

# **Estrategia para articular el tejido urbano del centro tradicional de Bayamón**

**Emilie V. Viqueira Keller\***

## **I. Introducción: la estrategia**

La Estación Bayamón del Tren Urbano y el espacio urbano en el Centro Tradicional de Bayamón (CTB) es de alta rentabilidad y atrae al sector privado, al público y a los residentes para fines de ubicación. En vista de estas circunstancias, este proyecto de planificación presenta una estrategia para transformar el espacio urbano del Centro Tradicional de Bayamón de manera que eleve su valor social y económico. La estrategia descansa en un conjunto de iniciativas de carácter estético, en una política de uso del espacio urbano, en ciertos incentivos económicos, en un esfuerzo continuo de mercadeo y en una actividad permanente de mercadeo vía participación.

## **II. El objetivo estratégico**

El objetivo estratégico puede expresarse en términos de la optimización de una función sujeta a múltiples restricciones. La “función objetivo” se expresa en términos del flujo de ingreso neto por unidad de espacio. Se busca que la transformación en el espacio urbano del Centro Tradicional de Bayamón provoque que su potencial para generar un flujo de ingreso neto por unidad de espacio exceda el potencial de generación asociado con el espacio urbano de la periferia. En otras palabras, se tiene como objetivo estratégico la revaloración relativa del espacio urbano del CTB en función de la capacidad para sostener actividad económica y social.

Para alcanzar el objetivo, la estrategia busca canalizar las fuerzas del mercado. No se trata de control y mando sino del reconocimiento práctico del funcionamiento del sistema económico. Es decir, como en el *jiu-jitsu*, la estrategia no consiste en dominar con fuerza superior al oponente, sino, más bien, en dirigir la propia fuerza del oponente

en su contra. El “oponente” en este caso está definido por la tendencia que lleva al CTB en ruta al deterioro y al desorden.

### **III. Alcance del plan**

El plan está dirigido al sector privado (Asociación Bayamesa de Comerciantes, (ABC, Oficina de Planificación del Tren Urbano); al sector público (gobierno municipal, gobierno central); y al “tercer” sector (Fomento Comercial de Bayamón; sociedad civil).

### **IV. Factor constante**

La dificultad que enfrenta el rescate de la riqueza social y económica del Centro Tradicional es que el funcionamiento del mercado favorece la tendencia del movimiento poblacional y comercial hacia los suburbios, donde la renta ha sido históricamente menor que cerca de los centros urbanos. El deterioro de los centros es una consecuencia del funcionamiento del mercado.

Existe otro factor causal del problema. La construcción intensa de vías de acceso vehicular facilita el desarrollo de viviendas de baja densidad en las afueras de los centros. Una posibilidad para controlar la construcción indiscriminada de viviendas de baja densidad es contar con la voluntad gubernamental para implantar las políticas públicas vigentes sobre los usos y manejos del espacio urbano en Puerto Rico.

### **V. Transformación del espacio urbano**

El espacio urbano del Centro Tradicional de la ciudad de Bayamón (CTB), Puerto Rico, es de alta rentabilidad. El Centro Tradicional atrae público en búsqueda de servicios de múltiple naturaleza. Esa realidad se traduce en demanda por espacio para fines de ubicación de actividades de todo tipo. El desarrollo del Tren Urbano y la *Estación Bayamón* intensificará ese atractivo. No obstante, el tejido urbano del Centro Tradicional se caracteriza por su desarticulación, congestión vehicular y por un ambiente hostil a los peatones y conductores.

Es en el espacio urbano donde se da una actividad con capacidad para generar producción. En otras palabras, de la capacidad de transformación en el espacio urbano emana el valor en el mercado. La planificación busca la intervención en el mercado a

través de la reglamentación. Dicha intervención (reglamentos de zonificación, impuestos sobre la propiedad, exacciones y subsidios, etc.) va dirigida a producir cambios al margen sobre lo que produce el mercado para generar transformaciones de mayor valor social.

La *Estación Bayamón* tiene el potencial de sostener procesos nuevos y a mayor escala de transformación en el espacio urbano del Centro Tradicional nuevo. En el caso del Centro Tradicional se utiliza la convergencia de modos de transportación colectiva para generar transformaciones y de esa forma elevar el valor del espacio urbano.

La limpieza, la acogida al visitante (en especial al peatón), la movilidad y la sensación de seguridad personal son elementos clave para que el Centro Tradicional sea un lugar placentero para el trabajo, para residir en él y para disfrutar del tiempo ocioso. Por lo tanto, el aspecto estético del espacio urbano en el CTB y del área de ensanche -que se extiende hacia el norte de la ciudad- es clave para la estrategia. La meta estratégica consiste en transformar el CTB en una comunidad compacta que utilice la ubicación de la nueva estación del Tren Urbano para lograr el objetivo estratégico.

## **VI. Villa peatonal**

El CTB tiene el potencial de transformarse en una villa peatonal <sup>1</sup>. Los factores que abonan a ese potencial surgen de la actual dotación de apartamentos residenciales; instalaciones de estacionamiento para autos; edificios de usos múltiples; numerosas instalaciones peatonales de buena calidad; acceso fácil y rápido; instalaciones de entretenimiento; espacio urbano de buena calidad; y, como ya se ha mencionado, una estación para el Tren Urbano. <sup>2</sup>

El gobierno del Municipio Autónomo de Bayamón cuenta con un Plan de Ordenamiento territorial que constituye una pieza importante del acervo de capital social de la ciudad. El acervo edificado sostiene una oferta variada de bienes y servicios. La actividad comercial sostiene puestos de trabajo. El Centro Tradicional de Bayamón tiene la oportunidad de asemejarse al espacio urbano de una villa peatonal. Incluso, el Centro

---

<sup>1</sup> La definición del concepto *villa peatonal* es original de Michael Bernick y Robert Cervero, autores del libro “**Transit Villages in the 21<sup>st</sup> Century**.” La *villa peatonal* es una comunidad compacta que se extiende unos 400 metros de la estación del tren, distancia que se puede caminar en aproximadamente cinco minutos. La *villa peatonal* es lo que conecta a sus residentes y trabajadores con el resto de la región, a la vez que provee acceso fácil y rápido al Centro Tradicional, y a actividades que atraigan alto número de ciudadanos, por ejemplo, el teatro o los deportes.

<sup>2</sup> Una estación de transporte colectivo en el área es requisito, según Bernick y Cervero, para poder llamarse *villa peatonal*.

Tradicional ya cuenta con muchas de las características que requiere, por definición, una villa peatonal. Algunos ejemplos son: a) estación para el transporte colectivo; b) abundantes apartamentos residenciales; c) variedad de bienes y servicios; d) variedad de entretenimiento; e) plan de ordenamiento territorial; f) edificios de usos múltiples; g) instalaciones peatonales; h) empleos de alta productividad; i) estacionamientos para autos; j) acceso fácil y rápido; y k) buena calidad del espacio urbano.

## **VII. La Estación Bayamón**

El Tren Urbano es un modo de transportación colectiva. Tiene sentido sólo en la medida en que otros modos se integren a éste para comenzar a desarrollar un sistema de transportación en el país. De ahí que el sistema de transportación deba ser sujeto estratégico de planificación.

La integración efectiva intermodal, mediante itinerarios interdependientes, produce coordinación de llegadas y salidas de los diversos modos de transporte, i.e., tren urbano, autobuses, carros públicos, “tranvías” y autos privados. La coordinación genera mensajes continuos de seguridad que, con el tiempo, establecen patrones firmes que permiten la programación y uso más efectivo del tiempo a individuos y entidades. La confianza, como contribución a la calidad del “servicio” que provee la ciudad, altera de forma radical la experiencia vital y la expectativa general de lo que surge hoy día como resultante del espacio urbano existente. Por el contrario, la falta de confianza en la calidad del “servicio” tiene consecuencias, por supuesto, contraproducentes. La insatisfacción genera fuerzas centrífugas y efectos acumulativos que alimentan los procesos de rechazo y abandono de lo que es, sólo nominalmente, un “centro urbano”. Estas consecuencias negativas aumentan el costo de transacciones requeridas para generar producción.

La ubicación de una estación del Tren Urbano en la ciudad de Bayamón presenta una oportunidad para reconstituir y reorganizar la ciudad. La Estación Bayamón tiene el potencial de ejercer transformaciones sobre el espacio urbano. El área de influencia directa tiene unos 400 metros de radio. El área ubicada al oeste de la *Estación Bayamón* es la que se conoce como el Centro Tradicional. El área al noroeste de la *Estación*

*Bayamón* ha sido designada por el gobierno municipal como área de ensanche.<sup>3</sup> Esta última se extiende hacia el norte desde el Centro Tradicional hasta la carretera #29; al este, la carretera PR5; al sur, la carretera estatal #2; y al oeste, la Calle Parque. Para propósitos de este proyecto de planificación, se ha identificado un área, que aproxima la figura geométrica de un rectángulo, constituida por lo que se denomina Centro Tradicional y la que ha sido designada área de ensanche. La misma está definida por cuatro (4) importantes vías de acceso vehicular.

El deterioro provocado por fuerzas centrífugas que actúan sobre el Centro Tradicional ya no resulta políticamente aceptable. El gobierno municipal de Bayamón intenta detener el proceso. Se trata de aprovechar la oportunidad que presenta la *Estación Bayamón* para atraer actividad económica y social. La transformación de un centro urbano con las características de Bayamón puede lograrse mediante el mejoramiento de los elementos estéticos, de la multiplicidad de usos y de las instalaciones y sus amenidades.

En el pasado se han ensayado múltiples iniciativas para estimular el Centro Tradicional. Éstas han incluido nuevos desarrollos, incrementos en la cantidad de estacionamientos, mejoras a la seguridad y remodelación de fachadas. Se ha recurrido a instrumentos de planificación y control como la zonificación. Sin embargo, las iniciativas dirigidas a atraer población residente -clientela, comercio, profesionales y visitantes- han logrado éxito en grado muy limitado. Las expectativas no se han cumplido; por lo tanto, la frustración se ha generalizado. Esta realidad no es exclusiva del caso de Bayamón. Por el contrario, los ejemplos de fracaso son numerosos. La razón principal del resultado adverso ha sido la presencia de fuerzas dominantes que provocan la desdensificación por la construcción horizontal suburbana de baja densidad.

Instrumentos como la zonificación, aplicados a los centros urbanos con el objetivo de provocar o mantener cierto grado de densidad, no han tenido éxito. La razón principal es que éstos no han logrado reconocer e incorporar el funcionamiento de fuerzas tecnológicas -como el automóvil- y del mercado que han resultado ser dominantes. El

---

<sup>3</sup> Al este de la *Estación Bayamón* están ubicadas las áreas residenciales de Santa Cruz y Virgilio Dávila. El uso primordial de estos espacios urbanos es residencial. La importancia de la presencia de residentes próximos a la estación es el potencial de clientela para el comercio dentro del Centro Tradicional. ¿Qué instrumentos se pueden utilizar para atraer y asegurar las visitas constantes de estos residentes para el consumo de los servicios y bienes, y el aprovechamiento de las nuevas oportunidades dado la construcción de la *Estación Bayamón*? Esta es una de las interrogantes que intenta contestar este proyecto.

funcionamiento de los instrumentos tradicionales de planificación y control ha demostrado ser ineficaz e insuficiente ante las fuerzas del mercado.

