



30 de octubre de 2011

Hon. Jorge Navarro Suárez
Presidente
Comisión de Asuntos al Consumidor
Cámara de Representantes de Puerto Rico

Lcda. Olga de la Torre Maldonado
Directora de Asuntos Legales y Legislativos
Cámara de Comercio de Puerto Rico

P. de la C. 3658

Agradecemos la oportunidad que se nos brinda de expresar nuestros comentarios en torno al P. de la C. 3658 presentado con el propósito de establecer la “Ley Anti-Discrimen Comercial”, a los fines de declarar como política pública del Gobierno de Puerto Rico la protección de los consumidores sobre prácticas discriminatorias de empresas de los cincuenta (50) estados de la Nación que hacen negocios en Puerto Rico; disponer que el Gobierno de Puerto Rico no hará negocios con empresas que discriminen con los consumidores puertorriqueños; añadir el inciso (cc) al Artículo 6 de la “Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor”, Ley Núm. 5 del 23 de abril de 1973, según enmendada, a los fines de facultar al Secretario a establecer la “Oficina de Anti-Discrimen Comercial”; para otros fines relacionados.

Conforme la Exposición de Motivos de este proyecto, los residentes de Puerto Rico han sido discriminados por un sinnúmero de compañías de los Estados Unidos quienes, por diversas razones, se niegan a ofrecer los mismos bienes y servicios que al resto de los conciudadanos de la Nación. También hay compañías que ofrecen sus bienes y servicios a los clientes de Puerto Rico pero a precios más altos o con menos garantías que a los

clientes de los 50 estados de la Unión.

Concluye la asamblea legislativa en este proyecto que el trato discriminatorio a los consumidores en Puerto Rico que consiste en que un sinnúmero de compañías de los Estados Unidos, por diversas razones, se nieguen a ofrecer los mismos bienes y servicios que al resto de los conciudadanos de la Nación constituye un trato discriminatorio. También indica el proyecto que el hecho de que hay compañías que ofrecen sus bienes y servicios a los clientes de Puerto Rico pero a precios más altos o con menos garantías que a los clientes de los 50 estados de la Unión a pesar de los avances tecnológicos y la facilidad de acceso a través del internet a estas tiendas y fabricantes, no es cónsono con las garantías y salvaguardas que se han reconocido a consumidores en los estados, a tenor con el ordenamiento jurídico federal. Indica que **las acciones antes relatadas constituyen discrimen contra los consumidores en Puerto Rico quienes no están siendo tratados de igual manera que los consumidores en los demás estados.**

Por último en la exposición de motivos establece que toda empresa con presencia en Puerto Rico que ofrezca bienes, productos y servicios al consumidor y que a su vez ofrezca dichos productos por medio de la Internet, venta directa, catálogo o cualquier otra modalidad de compra y venta **deberá ofrecer al consumidor en Puerto Rico las mismas condiciones o condiciones similares de acceso, venta, productos, bienes, servicio, garantías y entrega que se ofrecen a los ciudadanos dentro de los cincuenta estados de la Nación.**

Para lograr lo anterior la Asamblea Legislativa con el proyecto propuesto propone proveerle al Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) las herramientas necesarias para combatir las prácticas discriminatorias de algunas compañías que ofrecen servicios en los demás estados de los Estados Unidos. Para esto se declara que será política pública del Gobierno de Puerto Rico velar que toda empresa de los cincuenta estados de la Nación con presencia en Puerto Rico, que ofrezca bienes, productos y servicios al consumidor y que a su vez ofrezca dichos productos por medio de la Internet, venta directa, catálogo o cualquier otra modalidad de venta de bienes y servicios, ofrezca al consumidor en Puerto Rico las mismas condiciones de acceso, venta, productos, bienes, servicio, garantías y entrega que se ofrecen a nuestros conciudadanos residentes en los estados de la Nación.

