada para utilizar el archivo correspondiente al mes que integra el trimestre. En la metodología anterior este marco de muestreo se mantuvo fijo en 1984. Como consecuencia, este marco cambiará cada tres meses, estando cónsono con los cambios en la economía. En términos de orden de magnitud, el marco actual contiene alrededor de 14,500 establecimientos, mientras el anterior contenía aproximadamente 8,300 negocios.

En cuanto al objetivo tres, el número de imputaciones va a disminuir por básicamente dos motivos: 1) el informe va a tener un rezago de 2 meses para dar tiempo a los funcionarios de la Compañía de Comercio y Exportación recopilar toda la data y 2) los negocios que cierran operaciones serán excluidos de la muestra y serán sustituidos por otros, siempre de manera aleatoria, independiente y adecuadamente estratificada.

Por fin, con respecto a la finalidad número cuatro, se incluyeron los renglones 5731 y “otros”. Este último, que incorpora todos los sectores que no fueron desglosados en los demás diecinueve, es sumamente importante. Su inclusión implica que ahora será considerado todo el sector detallista en dicha estimación y no solamente una parte. La

nómina, a su vez, tuvo sus renglones reducidos a tres, para que se pudiera hacer inferencia sobre éstos y tener algunos “*insights*” económicos. Y, por último, las definiciones de las regiones están cónsonas con las del Censo de Negocio de los Estados Unidos, que facilita los análisis económicos comparativos.

El resultado de la estimación por la nueva metodología para Puerto Rico en general fue de, aproximadamente, US\$ 32,8 mil millones para el año natural 2004 – que representa una diferencia con respecto a la metodología anterior de 82%, cuando el número estaba alrededor de US\$ 18 mil millones. Para el año fiscal de 2005 la diferencia fue de 83%. El número actual es de US\$ 34 mil millones y el anterior era de US\$ 18,6 mil millones.

No obstante a esta diferencia de niveles, las variaciones porcentuales mensuales son semejantes. Eso quiere decir que se puede usar dichas variaciones para reconstruir la serie hacia atrás.

Por otro lado, las variaciones interanuales de la nueva metodología son, en general, más altas que aquellas encontradas en la muestra anterior. Este resultado era esperado debido a que el año 2005 está presentando ventas en el sector al detalle más altas comparativamente a los demás años, como corrobora distintos sectores detallistas (ver materias periodísticas en Caribbean Business, día 20 de octubre, y en El Nuevo Día, día 30 de octubre de 2005).

Por último, cabe mencionar que, como todo estudio, con el tiempo esta versión tiene que ser revisada, actualizada y, siempre que sea posible, mejorada. Se sugiere, inclusive, que, después de esta publicación, pero antes de que se haga una revisión más profunda, la Compañía de Comercio y Exportación haga en los próximos meses una revisión de todo el trabajo hecho y una evaluación de cómo está siendo realizado el proceso de recopilación. Una “muestra joven” necesita de un periodo probatorio para tener la debida credibilidad a largo plazo. Y, definitivamente, esta es la meta de la Compañía de Comercio y Exportación.

La propuesta de este trabajo fue terminar el proyecto diseñado hace seis años incorporando algunas mejoras con respecto a las propuestas anteriores. Por ende, el objetivo fue logrado y este documento refleja la total transparencia de la Compañía de Comercio y Exportación, presentando de forma clara y objetiva todos los procedimientos tomados que conllevaron a sus conclusiones.

Sin embargo, definitivamente hay varios pasos a ser tomados. Uno de ellos es cambiar la clasificación de SIC para NAICS. Otro, en la primera revisión que se haga, verificar la posibilidad de disminuir la importancia del renglón “otros”. Otro, aumentar el *enforcement* de la Ley, que, de hecho, la Compañía de Comercio y Exportación ya lo está haciendo con suceso, aunque a un grande costo. Otro, informatizar el sistema de recopilación y entrada de datos, para que se pueda utilizar de forma más eficiente los recursos escasos del gobierno de Puerto Rico. Otros ejemplos dicen respecto a analizar la viabilidad de: 1) incluir todas las cadenas en la muestra; 2) tener un diseño muestral rotacional; 3) desglosar aún más el renglón “otros”, entre otros puntos.

Consecuentemente, por todo lo que se ha expuesto, se puede considerar que la metodología utilizada refleja con más precisión los cambios de la economía en Puerto Rico y, por ende, está proporcionando conclusiones más precisas. Se reconoce que hay pasos importantes a

seguir para mejorar aún más el trabajo realizado, pero el reto de terminar el trabajo, que se inició en los años 1998 / 1999, se terminó, demostrando un compromiso total de la Compañía de Comercio y Exportación con el pueblo de Puerto Rico.

Apéndice A – Histórico Mensual de las Ventas al Detalle – valores nominales (\$1,000)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Fiscal	Natural
1975	316,204	305,654	304,031	314,125	362,463	323,196	329,987	351,154	304,587	349,159	375,473	540,936	-	4,176,969
1976	357,654	307,476	321,212	359,088	384,794	347,320	371,548	333,402	317,591	363,600	372,280	560,871	4,328,840	4,396,836
1977	362,902	325,619	345,653	372,635	391,544	359,695	375,584	370,967	353,040	389,462	396,934	591,359	4,477,340	4,635,394
1978	386,863	349,750	375,227	410,399	449,014	396,755	399,431	401,183	380,832	399,499	451,644	608,210	4,845,354	5,008,807
1979	420,467	368,028	405,718	401,510	451,401	407,807	402,880	402,529	365,439	428,320	448,417	640,312	5,095,730	5,142,828
1980	411,277	390,052	402,435	415,475	463,692	398,503	414,810	415,840	392,580	448,920	446,291	656,919	5,169,331	5,256,794
1981	429,825	396,117	396,596	430,996	472,291	430,507	446,784	442,488	400,012	447,071	459,628	651,223	5,331,692	5,403,538
1982	408,968	351,744	387,258	408,948	437,226	392,168	403,349	377,093	354,198	393,903	435,977	620,154	5,233,518	4,970,986
1983	426,605	386,122	417,065	427,303	454,325	438,853	433,661	441,738	433,901	452,278	477,021	643,397	5,134,947	5,432,269
1984	458,153	419,596	454,261	445,787	526,942	480,237	475,694	486,773	459,773	479,977	525,062	680,054	5,666,972	5,892,309
1985	520,776	478,535	504,781	495,867	570,963	538,477	530,854	555,375	527,672	533,879	601,906	781,920	6,216,732	6,641,005
1986	590,679	556,950	579,053	588,257	634,243	583,380	599,086	618,703	581,380	605,627	653,921	872,649	7,064,168	7,463,928
1987	607,216	547,510	560,998	608,257	656,126	648,455	630,252	649,287	604,302	655,281	676,555	886,441	7,559,928	7,730,680
1988	619,315	593,966	652,163	651,175	726,944	705,699	661,258	660,635	647,212	675,307	696,606	966,447	8,051,380	8,256,727
1989	698,195	663,705	704,003	682,779	790,875	745,730	722,584	737,433	666,741	744,405	807,787	1,093,492	8,592,752	9,057,729
1990	790,043	714,420	756,842	719,594	813,762	810,012	767,820	780,889	721,492	747,868	795,161	1,031,012	9,377,115	9,448,915
1991	739,962	676,078	752,571	760,441	851,090	804,413	751,289	773,221	731,130	778,292	826,370	1,041,262	9,428,797	9,486,119
1992	803,031	746,466	775,572	742,306	843,602	855,168	814,099	820,389	771,753	814,311	838,818	1,134,297	9,667,709	9,959,812
1993	835,785	778,739	850,846	844,102	894,088	895,416	832,341	872,753	865,916	894,675	930,272	1,172,354	10,292,643	10,667,287
1994	896,262	812,160	930,353	878,663	956,230	963,471	893,233	927,331	894,749	908,002	955,902	1,246,431	11,005,450	11,262,787
1995	876,213	815,977	875,387	907,183	941,328	955,057	927,883	956,122	888,033	934,657	985,368	1,263,108	11,196,793	11,326,316
1996	957,024	893,825	959,361	937,823	1,015,620	977,706	932,428	1,004,191	907,815	1,000,382	1,038,063	1,309,144	11,696,530	11,933,382
1997	1,008,412	949,034	979,920	967,545	1,093,228	1,039,290	988,621	1,037,519	972,298	1,005,915	1,109,785	1,388,133	12,229,452	12,539,700
1998	1,042,571	987,844	1,047,015	1,033,950	1,183,812	1,080,063	1,062,629	1,089,661	954,171	1,144,522	1,206,715	1,482,300	12,877,526	13,315,253
1999	1,111,504	1,032,362	1,096,372	1,047,101	1,169,366	1,137,336	1,122,296	1,106,429	1,041,929	1,127,483	1,195,876	1,494,754	13,534,039	13,682,808
2000	1,175,508	1,103,928	1,117,914	1,097,927	1,193,102	1,204,770	1,190,856	1,171,563	1,137,476	1,173,440	1,226,568	1,561,207	13,981,916	14,354,259
2001	1,263,929	1,176,978	1,224,881	1,171,171	1,248,056	1,253,453	1,222,517	1,237,769	1,197,172	1,288,454	1,310,787	1,572,059	14,799,578	15,167,226
2002	1,271,680	1,170,976	1,247,482	1,224,143	1,364,487	1,273,039	1,301,542	1,256,513	1,214,427	1,310,779	1,377,801	1,621,469	15,380,565	15,634,338
2003	1,346,301	1,296,749	1,343,474	1,307,733	1,402,837	1,357,178	1,337,654	1,322,804	1,301,619	1,371,548	1,483,512	1,759,739	16,136,803	16,631,148
2004	1,460,742	1,368,092	1,444,173	1,421,242	1,455,796	1,473,911	1,490,815	1,460,144	1,392,472	1,510,993	1,616,706	1,905,582	17,200,832	18,000,668
2005	1,526,044	1,475,139	1,518,779	1,531,537	1,574,745	1,567,504	1,603,237	1,596,569	1,532,574	1,574,836			18,570,460	15,500,964

Apéndice B – Número Índice: Posibles Formulas Matemáticas

Resumiendo, el número índice es un instrumento que tiene como finalidad principal comparar canastas de consumo en dos diferentes espacios en el tiempo, para que se puedan medir los cambios de una fecha a otra²⁴. Suponga que en la fecha t , los precios son (p_1^t, p_2^t) y el consumidor escoge las cantidades (x_1^t, x_2^t) . En el período base, $t = b$. Si (w_1^t, w_2^t) son los pesos para que se obtenga el promedio, se pueden obtener dos tipos de índices: de cantidad o de precio. Siguen, abajo, cuatro ejemplos de índices posibles.