Por otro lado, contrariar al mercado no necesariamente garantiza resultados positivos. Es cierto que se requiere un ordenamiento del territorio y que un manejo inteligente del espacio urbano es indispensable para la calidad de la vida. El estado de cosas resulta en un enorme desperdicio de recargos tangibles y sociales. El control del estado ha demostrado ser incapaz de evitar el caos que se vive en el país. Las fuerzas del mercado en total libertad no producen, ni a corto ni a largo plazo, la ciudad con las características que forman parte de un sistema satisfactorio. Las transformaciones que se buscan requieren la movilización de la sociedad civil, el gobierno y los elementos de la empresa privada que han cobrado conciencia del beneficio resultante de una ciudad funcional.

¿Cómo se puede lograr tal movilización? La respuesta puede estar en la formulación de una estrategia que promueva la acción provocada por estímulos resultantes de una gestión limitada pero central en su impacto. La estrategia busca la intervención a través de medidas que tengan la capacidad de transformar el espacio urbano y elevar su valor. Es decir, aprovechar alguna oportunidad excepcional para que el mercado funcione en la dirección deseada. La ubicación de una estación del Tren Urbano puede ser la oportunidad buscada.

### **VIII. Los casos del Centro Tradicional de Bayamón y de otras ciudades**

Bayamón es el comienzo de la primera ruta del sistema de metro que se ha comenzado a construir en Puerto Rico. El sistema permitirá el traslado diario de un número considerable de personas que favorecerá la creación de un escenario para que el sector privado invierta en el Centro Tradicional. Este escenario se ha vivido exitosamente en ciudades como Caracas y Valencia (Venezuela), Toronto, Tokio, Estocolmo, Vancouver y Portland, entre otras, donde la transformación del espacio urbano, a través de la integración de los diversos modos del transporte (colectivos y privados), ha provocado la movilización del sector privado hacia el espacio urbano próximo a las estaciones y al corredor del sistema. Ha habido un incremento tanto en la

prestación de bienes y servicios, como en la construcción de viviendas por parte de la empresa privada. Como resultado, se ha visto un crecimiento poblacional y se ha creado un ambiente propicio para más inversión por parte del sector privado. En Tokio, Estocolmo, Caracas y Valencia (Venezuela), Toronto, Vancouver y Portland han prevalecido características que forman una villa peatonal.

Es prudente señalar que, en los centros de mercadeo cercanos a las estaciones de los sistemas de transporte colectivo presentes en estas ciudades, existe un factor común que ha contribuido al incremento de personas e inversión privada. En cada una de estas ciudades el gobierno local ha invertido para lograr mejoras sustanciales en la calidad y organización del espacio urbano; han habido mejoras estéticas y mejoras en la seguridad, la limpieza, la iluminación, las instalaciones peatonales y áreas verdes. Además, han habido otros factores relevantes que han aportado al éxito en la organización del espacio urbano de estas ciudades. Los más sobresalientes son:

- voluntad política para que los planes de ordenamiento territorial reflejen la política pública adoptada
- cooperación y colaboración entre las agencias y entidades involucradas en la ordenación del espacio urbano;
- uso mixto<sup>4</sup> del espacio urbano
- estrategias de mercadeo para atraer empresarios y residentes al Centro Tradicional.

Los beneficios creados al sumar los atributos de cada una de estas ciudades han logrado reducir el costo de las transacciones y así reducir el costo del proceso de producción. Los escenarios creados han sido suficientemente atractivos para la movilización de visitantes, residentes y empresarios privados y han superado las fuerzas del mercado que actúan en dirección opuesta a la deseada densificación.

En el caso del Centro Tradicional de Bayamón, a pesar de los esfuerzos hechos para detener el proceso de abandono y deterioro, la suma de los beneficios de la implantación de mejoras e instrumentos no ha logrado superar las fuerzas centrífugas del mercado. El Centro Tradicional de Bayamón reúne muchas de las características presentes en una villa peatonal. Pero existe una dificultad. Las iniciativas implantadas

---

<sup>4</sup> El *uso mixto* sostiene actividades comerciales, recreativas, públicas y de vivienda. La diversidad de actividades debe concentrarse en un espacio de alcance peatonal; un área aproximada de 400m<sup>2</sup>.

para crear una *villa peatonal* no necesariamente atienden el problema que causa la pérdida de residentes, visitantes y comercios de los centros tradicionales de Puerto Rico. El problema radica en que el funcionamiento vigente del mercado favorece la tendencia del movimiento centrífugo de población y comercio (desde el Centro Tradicional hacia el suburbio<sup>5</sup>). En un folleto oficial del gobierno municipal, Documento de Enunciación de las Metas y Objetivos y Programación de Trabajo del Plan de Área para el Ensanche Norte del Centro Tradicional de Bayamón (Municipio de Bayamón, 1996, 46) se admite el deterioro sufrido por el sector comercial en el Centro Tradicional del gobierno municipal, “lo que ha resultado en el cierre de algunos negocios”.

¿Cuál es la solución para frenar la pérdida de residentes y comerciantes y lograr la densificación y revitalización económica del Centro Tradicional del gobierno municipal de Bayamón? No hay una fórmula mágica. Existe la necesidad de adoptar un conjunto de iniciativas de carácter estético, una política de uso del espacio urbano, ciertos incentivos económicos y una actividad permanente de mercadeo *vía* participación. La meta es lograr la transformación del espacio urbano del Centro Tradicional de Bayamón y elevar el valor generado.

Este proyecto intenta diseñar tal estrategia. La estrategia que aquí se sugiere busca canalizar las fuerzas del mercado, de manera que se logre la transformación en el espacio urbano del Centro Tradicional de Bayamón en una comunidad compacta que utilice la ubicación de la nueva estación del Tren Urbano.

## **IX. Justificación**

Puerto Rico no cuenta con un sistema coherente de transportación. La adopción del automóvil como elemento dominante y casi exclusivo de transportación ha tenido resultados muy profundos en todos los ámbitos de la sociedad puertorriqueña. El uso casi exclusivo del automóvil como modo de transporte ha reconfigurado el espacio urbano y el cultural. La influencia del automóvil sobre la economía y, por lo tanto, sobre lo que incorpora viabilidad es contundente. Este hecho de la realidad contemporánea es de tal

---

<sup>5</sup> La causa del problema tiene otro componente. La construcción intensiva de vías de acceso vehicular facilita, a su vez, la construcción de centros comerciales y de viviendas de baja densidad en las afueras del Centro Tradicional.

magnitud que el mismo no puede ser ignorado cuando el sujeto de la planificación es el espacio urbano.

La construcción de características suburbanas en Puerto Rico continúa exhibiendo una tendencia de expansión acelerada. La construcción intensiva de sistemas viales (para transporte individual) provoca que la ciudad crezca descontrolada y desparramadamente, afectando adversamente la calidad del espacio. La urbe se compone de pequeños centros fragmentados y desordenados. Se sacrifica el ordenamiento racional por el “desarrollo” acelerado y la expansión horizontal suburbana. Se construye sin una meta o concepción articulada y definida del espacio urbano. Los centros de mercadeo acomodan actividades al azar, sin necesariamente diseñar una organización del espacio agradable y adecuado para el comerciante ni para el consumidor. Consistentemente se evidencia en los centros tradicionales un éxodo de población y comercio hacia los suburbios; sufriendo un “deterioro físico y de volumen de ventas.”<sup>6</sup> Muchos de los negocios locales se ven amenazados por la aparición tanto de tiendas tipo almacén como de centros comerciales ubicados en la periferia del Centro Tradicional. La presencia de las tiendas tipo almacén ha redefinido los canales de distribución. Su amplitud física (sobre 100,000 pies<sup>2</sup>), les permite almacenar inventarios enormes que facilitan la venta de bienes a precios bajos. También, ofrecen fácil financiación, acceso y estacionamiento vehicular y seguridad, por lo que el consumidor se siente persuadido y complacido.

Estos almacenes deben ubicarse fuera de los centros urbanos. Como consecuencia se reducen los recursos municipales en la medida que se dispersan nuevas comunidades y no disponen de suficientes recursos para atender los centros urbanos tradicionales; se crean nuevos centros de mercadeo que diluyen las fuerzas de los poderes adquisitivos de los ciudadanos; se prolifera la construcción de proyectos de baja densidad y unidades individuales cercanos a los nuevos centros de mercadeo. Además, con la construcción intensa de carreteras, se acortan las distancias. Esto implica un elemento de subsidio por parte del sector público en la medida que se provee infraestructura que propicia la suburbanización. Si, además, el valor del espacio urbano en la periferia es inferior, se invita a la compra de unidades de espacio ubicadas en los suburbios. De modo

---

<sup>6</sup> Documento de Enunciación de la Metas y Objetivos y Programación de Trabajo del Plan del área del Ensanche Norte del Centro Tradicional de Bayamón, pág. 46

que el consumidor, los residentes y la empresa privada están dispuestos a apartarse del Centro Tradicional. Así comienza un deterioro en la vida económica de los centros tradicionales de los municipios, como ha sucedido en tantos centros tradicionales de Puerto Rico y, en particular, en el de Bayamón.

El desorden en el espacio urbano tiene resultados nocivos para el bienestar público y atenta contra la calidad de vida. Por ejemplo, la construcción desarticulada de viviendas y espacios comerciales es, en cierta medida, causante del deterioro en la salud económica de los centros tradicionales; de la segregación social; la desintegración comunitaria; el individualismo y la agresividad rampante; el deterioro en la seguridad civil; la congestión vehicular; la destrucción de sistemas ecológicos naturales (zonas cársticas, costeras y boscosas); las inundaciones repentinas en los centros urbanos; la destrucción de áreas verdes urbanas; el alza en temperaturas en los centros urbanos; la reducción en la humedad del aire; la contaminación sonora; la contaminación del aire; y la pérdida de suelo fértil para la producción agrícola, entre otros males.

El Centro Tradicional de Bayamón no es la excepción. Muchos de los resultados perjudiciales que causa la desorganización de los usos del espacio urbano se evidencian aquí.

### **Resultados perjudiciales evidenciados en el Centro Tradicional de Bayamón**

Deterioro físico	Reducción en volumen de ventas
Deterioro en la seguridad civil	Deterioro en la salud económica
Pérdida de población residente	Segregación social
Disminución de áreas verdes urbanas	Desintegración comunitaria
Contaminación del aire	Reducción en la humedad del aire
Contaminación Sonora	Alza en temperaturas

En el Centro Tradicional de Bayamón se han tratado de implantar medidas para organizar los usos que se le da al espacio urbano y contrarrestar la pérdida de población y comercio. Con el fin de aumentar las ventas en el Centro Tradicional y la cantidad de residentes, se han propiciado mejoras en la seguridad, ampliación en estacionamientos, implantación de ordenanzas municipales de índole financiera y cambios en la zonificación. Estos cambios no necesariamente han tenido el éxito esperado porque el

uso del espacio urbano responde a las fuerzas del mercado. El ritmo de crecimiento de las mejoras es menor que el ritmo de pérdida y deterioro. Como resultado de estas fuerzas, ha predominado la ubicación de espacios comerciales y de viviendas de baja densidad en el espacio suburbano donde los costos de transacciones, y consecuentemente, los costos de producción, son más bajos y la accesibilidad a los mismos es más fácil y rápida.