Más aún, la Asamblea Legislativa va más allá y en el proyecto que hoy comentamos ordena a las agencias del Gobierno de Puerto Rico a no hacer negocios con aquellas empresas que discriminan con los consumidores residentes en Puerto Rico. El propósito de esta penalidad, se alega en el documento, es evitar que las contribuciones de los puertorriqueños sean utilizadas para financiar las operaciones de compañías que en el curso de sus negocios discriminan contra nuestros residentes.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico es la institución portavoz de los negocios en Puerto Rico y representa a todo el comercio y la industria, grande o pequeña, de todos los sectores de la Isla. Sus esfuerzos van dirigidos, entre otras cosas, a fomentar un clima económico, político, tecnológico y social favorable al desarrollo de la empresa privada. Entendemos que es a través del fortalecimiento de la empresa privada que se promueve la competitividad en la economía y su capacidad para generar empleos e ingresos.

La Cámara de Comercio reconoce el fin loable de evitar cualquier discrimen contra los consumidores en Puerto Rico si no están siendo tratados de igual manera que los consumidores en los demás estados. No obstante, deseamos expresar nuestra preocupación sobre el texto de la medida radicada y las posibles consecuencias nocivas de su aplicación ya que para poder estas compañías ofrecer trato igual es menester que este Gobierno y la Asamblea Legislativa estén conscientes de que para poder ofrecer este trato igual a los consumidores en Puerto Rico estas compañías tienen que recibir trato igual a la forma en que son tratadas en los estados.

Es por ello que entendemos que el texto propuesto carece de un balance adecuado entre los derechos de consumidor de ser tratado igual o sea que se ofrezca al consumidor en Puerto Rico las mismas condiciones o condiciones similares de acceso, venta, productos, bienes, servicio, garantías y entrega que se ofrecen a los ciudadanos dentro de los cincuenta estados de la Nación y la reglamentación y costos de hacer negocio en Puerto Rico que no existen en los otros Estados de la Nación. Como mencionáramos anteriormente nos parece que la medida que se está propulsando tiene un fin loable y la política pública y actuaciones del Secretario del DACO cuando se aprobó la orden administrativa sobre este

tema en DACO tiene un fin de orientación tanto al consumidor como a los detallistas. Sin embargo, el proyecto que aquí comentamos dirigido a lo mismo, es completamente punitivo. Las tiendas y negocios a los que se refiere esta medida legislativa, que de hecho propulsan nuestra economía, ofrecen empleos a miles de puertorriqueños, y pagan las altas contribuciones impuestas por el estado, sus municipios y sus instrumentalidades, podrían verse seriamente afectados por una medida de esta naturaleza que no considera los costos y circunstancias que son únicas de Puerto Rico.

La Ley 228 que Crea el DACO tiene actualmente entre sus propósitos la estabilización de precios; la prevención del alza especulativa, injustificada y anormal de precios; la eliminación y prevención de beneficios excesivos, el acaparamiento, la manipulación, la especulación y otras prácticas destructivas resultantes de las anormales condiciones del mercado y la escasez que causó la Emergencia Nacional de la Segunda Guerra Mundial; la protección y sostenimiento de las normas de vida de personas cuyos ingresos sean limitados; la prevención de desajustes económicos que serían el resultado de los aumentos anormales en los precios; y el abaratamiento en todo lo posible del costo de productos de primera necesidad para los habitantes de Puerto Rico.

Asimismo, a tenor con lo dispuesto en el Artículo 3 de la Ley 228, **“el Secretario del DACO podrá, en caso de emergencia, mediante reglas u órdenes, establecer precios que sean justos y equitativos para artículos de primera necesidad.”** (énfasis Nuestro)

Entonces es propio decir que en el desempeño de las funciones que le han sido encomendadas, tanto por la Ley Orgánica del DACO como por la Ley Insular de Suministros, el Secretario del DACO **ha aprobado reglamentación para la congelación y fijación de precios de los artículos de primera necesidad en situaciones de emergencia tales como órdenes de congelación de precios ante el probable o inminente paso de un disturbio natural, como lo es un huracán.** Esas órdenes usualmente quedan sin efecto una vez pasa la emergencia.