Un índice de cantidad tiene los precios como pesos. A su vez, un índice de precio tiene las cantidades como pesos. Si el individuo consume N bienes o servicios y hay dos fechas: $t = 0$ (período base) o 1 (período que se desea comparar), se pueden tener los siguientes índices:

$$I_q = \frac{\sum_{i=1}^N w_i^t x_i^1}{\sum_{i=1}^N w_i^t x_i^0} \quad (14)$$

$$I_p = \frac{\sum_{i=1}^N w_i^t P_i^1}{\sum_{i=1}^N w_i^t P_i^0} \quad (15)$$

Si $w^t = P^0 \Rightarrow I_q \text{ Laspeyres} = L_q \Rightarrow$ índice de cantidad de Laspeyres

Si $w^t = P^1 \Rightarrow I_q \text{ Paasche} = A_q \Rightarrow$ índice de cantidad de Paasche

Si $w^t = x^0 \Rightarrow I_p \text{ Laspeyres} = L_p \Rightarrow$ índice de precios de Laspeyres

Si $w^t = x^1 \Rightarrow I_p \text{ Paasche} = A_p \Rightarrow$ índice de precios de Paasche

El índice de cantidad de Laspeyres mide, a precios constantes del período base, cuanto dinero uno necesita para comprar la canasta de consumo x_i en el período 1. Por otro lado, el índice de cantidad de Paasche mide, a precios constantes del período 1, cuanto dinero uno necesita para comprar la canasta de consumo x_i en el período base. Los índices de precio tienen la misma lógica arriba citada.

²⁴ Para mayores detalles sobre el asunto, hay muchas referencias bibliográficas que se podrían mencionar, tanto de libros de microeconomía como de estadística. Una sencilla está presentada en *Intermediate Microeconomics, a modern approach*, de Hal R. Varian. Para aquellos que desean explicaciones más avanzadas, ir en <http://www.econ.ubc.ca/diewert/hmpgdie.htm>.

Apéndice C – Ventas al Detalle por SIC (1987) y por NAICS (1997)

52 - 59 -- Clasificación al Detalle	
1987 U.S. SIC Description	1997 NAICS U.S. Description
SIC	NAICS
52 Building materials, hardware, garden supply, & mobile home	
5211 Lumber and Other Building Materials Dealers Home Centers Except Home Centers	44411 Home Centers 44419 Other Building Material Dealers (pt)
5231 Paint, Glass, and Wallpaper Stores . Paint and Wallpaper . Glass Stores	44412 Paint and Wallpaper Stores (pt) 44419
5251 Hardware Stores Retail Nurseries, Lawn and Garden Supply	44413 Other Building Material Dealers (pt)
5261 Store . Except Outdoor Power Equipment . Outdoor Power Equipment Stores	Other Building Material Dealers (pt) 44422 Nursery and Garden Centers (pt) 44421 Outdoor Power Equipment Stores (pt)
5271 Mobile Home Dealers Return to 2-digit major group menu	45393 Manufactured (Mobile) Home Dealers
53 General merchandise stores	
5311 Department Stores	45211 Department Stores
5331 Variety Stores	45299 All Other General Merchandise Stores (pt)
5399 Miscellaneous General Merchandise Stores . Warehouse Clubs and General Merchandise Combination Stores . All Other General Merchandise Stores	45291 Warehouse Clubs and Superstores (pt) 45299 All Other General Merchandise Stores (pt)
54 Food stores	
5411 Grocery Stores . Convenience Stores with Gas . Supermarkets and Grocery Stores with Little General Merchandise . Supermarkets and Grocery Stores with Substantial General Merchandise . Convenience Stores without Gas Meat and Fish (Seafood) Markets	44711 Gasoline Stations with Convenience Stores (pt) 44511 Supermarkets and Other Grocery (except Convenience) Stores 45291 Warehouse Clubs and Superstores (pt) 44512 Convenience Stores
5421 Freezer Provisioners . Meat Markets . Fish and Seafood Markets	45439 Other Direct Selling Establishments (pt) 44521 Meat Markets (pt) 44522 Fish and Seafood Markets
5431 Fruit and Vegetable Markets	44523 Fruit and Vegetable Markets
5441 Candy, Nut, and Confectionery Stores . Confectionery and Nut Stores . Chocolate Candy Stores, Preparing Candy on Premises . Nonchocolate Candy Stores, Preparing Candy on Premises	445292 Confectionery and Nut Stores 31133 Confectionery Manufacturing from Purchased Chocolate (pt) 31134 Nonchocolate Confectionery Manufacturing (pt)
5451 Dairy Products Stores	445299 All Other Specialty Food Stores (pt)
5461 Retail Bakeries . Doughnut Shops, Pretzel Shops, Cookie Shops, Bagel Shops, and Other Such Shops that Make and Sell for Immediate Consumption . Bakeries That Make and Sell at the Same Location . Sales Only of All Other Baked Goods	722213 Snack and Nonalcoholic Beverage Bars (pt) 311811 Retail Bakeries 445291 Baked Goods Stores
5499 Miscellaneous Food Stores . Poultry and Poultry Products . Food Supplement Stores . All Other Miscellaneous Food Stores	44521 Meat Markets (pt) 446191 Food (Health) Supplement Stores 445299 All Other Specialty Food Stores (pt)
55 Automotive dealers and gasoline service stations	
5511 Motor Vehicle Dealers (New and Used)	44111 New Car Dealers
5521 Motor Vehicle Dealers (Used Only)	44112 Used Car Dealers
5531 Auto and Home Supply Stores	
5538 Tire Dealers . Auto Supply Stores . Other Auto and Home Supply Stores	44132 Tire Dealers (pt) 44131 Automotive Parts and Accessories Stores (pt) 45299 All Other General Merchandise (pt)
5541 Gasoline Service Stations . With Convenience Store . Except with Convenience Stores	44711 Gasoline Stations with Convenience Store (pt) 44719 Other Gasoline Stations
5551 Boat Dealers	441222 Boat Dealers
5561 Recreational Vehicle Dealers	44121 Recreational Vehicle Dealers
5571 Motorcycle Dealers	441221 Motorcycle Dealers
5599 Automotive Dealers, NEC	441229 All Other Motor Vehicle Dealers
56 Apparel and accessory stores	
5611 Men's and Boys' Clothing and Accessory Stores . Men's Clothing Stores . Men's Accessory Stores	44811 Men's Clothing Stores 44815 Clothing Accessories Stores (pt)
5621 Women's Clothing Stores	44812 Women's Clothing Stores
5632 Women's Accessory and Specialty Stores	

57 Furniture, home furnishings and equipment stores	
5712 Furniture Stores	
. Custom Made Wood Nonupholstered Furniture, Except Cabinets and Upholstered	337122 Nonupholstered Wood Household Furniture Manufacturing (pt)
. Custom Wood Cabinets	33711 Wood Kitchen Cabinet and Countertop Manufacturing (pt)
. Upholstered Custom Made Furniture	337121 Upholstered Household Furniture Manufacturing (pt)
. Except Custom Cabinet and Furniture Builders	44211 Furniture Stores (pt)
5713 Floor Covering Stores	44221 Floor Covering Stores (pt)
5714 Drapery, Curtain, and Upholstery Stores	
. Drapery and Curtain Stores	442291 Window Treatment Stores (pt)
. Upholstery Stores	45113 Sewing, Needlework, and Piece Goods Stores (pt)
. Custom Drapes	314121 Curtain and Drapery Mills (pt)
. Custom Slipcovers	314129 Other Household Textile Product Mills (pt)
5719 Miscellaneous Homefurnishings Stores	
. Blinds and Shades	442291 Window Treatment Stores (pt)
. Pottery and Crafts Made and Sold on Site	Included in Manufacturing sector based on article produced
. Site	442299 All Other Home Furnishings Stores (pt)
5722 Household Appliance Stores	443111 Household Appliance Stores
Radio, Television, and Consumer Electronics	
5731 Stores	
. Except Auto Radio Stores	443112 Radio, Television, and Other Electronics Stores (pt)
. Auto Radio Stores	44131 Automotive Parts and Accessories Stores (pt)
5734 Computer and Computer Software Stores	44312 Computer and Software Stores (pt)
5735 Record and Prerecorded Tape Stores	45122 Prerecorded Tape, Compact Disc, and Record Stores
5736 Musical Instrument Stores	45114 Musical Instrument and Supplies Stores
58 Eating and drinking places	
5812 Eating and Drinking Places	
. Full Service Restaurants	72211 Full-Service Restaurants
. Limited Service Restaurants	722211 Limited-Service Restaurants
. Cafeterias	722212 Cafeterias
. Snack and Nonalcoholic Beverage Bars	722213 Snack and Nonalcoholic Beverage Bars (pt)
. Food Service Contractors	72231 Food Service Contractors
. Caterers	72232 Caterers
. Dinner Theaters	71111 Theater Companies and Dinner Theaters (pt)
5813 Drinking Places (Alcoholic Beverages)	72241 Drinking Places (Alcoholic Beverages)
59 Miscellaneous retail	
5912 Drug Stores and Proprietary Stores	44611 Pharmacies and Drug Stores
5921 Liquor Stores	44531 Beer, Wine, and Liquor Stores
5932 Used Merchandise Stores	
. Pawnshops	522298 All Other Nondepository Credit Intermediation
. Except pawn shops	45331 Used Merchandise Stores
5941 Sporting Goods Stores and Bicycle Shops	45111 Sporting Goods Stores
5942 Book Stores	451211 Book Stores
5943 Stationery Stores	45321 Office Supplies and Stationery Stores (pt)
5944 Jewelry Stores	44831 Jewelry Stores
5945 Hobby, Toy, and Game Shops	45112 Hobby, Toy, and Game Stores
5946 Camera and Photographic Supply Stores	44313 Camera and Photographic Supplies Stores
5947 Gift, Novelty, and Souvenir Shops	45322 Gift, Novelty, and Souvenir Stores
5948 Luggage and Leather Goods Stores	44832 Luggage and Leather Goods Stores
5949 Sewing, Needlework, and Piece Goods Stores	45113 Sewing, Needlework, and Piece Goods Stores (pt)
5961 Catalog and Mail-Order Houses	45411 Electronic Shopping and Mail-Order Houses
5962 Automatic Merchandising Machine Operator	45421 Vending Machine Operators
5963 Direct Selling Establishments	
. Mobile Food Wagons	72233 Mobile Food Services
. All Other Direct Selling Establishments	45439 Other Direct Selling Establishments (pt)
5983 Fuel Oil Dealers	454311 Heating Oil Dealers (pt)
5984 Liquefied Petroleum Gas (Bottled Gas) Dealers	454312 Liquefied Petroleum Gas (Bottled Gas) Dealers (pt)
5989 Fuel Dealers, NEC	454319 Other Fuel Dealers
5992 Florists	45311 Florists
5993 Tobacco Stores and Stands	453991 Tobacco Stores
5994 News Dealers and Newsstands	451212 News Dealers and Newsstands
5995 Optical Goods Stores	
. Optical Stores Grinding Prescription Lenses, except 1h Labs	339115 Ophthalmic Goods Manufacturing (pt)
. Except Optical Laboratories Grinding Prescription Lenses	44613 Optical Goods Stores
5999 Miscellaneous Retail Stores, NEC	
. Cosmetic Stores	44612 Cosmetics, Beauty Supplies, and Perfume Stores (pt)
. Hearing Aid and Artificial Limb Stores	446199 All Other Health and Personal Care Stores (pt)
. Pets and Pet Supply Stores	45391 Pet and Pet Supplies Stores
. Art Dealers	45392 Art Dealers
. Telephone and Typewriter Stores	443112 Radio, Television, and Other Electronics Stores (pt)
. Other Miscellaneous Retail Stores	453998 All Other Miscellaneous Store Retailers (except Tobacco Stores) (pt)