Generalmente, la ubicación en el espacio urbano responde al potencial de ganancias y está sujeta a limitaciones económicas, sociales, geográficas y legales. La utilización del espacio urbano se determina por el uso privado más productivo y, a menudo, se subestima “el valor real de un área como recurso natural, reserva, o lugar de recreación pasiva.”<sup>7</sup> Sin embargo, para lograr balance y diversificación, la asignación de usos del espacio urbano debe estar en función del valor social y privado, y no exclusivamente en función del valor privado.

Reconociendo que, por lo general, el balance de usos entre el valor privado y el social tiene resultados favorables en la economía local y regional, algunas sociedades enfatizan en el valor social y restringen el uso privado según la importancia que se le dé al valor escénico, ecológico, histórico/arqueológico o recreativo. Este ha sido el caso de ciudades como Toronto y Valencia (Venezuela). En éstas se ha aprovechado el sistema de transporte colectivo para adjudicarle usos al espacio urbano que a menudo están en función del valor social y del privado. En otras ocasiones, ha prevalecido el valor social sobre el privado. Por ejemplo, en ambas ciudades, se ha enfatizado tanto en la dimensión peatonal a lo largo del corredor y de las estaciones del tren como también en el carácter ecológico, la seguridad, la limpieza y la remodelación de fachadas en las áreas cercanas al tren. Uno de los resultados ha sido el incremento en el número de viviendas privadas y en la actividad comercial.

Para detener el deterioro en la salud económica del Centro Tradicional, el gobierno municipal de Bayamón cuenta con más de treinta tipos de incentivos económicos para incentivar el desarrollo del comercio. Los incentivos económicos están disponibles a través de la Sección de Desarrollo Económico de la Oficina de Planificación del Gobierno Municipal de Bayamón, del Banco de Desarrollo Económico

---

<sup>7</sup> Villamil, Plerus, 47

de Puerto Rico y del Programa Federal de Administración de Pequeños Negocios (“Small Business Administration”). Sin embargo, estos instrumentos aparentan no tener la fortaleza necesaria para superar la tendencia de pérdida de población y comercio.

El Centro Tradicional de Bayamón es un centro de comercio, recreación y servicios públicos. El gobierno municipal necesita de un Centro Tradicional con buena ‘salud’ social y económica. Para mantener una buena ‘salud’ socio-económica se precisa de una población densa. La estrategia sugerida intenta atraer la población residente y flotante hacia el Centro Tradicional. La estructura demográfica de la población residente para la primera década del año 2000 debe tener una composición similar a la de Puerto Rico:

La población flotante estará compuesta por los usuarios de los diversos modos de transporte colectivo. Según las proyecciones de las Oficinas de Planificación del Tren Urbano, se espera que el flujo diario de usuarios de la *Estación Bayamón* fluctúe entre las 20,000 personas. Dada una mayor densidad<sup>8</sup> poblacional, el Centro Tradicional debe proveer la diversidad de usos en el espacio urbano.

El *uso mixto* sostiene actividades comerciales, recreacionales, públicas y de vivienda. El *uso mixto* puede dotar al espacio urbano con buena calidad de vida, satisfacer los servicios de consumo de su población, tanto residente como flotante, y proveer la necesidades de esparcimiento. La diversidad de actividades debe concentrarse en un espacio de alcance peatonal; un área aproximada de 400m<sup>2</sup>. Para que la población se sienta a gusto, debe prevalecer un ambiente urbano agradable. La seguridad, la limpieza y la frescura del ambiente son elementos necesarios para la permanencia y recurrencia de la población residente y flotante. Por ejemplo, el destino final de la población flotante no es el Centro Tradicional. Ésta necesita de la convergencia con otros modos de transporte. Sin embargo, un atractivo sería la conveniencia de recoger artículos de necesidad de manera rápida y satisfactoria antes de llegar a su destino final.

La densidad poblacional incrementa las posibilidades para disminuir el riesgo de pérdida en futuras inversiones del sector privado. Sin embargo, el Centro Tradicional compite con los desarrollos residenciales de baja densidad y con los centros comerciales

---

<sup>8</sup> La densidad poblacional del Centro Tradicional de Bayamón se aproxima a 13,000 personas por milla cuadrada. Un aumento en la densidad poblacional busca duplicar este número.

construidos en la periferia que tienen la habilidad de atraer mayor cantidad de personas y comercio a sus predios, dejando al Centro Tradicional con una disminución en la población residente y comercial. *Ceteris Paribus*, la habilidad para generar ganancias es mayor en la periferia que en el Centro Tradicional.

Un centro comercial (“mall”) es producto de la artificialización del medioambiente; se busca crear un espacio con temperaturas reguladas, agradable, seguro y limpio. El centro comercial ofrece múltiples bienes y servicios con acceso fácil y rápido. Las comodidades en los centros comerciales atraen a los consumidores y comerciantes. En la periferia están ubicados siete centros comerciales que le restan vida económica al Centro Tradicional.<sup>9</sup> El centro comercial más próximo al Centro Tradicional es el de Bayamón Gardens, ubicado en la esquina de la carretera #167 con la #2, aproximadamente a 100 metros del Centro Tradicional. La siguiente tabla muestra una lista de los centros comerciales más cercanos al Centro Tradicional con la distancia aproximada a pie o en auto.

#### **Centros comerciales más cercanos al Centro Tradicional**

<b>Centro Tradicional comercial</b>	<b>Distancia aproximada del Centro Tradicional (metros)</b>	<b>Distancia aproximada a pie/auto (minutos)</b>
1 Bayamón Gardens	100	5 m/pie
2 Santa Rosa Mall	850	2 m/auto
3 Plaza Olazabal	850	2 m/auto; 10 m/pie
4 Plaza del Sol	1610	5 m/auto
5 Antiguo Drive Inn	1750	5 m/auto
6 Sam’s	2000	7 m/auto
7 Plaza Río Hondo	2250	8 m/auto

Es cierto que el Centro Tradicional de Bayamón, como casi todos los centros tradicionales de los otros municipios, ha sufrido consistentemente un “deterioro físico y de volumen de ventas,”<sup>10</sup> al igual que pérdida de residentes. Pero a diferencia de los

<sup>9</sup> En el caso de estudio no se incluye el *Canton Mall* como competencia comercial para el Centro Tradicional porque el mismo se considera como parte integral del Centro Tradicional.

<sup>10</sup> Documento de Enunciación de la Metas y Objetivos y Programación de Trabajo del Plan del área para el Ensanche Norte del Centro Tradicional de Bayamón, pág. 46.

demás centros tradicionales del país, excepto San Juan, el Centro Tradicional de Bayamón contará con una estación de transporte colectivo, la *Estación Bayamón* del Tren Urbano. La presencia de una estación del Tren Urbano en las inmediaciones del Centro Tradicional tiene el potencial de incrementar su competitividad para atraer residentes y comercio; incrementa la capacidad de sostener procesos nuevos y a mayor escala de transformación en el espacio urbano. Además, la *Estación Bayamón* favorece la creación de un ambiente agradable para el consumidor, el comerciante y el residente, aumentando la posibilidad de inversión privada en el Centro Tradicional.

Se debe pensar el Centro Tradicional de Bayamón como un centro comercial (tradicional) con las cualidades para competir con cualquier otro centro comercial moderno. Por ejemplo, la ambientación de sus calles con techos de acrílico que conecten cuadras para la protección solar y climatológica de los peatones; abanicos y extractores gigantes que circulen el aire; y múltiples árboles de sombra en las aceras pueden dotar al Centro Tradicional de atractivos y hacerlo competitivo ante cualquier otro centro comercial; se auscultará cuáles son las fortalezas y oportunidades con que cuenta el Centro Tradicional para incrementar su capacidad de transformación en el espacio urbano y aumentar su competitividad ante otros centros comerciales adyacentes, y qué debilidades y obstáculos debe superar. ¿Cuáles herramientas son necesarias para que, utilizando las fuerzas del mercado, induzcan el movimiento centrípeto de comercio y residentes? Dada la utilización de la *Estación Bayamón*, ¿cómo afecta el valor del espacio urbano y sus usos al éxito del proceso para generar transformaciones en el espacio urbano del Centro Tradicional?

## **X. Fuerzas que han manipulado el mercado del espacio urbano**

La tendencia más obvia en el mercado es la asignación de valores más bajos a las unidades más distantes de los centros de mercadeo. Esta diferencia en valores es el resultado de la designación del límite de expansión urbana que hace que se aumente el valor del espacio urbano dentro del área delimitada y reduzca el valor de los que están afuera. “Al asignar valores más bajos a las unidades distantes de los centros, el mercado establece un mecanismo de asignación de usos que fomenta el deterioro y abandono de los centros tradicionales. Esto tiene el efecto de que los desarrolladores prefieran

comprar espacio urbano fuera del ámbito del crecimiento urbano.” No es lógico pensar que los reglamentos de zonificación por sí solos provoquen la densificación de los centros de mercadeo existentes, porque la lógica del mercado se mueve en dirección contraria. Como resultado, el mercado fomenta el abandono y deterioro de los espacios del Centro Tradicional.

Los valores más altos de la unidad de espacio se dan en los centros de actividades o polos de desarrollo, que es donde se ubican las actividades económicas como consecuencia de la mayor accesibilidad peatonal, motorizada, individual o de transporte público. Los ejemplos de usos más comunes en la periferia son la ubicación de centros comerciales, almacenes y residencias de baja densidad.

Otra tendencia influyente en el mercado es la construcción continua de carreteras y autopistas para uso del transporte individual. Esta construcción constante facilita el acceso a los nuevos centros comerciales y a las nuevas áreas residenciales. Un acceso rápido y fácil favorece el desplazamiento de consumidores a los nuevos centros de mercadeo. Como consecuencia, los centros tradicionales sufren la pérdida de población y comercio. Se puede concluir que estas dos tendencias, asignación de valores más bajos al espacio urbano en la periferia y la construcción continua de carreteras y autopistas, facilitan una mayor fluctuación de clientela hacia los nuevos centros de mercadeo, provocando mayores ganancias en comparación a aquellos ubicados en el Centro Tradicional.

Se había mencionado anteriormente que el móvil que genera el *mercado del espacio urbano* es el lucro. Por lo tanto, la ubicación de usos comerciales y residenciales continuará localizándose en la periferia de los centros tradicionales mientras haya mayor potencial de ganancia. Para disminuir la diferencia entre el potencial de ganancias generadas en la periferia en comparación con las ganancias generadas en los comercios ubicados en el Centro Tradicional se sugiere, además de otras iniciativas, un conjunto de incentivos económicos que estimulen la generación de mayores ingresos<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> Simultáneamente con otras iniciativas.