Surge de lo anterior que el Secretario del DACO tiene amplios poderes para proteger al consumidor puertorriqueño de prácticas engañosas en Puerto Rico.

También, el estado tiene la función de por un lado permitir y fomentar el desarrollo de la libre empresa mientras a su vez protege al público. Reconocemos que la función del estado además de delicada no es fácil. Pero es importante que recordemos que sin el adecuado conocimiento sobre las condiciones del mercado y las empresas, se presta a la arbitrariedad, lo que puede causar de un lado daños a la libre empresa o la claudicación de la función de lograr la protección al consumidor del otro. La tarea de fijar los precios es, sin duda, una difícil. Requiere una pericia y el dominio de una multitud de conocimientos en un área continuamente cambiante. La función del DACO en este proceso es una limitada. Si se quiere, se puede decir que es evitar la comisión de injusticias. En cuanto a los detalles necesariamente envueltos en la reglamentación de los precios que es lo que pretende esta medida, la mano de la Legislatura y/o del DACO debe ser cautelosa. Hay que tomar en cuenta que nuestra sociedad es una de carácter capitalista.

El concepto del capitalismo ha sido objeto de variadas interpretaciones y diversos debates a través de la historia; pero todos convergen en que su motor es el capital, su mecanismo de empleo es la "libre empresa" y su justificación es la "libre competencia". Probablemente la mayoría de nosotros hemos escuchado la célebre frase "laissez faire". Esto es una expresión francesa que significa "dejar hacer" y se refería a una completa libertad en la economía: libre mercado, libre manufactura, bajos o nulos impuestos, libre mercado laboral, y mínima intervención de los gobiernos.¹

Puerto Rico basa su economía en un sistema de libertad empresarial. Este concepto se centra en la política de que el sector privado opera libremente para generar ganancias en un sistema competitivo, sin interferencia del gobierno más allá de la reglamentación necesaria para proteger el interés público y la competitividad del mercado.

Según Carlos Díaz Olivo la información contenida en el Censo del año 2000 muestra que en Puerto Rico apenas un 28% de la población adulta en edad laboral trabaja en el sector privado. En los Estados Unidos esta cifra alcanza el 58% de la población. Para el año 2004, en Puerto Rico había 275,000 empleados públicos. En el presupuesto del 2006, el 76% se destinó a gastos gubernamentales. Un 47% de esa cantidad corresponde a nómina; un 12% al pago de deuda pública y otro 12% al pago de mejoras

¹Karla Marrero Cruz, El Experimento Puertorriqueño: Capitalismo y Democracia, Revista Estudios Críticos del Derecho (Clave) Tomo 7, Año 2011

permanentes. Estas cifras nos ilustran que en el segmento formal de nuestra economía hay una proporción enorme de personas sin exposición laboral ***al sistema de libre empresa***. (Énfasis Nuestro). El esquema amplio de regulación gubernamental ha resultado ser un gran desestímulo para la entrada de nuevos negocios, que impide la creación de empleos y erosiona además la presión competitiva sobre las empresas existentes. Los requerimientos de licencia para el ejercicio de ciertas ocupaciones y actividades crean barreras artificiales y restringen el suministro de servicios, lo que, a su vez, tiene el efecto de incrementar los precios de los productos y servicios al consumidor. La regulación excesiva permite a las empresas establecidas obstruir y, en ocasiones, hasta impedir la entrada de rivales comerciales. Las empresas ya existentes en el mercado no tienen motivación para superarse en sus ofrecimientos al público consumidor e incluso a su fuerza laboral, ya que, independientemente, de la baja calidad de sus ofrecimientos, las restricciones que limitan la entrada de nuevos competidores impiden que éstas confronten retos significativos por parte de nuevas empresas con enfoques activos y dispuestas a retar la hegemonía tradicional de las empresas existentes.²