Fuente: Negociado del Censo, Departamento de Comercio Federal, Censos Económicos de 1987; y Manual del CIU de 1987

Apéndice D – Listados de las regiones: Ocho Vs. Nueve

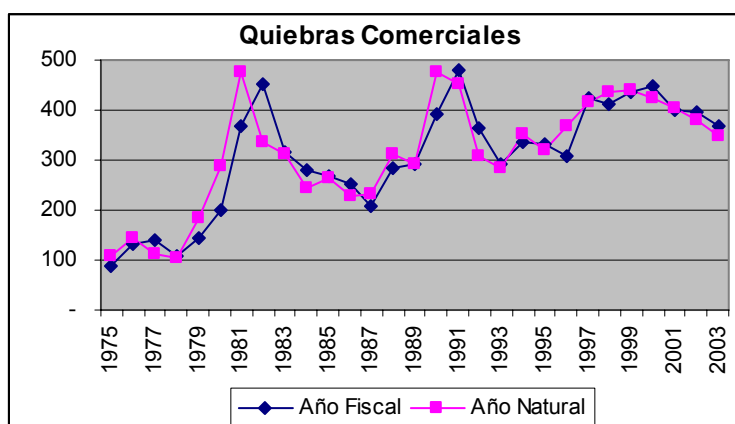
INFOVENTAS - DEFINICIONES BASICAS											
8 Regiones						9 Regiones					
Municipio	Región	Num.	Municipio	Región	Num.	Municipio	Región	Num.	Municipio	Región	Num.
1 Aguada	1 Aguadilla	1	40 Luquillo	4 Fajardo	4	1 Aguada	1 Aguadilla	1	40 Ceiba	5 Fajardo	1
2 Aguadilla	1 Aguadilla	2	41 Naguabo	4 Fajardo	5	2 Aguadilla	1 Aguadilla	2	41 Culebra	5 Fajardo	2
3 Isabela	1 Aguadilla	3	42 Río Grande	4 Fajardo	6	3 Isabela	1 Aguadilla	3	42 Fajardo	5 Fajardo	3
4 Moca	1 Aguadilla	4	43 Vieques	4 Fajardo	7	4 Moca	1 Aguadilla	4	43 Loiza	5 Fajardo	4
5 Quebradillas	1 Aguadilla	5	44 Arroyo	5 Guayama	1	5 Quebradilla	1 Aguadilla	5	44 Luquillo	5 Fajardo	5
6 San Sebastian	1 Aguadilla	6	45 Guayama	5 Guayama	2	6 San Sebastián	1 Aguadilla	6	45 Naguabo	5 Fajardo	6
7 Arecibo	2 Arecibo	1	46 Maunabo	5 Guayama	3	7 Arecibo	2 Arecibo	1	46 Río Grande	5 Fajardo	7
8 Barceloneta	2 Arecibo	2	47 Patillas	5 Guayama	4	8 Barceloneta	2 Arecibo	2	47 Vieques	5 Fajardo	8
9 Camuy	2 Arecibo	3	48 Salinas	5 Guayama	5	9 Camuy	2 Arecibo	3	48 Arroyo	6 Guayama	1
10 Ciales	2 Arecibo	4	49 Añasco	6 Mayaguez	1	10 Ciales	2 Arecibo	4	49 Guayama	6 Guayama	2
11 Corozal	2 Arecibo	5	50 Cabo Rojo	6 Mayaguez	2	11 Florida	2 Arecibo	5	50 Maunabo	6 Guayama	3
12 Dorado	2 Arecibo	6	51 Hormigueros	6 Mayaguez	3	12 Hatillo	2 Arecibo	6	51 Patillas	6 Guayama	4
13 Florida	2 Arecibo	5	52 Lajas	6 Mayaguez	4	13 Lares	2 Arecibo	7	52 Salinas	6 Guayama	5
14 Hatillo	2 Arecibo	6	53 Las Marías	6 Mayaguez	5	14 Manatí	2 Arecibo	8	53 Añasco	7 Mayaguez	1
15 Lares	2 Arecibo	7	54 Maricao	6 Mayaguez	6	15 Utuado	2 Arecibo	9	54 Cabo Rojo	7 Mayaguez	2
16 Manatí	2 Arecibo	8	55 Mayaguez	6 Mayaguez	7	16 Vega Baja	2 Arecibo	10	55 Hormigueros	7 Mayaguez	3
17 Morovis	2 Arecibo	9	56 Rincón	6 Mayaguez	8	17 Barranquitas	3 Bayamón	1	56 Lajas	7 Mayaguez	4
18 Orocovis	2 Arecibo	10	57 Sábana Grande	6 Mayaguez	9	18 Bayamón	3 Bayamón	2	57 Las Marías	7 Mayaguez	5
19 Toa Alta	2 Arecibo	11	58 San German	6 Mayaguez	10	19 Cataño	3 Bayamón	3	58 Maricao	7 Mayaguez	6
20 Utuado	2 Arecibo	12	59 Adjuntas	7 Ponce	1	20 Comerío	3 Bayamón	4	59 Mayaguez	7 Mayaguez	7
21 Vega Alta	2 Arecibo	13	60 Coamo	7 Ponce	2	21 Corozal	3 Bayamón	5	60 Rincón	7 Mayaguez	8
22 Vega Baja	2 Arecibo	14	61 Guánica	7 Ponce	3	22 Dorado	3 Bayamón	6	61 Sabana Grande	7 Mayaguez	9
23 Aguas Buenas	3 Caguas	1	62 Guayanilla	7 Ponce	4	23 Morovis	3 Bayamón	7	62 San Germán	7 Mayaguez	10
24 Aibonito	3 Caguas	2	63 Jayuya	7 Ponce	5	24 Naranjito	3 Bayamón	8	63 Adjuntas	8 Ponce	1
25 Barranquitas	3 Caguas	3	64 Juana Díaz	7 Ponce	6	25 Orocovis	3 Bayamón	9	64 Coamo	8 Ponce	2
26 Caguas	3 Caguas	4	65 Peñuelas	7 Ponce	7	26 Toa Alta	3 Bayamón	10	65 Guánica	8 Ponce	3
27 Cayey	3 Caguas	5	66 Ponce	7 Ponce	8	27 Toa Baja	3 Bayamón	11	66 Guayanilla	8 Ponce	4
28 Cidra	3 Caguas	6	67 Santa Isabel	7 Ponce	9	28 Vega Alta	3 Bayamón	12	67 Jayuya	8 Ponce	5
29 Comerío	3 Caguas	7	68 Villalba	7 Ponce	10	29 Aguas Buenas	4 Caguas	1	68 Juana Díaz	8 Ponce	6
30 Gurabo	3 Caguas	8	69 Yauco	7 Ponce	11	30 Aibonito	4 Caguas	2	69 Peñuelas	8 Ponce	7
31 Humacao	3 Caguas	9	70 Bayamón	8 San Juan	1	31 Caguas	4 Caguas	3	70 Ponce	8 Ponce	8
32 Juncos	3 Caguas	10	71 Canóvanas	8 San Juan	2	32 Cayey	4 Caguas	4	71 Santa Isabel	8 Ponce	9
33 Las Piedras	3 Caguas	11	72 Carolina	8 San Juan	3	33 Cidra	4 Caguas	5	72 Villalba	8 Ponce	10
34 Naranjito	3 Caguas	12	73 Cataño	8 San Juan	4	34 Gurabo	4 Caguas	6	73 Yauco	8 Ponce	11
35 San Lorenzo	3 Caguas	13	74 Guaynabo	8 San Juan	5	35 Humacao	4 Caguas	7	74 Canóvanas	9 San Juan	1
36 Yabucoa	3 Caguas	14	75 Loiza	8 San Juan	6	36 Juncos	4 Caguas	8	75 Carolina	9 San Juan	2
37 Ceiba	4 Fajardo	1	76 San Juan	8 San Juan	7	37 Las Piedras	4 Caguas	9	76 Guaynabo	9 San Juan	3
38 Culebra	4 Fajardo	2	77 Toa Baja	8 San Juan	8	38 San Lorenzo	4 Caguas	10	77 San Juan	9 San Juan	4
39 Fajardo	4 Fajardo	3	78 Trujillo Alto	8 San Juan	9	39 Yabucoa	4 Caguas	11	78 Trujillo Alto	9 San Juan	5

Fuente: Para las 8 regiones: CEE. Para las 9 regiones: Censo de Negocios del 1987