## **XI. Incentivos económicos**

El objetivo estratégico busca generar en el Centro Tradicional de Bayamón un flujo de ingreso neto mayor que el potencial de generación asociado con el espacio urbano de la periferia. Para redirigir las fuerzas del mercado que actúan en dirección opuesta a la deseada densificación de los centros urbanos y que desalientan la ubicación en el Centro Tradicional, se sugiere un conjunto de incentivos económicos. El impacto del conjunto de los incentivos debe tener la capacidad de generar transformaciones de mayor valor económico, a la vez que debe reducir el costo de transacción y el riesgo relacionado a la inversión, así como simplificar los procesos burocráticos y aumentar las ganancias marginales. Algunos de los incentivos económicos están disponibles al presente. Otros incentivos sugeridos en la estrategia han sido utilizados para el desarrollo económico de *villas peatonales*.

## **XII. Incentivos económicos disponibles al presente**

Los incentivos económicos disponibles al presente están distribuidos en: (a) Sección de Desarrollo Económico, Oficina de Planificación, Municipio de Bayamón; (b) Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico (BDE); y (c) Programa Federal del “Small Business Administration” (SBA).

### **A. Sección de Desarrollo Económico, Oficina de Planificación, Municipio de Bayamón**

#### **A.1. Ordenanza #76, Proyecto de ordenanza #245 (desde el 1999)**

Objetivo: Autoriza al alcalde a otorgar exención contributiva y/o relevar de pagos por patentes municipales por el período de dos años a personas que establezcan negocios permanentes en el Centro Tradicional de Bayamón.

#### **A.2. Alianza con el Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico (BDE)**

Objetivo: Programa para otorgar préstamos a residentes bayamonenses que quieran crear un nuevo negocio o expandir uno existente.

## **B. Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico (BDE)**

### **B.1. Alianza con la Administración de Rehabilitación de Comunidades (ARCO)**

Objetivo: Crear un programa financiero, “Fondo para comerciantes de comunidades abiertas,” bajo la Administración de Rehabilitación de Comunidades y el BDE

### **B.2 Programa de financiamiento para la edificación de estacionamientos**

municipales

Objetivo: Proveer mecanismos para financiar la construcción de estacionamientos verticales o multipisos. BDE ha creado la alianza con el Consorcio para el Desarrollo de los Centros Tradicionales de Comercios Municipales (compuesto por sectores públicos y privados).

### **B.3 . Programa fondo de capital de inversión social**

Objetivo: Proveer financiamiento a participantes del Programa de Asistencia Nutricional (PAN) para reducir la dependencia de subsidios gubernamentales. El resultado esperado es aumentar el empleo, los negocios privados y la auto-suficiencia.

### **B.4 Programa de portadores públicos y taxis turísticos**

Objetivo: Proveer préstamos para financiamiento de la compra de vehículos de motor destinados a la transportación turística o pública. Las solicitudes para los préstamos se considerarán si sirven los siguientes propósitos:

- comprar o reparar un vehículo
- comprar un “medallón”

### **B.5 Subsidios de intereses con municipios**

Objetivo: El gobierno municipal de Bayamón proveerá una beca de \$500,000 para pagar las tasas de interés en los préstamos autorizados por el BDE para negocios nuevos o los existentes en áreas de bajos ingresos

### **B.6 Programa de financiamiento de microempresas BDEPR**

Este programa contiene 19 subprogramas de los cuales 14 aplican al Centro Tradicional de Bayamón.

#### B.6.i. Programa de Préstamo Directo

Objetivo: Financia las necesidades de los pequeños y medianos negocios, dado que el dueño no cualifique para préstamos corrientes con entidades privadas.

#### B.6.ii. Programa del empresario joven

Objetivo: Dirigido a cualquier hombre joven que quiera establecer un nuevo negocio y obtener independencia económica.

#### B.6.iii. Programa de la empresaria joven

Objetivo: Dirigido a cualquier mujer joven que quiera establecer un negocio nuevo, obtener independencia económica, lograr crecimiento del negocio, o motivar la participación de otras mujeres empresarias.

#### B.6.iv. Transportación pública y taxis turísticos

Objetivo: Se otorgarán préstamos a personas que soliciten y reciban la aprobación de la Comisión de Servicio Público de Puerto Rico para operar taxímetros, una firma de taxímetros, servicios públicos vehiculares, excursiones turísticas, taxis turísticos, distribución de gas licuado, vehículo de carga o grúas.

#### B.6.v. Programa Fondo para la inversión en capital social

Objetivo: Alianza con el Departamento de la Familia para facilitar financiamiento a personas que viven en condiciones de extrema pobreza debido al desempleo, y manifiesten potencial para crear pequeños negocios. Los candidatos a los programas son: participantes del Programa de Asistencia Económica y Asistencia Nutricional (PAN), residentes de residenciales públicos, empresarios que emplean ciudadanos desempleados o viven en condiciones de extrema pobreza, participantes del Proyecto Calidad de Vida.

#### B.6.vi. Programa para Residenciales Públicos

Objetivo: Alianza con el Departamento de la Vivienda para financiar la creación de nuevos empleos y/o el establecimiento de pequeños negocios, por ejemplo 'Corporaciones Propiedad de Trabajadores'.

B.6.vii. Programa de Desarrollo para el “Trabajador Desplazado”

Objetivo: Alianza con el Consejo de Desarrollo Ocupacional y Recursos Humanos (asignado al Departamento del Trabajo), para presentarle al “trabajador desplazado” negocios o trabajos productivos.

B.6.viii. Programa de reinversión en el negocio

Objetivo: Inversión directa de capital para ayudar o motivar a negociantes a expandir su negocio.

B.6.ix. Programa para el desarrollo de firma propia (Cuerpo de Voluntarios al Servicio de Puerto Rico)

Objetivo: Préstamos garantizados a graduados del ‘Cuerpo de Voluntarios al Servicio de Puerto Rico’ para comenzar su negocio.

B.6.x. Programa para mercaderes y negociantes en comunidades en desarrollo

Objetivo: Alianza con la ‘Administración para la Revitalización de las Comunidades’ para crear pequeños nuevos negocios y/o expandir y fortalecer microfirmas previamente establecidas.

B.6.xi. Programa para víctimas del huracán Georges y clientes del BDE

Objetivo: Programa creado para los clientes del BDE afectados por el huracán Georges.

B.6.xii. Programa para víctimas del huracán Georges y no clientes del BDE.

Objetivo: Programa creado para no-clientes del BDE y que fueron afectados por el Huracán Georges.

B.6.xiii. Programa de préstamo interino para mercaderes víctimas del Huracán Georges.

Objetivo: BDE proveerá un adelanto del préstamo a víctimas del huracán Georges, mientras la Administración de Pequeños Negocios (SBA) evalúa la solicitud del préstamo en su totalidad.

B.6.xiv. Programa de reembolso de intereses para mercaderes en Bayamón

Objetivo: Alianza con el gobierno municipal de Bayamón para promover, retener y aumentar inversiones y disponibilidad de empleos en Bayamón.

### **C. Programa Federal del “Small Business Administration” (SBA)**

La Administración de Pequeños Negocios (SBA) maneja diferentes tipos de programas prestatarios a través de todo el país que promueven el desarrollo económico y la creación de nuevos empleos. Estos programas son:

C.1 Programa 504

Objetivo: Expandir o crear pequeños negocios a través del financiamiento de activos fijos a largo plazo (“long term fixed capital assets”) con la intención de crear nuevos empleos.

C.2 Programa de micro-préstamos

Objetivo: Ofrecer mini-préstamos a empresarios que quieran comenzar o expandir su propio negocio.

C.3 Programa Garantías 7-A

Objetivo: Garantiza hasta el 75% de los préstamos comerciales aprobados por el banco. COFECC tiene acceso directo a procesar la garantía con SBA.

C.4 LOW DOC’

Objetivo: Garantiza hasta el 80% de los préstamos comerciales aprobados por el banco.

COFECC tiene acceso directo a procesar la garantía con SBA.

#### C.5 Instituto de Negocios para Mujeres

Objetivo: Entrenar a mujeres que quieran iniciar su propio negocio o redesarrollar uno previamente establecido. A pesar de que el Instituto se especializa en casos con mujeres, también estudiará casos para hombres. El Instituto ofrece orientaciones, adiestramiento, asistencia tecnológica y talleres de trabajo orientados hacia los negocios.

### **XIII. Instrumentos disponibles en villas peatonales**

Bayamón tiene el potencial de convertirse en una *villa peatonal*.. Otras *villas peatonales* alrededor del mundo han logrado la densificación del área adyacente a la estación del servicio de transporte público colectivo. Por ejemplo, ciudades como Caracas y Valencia en Venezuela; Toronto y Portland; y, las comunidades en California de Castro Valley, Hayward, La Mesa, Barrio Logan, El Cerrito del Norte Place, Ryland Mews, Grand Central y Fruitville, entre otras, han logrado detener el proceso de abandono y deterioro del núcleo urbano. La mayoría de estos centros comerciales y residenciales han incurrido en la implantación de instrumentos, incluyendo incentivos económicos específicos. Estos instrumentos se pueden organizar en siete tipos:

1. plan de ordenamiento territorial basado en la organización de comercios, residencias y transporte colectivo
2. reparcelación (“Land Assembly”)
3. inversión en infraestructura
4. construcción de estacionamientos para usos compartidos
5. expedición de permisos
6. reducción del costo del espacio urbano (“write-down of units costs”)
7. participación financiera directa

Los instrumentos que utilizan incentivos económicos para lograr convertir el Centro Tradicional urbano en una *villa peatonal* son: a) inversión en infraestructura, b) reducción del costo del espacio urbano y c) participación financiera directa.

**a) Inversión en infraestructura**

- Inversión de recursos para lograr mejoras sustanciales tanto en la infraestructura básica (agua, electricidad y vías de rodaje) como en las fachadas y estructuras.
- Tipos de inversión:
  - directa
  - “tax-increment financing”

**b) Reducción del costo del espacio urbano**

- Las agencias públicas con titularidad sobre ciertos espacios urbanos en el área de intervención pueden vender o alquilar dichos espacios por debajo del valor en el mercado. A cambio, la empresa le otorga a la agencia participación en el proyecto.
- Tipos de incentivos
  - aceptación de pagos de renta por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto
  - venta del terreno o propiedad inmueble por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto

**c) Participación financiera directa**

- Tipos de inversión

- Agencia pública sirve como garantizador en la otorgación de préstamos
- Otorgación de préstamos con tasa de interés por debajo del valor en el mercado
- Emisión de bonos libres de impuestos

#### **XIV. Usos del espacio urbano**

La *Estación Bayamón* y el corredor del Tren Urbano penetra hasta las inmediaciones del Centro Tradicional y es descollante. La estructura moderna se impone y contrasta ante el centro antiguo. La *Estación Bayamón* tiene el potencial de sostener procesos nuevos y a mayor escala de transformación en el espacio urbano del Centro Tradicional nuevo. De la transformación en el espacio emana su valor. En el caso del Centro Tradicional se utiliza la convergencia de modos de transportación colectiva para generar transformaciones en el espacio y de esa forma elevar el valor del espacio urbano. La variedad de actividades que se ofrezca en el Centro Tradicional dependerá de la mezcla de usos que se le dé al espacio urbano. Estos usos se pueden clasificar en once áreas:

##### **1. Transporte colectivo**

En las inmediaciones del Centro Tradicional confluyen tres modos de transporte colectivo y sus respectivos terminales:

- Tren Urbano
- Autobuses
- Carros públicos

##### **2. Residencial**

- Existen 282 residencias desocupadas con potencial de uso inmediato a medio

plazo.