La llamada competencia se dice que es la lucha para adquirir ventaja comercial. Tanto en diferentes artículos como en la jurisprudencia ya se ha definido la competencia justa como aquella competencia que es abierta y equitativa entre los competidores de negocios. Su contraparte, la competencia injusta, contempla la rivalidad deshonesta o fraudulenta en la venta y el comercio.³ La Ley de Monopolios hace referencia a la competencia justa en su Artículo 3. Ella establece en el inciso (a) que "los métodos injustos de competencia, así como las prácticas o actos injustos o engañosos en los negocios o el comercio, por la presente se declaran ilegales". 10 L.P.R.A. sec. 259 (2004).

Esta disposición legal está complementada por el Reglamento Número 2648 sobre Competencia Justa de 1980. Este reglamento fue creado para ejecutar lo establecido en la Ley de Monopolios por la Oficina de Asuntos Monopolísticos de Puerto Rico. El mismo proscribe prácticas y métodos injustos de competencia en el comercio a la vez que enumera aquellos

²Carlos Díaz Olivo; Contribuciones, Desarrollo Económico E Identidad Nacional, Revista Colegio De Abogados De Puerto Rico, Vol. 68 • Núm. 1 • Enero-Marzo 2007

³Yadira Torres Ruiz; Ley de Monopolios: Ineficiencia Ante El Comercio De Las Cadenas Multinacionales en Puerto Rico; Revista de Derecho Puertorriqueño de la Escuela de Derecho de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico; Vol 45-2005

actos que constituyen métodos injustos de competencia y los actos o prácticas proscritas.

Las disposiciones de la Ley de Monopolios y del Reglamento sobre Competencia Justa intentan combatir las prácticas comerciales injustas y monopolísticas. Nuestra ley antimonopolística específica "[i]ntenta asegurarle al pueblo de Puerto Rico en general, y a los pequeños comerciantes en particular, los beneficios de la libre competencia y evitar las concentraciones de poder económico". El mencionado Reglamento establece, mediante un listado, los actos que se consideran prácticas injustas de competencia. Mediante éste se intenta evitar que los establecimientos comerciales incurran en actividades de negocios inescrupulosas que tendrían un efecto nocivo sobre nuestra economía, muy en particular sobre aquellos comerciantes honrados que por este tipo de práctica anticompetitiva se verían forzados a cerrar sus negocios.

Surge de lo anterior que existe legislación que protege al consumidor y a otros comerciantes en específico los pequeños comerciantes, con relación a los precios y la libre competencia entre ellos.

También debe considerarse en el análisis la Ley 75, conocida como la Ley de Contratos de Distribución, que tiene el propósito de proteger los derechos legítimos de los distribuidores frente a los posibles abusos de los suplidores o principales que, sin justa causa, dan por terminadas o menoscaban sus relaciones contractuales con éstos, tan pronto han creado un mercado favorable para sus productos. *P.R. Oil Co., Inc. v. Dayco Prod., Inc.*, [2005 T.S.P.R. 41](#), 2005 JTS 47, 164 D.P.R. ___. La referida Ley aplica tanto a los distribuidores de mercancías como a los que prestan un servicio. *Lorenzana v. Gen. Accid. Ins. Co.*, [154 D.P.R. 547](#) (2001). Para proteger a estos intermediarios, que han actuado en beneficio de sus principales, la Ley de Contratos de Distribución, supra, establece a su favor una causa de acción por daños y perjuicios por la terminación o menoscabo del contrato de distribución, cuando esto ocurre sin justa causa. [10 L.P.R.A. § 278\(a\)](#); *B.W.A.C. Int'l v. Quasar Co.*, [138 D.P.R. 60](#), 68 (1995). Sobre este particular, el artículo 2 de la Ley de Contratos de Distribución aclara que: No empece la existencia en un contrato de distribución de una cláusula reservándole[s] a las partes el derecho unilateral a poner fin a la relación existente, ningún principal o concedente podrá dar por terminada dicha relación, o directa o indirectamente realizar acto alguno en menoscabo de la relación