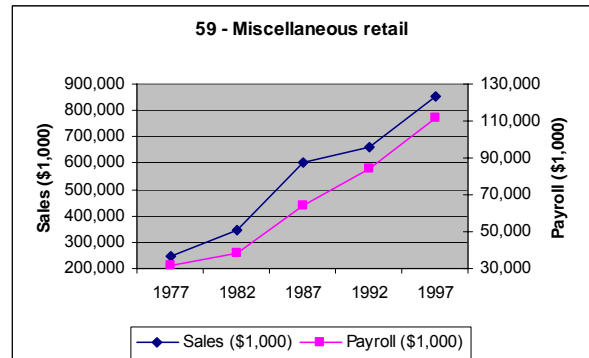
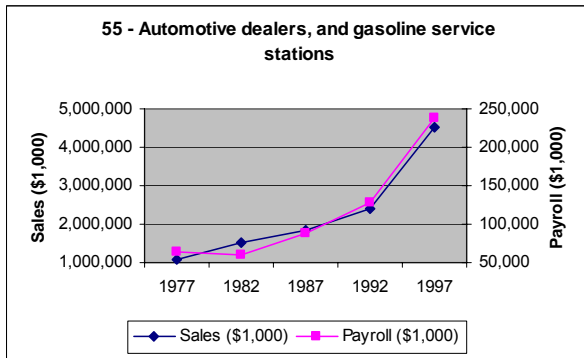
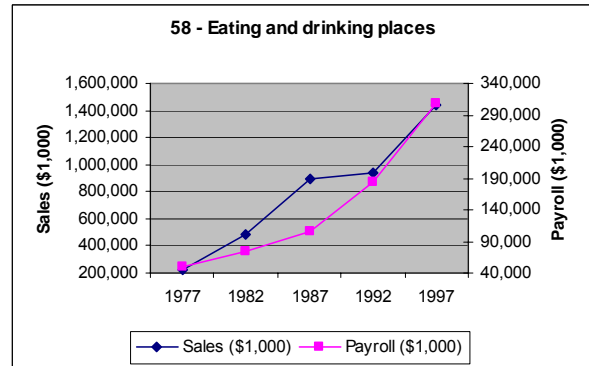
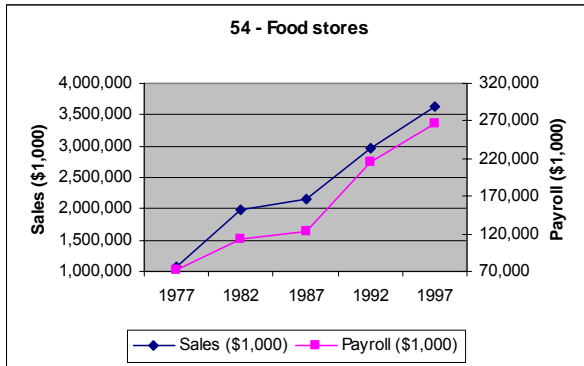
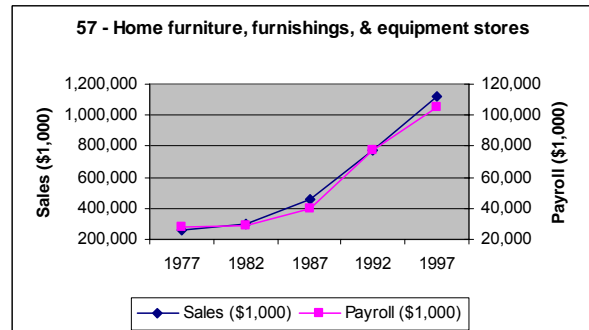
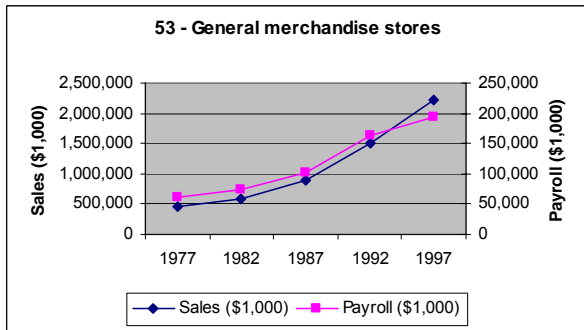
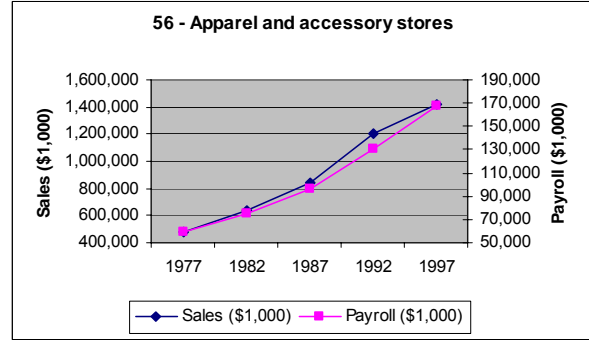
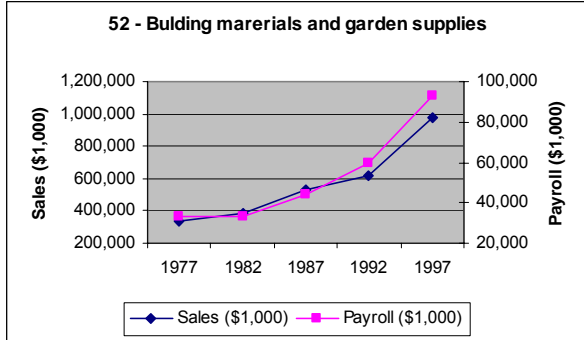
Apéndice E – Histórico mensual de las quiebras en el sector al detalle

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Fiscal	Natural
1975	13	10	8	6	12	10	7	7	9	8	7	9		106
1976	6	15	4	5	5	5	13	15	11	1	8	21	87	109
1977	11	7	15	10	15	5	15	14	14	15	14	8	132	143
1978	9	5	16	12	13	6	9	13	9	10	6	6	141	114
1979	5	3	9	11	15	12	11	9	9	8	7	6	108	105
1980	15	17	24	11	11	17	12	25	13	15	8	16	145	184
1981	10	19	18	17	25	22	32	21	42	22	19	43	200	290
1982	19	30	45	21	32	41	57	50	42	63	33	44	367	477
1983	23	26	33	23	33	27	27	28	32	26	24	36	454	338
1984	17	28	21	19	32	27	22	30	32	28	24	32	317	312
1985	17	23	14	23	19	18	25	25	15	23	24	19	282	245
1986	17	14	25	25	29	26	26	16	21	19	28	17	267	263
1987	16	18	17	20	29	25	17	14	9	29	19	15	252	228
1988	15	14	11	22	22	23	15	27	16	22	25	21	210	233
1989	21	22	36	28	30	22	31	46	13	22	21	20	285	312
1990	20	23	18	16	31	31	14	41	29	28	24	18	292	293
1991	33	47	27	55	53	24	40	31	38	50	39	38	393	475
1992	44	38	43	43	45	33	29	41	48	41	17	30	482	452
1993	23	28	30	24	18	37	33	23	28	26	15	24	366	309
1994	14	24	23	33	13	35	7	22	26	36	21	30	291	284
1995	39	27	40	29	32	28	32	23	19	28	29	28	337	354
1996	26	34	45	15	29	25	13	36	20	28	29	21	333	321
1997	29	24	24	28	21	37	22	27	31	42	35	50	310	370
1998	25	42	38	32	40	39	45	34	25	35	29	31	423	415
1999	14	32	61	42	34	30	22	39	40	38	39	46	412	437
2000	34	29	44	28	38	41	44	36	35	48	31	32	438	440
2001	35	36	53	22	33	42	31	31	32	47	35	27	447	424
2002	29	28	35	34	43	28	37	30	35	40	32	33	400	404
2003	22	33	29	22	43	40	34	31	37	33	28	30	396	382
2004	21	28	45	25	30	28	35	20	32	37	22	26	370	349
2005	15	26	37	24										

Fuente: CCE



Apéndice F- Correlación entre Nómina y Ventas (al detalle en PR)



Apéndice G – Cuestionario

Oficina de Economía InfoVentas - El Informe de Ventas al Detall Planilla para llenar MENSUALMENTE- por establecimiento*
Si la empresa tiene más de un establecimiento, hay que llenar una planilla para cada uno de ellos
INFORMACIÓN EXTRICTAMENTE CONFIDENCIAL

- 1 Cuál es el nombre oficial o legal de su empresa? _____
- 2 Cuál es el nombre comercial de su empresa? _____
- 3 Cual es la actividad comercial principal a la que se dedica la empresa? _____
- 4 Nombre Completo y Número de teléfono de la persona de contacto _____
- 5 Número del seguro patronal _____
- 6 Dirección física del establecimiento y código postal _____
- 7 Municipio que él está localizado _____
- 8 Nómina mensual _____
- 9 Cual es el área en pies cuadrados del establecimiento? _____
- 10 Cuantos establecimientos tiene su empresa? _____
- 12 Ventas Brutas del establecimiento (US\$)**:

Jan-04	
Feb-04	
Mar-04	
Apr-04	
May-04	
Jun-04	
Jul-04	
Aug-04	
Sep-04	
Oct-04	
Nov-04	
Dec-04	
Jan-05	
Feb-05	
Mar-05	
Apr-05	
May-05	
Jun-05	
Jul-05	
Aug-05	
Sep-05	
Oct-05	
Nov-05	
Dec-05	

11 Número Id. del establecimiento*** _____

*Nota1: Las informaciones de 1 - 10 tienen que ser llenadas una sola vez, a menos que haya algún cambio. Las 11 y 12, **MENSUALMENTE**.

**Nota2: De tener otro formato en excel para enviar los datos de ventas (12), no hay problema. Lo imperante es informar mensualmente a la CCE.

*** Si su empresa tiene 10 establecimientos, favor de indicar cada una por un número, por ejemplo, de 1 a 10. Este número **NO PUEDE** ser cambiado. Si algún establecimiento cerra operaciones, hay que reportar las ventas como cero.

Apéndice H – Ley 323 de 28 de diciembre de 2003

Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, Ley de la
Ley Núm. 323 de 28 de diciembre de 2003

Para crear una corporación pública que se conocerá como la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, adscrita al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio del Estado Libre Asociado de Puerto Rico; establecer sus poderes y deberes; transferir las operaciones y activos de la Administración de Fomento Comercial y de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico a esta nueva Corporación; derogar la Ley Núm. 132 de 19 de julio de 1960, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica de la Administración de Fomento Comercial"; derogar la Ley Núm. 1 de 21 de agosto de 1990, según enmendada, conocida como "Ley de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico"; derogar la Ley Núm. 21 de 11 de abril de 2001, que adscribe a la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones a la Administración de Fomento Comercial; y para otros fines.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El comercio es el intercambio de bienes y servicios donde intervienen todos los sectores productivos del país tanto en el mercado local como internacional. El grado de apertura de la economía de Puerto Rico demuestra cuánto la isla depende del intercambio de comercio exterior. En Puerto Rico el valor del intercambio del comercio exterior sobrepasa el valor del producto interno bruto por 127%, mientras en Estados Unidos este índice es de aproximadamente 13%. Las características geográficas de nuestra isla propician esta apertura tanto por los límites en recursos necesarios para sostener la población como los límites del mercado local definidos por la población que reside en la isla. Por otro lado, la tendencia de liberalización de los mercados mediante negociaciones de tratados de libre comercio representa otro elemento en el comercio local que obliga a Puerto Rico a tomar parte activa de este proceso para propiciar la competitividad y el ambiente de negocios favorables para el desarrollo económico de nuestro país. Ciertamente, esta tendencia representa un ambiente de competencia distinto que implica un cambio de cómo hacer negocios.

La fuerza motriz que impulsa el comercio en Puerto Rico es el empresario pequeño y mediano, quien aporta más de 22% del Producto Interno Bruto y 44% del empleo en Puerto Rico. Sin embargo, uno de los problemas principales que confronta el empresario pequeño y mediano es que la oferta de servicios entre agencias gubernamentales, federales y del sector privado es diversa, y la ofrecen múltiples entidades, lo cual genera confusión al fragmentarse los recursos en diferentes entidades. A esto se le añade lo complejo que resulta la aprobación de permisos para establecer un nuevo negocio. Un estudio comisionado por la Administración de Fomento Comercial (AFC) y la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones (Promoexport) en consulta con nuestros clientes demuestra que generalmente los empresarios no conocen las agencias que ofrecen servicios. Además de considerar el panorama comercial, la nueva entidad que se pretende crear en la presente Ley atempera efectivamente los diferentes modelos administrativos que se consolidan.