- Existen aproximadamente 900 unidades residenciales que necesitan arreglo.

### 3. Variedad de servicios públicos

- Programa “Head Start”
- Centro de Diagnóstico y Tratamiento
- Bomberos
- Policía Estatal
- Policía Municipal
- Alcaldía
- Centro Gubernamental
- Departamento de Agricultura
- Escuela pública elemental y superior

### 4. Variedad de actividades

- Farmacias, iglesias, tiendas (ropa, floristerías, zapatos, joyerías, mueblerías, colmados), cafeterías, bibliotecas, Centro Tradicional comercial (Canton Mall), abogados, médicos, hospitales, salón de belleza, Plaza del Mercado, viveros y venta de plantas, instituciones financieras, cuidado para niños y envejecientes.

### 5. Variedad de entretenimiento

- Teatros, estructuras de valor arquitectónico histórico, museos, bibliotecas

### 6. Edificios usos múltiples

- Los edificios en el Centro Tradicional son mayormente de dos a cuatro niveles. Predomina el uso mixto.

- Existen edificios que están en uso parcialmente y que tienen potencial para el uso mixto.

#### 7. Instalaciones peatonales

- Existen dos plazas de recreo (Plaza Pública Eugenio María de Hostos y Plaza de Recreo Monumento a los Trovadores) y los paseos peatonales Barbosa, del Parque y Las Estrellas.

#### 8. Empleos de alta productividad

- Banca
- Leyes
- Medicina
- Comunicaciones

#### 9. Facilidad de estacionamientos para autos

- Estacionamientos multipisos: 1) detrás de la alcaldía: cabida 280 autos; 2) Nuevo Centro Gubernamental: cabida 230 autos; y 3) Bayapark: cabida 250 autos.
- Estacionamientos de un nivel: 1) Canton Mall: cabida 300 autos; 2) Terminal de autobuses: cabida 100 autos (eventualmente será utilizado como estacionamiento para la *Estación Bayamón*); y 3) seis lotes vacíos usados para estacionamiento: cabida entre 20 y 30 autos cada lote.
- Estacionamiento gratis por tiempo de una hora en las calles.
- Estacionamiento gratis por una hora en las calles. (Al presente, hay espacio para aproximadamente 1500 autos.)

#### 10. Acceso fácil y rápido al Centro Tradicional

- Una vez terminadas las obras de construcción del Tren Urbano y la *Estación Bayamón*, el Centro Tradicional estará rodeado por cuatro vías de acceso rápido (#2, #5, #167, #29) con destino a estacionamientos multipisos accesibles fácilmente.

#### **11. Buena calidad del espacio urbano**

- El gobierno municipal ha hecho mejoras en diversas áreas del Centro Tradicional, donde se observa un ambiente agradable para el peatón. Sin embargo, se necesitan mejoras en las aceras, mayor número de árboles de sombra, mejores fachadas de las estructuras privadas e institucionales y mayor seguridad ciudadana.

### **XV. Descripción de la situación actual**

Igual a todas las ciudades de Puerto Rico, la situación actual del Centro Tradicional de Bayamón evidencia abandono y deterioro; reducción en la renta para ciertos usos; reducción en el potencial de ingreso neto futuro; y reducción en la demanda de ubicación en comparación con el espacio urbano en la periferia. Las fuerzas del mercado actúan en dirección opuesta a la densificación de los centros urbanos, de manera que se disminuye la demanda por espacio urbano.

### **XVI. Ventajas, obstáculos, retos y oportunidades**

Esta sección permite establecer las ventajas y oportunidades, retos y obstáculos del Centro Tradicional frente a los atractivos para la ubicación en la periferia. El proceso

de síntesis ayudó a establecer y enumerar las iniciativas que ayudarán al desarrollo de un Centro Tradicional nuevo, deseable y competitivo.

### **Ventajas**

- El Centro Tradicional de Bayamón reúne características presentes en una *villa peatonal*.
- Mejores precios por productos y bienes de consumo en comparación a aquellos similares en los centros comerciales ubicados en la periferia.
- El CTB atrae público en busca de servicios de múltiple naturaleza.
- Multiplicidad de servicios; el consumidor puede obtener una gama de servicios heterogéneos, más allá del consumo de bienes de primera y segunda necesidad. Por ejemplo, servicios públicos, cuidado de niños, abogados, farmacias, médicos, iglesias, residencias, recreo público, museos, comestibles, restaurantes, escuelas elementales y superiores e institutos académicos.
- Presencia de un centro comercial dentro del Centro Tradicional (“Canton Mall”).
- Confluyen tres modos de transporte colectivo y sus respectivos terminales: 1) Tren Urbano, 2) autobuses y 3) carros públicos.
- Cuenta con un plan de ordenamiento territorial que es parte del capital social de la ciudad.

### **Obstáculos**

- El funcionamiento del mercado y la construcción continua de carreteras y autopistas favorecen la ubicación de comercios, industrias y residencias de baja densidad en la periferia del Centro Tradicional.

- La vida económica del Centro Tradicional está amenazada debido a la existencia de otros centros comerciales que lo rodean.
- Desarticulación del tejido urbano del CTB; congestión vehicular; y ambiente hostil a los peatones y conductores.
- Los centros comerciales cuentan con más fondos y mejor organización para campañas de mercadeo.
- Pobre acceso vehicular; los centros comerciales en la periferia gozan de acceso vehicular fácil y rápido.
- Dificultad para estacionamiento; los centros comerciales tienen más instalaciones de estacionamientos y son más seguras.
- Perspectiva negativa de la clientela con relación a la seguridad y limpieza del Centro Tradicional.
- Muchos propietarios y empleados de los comercios en el Centro Tradicional insisten en dejar el auto frente por frente al negocio, privando a consumidores potenciales de la facilidad de estacionamiento en la calle.
- Mayor cantidad de restricciones y procesos burocráticos que deceleran la toma de decisiones eficientes y efectivas para ubicación dentro del Centro Tradicional.
- Desconocimiento por parte del público bayamonés y de los comerciantes de la disponibilidad de mecanismos para desarrollar y financiar mejoras en negocios nuevos o existentes.
- Poca voluntad política para implantar los reglamentos vigentes de buena planificación urbana y económica.

## **Retos**

- Implantación de incentivos económicos que promuevan la ubicación en el Centro Tradicional, superando la tendencia de las fuerzas centrífugas del mercado.
- Concienciar a la empresa privada, consumidores y residentes sobre los beneficios futuros del Centro Tradicional.
- Concienciar a los propietarios comerciantes en invertir en el embellecimiento del Centro Tradicional, cada uno velando por la fachada y los escaparates de sus negocios.
- Facilitación de estacionamientos para consumidores.
- Mejoras al acceso peatonal.
- Mejoras al acceso vehicular.
- Integración de la sociedad civil a participar en la confección de planes para el mejoramiento del aspecto urbano del CTB.
- Aumentar la capacidad de transformación del espacio urbano de manera tal que aumente su valor social y económico.
- Aumentar la demanda por espacio urbano en el CTB.

## **Oportunidades**

- El desarrollo del Tren Urbano y de la *Estación Bayamón* intensificará la demanda por espacio para fines de ubicación de actividades de todo tipo.
- Participación activa por parte de la Asociación Bayamesa de Comerciantes (ABC) y de Fomento Comercial de Bayamón en busca de mejores condiciones para la atracción de clientela hacia el CTB.

- Cooperación y coordinación entre el gobierno municipal, la ABC, Fomento Comercial de Bayamón y las oficinas de planificación del Tren Urbano.
- Iniciativas de servidores públicos.
- Edificios con potencial de vivienda.

## **XVII. Acciones emprendidas**

El gobierno municipal de Bayamón, con el respaldo de la Asociación Bayamesa de Comerciantes, Fomento Comercial de Bayamón y la Oficina de Planificación del Tren Urbano (a través de la Autoridad de Carreteras y Transportación), intenta detener el deterioro que ha sufrido el Centro Tradicional de Bayamón, para que el mismo sea un lugar placentero de trabajo, para residir en él y para disfrutar del tiempo ocioso. La canalización de los esfuerzos se ha distribuido del siguiente modo:

1. Construcción del Tren Urbano y de la *Estación de Bayamón*
2. Remodelación de las Plazas como espacios públicos colectivos
  - Plaza de Recreo Monumento a los Trovadores
  - Plaza Pública Eugenio María de Hostos
3. Adecuación de las vías de acceso rápido
  - Acceso rápido con destino a estacionamientos a través de las vías #2, #5, #167 y #29.
4. Remodelación, expansión y construcción de los edificios de servicios públicos
  - Nuevo Centro Gubernamental
  - Nueva Biblioteca Pública
5. Mejoramiento de servicios públicos

- Biblioteca y Museo Agustín Stahl
  - Museo Francisco Oller
  - Archivo de Bayamón
6. Remodelación de edificios con valor arquitectónico para usos públicos
- restauración del Teatro Oller
  - restauración de la Casa Barbosa
  - Escuela de Bellas Artes
7. Mejoras en la seguridad
- vigilancia diurna (12 horas al día) por parte de la guardia estatal y municipal
  - vigilancia nocturna por parte de una patrulla estatal y una unidad motorizada
8. Mejoras en la limpieza
- mejoras en las aceras
  - mayor número de árboles de sombra
  - mejores fachadas de las estructuras privadas e institucionales
9. Remodelación de la imagen de fachadas
- Café Teatro Carmen Delia Dipiní
10. Remodelación de paseos peatonales
- Puente histórico sobre el Río Hondo
  - Paseo Barbosa
11. Desarrollo de estacionamiento para visitantes y residentes
- Estacionamiento multipisos Bayapark (calle Palmer, esquina calle Maceo)
  - Estacionamiento multipisos del nuevo Centro Tradicional Gubernamental

- Implantación de la Ordenanza #75<sup>12</sup>

## 12. Reevaluación del Plan de Ordenamiento Municipal

- Predomina el uso mixto del espacio urbano

## 13. Apoyo financiero para desarrollo de negocios y remodelaciones

- Ordenanza #76<sup>13</sup>
- Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico (BDE) (p.56)
- Programa Federal del *Small Business Administration* (p.56)

## 14. Apoyo para facilitación de vivienda

- Sección #8, certificados y becas/premios
- Ayuda para viviendas entre \$1 a \$40,000
- Rehabilitación, alquiler o compra, iniciativa HUD
- Programa de mitigación de daños causados por el huracán Georges

## **XVIII. La implantación de la estrategia**

La meta estratégica consiste en la transformación del CTB en una comunidad compacta que utilice la ubicación de la nueva *Estación Bayamón* del Tren Urbano para lograr el objetivo estratégico.