establecida, o negarse a renovar dicho contrato a su vencimiento normal, excepto por justa causa. 10 L.P.R.A. § 278(a). A los fines de la referida ley se entiende por "justa causa" el incumplimiento de alguna de las obligaciones esenciales del contrato de distribución, por parte del distribuidor o cualquier acción u omisión por parte de éste que afecte adversamente y en forma sustancial los intereses del principal o concedente en el desarrollo del mercado o distribución de la mercancía o servicios. [10 L.P.R.A. § 278\(d\)](#); Pacheco v. Nat'l Western Life Ins. Co., [122 D.P.R. 55](#), 66 (1988). Quien tiene la distribución de un producto en Puerto Rico (digamos por ejemplo venta de impresora de determinada marca) no necesariamente es el mismo que la tiene en los estados de la Nación. Los términos de este contrato con el que tiene la distribución en Puerto Rico, afectan los precios de los productos lo cual imposibilita el que se vendan los productos al mismo precio en ambos lugares.

De igual modo, el "contrato de distribución" se define como la "relación establecida entre un distribuidor y un principal o concedente, mediante la cual, e irrespectivamente de la forma en que las partes denominen, caractericen o formalicen dicha relación, el primero se hace real y efectivamente cargo de la distribución de una mercancía o de la prestación de un servicio mediante concesión o franquicia, en el mercado de Puerto Rico. Si es así, puede surgir el hecho de que una tienda en EU pueda vender la impresora pero esa tienda no puede bajo ningún concepto enviarlo a Puerto Rico porque afectaría los derechos concedidos al distribuidor de dicho producto aquí.

Por último es importante señalar que las compañías de mensajería como Fedex, UPS, DHL por mencionar algunas, consideran a Puerto Rico como "international", contrario al Correo General de Estados Unidos (USPS) quien nos considera "Domestic". No tenemos claro cómo es que esto sucedió, pero entendemos que fue a solicitud del propio Gobierno de Puerto Rico cuando solicitó información a estas empresas sobre envíos a Puerto Rico para poder cobrar los arbitrios. La única forma de contabilizar dichos envíos era pasando estos paquetes por aduana y para ello tenía que considerar a Puerto Rico como "International". Lo mismo sucede con varias líneas aéreas. Entendemos que quien único puede reversar esta situación es el Gobierno de Puerto Rico mediante una solicitud de que se revierta al estado original. Esto evitaría que muchas de las compañías que se niegan a enviar a Puerto Rico (que no están en Puerto Rico) porque somos un destino "Internacional" puedan entonces

hacerlo sin problema en su programación computarizada y/o sistemas operativos.

Pasamos entonces a comentar y sugerir cambios directamente en el texto propuesto:

“Artículo 2.-Definiciones

Para propósitos de esta Ley las siguientes palabras o frases tendrán el significado que se detalla a continuación:

1. Agencia: Cualquier agencia, corporación pública o instrumentalidad del Gobierno de Puerto Rico.
2. Departamento o DACO: Departamento de Asuntos del Consumidor.
3. Empresa: cualquier negocio que opere en los cincuenta (50) estados de la Nación con presencia en Puerto Rico que ofrezca bienes, productos y servicios a consumidores en los cincuenta (50) estados y que, a su vez, ofrezca dichos productos por medio de la Internet, venta directa, catálogo o cualquier otra modalidad a los consumidores en Puerto Rico. ~~[Se entenderá que un negocio tiene presencia en Puerto Rico cuando ofrezca sus productos a los residentes de la Isla por medio de la Internet, venta directa, catálogo, vendedores autorizados o cualquier otra modalidad.]~~ *La cámara de Comercio sugiere se elimine lo anterior. Esta oración parece ser repetitiva y hasta un poco contradictoria con la anterior. Por otro lado presenta un asunto de jurisdicción. Ejemplo de ello puede ser la falta de jurisdicción sobre una persona que no tiene contactos mínimos con Puerto Rico en un proceso administrativo que puede conllevar la imposición de multas.*