Así pues, mediante la Ley Núm. 21 de 11 de abril de 2001, la Asamblea Legislativa adscribió la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico (la "CDE") a la Administración de Fomento Comercial (la "Administración"). Se le asignó a la Administración de Fomento Comercial específicamente el deber de promover y coordinar la promoción de las exportaciones para ampliar la oferta de servicios a pequeños y medimos empresarios que buscan expandir sus negocios, tanto en el mercado local como en el internacional. Dicha Ley Núm. 21 tuvo el propósito expreso de evitar la duplicación innecesaria de funciones. De esta forma se perseguía que el gobierno funcionase más eficientemente en el desarrollo comercial y la creación de empleos.

No obstante, la mencionada Ley Núm. 21 no proveyó los mecanismos necesarios para complementar procesos operacionales tanto administrativos como de ofrecimiento de servicios, por lo que existen actualmente dos marcos legales distintos, esto es, dos entidades separadas, creadas en virtud de dos leyes diferentes, ambas, además, de épocas diferentes.

La Administración fue creada en el 1960 y la CDE en el 1990, según enmendada posteriormente. Igualmente, cada entidad tiene distintos procedimientos administrativos. La CDE tiene su andamiaje administrativo subcontratado al Banco de Desarrollo Económico, de Puerto Rico y la Administración de Fomento Comercial está sujeta a las leyes que rigen a las agencias del gobierno central. En la práctica, hay dos grupos de servicios provistos por entidades separadas, lo que ha dificultado que se agilice el desarrollo y la implementación de mejores servicios a la pequeña y mediana empresa.

La Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico pretende superar las limitaciones que representa administrar dos modelos operacionales sustancialmente distintos, y será la puerta para el acceso de servicios de clase mundial para el empresario pequeño y mediano, tanto para el nuevo negocio como el negocio en expansión. La oferta de servicios

conectará al empresario con información actualizada y con los recursos gubernamentales y del sector privado. La Compañía profesionalizará y enfatizará el servicio al cliente.

Por consiguiente, a fin de promover una mayor eficiencia en los servicios al sector comercial, en particular la mediana y pequeña empresa, para lograr mayor presencia en este sector, para poder presentar una oferta de servicios coherente e integrada y para poder tener una estructura ágil y dinámica, capaz de adaptarse con facilidad a los cambios, retos y oportunidades que en el futuro se presenten, resulta necesario consolidar las funciones de la Administración de Fomento Comercial y de la Corporación para el Desarrollo de Exportaciones y crear una nueva corporación pública que se conocerá como la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (la cual será conocida en inglés como Puerto Rico Trade and Export Company) adscrita al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio. La creación de dicha Corporación es cónsona con los programas que se han iniciado para fomentar la protección y desarrollo del pequeño comerciante; entre los cuales se encuentra la inversión millonaria en los cascos urbanos; y esta acorde con las iniciativas encaminadas para incentivar la exportación de productos manufacturados en el País por empresas que operan en la isla.

A tenor con lo anterior, esta Asamblea Legislativa, en la búsqueda de otorgar mayores herramientas y mejorar las condiciones para nuestros comerciantes y en aras de crear un ambiente idóneo en el País para la creación de más y mejores empleos para nuestra gente, a través de esta medida, dispone la derogación de la Ley Núm. 132 de 19 de julio de 1960, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica de la Administración de Fomento Comercial", y la derogación de la Ley Núm. 1 de 21 de agosto de 1990, según enmendada, conocida como "Ley de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico", a fin de traspasar sus poderes, facultades y funciones a una nueva corporación pública, que se conocerá como la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico.

DECRETASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

Artículo 1.-Título.

Esta Ley se conocerá como "Ley de la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico".

CAPITULO I: DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 2.-Política Pública.

Se establece como política pública del Estado Libre Asociado de Puerto Rico el desarrollo del comercio, con énfasis en las pequeñas y medianas empresas, donde intervienen todos los sectores productivos del país, para que sean competitivas tanto localmente como en el mercado internacional, con el propósito de fortalecer la economía del país y propiciar la creación y retención de empleos. Esta política pública se implementará a través de: (1) la creación de mecanismos que integren a las empresas locales con las nuevas tendencias comerciales globales; (2) conceptualizar las funciones de la Compañía como una proveedora de servicios; (3) desarrollar el empresarismo puertorriqueño; (4) reconocer que nuestro futuro económico, debido a nuestra situación geográfica de isla, está íntimamente ligado al intercambio comercial con el exterior, tanto en la importación como en la exportación; (5) infundir el concepto de innovación en las nuevas empresas y en las empresas en expansión; (6) servir de enlace entre los mercados locales e internacionales promoviendo el intercambio comercial de bienes y servicios entre Puerto Rico, Estados Unidos de América y el resto del mundo; (7) promover la creación de una red operacional de servicios en Puerto Rico para la pequeña y mediana empresa y desarrollar los programas necesarios para la creación y mantenimiento de esa red, en coordinación con la academia, el sector privado y otras entidades gubernamentales municipales, estatales y federales; y, (8) proveer programas de información, asesoramiento, promoción y servicios directos a las pequeñas y medianas empresas o individuos dedicados a las distintas actividades del comercio local e internacional de Puerto Rico, entre otros.

Artículo 3. -Definiciones.

Las siguientes palabras y términos, cuando sean usados o se haga referencia a los mismos en esta Ley, tendrán el significado indicado a continuación a menos que del contexto surja claramente otro significado. Los tiempos usados en el presente incluyen también el futuro, y el género masculino incluye el femenino, salvo en aquellos casos que tal interpretación resultase absurda. El número singular incluye el plural y el plural el singular.

- (a) "Administración" significará la Administración de Fomento Comercial creada por Ley Núm. 132 de 19 de julio de 1960, según enmendada.
- (b) "Bonos" significará título, pagarés u otros comprobantes de deudas u obligaciones.
- (c) "Comercio" significará el intercambio de bienes y servicios en el mercado local y en el internacional.
- (d) "Compañía" significará la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, creada mediante esta Ley.

- (e) "CDE" significará la Corporación para el Desarrollo de Exportaciones creada mediante la Ley Núm. 1 de 21 de agosto de 1990, según enmendada.
- (f) "Departamento" significará el Departamento de Desarrollo Económico y Comercio del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, creado en virtud del Plan de Reorganización Núm. 4 de 22 de junio de 1994.
- (g) "Director Ejecutivo" significará la persona que administrará la Compañía y que será su autoridad nominadora.
- (h) "Junta de Directores" significará el cuerpo mediante el cual se ejercerán y estarán investidos los poderes de la Compañía.
- (i) "Programas" significará las iniciativas y ofrecimientos de Administración y de la CDE.
- (j) "Secretario" significará el Secretario del Departamento de Desarrollo Económico y Comercio.

CAPÍTULO II: DISPOSICIONES ESPECIALES

Artículo 4.-Creación de la Compañía.

Se crea una corporación pública adscrita al Departamento de Desarrollo Económico y Comercio del Estado Libre Asociado de Puerto Rico que se conocerá como la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico (conocida en inglés como Puerto Rico Trade and Export Company), con existencia legal y personalidad separada del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, sus agencias, instrumentalidades y subdivisiones políticas.

Su misión principal será fomentar el desarrollo del comercio, con especial énfasis en las pequeñas y medianas empresas, y las exportaciones de productos y servicios de Puerto Rico a otros países o regiones fuera de las fronteras puertorriqueñas. Desarrollará y proveerá programas de información, asesoramiento, promoción y servicios directos a las empresas o individuos dedicados en Puerto Rico a las distintas actividades del comercio local e internacional.

Artículo 5.-Facultades, poderes y responsabilidades de la Compañía.

La Compañía podrá ejercer todos los poderes necesarios o inherentes para llevar a cabo sus propósitos corporativos, incluyendo, pero sin limitarse a:

- (a) Servir de enlace entre los mercados locales e internacionales promoviendo el intercambio comercial de bienes y servicios entre Puerto Rico, Estados Unidos de América y el resto del mundo; promover y mercadear productos y servicios de Puerto Rico en Estados Unidos y en el exterior.
- (b) Promover la creación de una red operacional de servicio en Puerto Rico para la pequeña y mediana empresa y desarrollar los programas necesarios para la creación y mantenimiento de esa red, en coordinación con la academia, el sector privado y otras entidades gubernamentales municipales, estatales y federales,
- (c) Gestionar ayuda financiera y técnica, incluyendo asesoramiento en los distintos aspectos de mercadeo y prácticas comerciales locales e internacionales, que ayudará a los pequeños y medianos comerciantes a preparar propuestas de financiamiento que serán referidas al Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico u otras instituciones financieras.
- (d) Tener completo dominio e intervención sobre todas y cada una de sus propiedades y actividades, incluyendo el poder de determinar el carácter y la necesidad de todos los gastos, y el modo como los mismos deberán incurrirse, autorizarse y pagarse.
- (e) Adoptar, alterar y usar un sello corporativo del cual se tomará conocimiento judicial.
- (f) Demandar y ser demandada.
- (g) Hacer contratos y formalizar todos los instrumentos que fueren necesarios o convenientes en el ejercicio de cualquiera de sus poderes.
- (h) Prestar servicios, ofrecer ayuda técnica y disponer el uso de su propiedad inmueble y mueble, mediante compensación o sin ella.