---

<sup>12</sup> Permite el estacionamiento gratis por 1 hora en las calles del Centro Tradicional

<sup>13</sup> Asamblea Municipal de Bayamón. Proyecto de ordenanza número 245, serie 1998-1999. Autoriza al alcalde a otorgar una exención y relevar del pago de patentes municipales por el término máximo de dos años fiscales a aquellas personas naturales o jurídicas que mantengan un negocio con carácter permanente en el centro urbano tradicional (Casco del Pueblo) del gobierno municipal de Bayamón; y establece la demarcación específica del área y establece los requisitos para obtener este incentivo y para otros fines. La ley Núm. 81 del 30 de agosto del 1991, Ley de Municipios Autónomos, en el artículo 1,002 declara como política pública “otorgar a los municipios los instrumentos, poderes y facultades legales, fiscales y administrativos necesarios para asumir un rol central y fundamental en el desarrollo social, económico y urbano.”

El objetivo estratégico busca que el potencial del Centro Tradicional de Bayamón para generar un flujo de ingreso neto por unidad de espacio exceda el potencial de generación asociado con espacio urbano de la periferia.

Para lograr el objetivo estratégico se sugiere una estrategia que descansa en un conjunto de iniciativas de carácter estético, en una política de uso del espacio urbano, en ciertos incentivos económicos, en un esfuerzo continuo de mercadeo y en una actividad permanente de mercadeo *vía* participación.

La estrategia intenta aumentar la capacidad de transformación en el espacio urbano y elevar su valor en el mercado. Esta estrategia se divide en dos etapas.

### **Primera etapa**

En la primera etapa se espera ocurra un aumento en la demanda por espacio urbano en el Centro Tradicional. El aumento en la demanda debe ocurrir como resultado de las iniciativas de: a) carácter estético; b) adopción de incentivos económicos; y c) mercadeo *vía* participación.

El aumento en la demanda está relacionado con dos tipos de cambios. Primero ocurre un aumento en residentes, comerciantes, inversionistas y consumidores. El segundo cambio ocurre sobre la renta: aumenta.

#### **A. Carácter Estético**

Se debe estimular la movilización de residentes y comercio hacia el Centro Tradicional y, para lograrlo, es indispensable crear un ambiente placentero para el trabajo, para residir y para disfrutar del tiempo ocioso. Se debe dotar al Centro Tradicional de atractivos y hacerlo competitivo ante cualquier otro centro comercial. La

seguridad, la limpieza y la movilidad son elementos claves. A continuación se presentan mejoras propuestas para llevar a cabo en el futuro cercano:

- Seguridad
  - ☐ Incremento en vigilancia diurna y nocturna
- Remodelación y ambientación de sus calles
  - ☐ Crear techos de acrílico, que conecten cuadras, para la protección solar y climatológica de los peatones
  - ☐ Colocar abanicos y extractores gigantes que circulen el aire entre cuadras
  - ☐ Sembrar múltiples árboles de sombra en las aceras
  - ☐ Fomento Comercial de Bayamón, la ABC y el gobierno municipal intentan implantar una ordenanza donde el propietario se vea forzado a pintar y mantener en buen estado su propiedad; de lo contrario el gobierno municipal expropiará en busca de usos más eficientes.
- Infraestructura
  - ☐ Vivienda
    - inicio del proceso de subasta para la construcción de un hotel ubicado en el Centro Tradicional
  - ☐ Acceso vehicular
    - Aprobación del uso de “parkímetros”
  - ☐ Acceso peatonal
    - aprobación del uso de tres “tranvías” que circunvalen el perímetro del Centro Tradicional y otras áreas cercanas (residenciales y comerciales)

## **B. Incentivos económicos**

Para lograr un incremento en la demanda por espacio urbano, y así detener el proceso de abandono y deterioro del Centro Tradicional, se sugiere un conjunto de incentivos económicos.

La efectividad con que se logre un aumento en la demanda por espacio urbano en el Centro Tradicional dependerá de la cantidad y calidad de incentivos económicos que se implanten simultáneamente. La suma de los beneficios obtenidos debe superar aquellas tendencias del mercado que incentivan la ubicación del espacio urbano en la periferia.

Algunos incentivos están disponibles al presente. Otros incentivos económicos requieren de la creatividad e iniciativa conjunta del gobierno municipal, la ABC, Fomento Comercial de Bayamón, la Oficina de Planificación del TrenUrbano y la sociedad civil.

### *Sugerencia de incentivos económicos disponibles al presente*

- Sección de Desarrollo Económico, Oficina de Planificación, Municipio de Bayamón
- Ordenanza #76
- Alianza con el Banco de Desarrollo Económico para Puerto Rico
  - préstamos a residentes bayamoneses que quieran crear un nuevo negocio o expandir uno existente
- Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico
- Alianza con la administración de rehabilitación de comunidades
- Subsidios de intereses con municipios

- Programa de financiamiento microempresas BDEPR
  - Programa de préstamo directo
  - Programa del empresario joven
  - Programa de la empresaria joven
  - Programa para residenciales públicos
  - Programa de reinversión en el negocio
  - Programa para el desarrollo de firma propia
  - Programa para mercaderes y negociantes en comunidades en desarrollo
  - Programa de reembolso de intereses para mercaderes en Bayamón
- Programa Federal del “Small Business Administration” (SBA)
  - Programa 504
  - Programa de micro-préstamos
  - Programa Garantías 7-A
  - ‘LOW DOC’
  - Instituto de Negocios para Mujeres

*Sugerencias de incentivos económicos que requieren la iniciativa conjunta del gobierno municipal, la ABC, Fomento Comercial de Bayamón, la Oficina de Planificación del Tren Urbano y la sociedad civil*

- Exención temporera (aproximadamente 10 años), total o parcial, de pagos de patentes municipales a cambio de participación en el proyecto
- Exención temporera (aproximadamente 10 años), total o parcial, de pagos de contribución sobre propiedad inmueble a cambio de participación en el proyecto
- Exención temporera (aproximadamente 10 años), total o parcial, de pagos de

contribución sobre propiedad mueble a cambio de participación en el proyecto

- Inversión directa por parte del gobierno municipal para remodelación y limpieza de fachadas de edificios privados
- Alquiler de unidades por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto
- Venta de unidades por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto
- Emisión de bonos libres de impuestos
- Exención contributiva por incremento en la densidad poblacional
- Programas en conjunto entre el gobierno municipal y la empresa privada para compartir costos
- Agencia pública sirve como garantizador en el otorgamiento de préstamos
- Otorgamiento de préstamos con tasa de interés por debajo del valor del mercado

### **C. Mercadeo vía participación**

Se debe crear un instrumento de movilización social para dinamizar la actividad urbanística en el Centro Tradicional y recuperar algunos de los valores que deben estar presentes en el urbanismo, como son: el liderazgo en la sociedad civil, la cooperación y coordinación entre la voluntad política e iniciativas ciudadanas, consenso, participación institucional y ciudadana y la flexibilidad para adaptarse a las circunstancias cambiantes. Se le puede llamar *Programa Mercadeo Ciudad Modelo*.

El programa, además de ser un instrumento para la definición del modelo de ciudad, constituye un magnífico vehículo de difusión de la cultura urbanística. La redacción del programa y de su metodología, con un fuerte peso en el proceso de

participación institucional y ciudadana, permite que los grandes temas que afectan al futuro de la ciudad se debatan y difundan de manera amplia y eficaz. Es un proceso continuo de reflexión, acción y adaptación sobre la situación y mejoramiento del presente y futuro del espacio urbano. Al mismo tiempo, constituye una gran oportunidad para dar a conocer, fuera del ámbito isleño, la ciudad y el proceso de transformación que se pretende; deja saber que el Centro Tradicional es patrimonio nacional y, como tal, es el mejor exponente de la historia, cultura, tradiciones e identidad, así como su importancia como centro de intercambio moderno y punto de transferencia y trasbordo a diversos destinos.

El convencimiento de que la ciudad debe ser de una determinada forma expresada en proyectos comprendidos y asumidos, es una garantía para estimular la participación y lograr la identificación de los ciudadanos con la imagen de la ciudad actual y futura.

El *Programa Mercadeo Ciudad Modelo* debe estar constituido por grupos de trabajo que incorporen a personas de las entidades públicas y privadas para que se desempeñen con un claro protagonismo en relación con los temas críticos. Los grupos de trabajo deben estar compuestos por actores que puedan aportar en los debates experiencia y conocimiento. Los actores deben ser ciudadanos, profesionales, servidores públicos y empresarios que muestren voluntariamente solidaridad y atención a los problemas sociales, asuman responsabilidades individuales y colectivas y desarrollen valores buscando integración vecinal y colectiva.

El programa intenta ayudar a los residentes a convertirse en protagonistas de la escena urbana, favoreciendo su autoorganización y capacidad par enfocar, creativa, colectiva, e individualmente sus problemas.

El programa debe tener por lo menos tres objetivos:

*Objetivo 1: Coordinar y adecuar lo distintos programas sociales en marcha en el Centro Tradicional*

Trata de coordinar las acciones con iniciativa pública, adecuándolas a los problemas concretos (empleo local, formación y renovación comercial, integración y actuación entre otros) y mejorando la eficacia de conjunto, con la ayuda de voluntarios.

*Objetivo 2: Apoyar las iniciativas locales de asociaciones con proyectos propios del Centro Tradicional*

Revitaliza las asociaciones, grupos y organizaciones no gubernamentales (sociedad civil), apoyando sus proyectos de mejora de los problemas colectivos, fundamentalmente los que se orientan a mejorar la integración de los colectivos, grupos o individuos con mayores problemas.

*Objetivo 3: Desarrollar acciones específicas de promoción de las actividades y valores de creación de cohesión, empleo y riqueza en el Centro Tradicional*

Persigue identificar, en convención con los vecinos, artesanos y comerciantes locales, con las organizaciones públicas y las asociaciones ciudadanas y patrocinadoras, para desarrollar acciones que:

- promuevan valores concretos del Centro Tradicional (comercio especializado, artesanía, restauración ) que ayuden a su revitalización, generando empleo y evitando la destrucción o pérdida de nuevos empleos;
- promuevan ocupaciones nuevas, que mejorando las condiciones ambientales o los servicios, encaminen la integración de los jóvenes;
- eviten la desaparición de oficios; y

- den a conocer que el Centro Tradicional está vivo.

Para dar a conocer el *Programa Mercadeo Ciudad Modelo* se divulgarán las actividades, investigaciones, noticias y hallazgos a través de:

- publicaciones del programa;
- difusión en prensa;
- artículos en publicaciones especializadas;
- noticias, entrevistas y reportajes emitidos en radio y televisión;
- encuestas de opinión;
- conferencias, seminarios y jornadas;
- exposiciones; y
- campañas de publicidad.