“Artículo 3.-Política Pública

Será política pública del Gobierno de Puerto Rico velar por que toda empresa de los cincuenta (50) estados de la Nación con presencia en Puerto Rico que ofrezca bienes, productos y servicios a consumidores en los cincuenta (50) estados y que, a su vez, ofrezca dichos productos por medio de la Internet, venta directa, catálogo, vendedores autorizados o cualquier otra modalidad, ofrezca al consumidor en Puerto Rico las mismas condiciones de acceso, venta, productos, bienes, servicio, garantías y entrega que se ofrecen a nuestros conciudadanos residentes en los demás estados de la Nación.

Con el fin de eliminar las prácticas discriminatorias, se dispone que será Política Pública del Gobierno de Puerto Rico, representado por el Departamento de Asuntos del Consumidor, educar a las compañías sobre la relación de Puerto Rico con los Estados Unidos y sobre las disposiciones de esta Ley.” *Este artículo del proyecto propuesto parece ignorar el hecho de que en distintas regiones de Estados Unidos (West Coast, East Coast) tienen distintos precios y no especifica cual va a ser el que se va a utilizar para aplicar aquí. Aunque entendemos que lo anterior podría ser porque ninguno*

puede utilizarse como modelo para comparar con Puerto Rico porque el mero hecho de que las circunstancias que aplican en la consideración de imposición de los precios no son las mismas que las consideraciones que utiliza el mercado de Puerto Rico para implementar sus precios. Es importante que antes de pedirles a estas empresas que vendan al mismo precio tenemos que ponerlas en iguales condiciones. Esto implica eliminar costos que las empresas no tienen en Estados Unidos (Pago de Propiedad Mueble (CRIM) por inventario, Furgonazo (Nuevo impuesto por inspección de furgones de \$69.00), costos laborales, costos de shipping, entre otros. Por último, nos preocupa que de la forma en que está redactado este artículo podría entenderse que se le está imponiendo a estas compañías un nuevo impuesto. Decimos lo anterior porque dado el hecho de que parte de la premisa de que la práctica de tener precios diferentes que en otros estados es discriminatorio per se, equivale a la imposición de multas a diestra y siniestra que sería equivalente con un impuesto adicional.

“Artículo 4.-Acciones Discriminatorias

Para propósitos de esta Ley, podrán ser consideradas como discriminatorias las siguientes acciones llevadas a cabo por cualquier empresa localizada en los cincuenta (50) estados de la Nación Americana:

1. *Cualquier diferencia significativa en acceso, venta, productos, bienes, servicios, garantías y entrega que no tenga justificación real basada en los costos de envío, impuestos, arbitrios, requisitos impuestos por el gobierno federal o estatal o limitaciones basadas en licencias, contratos, permisos, patentes, derechos de autor o cualquier otro aspecto que esté directa o indirectamente fuera del control del negocio; Este inciso del proyecto adolece de amplitud excesiva al no establecerse unos parámetros cuando se habla de “diferencia excesiva” y de “justificación real”.*
2. *Vender sus productos a un precio mayor a los consumidores en Puerto Rico con relación a los precios que pagan por los mismos artículos los residentes de Estados Unidos continentales; Al igual que el inciso anterior este inciso entendemos que es algo vago cuando se refiere a “precio mayor” que es precio mayor para el DACO? Para el consumidor? Para el detallista? Para la legislatura” precio mayor puede ser hasta un centavo. En ese sentido la medida por este inciso puede adolecer de vaguedad o amplitud excesiva. Y nuevamente carece del detalle de contra quien estaremos comparando esa diferencia en precio tomando en cuenta que en distintas regiones de Estados Unidos existen distintos precios. Es un hecho que la “doctrina de vaguedad” es un corolario del debido proceso de ley que “prohíbe la aplicación en contra de una persona de una ley o reglamento cuyos términos no revelan clara y adecuadamente cuál es la conducta prohibida.” Pueblo v. Hernández Colón, 118 D.P.R. (1987), pág. 901. Anteriormente se ha establecido por Nuestro más Alto Foro que una ley adolece de vaguedad si: (1) una persona de inteligencia promedio no queda debidamente advertida del acto u omisión que el estatuto pretende prohibir y penalizar; (2) se presta a la aplicación arbitraria y discriminatoria, e (3)*