- (i) Determinar, fijar o alterar derechos, rentas y otros cargos por el uso de las facilidades, equipo o servicios prestados o suministrados por la Compañía, ya fuere a las corporaciones públicas, agencias gubernamentales y a las empresas privadas.
- (j) Estimular a la empresa privada a promover, iniciar y mantener en operación toda clase de actividades comerciales que desarrollen el comercio en general y las exportaciones de productos y servicios originados o distribuidos localmente.
- (k) Edificar cualquier facilidad en Puerto Rico, en Estados Unidos o cualquier otros [sic] país, que sea necesaria y conveniente para el desarrollo del comercio puertorriqueño y para poner en vigor sus poderes, fines y propósitos a tenor con esta Ley.
- (l) Controlar de manera exclusiva sus propiedades y actividades, y establecer su propio sistema de contabilidad para el adecuado control y registro de todas sus operaciones.
- (m) Adquirir por medios legales cualesquiera bienes muebles o inmuebles, tangibles o intangibles, o cualquier derecho o interés sobre ellos. Retener, conservar, usar y operar los mismos, y vender o arrendar dichos bienes para llevar a cabo los fines y propósitos de esta Ley.
- (n) Tomar dinero a préstamo y asumir obligaciones, a tenor con las disposiciones legales aplicables a eso efectos, para sus fines corporativos bajo aquellos términos y condiciones que de tiempo en tiempo determine su Director Ejecutivo y que sea aprobado por la Junta de Directores y por la autoridad del Estado Libre Asociado de Puerto Rico que aquí se le otorga.
- (o) Emitir sus propios bonos, pagarés, obligaciones hipotecarias y otras obligaciones.
- (p) Aceptar fondos, propiedades o ayuda económica de cualquier naturaleza, de cualquier persona natural o jurídica o entidad de carácter privada o gubernamental que opere o funcione localmente, internacionalmente o en los Estados Unidos de América, y acordar el uso de tales fondos.
- (q) Crear o participar como inversionista en una o más subsidiarias o afiliadas que operen con o sin fines de lucro, conjuntamente con el sector público o privado, estimulando selectivamente a que éstas pasen a ser totalmente privadas. Para ello, podrá aportar fondos en bloque ("grants"), haciendo las salvaguardas que se impongan por Reglamento, a entidades privadas con fines similares a los de la Compañía para el desarrollo del comercio tanto en la esfera local como en la internacional.
- (r) Establecer alianzas con las universidades públicas o privadas de Puerto Rico y con otros sectores públicos y privados para lograr los objetivos de esta Ley.
- (s) Vender, negociar, retener o disponer de los instrumentos de deuda que adquiera por motivo de sus operaciones.
- (t) Adquirir toda clase de bienes en pago o a cuenta de acreencias o en permuta por inversiones hechas en el curso de sus negocios, cuando tal adquisición sea deseable o necesaria para disminuir o evitar una pérdida en conexión con las mismas, y para retener tales bienes por el tiempo que la Junta de Directores, por recomendación del Director Ejecutivo, estime conveniente y para ejercer sobre ellos derechos de propiedad y disponer de los mismos.
- (u) Invertir sus fondos prioritariamente en aceptaciones bancarias o certificados de depósito, endosados o emitidos, según sea el caso, por el Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico o en depósitos a plazo fijo en dicho Banco, en obligaciones del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, o garantizadas tanta o en principal como en intereses por el Estado Libre Asociado de Puerto Rico; o en obligaciones de cualquier agencia, instrumentalidad, comisión autoridad, municipio u otras subdivisiones políticas de los Estados Unidos de América; o en obligaciones de instituciones bancarias internacionales reconocidas por los Estados Unidos de América y a las cuales los Estados Unidos de América hayan aportado capital; o efectuar trámites de inversión conjunta; o en aceptaciones bancarias o certificados de depósito, endosados o emitidos, según sea el caso, por bancos organizados bajo las leyes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, de los Estados Unidos de América o de sus estados.
- (v) Establecer oficinas y divisiones en Puerto Rico y en el exterior para la transacción de sus negocios incluyendo una División de Zona Libre de Comercio, y para proveer servicio en el extranjero al empresario puertorriqueño.

(w) Adquirir, poseer y disponer de acciones y derechos de miembros, contratos, bonos u otros intereses en otras compañías, entidades o corporaciones, y ejercitar cualesquiera, y todos los poderes o derechos con relación a los mismos, y obtener la organización de acuerdo con la Ley y ejercer dominio parcial o total sobre compañías, asociaciones o corporaciones subsidiarias, con fines pecuniarios o no pecuniarios, afiliadas o asociadas, siempre que, a juicio de la Junta de Directores, por recomendación del Director Ejecutivo, tal arreglo sea necesario, apropiado o conveniente, para efectuar los fines de la Compañía o el ejercicio de sus poderes, y vender, arrendar, donar, o de otro modo conceder, cualquier propiedad de la Compañía o delegar, o traspasar cualquiera de sus derechos, poderes, funciones o deberes, a cualquiera de dichas compañías, entidades o corporaciones que estén sujetas a su dominio, excepto el derecho de instar procedimientos de expropiación.

(x) Adoptar reglamentos para regir sus actividades y ejercer los poderes otorgados por esta Ley.

(y) Realizar todos aquellos actos incidentales necesarios o convenientes para llevar a efecto los poderes que se le confieren por esta Ley o por cualquier otra Ley vigente en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Las actividades de la Compañía no empeñarán el crédito del Estado Libre Asociado de Puerto Rico ni el de cualquiera de sus corporaciones públicas o subdivisiones políticas.

(z) La Compañía estará exenta del pago de los derechos y aranceles requeridos por el Registro de la Propiedad, la Ley Notarial, o por cualquier otro organismo público del Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

Artículo 6.-Transferencia de funciones y poderes.

Se transfieren a la Compañía todas las funciones y poderes de la Administración incluyendo, pero sin limitarse a, aquellas funciones relativas a la investigación y promoción del comercio.

Se transfieren a la Compañía todas las funciones y poderes de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico incluyendo, pero no limitándose, a las funciones relativas a la promoción de productos y servicios de Puerto Rico en el exterior y al mantenimiento de facilidades e instalaciones comerciales para arrendamiento al sector público y privado, incluyendo los acuerdos relativos a las zonas y subzonas de libre comercio.

Artículo 7.-Administración.

Los poderes de la Compañía se ejercerán y su política pública, así como su administración, se determinarán por una Junta de Directores, en adelante "la Junta", integrada por nueve (9) miembros. Este organismo estará compuesto por el Secretario del Departamento, quien será su Presidente; el Director Ejecutivo de la Compañía de Fomento Industrial; el Presidente del Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico; el Director Ejecutivo de la Autoridad de los Puertos; el Secretario del Departamento de Agricultura. El Secretario del Departamento podrá designar a un representante, quien debe tener la capacidad, conocimientos y poder decisonal para representar de forma efectiva al funcionario ejecutivo que sustituye. El representante designado por el Secretario, deberá responder directamente a este, quien a su vez, será responsable de las determinaciones que se tomen en la Junta. Además, formarán parte de la Junta tres (3) representantes del sector privado, uno (1) de los cuales representará al sector de pequeños y medianos empresarios en el mercado local y otro (1) representará al sector de pequeños y medianos empresarios en el mercado exterior, y un (1) representante de una universidad pública o privada debidamente acreditada por las instituciones pertinentes del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, a ser nombrados por la Gobernadora de Puerto Rico con el consejo y consentimiento del Senado, quienes desempeñarán sus cargos por un término de cuatro (4) años contados desde el momento que son nombrados.

Una mayoría de los directores constituirá quórum de la Junta de Directores para todos los fines y los acuerdos se tomarán por mayoría de los presentes. La Junta establecerá mediante reglamento la suma a pagarse por reembolso de gastos de los miembros del sector privado por cada día que asistan a las reuniones de la Junta, según certifique el secretario de la misma. Los miembros de la Junta que fueren funcionarios del Estado Libre Asociado de Puerto Rico no recibirán compensación por sus servicios. Los miembros de la Junta que no sean funcionarios públicos tendrán derecho a recibir aquellos pagos de dieta por cada reunión de la Junta a que asistan, según certifique el secretario de la misma, que la Junta fije de tiempo en tiempo, tomando como base las dietas que se paguen en entidades similares.

Artículo 8.-Funcionarios de la Compañía.

El Director Ejecutivo de la Compañía será nombrado por la Gobernadora o Gobernador, con el consejo y consentimiento del Senado. El Director Ejecutivo desempeñará su cargo a voluntad de la Junta y su compensación será la que la Junta determine. El Director Ejecutivo estará a cargo de las actividades de la Compañía y tendrá el poder y la autoridad de realizar lo que más adelante se enumera, disponiéndose que por Reglamento Interno se le podrá imponer otros poderes más específicos, cónsonos con los enumerados y expuestos en esta Ley y con los propósitos de la misma:

- (a) Hacer estudios e investigaciones relacionados con los problema, e impedimentos del comercio local y exterior en Puerto Rico, y para tomar o recomendar que se tomen aquellas medidas necesarias para su solución y eliminación, incluyendo, pero sin limitarse al establecimiento de alianzas con instituciones educativas o privadas.
- (b) Recopilar, interpretar y publicar estadísticas relacionadas al comercio local y exterior.
- (c) Requerir la información que sea necesaria, pertinente y especializada para ejercer sus responsabilidades.
- (d) Expedir citaciones requiriendo la comparecencia de testigos y la presentación de documentos, datos u otra información pertinente para llevar a cabo los propósitos de esta Ley.
- (e) El Director Ejecutivo podrá, además, por sí o mediante su representante debidamente autorizado, tomar juramentos y recibir testimonios, datos o información.

Si una citación o requerimiento de documentos, datos o información no fuere cumplida, se comparecerá ante el Tribunal de Primera Instancia liara solicitar la orden de cumplimiento de tal citación o requerimiento so pena de desacato. Toda información oral o escrita obtenida por la Compañía bajo sus órdenes, se mantendrá en estricta confidencialidad. El interés apremiante del Gobierno para mantener la confidencialidad de esta información recae en que la información sometida por alguna empresa o persona que pueda considerarse como secreto de negocio o pueda lesionar algún derecho de ese tercero que suministra la información, o por algún otro supuesto en que se pueda rech.mar válidamente la secretividad de la información suministrada a la Compañía. El uso de esta información será únicamente para los propósitos de estudio, encuesta, investigación o en aras de cumplir con la Ley. Será ilegal sin la previa autorización escrita de la persona que la suministró, el divulgar o dar a conocer datos de un negocio o negocios que fueron obtenidos con el propósito de llevar a cabo un estudio, encuesta o investigación bajo estas disposiciones y cualquier infracción a esta disposición constituirá delito que se castigará con una multa no mayor de diez mil (10,000) dólares o cárcel por no menos de un año; si el convicto es un funcionario o empleado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico será además destituido de su cargo.

- (f) Realizar todos aquellos actos incidentales necesarios o convenientes para llevar a efecto los poderes que por esta Ley o por cualquier otra Ley vigente en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico se le confieren a la Compañía.
- (g) Rendir un informe anual de las operaciones de la Compañía a la Junta que deberá incluir lo siguiente.
 - (1) un estado financiero de cuentas auditado y preparado conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados, que incluirá los ingresos y egresos de la Compañía durante el año fiscal contabilizado, un estado de situación de la Compañía al final de dicho año fiscal, un informe completo de los negocios de la Compañía durante el año fiscal precedente, y
 - (2) un informe completo del estado y progreso de todos sus programas y actividades desde la creación de la Compañía o desde la fecha del último de estos informes. El Informe podrá requerir aquella otra información que el Director Ejecutivo determine pertinente y necesaria incluir.
- (h) Tomar las decisiones administrativas que sean necesarias para cumplir con las funciones de la Compañía.

Artículo 9.-Funcionarios y empleados.