### **Segunda etapa**

El segundo aumento en la demanda ocurre debido a: a) la *Estación Bayamón*; b) mejoras en el carácter estético; c) implantación de incentivos económicos; y d) continuidad del mercadeo *vía* participación.

El objetivo estratégico es lograr que el potencial de flujo de ingreso neto por unidad de espacio del CTB exceda el potencial de generación asociado con espacio urbano de la periferia.

Nuevamente ocurren dos tipos de resultados; primero un incremento sobre la demanda por espacio urbano, que se traduce en más residentes, inversionistas y comerciantes. Segundo, la renta del espacio urbano en el CTB es mayor que la renta en el espacio urbano de los centros comerciales (ubicados en la periferia).

Según la Teoría de la Renta, si ocurre un aumento en la demanda por espacio urbano se desata la siguiente reacción en cadena (“spill over”):

1. la población utiliza las unidades que antes no tenían capacidad productiva;
2. la unidad de espacio marginal toma un carácter productivo (y deja de llamarse *unidad de espacio marginal*);
3. aumenta la producción sobre todas las unidades;
4. provoca un alza sobre la renta;
5. la unidad se utiliza más intensamente;
6. aumenta la ganancia por producto; y
7. mejora la capacidad de pago de renta.

Y según la Teoría de la Ubicación, la competencia en el mercado del espacio urbano junto al deseo de los propietarios de obtener el rendimiento más elevado, hace que cada uso del espacio urbano tienda a localizarse preferentemente en las zonas en que la superficie obtiene la renta más elevada, y se logra el acceso al mercado (guardando una relación de equilibrio).

El ingreso neto futuro generado en el Centro Tradicional debe ser mayor que el ingreso neto futuro generado en la periferia.

#### **A. Utilización de la Estación Bayamón**

- La Estación *Bayamón* debe incrementar el flujo diario de personas a aproximadamente 20,000 diarias. Esta cantidad de personas incluye residentes, consumidores y pasajeros que viven en áreas adyacentes y utilizan los servicios de

transportación pública para llegar a sus hogares.

**B. Carácter Estético**

- mejoras en la seguridad, remodelación, embellecimiento del Centro Tradicional, plantación de arboleda, espacio de recreación pública, aceras, accesos peatonales y vehiculares.

**C. Incentivos económicos**

- Continuidad de uso de los siguientes incentivos económicos
  - Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico (BDE; p.56)
    - Subsidios de intereses con municipios
    - Programa de financiamiento microempresas BDEPR
      - i Programa de préstamo directo
      - ii Programa del empresario joven
      - iii Programa de la empresaria joven
      - iv Programa para residenciales públicos
      - v Programa de reinversión en el negocio
      - vi Programa para el desarrollo de firma propia
      - vii Programa de reembolso de intereses para mercaderes en Bayamón
  - Programa Federal del “Small Business Administration” (SBA; p.56)
    - i Programa 504
    - ii Programa de micro-préstamos
    - iii Programa Garantías 7-A
    - iv ‘LOW DOC’

v Instituto de Negocios para Mujeres

- Exención temporera (aproximadamente 3 años) de pagos de patentes municipales a cambio de participación en el proyecto
- Exención temporera (aproximadamente 3 años) de pagos de contribución sobre propiedad inmueble a cambio de participación en el proyecto
- Exención temporera (aproximadamente 3 años) de pagos de contribución sobre propiedad mueble a cambio de participación en el proyecto
- Alquiler de unidades por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto
- Venta de unidades por debajo del valor del mercado a cambio de participación en el proyecto
- Emisión de bonos libre de impuestos
- Exención contributiva por incremento en la densidad poblacional
- Programas en conjunto entre el gobierno local y la empresa privada para compartir costos
- Agencia pública sirve como garantizador en la otorgación de préstamos
- Otorgamiento de préstamos con tasa de interés por debajo del valor del mercado
- Exacciones por impacto

**D. Mercadeo vía participación**

- Continuidad del Programa Mercadeo Ciudad Modelo.

## **XIX. Finalmente**

El gobierno municipal de Bayamón, conjuntamente con la Asociación Bayamesa de Comerciantes, Fomento Comercial de Bayamón y la Oficina de Planificación del Tren Urbano, intenta detener el deterioro económico que ha sufrido el Centro Tradicional de Bayamón. El gobierno municipal ha tomado iniciativas para hacer mejoras en la seguridad, limpieza, vivienda, e infraestructura del Centro Tradicional. Ha reevaluado el Plan de Ordenamiento Municipal de manera que predomine el uso mixto del espacio urbano y ha implantado un conjunto de incentivos económicos para estimular la inversión privada en el Centro Tradicional. Sin embargo, el ritmo de crecimiento de mejoras es menor que el ritmo de pérdida y deterioro. No se ha logrado superar las fuerzas del desparramamiento urbano que se llevan comercio y residentes hacia la periferia.

La dificultad que enfrenta el rescate de la riqueza social y económica del Centro Tradicional se debe a que el funcionamiento del mercado favorece la tendencia del movimiento poblacional y comercial hacia los suburbios, donde la renta ha sido históricamente menor que cerca de los centros urbanos. El deterioro de los centros es una consecuencia del funcionamiento del mercado. El Centro Tradicional queda rezagado de comercio y residentes; ocurre una baja en la demanda por espacio urbano. Consecuentemente también hay una disminución en la renta para ciertos usos.

Existe otro factor causal del problema. La construcción intensa de vías de acceso vehicular facilita el desarrollo de viviendas de baja densidad en las afueras de los centros.

Una posibilidad para controlar la construcción indiscriminada de viviendas de baja densidad es contar con la voluntad política para que los planes de ordenamiento territorial reflejen la política pública adoptada.

Este proyecto intenta transformar el Centro Tradicional de Bayamón en una comunidad compacta que utilice la ubicación de la nueva estación del Tren Urbano y los distintos modos de convergencia de transporte colectivo para transformar el espacio urbano y elevar el valor a generar. Se sugiere una estrategia para superar la tendencia de las fuerzas centrífugas del mercado e incentive la ubicación dentro del espacio urbano del Centro Tradicional. El objetivo estratégico busca que el potencial del Centro Tradicional para generar un flujo de ingreso neto por unidad de espacio exceda el potencial de generación asociado con espacio urbano de la periferia.

La utilización de la *Estación Bayamón* del Tren Urbano puede propiciar el ambiente para atraer hacia el Centro Tradicional a ciudadanos, empresarios, inversionistas, visitantes y residentes para fines de ubicación. Para lograrlo, la estrategia sugerida descansa en un conjunto de iniciativas de carácter estético, en una política de usos de espacio urbano, en ciertos incentivos económicos y en un esfuerzo continuo de mercadeo vía participación. La estrategia de llevarse a cabo en dos etapas.

En la primera etapa se propone el primer aumento en la demanda por espacio urbano luego de mejoras en el carácter estético, la adopción de incentivos económicos y de una campaña de mercadeo de la ciudad a través de participación ciudadana, de la empresa privada y del sector público.

En la segunda etapa se propone nuevamente un segundo aumento en la demanda por espacio urbano. Este aumento ocurre luego de comenzada la *Estación Bayamón*, la

continuación de la implantación de incentivos económicos, la continuidad de la campaña de mercadeo y de mejoras físicas. Del segundo aumento en la demanda se espera que el potencial de ingreso neto futuro en el Centro Tradicional exceda el potencial de ingreso neto futuro a generar en la periferia.

Al Centro Tradicional de Bayamón lo rodean actualmente ocho urbanizaciones y siete centros comerciales muy próximos. Estos centros comerciales tienden a atraer con mayor eficiencia a consumidores y comerciantes, dejando el Centro Tradicional sin la suficiente cuantía de visitantes ni consumidores para poder mantenerlo en un buen estado de salud económica. Con una política de incentivos económicos y las iniciativas de carácter estético, las políticas de uso del espacio urbano y el mercadeo *vía* participación, se intenta propiciar el escenario para que haya mayor: inversión privada, número de viviendas y población. Se debe pensar el Centro Tradicional de Bayamón como un centro comercial (tradicional) con las cualidades para competir con cualquier otro centro comercial moderno.

La demanda por espacio urbano está influenciada por un conjunto de características. Por ejemplo, una mayoría sustancial de consumidores prefieren los centros comerciales porque perciben mayor seguridad y limpieza y satisfacen con mayor efectividad sus hábitos de consumo. Por otro lado, y a pesar de rentas más altas, existe una tendencia por parte de los comerciantes a ubicarse fuera del Centro Tradicional y en los centros comerciales porque hay mayor disposición de clientes, mejor y mayor mercadeo, menos procesos burocráticos, menos restricciones y menos reglamentaciones, acceso más fácil y rápido y mejores instalaciones de estacionamiento. En comparación con los centros comerciales de la periferia, la mayoría de estas características influyen

negativamente sobre el espacio urbano en el Centro Tradicional de Bayamón, provocando que tanto los comerciantes como los consumidores prefieran establecerse y consumir en los centros comerciales.

En cuanto al Centro Tradicional de Bayamón las características como precios bajos, variedad de servicios y paradas de tránsito lo favorecen; pero no son lo suficientemente atractivas para incentivar a un mayor número de comerciantes, consumidores y residentes a utilizar el área del Centro Tradicional.

Si se logra la adopción de los incentivos económicos, las mejoras de carácter estético, una campaña de mercadeo eficiente, junto con la *Estación Bayamón*, el Centro Tradicional de Bayamón puede asemejarse a una *villa peatonal*. La *villa peatonal* es una comunidad compacta y de usos mixtos, localizada alrededor o adyacente a una estación de un sistema de transporte colectivo; invita a los residentes, trabajadores, comerciantes y consumidores a utilizar más los sistemas de transportación de escala peatonal y depender menos del auto. La *villa peatonal* es lo que conecta a sus residentes y trabajadores con el resto de la región, a la vez que provee acceso fácil y rápido al Centro Tradicional y a actividades que atraigan alto número de ciudadanos. Como *villa peatonal*, el Centro Tradicional de Bayamón tendría la capacidad de competir como Centro Tradicional de mercadeo y vivienda con cualquier centro comercial adyacente.

La voluntad política para que los planes de ordenamiento territorial reflejen la política pública adoptada; la cooperación y colaboración entre las agencias y entidades involucradas en la ordenación del espacio urbano; el uso mixto del espacio urbano; las estrategias de mercadeo para atraer empresarios y residentes al Centro Tradicional; y el uso de incentivos económicos que superen las fuerzas del mercado, son características

que han prevalecido en otras villas peatonales para lograr el éxito en la reorganización del espacio urbano. El gobierno municipal de Bayamón tiene disponible incentivos económicos tanto a través de ordenanzas municipales como a través de una alianza con el Banco de Desarrollo Económico de Puerto Rico (BDE). Sin embargo, estos instrumentos no están fácilmente identificados ni disponibles para el conocimiento de los comerciantes. Además, son lentos en su procesamiento burocrático y entorpecen el funcionamiento eficiente y efectivo de una empresa. Consecuentemente, los incentivos económicos actualmente disponibles no tienen la suficiente fuerza para atraer comercio, inversión privada, público y residentes hacia el Centro Tradicional. Se sugiere la implantación de incentivos económicos adicionales que sumen fuerzas para superar la tendencia de pérdida de residentes y comercio y así aumentar la demanda por espacio urbano en el Centro Tradicional. Los nuevos incentivos económicos sugeridos son utilizados por villas peatonales en diversas ciudades del mundo que utilizan sistemas de transporte colectivo, incluyendo un metro o tren. Algunas de estas ciudades son Caracas y Valencia (Venezuela), Toronto, Tokio, Estocolmo y Pórtland.