interfiere con el ejercicio de derechos fundamentales garantizados por la Constitución. Pacheco Fraticelli v. Cintrón Antonsanti, 122 D.P.R. 229, 240 (1988). Esta doctrina es especialmente aplicable al análisis de estatutos penales. Véase Pueblo v. Mantilla, 71 D.P.R. 36, 40 (1950). Pueblo V. Aps Healthcare Of Puerto Rico 2009 TSPR 011.

3. ~~Negarse a enviar productos a Puerto Rico;~~ *Sugerimos eliminar este inciso. El mismo puede presentar asuntos jurisdiccionales. Hay compañías que puede no interesarle hacer negocios con Puerto Rico y no tienen contacto alguno con Puerto Rico. Entonces no vamos a tener jurisdicción alguna para implantar y hacer valer esta ley en contra de dicha entidad o empresa. Industrial Siderúrgica Inc. Vs. Thyssen Steel, 114 DPR 548 (1983)*
4. No ofrecerle a los consumidores en Puerto Rico los beneficios y garantías que se ofrecen a los consumidores en los cincuenta (50) estados como por ejemplo; programas de recompensas a clientes, tarjetas de regalos, acceso a páginas web, cupones de descuentos y sorteos, entre otros productos similares; o *Le traemos a la atención de esta Asamblea Legislativa que este inciso puede no ser compatible con situaciones que se relacionan a productos que tienen contratos de distribución amparados bajo la Ley 75 antes mencionada. Por ejemplo un detallista que viene obligado a comprar su inventario de detergente (por decir un producto) de forma local (Procter & Gamble por decir un distribuidor) no puede ofrecer un cupón que promueve la manufacturera (master). Sólo puede honrar cupones que se ofrecen de forma local. Asimismo este inciso tampoco considera costos como CRIM por inventario, Costos de Energía exorbitantes, y costos laborales que tiene estos detallistas locales que pueden no tener los detallistas en los estados de la nación americana.*
5. ~~Cualquier otra acción discriminatoria que el Departamento considere como tal, conforme a sus leyes y reglamentos.”—Se sugiere eliminar por ser ambiguo. Véase argumentación que hicieramos en el Artículo 4 inciso 2.~~

“Artículo 5.-Facultades del Departamento de Asuntos del Consumidor

El Departamento de Asuntos del Consumidor tendrá las siguientes facultades para la implantación de esta Ley:

1. Recibir e investigar querellas sometidas por los consumidores puertorriqueños, denunciando prácticas discriminatorias en el comercio por parte de compañías situadas en cualquiera de los cincuenta (50) estados los Estados Unidos;
2. ponerse en contacto con la compañía querellada y ofrecerle la orientación necesaria para que enmiende su política discriminatoria de manera que se vayan erradicando esas prácticas;

3. comparecer por y en representación de los consumidores ante cualquier tribunal, junta o comisión, organismo administrativo, departamento, oficina o agencia del Gobierno de Puerto Rico o del Gobierno de los Estados Unidos en cualquier vista, procedimiento o asunto que afecte o pueda afectar los intereses del consumidor en general, de grupos de consumidores o de cualquier consumidor en particular; o
4. llevar a cabo cualquier otra acción que estime pertinente para eliminar cualquier tipo de discrimen comercial. “ *Todo este artículo adolece de un debido proceso de ley. Presume un discrimen hecho que viola el “due process”. No se hace referencia a un procedimiento adjudicativo formal al amparo de la Ley de Procedimiento Administrativo Univorme (LPAU). Nos preocupa sobremanera el hecho de que de la forma en que esta redactado este artículo especialmente el inciso 2, asume que la querrella equivale a un discrimen. Lo da por sentado.* ”