El Director Ejecutivo tendrá la facultad para nombrar y contratar los servicios de todos sus empleados, funcionarios y agentes, y conferirles poderes, facultades, responsabilidades y la autoridad que estime propia. Los nombramientos, separaciones, ascensos, traslados, ceses, reposiciones, suspensiones, licencias y cambios de categoría, remuneración o título de los funcionarios y empleados de la Compañía, se harán y se permitirán como dispongan las normas y reglamentos que proponga el Director Ejecutivo y que sean aprobados por la Junta, los cuales, aunque no sujetos a la "Ley de Personal del Servicio Público", Ley Núm. 5 de 14 de octubre de 1975, según enmendada, si deberán incorporar y estar en armonía con las áreas esenciales al principio de mérito contenido en la antes mencionada Ley Núm. 5.

Nada de lo dispuesto en esta Ley afectará el derecho de negociación colectiva que han disfrutado los empleados de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico, ni de los derechos que hayan adquirido en virtud de los convenios negociados al amparo de la Ley Núm. 130 de 8 de mayo de 1945, según enmendada, conocida como "Ley de Relaciones del Trabajo de Puerto Rico". La Compañía reconocerá los derechos adquiridos por los empleados a través del Convenio Colectivo otorgado el 2 de julio de 2002, al amparo de la referida Ley Núm. 130, *supra*.

Además, el personal de la Administración y de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico conservará todos los derechos, obligaciones, beneficios, condiciones y situaciones, incluyendo la antigüedad, que tenían al

momento de la aprobación de esta Ley dentro de la Administración o la Corporación y el derecho según aquellas leyes o reglamentos vigentes al momento de la aprobación de esta Ley en la respectiva entidad en la cual trabajaban, con respecto al empleo o re-empleo en el servicio del Gobierno. Asimismo, si el empleado fuere beneficiario de cualquier sistema o sistemas de pensión, retiro, o fondo de ahorro y préstamos, retendrá los derechos, privilegios, obligaciones, y estado ("status") de pensión, retiro, o fondo de ahorro y préstamos, respecto a los mismos que la ley prescribe para el personal de la Administración o la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico.

No podrá desempeñar cargo ejecutivo en la Compañía aquella persona que tuviere interés económico sustancial, directo o indirecto en alguna empresa privada para la cual la Compañía haya suministrado el capital. Nada de lo aquí dispuesto se interpretará en contravención a la "Ley de Etica Gubernamental", Ley Núm. 12 de 24 de julio de 1985, según enmendada.

Nada en esta Ley se interpretará como una limitación para que la Compañía tenga su propio Plan de Clasificación y Retribución, según establezca el Director Ejecutivo y apruebe la Junta.

Artículo 10.-Dispensa por paga adicional o compensación extraordinaria.

Ningún funcionario o empleado de la Compañía recibirá paga adicional o compensación extraordinaria de ninguna especie a menos que tenga una dispensa con el consentimiento expreso del Director Ejecutivo. La paga adicional o compensación extraordinaria autorizada por la dispensa no puede presentar algún conflicto con el desempeño del trabajo con la Compañía, ni debe menoscabar la calidad de las labores brindadas a la Compañía. De ninguna manera este Artículo se interpretará como que alguna persona tenga el derecho de recibir sueldo por más de un cargo o empleo en el Gobierno.

Artículo 11.-Reglamentos.

Los reglamentos de la Compañía proveerán para el funcionamiento interno de la misma y los deberes y responsabilidades de sus funcionarios. Los reglamentos serán recomendados por el Director Ejecutivo y aprobados por la Junta. Las enmiendas a los reglamentos serán propuestas por el Director Ejecutivo y aprobadas por la Junta. Ningún reglamento o enmienda a los mismos será efectivo hasta que haya sido debidamente registrado en el libro oficial de minutas de la Compañía, después de haber sido aprobado mediante resolución de la Junta. Ningún reglamento podrá estar en conflicto con las disposiciones de esta Ley ni con las disposiciones de la Ley Núm. 170 de 12 de agosto de 1988, según enmendada, conocida como "Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme".

Artículo 12.-Bonos de la Compañía

- (a) La Compañía podrá emitir de tiempo en tiempo, y vender, sus propios bonos y tenerlos en circulación.
- (b) Los bonos de la Compañía son inversiones legales y podrán aceptarse como garantía para todo fondo de fideicomiso, especial o público, y cuya inversión o depósito esté bajo la autoridad o el dominio del Estado Libre Asociado de Puerto Rico o de cualquier funcionario o funcionarios de éste.
- (c) Los bonos podrán autorizarse por resolución o resoluciones de la Junta aprobada por cualquiera de los siguientes dos (2) funcionarios el Presidente del Banco Gubernamental de Fomento para Puerto Rico o el Secretario del Departamento de Hacienda; podrán ser de las series, llevar la fecha o fechas, vencer en plazo o plazos, devengar intereses al tipo o tipos que no excederán del tipo máximo permitido por ley; podrán ser de la denominación o denominaciones, y en forma de bonos con cupones o inscritas; podrán tener privilegios de inscripción o conversión; podrán otorgarse en la forma, ser pagaderos por los medios de pago y en el sitio o sitios, estar sujetos a los términos de redención, con o sin prima; podrán ser declarados vencidos o vencer en la fecha anterior a su vencimiento; podrán proveer para el reembolso de bonos mutilados, destruidos, robados o perdidos; podrán ser autenticados una vez cumplidas las condiciones; y podrán contener los demás términos y estipulaciones que provea dicha resolución o resoluciones.
- (d) Los bonos podrán venderse pública o privadamente. Podrán cambiarse bonos convertibles por bonos de la Compañía que estén en circulación de acuerdo con los términos que la Junta estime beneficiosos a los mejores intereses de la Compañía. No obstante, su forma y texto, y a falta de una cita expresa en los bonos de que éstos no, sean negociables, todos los bonos de la Compañía serán y se entenderán que son en todo tiempo, documentos negociables para o do propósito.
- (e) Los bonos de la Compañía que lleven las firmas de los funcionarios de la Compañía en ejercicio de sus cargos en la fecha de la firma de los mismos, son válidos y constituyen obligaciones ineludibles, aun cuando antes de la entrega y pago de dichos bonos, cualquiera o todos los funcionarios de la Compañía cuyas firmas o facsimil de las firmas aparezcan en aquellos, hayan cesado como tales funcionarios de la Compañía. Cualquier resolución autorizando bonos podrá proveer que tales bonos contengan una cita de que se emiten de conformidad con la

presente Ley, y cualquier bono que contenga esa cita, autorizada por una tal resolución, será concluyentemente considerado válido y emitido de acuerdo con las disposiciones de esta Ley.

(f) Podrán emitirse bonos provisionales o interinos, recibos o certificados, en lo que se otorgan y entregan los bonos definitivos, en la forma y con las disposiciones que se provean en la resolución o resoluciones.

(g) Cualquier resolución o resoluciones autorizando cualesquier emisión de bonos o el contrato de fideicomiso garantizando dichos bonos podrá incluir disposiciones, como parte del contrato con los tenedores de los bonos, tales como:

(1) En cuanto a la disposición del total de las rentas brutas o netas e ingresos presentes o futuros de la Compañía, incluyendo el comprometer todos o cualquiera parte de los mismos para garantizar el pago de los bonos y el gravar o hipotecar cualquier parte de las rentas o las propiedades que las producen a favor de los tenedores de los bonos.

(2) en cuanto a las tarifas o precios a cobrarse por efectos o servicios vendidos o préstamos hechos por la Compañía, y la aplicación, uso y disposición de las cantidades que ingresen mediante el cobro de dichas tarifas y de otros ingresos de la Compañía.

(3) en cuanto a la separación de reservas para fondos de amortización y reglamentación y disposición de los mismos.

(4) en cuanto a las limitaciones del derecho de la Compañía para restringir y regular el uso de cualquier empresa o propiedad o parte de la misma.

(5) en cuanto a las limitaciones de los fines a los cuales pueda aplicarse el producto de la venta de cualquier emisión de bonos que se haga entonces o en el futuro.

(6) en cuánto a las limitaciones relativas a la emisión de bonos adicionales.

(7) en cuanto al procedimiento por el cual podrán enmendarse los términos de cualquier resolución autorizando bonos, o de cualquier otro contrato con los tenedores de bonos; y en cuanto al montante de los bonos cuyos tenedores deban dar su consentimiento al efecto, así como forma en que haya de darse dicho consentimiento.

(8) en cuanto a la clase y cuantía del seguro que deberá mantener la Compañía sobre sus empresas, y el uso y disposición del dinero del seguro.

(9) comprometiéndose a no empeñar en todo o en parte los ingresos, rentas, o propiedad de la Compañía a los cuales pueda tener derecho entonces o pueda surgir éste en el futuro.

(10) en cuanto a los casos de incumplimiento y los términos y condiciones por los cuales cualquiera o todos los bonos deban vencer o puedan declararse vencidos antes de su vencimiento, y en cuanto a los términos y condiciones por los cuales dicha declaración y sus consecuencias puedan renunciarse;

(11) en cuanto a los derechos, responsabilidades, poderes y deberes a ejercerse en casos de violación por la Compañía de cualquiera de sus compromisos, condiciones u obligaciones; y en cuanto al nombramiento de un síndico en caso de incumplimiento por la Compañía;

(12) en cuanto a invertir a uno o más fiduciarios con el derecha de hacer cumplir cualesquiera estipulaciones convenidas para asegurar, pagar, o en relación con los bonos; en cuanto a los poderes y deberes de cada fiduciario o fiduciarios y la limitación de la responsabilidad de los mismos, y en cuanto a los términos y condiciones en que los tenedores de bonos de cualquiera proporción o porcentaje de los mismos, puedan obligar o cumplir cualquier convenio hecho de acuerdo con la presente Ley, o los deberes impuestos por la misma;

(13) en cuanto al modo de cobrar las tarifas, derechos, rentas, intereses, o cualesquiera otros cargos, por los servicios, facilidades, préstamos o artículos de las empresas de la Compañía;

(14) en cuanto a otros actos y cosas que no estén en pugna con los artículos de esta Ley, que puedan ser necesarios o convenientes para garantizar los bonos, o que tiendan a hacer los bonos más negociables.

(h) Ni los miembros de la Junta, ni alguna persona que otorgue los bonos son responsables personalmente de los mismos. La Compañía queda facultada para comprar, con cualesquiera fondos disponibles al efecto, cualesquiera bonos en circulación emitidos o asumidos por ella, a un precio que no exceda del montante del principal o del precio de redención de los mismos, más los intereses acumulados.

Artículo 13.-Bonos. Exención contributiva.

Con el propósito de facilitar a la Compañía la gestión de fondos que le permitan realizar sus fines corporativos, los bonos emitidos por la Compañía y las rentas que de ellas se devenguen, serán exentos de contribución.

Artículo 14.-Bonos. Acuerdo con el Gobierno.