En el pasado se han sugerido múltiples iniciativas para detener el deterioro de los centros tradicionales de los municipios en Puerto Rico. Las alternativas presentadas en este proyecto de planificación para atraer la población (flotante y residente), el sector privado y el sector público hacia el Centro Tradicional de Bayamón se diferencian de las anteriores porque se centran en una campaña de mercadeo *vía* participación ciudadana. Además, incorporan incentivos económicos que utilizan a su favor las fuerzas del mercado.

Dada la *Estación Bayamón* así como la convergencia eficiente de los diferentes modos de transporte colectivo que se darán en el Centro Tradicional, se debe transmitir un mensaje de confianza a la población flotante y residente. El mensaje promulgará la buena coordinación entre los modos de transporte colectivo, el uso efectivo del tiempo, la seguridad, la limpieza, la satisfacción de las necesidades de la población y la comodidad (ambientación y frescura) que prevalecerá en el área. Para difundir el mensaje, se debe comenzar una campaña de mercadeo que invite a los mismos ciudadanos, el “tercer sector” y las entidades privadas a que participen en los procesos de creación de programas para: 1) el embellecimiento del Centro Tradicional; 2) los incentivos para proyectos empresariales y 3) la utilización diversa (uso mixto) del espacio urbano. El aumento en la demanda se debe dar en todas las dimensiones posibles del espacio urbano. Es decir, la actividad en el espacio urbano se dará en el plano horizontal, vertical o en cualquier otra dimensión que sea de utilidad.

Es en el espacio urbano que se da una actividad con capacidad para generar producción. En otras palabras, de la capacidad de transformación en el espacio urbano emana el valor en el mercado. En la medida que haya un aumento en la demanda por el espacio urbano, debe provocar: 1) una utilización más intensa; 2) una mayor productividad; 3) una mejor capacidad de pago en la renta y 4) un aumento en el valor por unidad de espacio. La efectividad con que se logre un aumento en la demanda por espacio urbano en el Centro Tradicional dependerá de la cantidad y calidad de las iniciativas de programas para el embellecimiento, los incentivos económicos para proyectos empresariales, la diversidad de actividades en el espacio urbano y de la participación ciudadana en estos mismos programas.

Sin embargo, la cantidad de iniciativas que se tomen están limitadas por la disponibilidad de recursos. Actualmente, el gobierno municipal utiliza fondos estatales, federales, compartidos y ordinarios para hacer mejoras en el Centro Tradicional. Del presupuesto municipal se le ha dedicado aproximadamente un 30% a mejoras en el Centro Tradicional (equivalente a \$50 millones). Para descifrar cuánto debe ser la inversión por parte de la empresa privada y del gobierno (municipal, estatal y federal) para llevar a cabo las iniciativas sugeridas en este proyecto de planificación, se debe hacer un análisis de costo/beneficio al momento de tomar la decisión de comenzar con los programas de embellecimiento del Centro Tradicional y de la adopción de incentivos económicos.

El impacto del conjunto de los incentivos económicos y de las iniciativas de embellecimiento y mercadeo del Centro Tradicional, debe tener la capacidad de generar transformaciones de mayor valor económico y social, siempre sujeto a las limitaciones de los recursos disponibles de las tres entidades involucradas, el sector público, el sector privado y el “tercer sector”.

## **Bibliografía**

- Andrews, R.. (1979). Land in America. Lexington, Massachussets: Heath and Company.
- Appraisal Institute, The. (1992). The Appraisal of Real Estate. Chicago, Illinois: The Appraisal Institute.
- Asamblea Municipal de Bayamón. (1999). Ordenanza Num. 76. Municipio Autónomo de Bayamón, Puerto Rico. Num. 245. Serie 1998-1999.
- Ayuntamiento de Madrid. (1992). Plan de Ordenamiento Territorial de la Ciudad de Madrid. Madrid, España.

- Babcock, R. R. & Feurer, D. A.. (1979). Land as a Commodity 'Affected with a Public Interest'. Land in America. Lexington, Massachusetts: Heath and Company. p.110.
- Baumol, W. J. & Blinder, A. S.. (1988). Economics: Principles and Policy. Orlando, Florida: Harcourt Brace Jovanoch, Inc..
- Bernick, M. S. & Cervero, R. B.. (1997). Transit Villages for the 21st century. New York, New York: McGraw-Hill Companies, Inc..
- Buchholz, T. G.. (1990). New Ideas from Dead Economists: An Introduction to Modern Economic Thought. New York, New York: Penguin Putnam Inc..
- Calthorpe, P.. (1993). The Next American Metropolis: Ecology, Community, and the American Dream. New York, New York: Princeton Architectural Press, Inc..
- Centro de Documentación Técnica. (1997). El Tren Metropolitano en Medellín o el desconocimiento de la participación ciudadana. Antioquia, Colombia.
- Centro de Documentación Técnica. (1997). El valor del suelo en el área de influencia del Tren Metropolitano en el Valle de Aburrá. Metro de Medellín. Antioquia, Colombia.
- Colyer, D., Phipps, T. T. & Shi, Y. J.. (1997, February). Agricultural Land Values Under Urbanization Influences. Land Economics, Vo. 73, N.1.
- Departamento de la Vivienda de Bayamón. (1999). Ayudas ofrecidas en el Departamento de la Vivienda de Bayamón. Bayamón, Puerto Rico.
- Departamento de Transportación y Obras Públicas, Autoridad de Carreteras y Transportación. (1995). Declaración de Impacto Ambiental Final: Apéndice de respuestas a comentarios del público, Tren Urbano, Área Metropolitana de San Juan, Puerto Rico. San Juan, Puerto Rico.
- (1995). Declaración de Impacto Ambiental Final: Apéndices Técnicos. Tren Urbano, Área Metropolitana de San Juan, Puerto Rico. San Juan, Puerto Rico.
- (1995). Declaración de Impacto Ambiental Final, Tren Urbano, Área Metropolitana de San Juan, Puerto Rico. San Juan, Puerto Rico.
- Eatwell, J., Milgate, M. & Newman, P. (1987). The New Palgrave. A Dictionary for Economics. New York, New York: The Stockton Press. V. 4., pp.423-428.
- (1987). The New Palgrave. A Dictionary for Economics. New York, New York: The Stockton Press. V. 4., pp.118-120.

- Herbst, K.. (1992, September). Brazil's Model City: Is Curitiba too good to be true?. Planning, pp. 24-27.
- Holland, D. W., Weber, B. A. & Waters, E. C.. (1997, February). Economic Impacts of a Property Tax Limitation: A Computable General Equilibrium Analysis of Oregon's Measures. Land Economics, Vo. 73, N. 1.
- Junta de Planificación, Oficina del Gobernador. (1975). Plan de usos de terreno: Región Metropolitana de San Juan. San Juan, Puerto Rico.
- . (1994). Reglamento sobre los planes de ordenación municipal y la transferencia y administración de facultades. Núm. 24. San Juan, Puerto Rico.
- Leitman, J. & Rabinovitch, J.. (1996, March). Urban Planning in Curitiba: A Brazilian City Challenges Conventional Wisdom and Relies on Low Technology to Improve the Quality of Urban Life. Scientific American, pp. 46-53.
- Major, M. J.. (1997, May-June). Brasilia Bus ways: A 'subway' that runs above the ground. Transit Planning, pp. 26-33.
- McHarg, I. L.. (1997, January-February). Natural Factors in Planning. Conservation. Vo. 52, N. 1.
- Metrodata. (1998-1999). Guía Metro del Área Metropolitana: áreas urbanas de San Juan, Bayamón Carolina, Cataño, Guaynabo, Toa Baja y Trujillo Alto. San Juan, Puerto Rico.
- Mueller, B.. (1997, February). Property Rights and the Evolution of a Frontier. Land Economics, Vo. 73, N.1.
- Oficina de Planificación, Municipio de Bayamón. (1996). Documento de Enunciación de las Metas y Objetivo y Programación de Trabajo del Plan de Área para el Ensanche Norte del Centro de Bayamón. Bayamón, Puerto Rico.
- . (1992). Plan de ordenamiento territorial. Del Municipio Autónomo de Bayamón. Bayamón, Puerto Rico.
- . (1992). (1990). Base de datos, censo de población e ingreso. Bayamón, Puerto Rico.
- Oficina de Publicaciones del Tren Urbano. (1999). Tren Urbano Alignment. Hato Rey, Puerto Rico.

----- (1999). Feeder Service Plan for Bayamón Tren Urbano Stations. Hato Rey, Puerto Rico.

Oficina Estatal de Preservación Histórica del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. (1996). Bayamón: Desarrollo Urbano durante el Período Pre-Industrial, 1509-1946. Bayamón, Puerto Rico.

Pindyck, R. S. & Rubinfeld, D. L.. (1989). Microeconomics. New York, New York.: Macmillan Publishing Company.

----- (1815). An Essay on the Influence of Low Price of Corn on the Profits of Stock; Showing the Inexpediency of Restrictions on importation. London. (Reprinted in the Works and Correspondence of David Ricardo. Vol. IV, ed P. Sraffa. Cambridge: Cambridge University Press. 1951).

Puerto Rico Management and Economic Consultants, Inc. (1994). A Study of the Economic Impact of the Tren Urbano in the Municipality of Bayamón. Oficina de Planificación, Municipio de Bayamón. Bayamón, Puerto Rico.

Ricardo, D.. (1817-23). Principles of Political Economy and Taxation. Reprinted in the Works and Correspondence of David Ricardo. London. (Reprinted in the Works and Correspondence of David Ricardo. Vol. I, ed P. Sraffa. Cambridge: Cambridge University Press. 1951).

Ruiz-Calderón, M.. (1999). The Making Way for the Next Generation. Caribbean Business. (San Juan, Puerto Rico), June 24.

Schwartz, P.. (1991). The Art of the Long View. New York, New York: Doubleday Dell Publishing Group, Inc..

Sraffa, G.J.. (1941). Production and Distribution Theories. New York: Macmillan.

Villamil, J. J.. (1992-1995). Reforma municipal y desarrollo económico. Plerus. Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras: Escuela Graduada de Planificación. Vo. XXIII-XXIV, p.43-54.

Wicksteed, P.H.. (1894). An Essay on the Coordination of the Laws of Distribution. London: Macmillan. (Reprinted, London: London School of Economics Press. 1932).

---

\*Instructora, Departamento de Economía, Recinto Universitario de Mayaguez