El Gobierno Estatal se compromete por la presente Ley, y acuerda con cualquier persona jurídica que suscriba o adquiera bonos u otras obligaciones de la Compañía, a no gravar, limitar ni restringir los bienes, ingresos, rentas, derechos o poderes que por la presente se confieren a la Compañía hasta tanto dichos bonos u otras obligaciones de cualquier fecha que sean, conjuntamente con los intereses sobre los mismos, queden totalmente solventados y retirados.

Artículo 15.-Responsabilidad del Estado Libre Asociado de Puerto Rico

Los bonos y demás obligaciones emitidas por la Compañía no constituirán una deuda del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, ni de ninguno de sus municipios u otras subdivisiones políticas. Ni el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, ni ninguno de sus municipios, u otras subdivisiones políticas tienen responsabilidad en cuanto a los mismos, ni serán los bonos o demás obligaciones pagaderos de otros fondos que no sean los de la Compañía.

Artículo 16.-Injunctions.

No se expedirá ningún injuncion para impedir la aplicación de los Artículos 12 al 14 de la presente Ley o cualquier parte de los mismos.

Artículo 17.-Disposiciones en pugna.

En los casos en que las disposiciones de los Artículos 12 al 14 estén en pugna con las disposiciones de cualquier otra ley, prevalecerán las disposiciones de los Artículos 1 al 16, y ninguna otra ley aprobada anterior o posteriormente regulando la administración del Gobierno Estatal o de cualesquiera partes, oficinas, negociados, departamentos, comisiones, dependencias, municipios, ramas, agentes, funcionarios, o empleados del mismo, será interpretada como aplicable a la Compañía, a menos que así se disponga expresamente.

Artículo 18.-Fondos y garantías. Presupuesto.

A fin de permitirle a la Compañía llevar a cabo las funciones, facultades y poderes que le encomienda esta Ley, se transfieren los balances existentes del presupuesto de la Administración que están bajo la custodia del Departamento de Hacienda y de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones para el año fiscal vigente y otros fondos disponibles por concepto de otras leyes y fondos especiales. La transferencia de esos fondos especiales servirá para mantener los programas de incentivos y capacitación, entre otros, existente, al momento de la aprobación de la presente Ley.

Las deudas, obligaciones, propiedades y todo otro género de activo o pasivo que se le atribuyan a los fondos transferidos no serán responsabilidad del Departamento, ni de otras agencias, corporaciones públicas, subdivisiones políticas u otra entidad gubernamental del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Esas deudas, obligaciones, propiedades u otro género de activo o pasivo irán contra los fondos transferidos exclusivamente.

Se dispone expresamente un período de transición de seis (6) años para que la Compañía sea auto sustentable. Durante este período, la Compañía someterá su petición a la Oficina de Gerencia y Presupuesto para que la Asamblea Legislativa apruebe una partida de fondos para la operación, incentivos y servicios de la Compañía. Para los años fiscales subsiguientes, la Asamblea Legislativa de Puerto Rico en el ejercicio de sus poderes, podrá asignar fondos adicionales para mantener los programas de incentivos y de servicios que se ofrecen a los empresarios y comerciantes del País. Sobre esta partida asignada por la Legislatura, la Compañía someterá a la Oficina de Gerencia y Presupuesto o al Departamento de Hacienda cualesquiera informes que le sean requeridos por éstas con relación al uso de los fondos que se han asignado en virtud de esta Ley o cualesquiera otros fondos recibidos mediante otras asignaciones legislativas. Además, la Compañía someterá a la

Asamblea Legislativa y a la Gobernadora del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, en aquellas otras ocasiones que se le requiera, informes oficiales sobre todas aquellas actividades sufragadas con los fondos autorizados de conformidad con este Artículo.

La Compañía mantendrá una contabilidad separada para todas aquellas obligaciones que habrán de sufragarse con cargo a la partida presupuestaria que se le asigne en cumplimiento con lo aquí dispuesto.

Artículo 19.-Fondos y garantías. Transferencia de expedientes, materiales y equipos.

Se transfieren a la Compañía, para emplearse con relación a las funciones transferidas por las disposiciones de esta Ley, todos los expedientes, materiales, equipos y demás propiedades que son utilizadas por la Administración y por la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico hasta el día antes de entrar en vigor esta Ley. Esta transferencia incluye a los contratos vigentes, y los balances no gastados de las asignaciones, partidas y otros fondos disponibles o que estarán disponibles para usarse en la realización de dichas funciones.

Artículo 20.-Transferencia del personal empleado.

Se transfiere a la Compañía, para emplearse con relación a las funciones transferidas por las disposiciones de esta Ley, el personal empleado con las funciones transferidas al momento de la vigencia de la presente Ley en la Administración de Fomento Comercial y la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico.

Artículo 21.-Traspaso de propiedad a la Compañía. Transferencia.

(a) Se transfiere a la Compañía todos los activos de todas clases - incluyendo la propiedad intelectual- convenios, pasivos, licencia, y permisos pertenecientes a la Administración que estén bajo la custodia del Departamento de Hacienda y a la CDE en virtud de esta ley, sin la necesidad de otorgar contratos, escrituras, documento de traspaso ni endoso o transferencia adicional de clase alguna, pasarán a ser de la propiedad y se entenderán traspasadas y transferidas a la Compañía de Comercio y Exportación, la cual podrá disponer de ello libremente y sin limitación alguna.

(b) Se transfiere a la Compañía, para ser administrada por ésta, la Zona Libre de Comercio de San Juan Número 61 y la licencia con la cual opera.

Artículo 22.-Traspaso de propiedad a la Compañía por parte de otras entidades gubernamentales.

El Estado Libre Asociado de Puerto Rico, sus agencias y subdivisiones políticas, incluyendo los municipios, quedan por la presente autorizados para ceder y traspasar a la Compañía, a solicitud de ésta y bajo términos y condiciones razonables, sin necesidad de celebración de subasta pública u otras formalidades de ley adicionales al otorgamiento de la correspondiente escritura, cualquier propiedad o interés sobre la misma (incluyendo bienes ya dedicados a uso público), que la Compañía crea necesaria o conveniente para realizar sus propios fines.

Con arreglo a las disposiciones de este Artículo, el título de cualquier propiedad del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, incluyendo el título de cualquier propiedad que en lo sucesivo se adquiriese, podrá ser transferido a la Compañía por el funcionario encargado de dicha propiedad o que la tenga bajo su jurisdicción.

El Secretario del Departamento de Transportación y Obras Públicas podrá transferir a la Compañía, libre de costo alguno, los terrenos del Estado Libre Asociado de Puerto Rico que, a juicio de la Gobernadora o Gobernador de Puerto Rico, la Compañía necesite para llevar a cabo sus fines y propósitos.

El Secretario del Departamento de Transportación y Obras Públicas someterá anualmente a la Asamblea Legislativa una relación de las propiedades cedidas y traspasadas a la Compañía en virtud de la autorización aquí contenida, y la valoración de cada propiedad.

Estas disposiciones no se interpretarán en el sentido de autorizar la cesión o traspase de propiedad destinada a otros fines por disposición legislativa.

Artículo 23.-Exención contributiva.

Se resuelve y se declara que los propósitos para los cuales se crea la Compañía, y las distintas corporaciones subsidiarias que se organicen por; ella, son propósitos públicos para el beneficio general del pueblo del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. El ejercicio de las facultades y los derechos conferidos bajo esta Ley constituyen el desempeño de funciones esenciales de gobierno. Por lo tanto, la Compañía, y cualquier subsidiaria organizada por ella, no serán requeridas para pagar contribuciones o impuestos estatales o municipales, sobre ninguna de las propiedades adquiridas por ella, o por cualquiera

de ellas, o sobre sus actividades en la explotación o conservación de cualquiera de sus empresas y propiedades que no hayan sido vendidas, arrendadas o de otra manera traspasadas a terceros.

Las rentas, intereses o ingresos producidos por los bonos o cualquiera de sus obligaciones que emita la Compañía, o sus subsidiarias, estarán igualmente exentas de toda clase de contribuciones o impuestos estatales o municipales.

Se entenderá por subsidiaria a los efectos precedentes toda entidad u organización comercial, industrial, minera o cooperativa, cuyo capital pagado, si se trata de una compañía, o cuyo activo, si se trata de una entidad no corporativa sea poseído totalmente por la Compañía.

Artículo 24.-Disolución y Derogación.

La Administración de Fomento Comercial creada en virtud de la Ley Núm. 132 de 19 de julio de 1960, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica de la Administración de Fomento Comercial", y la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico, creada mediante la Ley-Núm. 1 de 21 de agosto de 1990, según enmendada, conocida como "Ley de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico", salvo hasta donde sea necesario para el traspaso de los activos de las mismas, quedan por la presente disueltas y derogadas y sin necesidad de ninguna otra gestión ni de que se otorgue ninguna escritura, documento de traspaso ni endoso o transferencia de clase alguna, todos los activos de todas clases pertenecientes a las dos entidades disueltas pasarán a ser de la pertenencia y se entenderán traspasadas y transferidas a la Compañía de Comercio y Exportación, la cual podrá disponer de ello conforme a la Ley y política pública.

Artículo 25.-Transferencia.

Se transfiere a la Compañía, para ser utilizados para los fines y propósitos de esta ley, las propiedades muebles e inmuebles, archivos, contratos (excepto los contratos de empleo), convenios, pasivos, activos, licencias y permisos de la Administración y de la CDE, las cuales se transferirán formalmente a título de dueño a la Compañía.

CAPITULO III: DISPOSICIONES FINALES

Artículo 26.-Cláusula de Separabilidad.

Las disposiciones de esta Ley son separables y, si cualquier palabra o frase, oración, inciso, artículo o parte de la presente Ley fuesen por cualquier razón impugnada ante un Tribunal y declarada inconstitucionales o nulos, tal Sentencia no afectará las restantes disposiciones de la misma.

Artículo 27.-Cláusula derogatoria

Toda ley o parte de ley que esté en conflicto con lo dispuesto en la presente Ley queda derogada. Se deroga la Ley Núm. 132 de 19 de julio de 1960, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica de la Administración de Fomento Comercial"; se deroga la Ley Núm. 1 de 21 de agosto de 1990, según enmendada, conocida como "Ley de la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones de Puerto Rico"; se deroga la Ley Núm. 21 de 11 de abril de 2001, que adscribe a la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones a la Administración de Fomento Comercial.

Artículo 28.-Cláusula enmendatoria

Toda Ley en que aparezca o se haga referencia a la Corporación para el Desarrollo de las Exportaciones, a su Director Ejecutivo, a la Administración de Fomento Comercial, a su Administrador, o al Departamento de Comercio se entenderá enmendada a los efectos de ser sustituidas por la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico o el Director Ejecutivo de la Compañía de Comercio y Exportación de Puerto Rico, según sea el caso.

Artículo 29.- Vigencia

Esta Ley comenzará a regir a los noventa (90) días de su aprobación.