“Artículo 6.-Facultad del Gobierno de Puerto Rico para no hacer Negocios con Empresas que Discriminan con los Consumidores de Puerto Rico

Se ordena a toda agencia a no realizar negocios con aquellas empresas de los cincuenta (50) estados de la Nación que *a pesar de haber una resolución administrativa final y firme, luego de haberselo dado oportunidad de corregir el señalamiento que se le hiciera en dicha resolución, reincida e insista en la conducta que se encontró discrimin a [en] comercialmente con los consumidores puertorriqueños. A esos fines, el Departamento de Asuntos del Consumidor notificará a todas las dependencias gubernamentales cuales son las empresas que se han rehusado eliminar sus políticas discriminatorias, luego que el Departamento haya realizado todas las gestiones para evitar las acciones discriminatorias, conforme a lo dispuesto en esta Ley. Debemos señalar que en este proyecto propuesto no hay un proceso establecido que cumpla con la debida notificación y guarda silencio sobre la forma en que se va a llevar a cabo el procedimiento adjudicativo. Cabe preguntarse si va a ser de la forma en que se ha hecho hasta ahora por el DACO, que es por correo electrónico lo cual entendemos que no cumple con el debido proceso de ley. Ante esta situación el castigo propuesto resulta uno excesivo.*

...”

“Artículo 7.-Multas

Cualquier violación a las disposiciones de Ley conllevará sanciones administrativas por parte del Departamento de Asuntos del Consumidor mediante la imposición de multas que podrán alcanzar los ~~veinticinco~~ (diez) mil dólares (~~\$25,000~~ 10,000) por cada ocurrencia. “ *Entendemos que resulta en extremo oneroso que se impongan multas por una suma de \$25,000.00 cuando el fin de la medida es uno de orientación y de establecer política pública. El estado vigente de derecho con relación a las multas que DACO puede imponer a los comercios es de \$10,000. Esta suma*

ya es sumamente onerosa, sobre todo considerando que la inmensa mayoría de las multas se imponen por fallas como resultado de errores inadvertidos y errores en procesos administrativos y no por intenciones deshonestas de no cumplir con la reglamentación del DACO.

Los errores por los cuales DACO multa a los comercios en su mayoría no pueden considerarse como “prácticas ilegales” o como “prácticas fraudulentas y engañosas con las que se sorprende la confianza del consumidor puertorriqueño”. Tampoco puede considerarse que el comerciante que incurrió en una de estas situaciones es un “comerciante inescrupuloso”.

Es sabido que la mayoría de estos errores no son intencionales. Partiendo de esa premisa, por más que se aumenten las multas los mismos no se van a poder evitar. Errar es de humanos. Por tal razón, el aumentar la cuantía de las multas de DACO, sin considerar el esfuerzo del comerciante por cumplir o sin darle la oportunidad de corregir un error, constituye un motivo de gran preocupación y desazón, especialmente en momentos en que nuestra economía necesita enfocarse en promover el desarrollo económico que tanto esperamos.

Punto importante que debemos traer a su atención es que hay que tomar en cuenta que una multa de \$25,000, más que un disuasivo es un acto punitivo, tal y como alega la exposición de motivos de la ley, que puede incidir en la capacidad de producción de un negocio. Ello resulta también en un aumento en el costo del riesgo de anunciarse y hacer disponibles al consumidor precios agresivos que tanto necesitan en estos momentos difíciles. Por otro lado esto aumenta innecesariamente el costo de hacer negocios en Puerto Rico, medidas como éstas son las que ponen freno a la inversión privada y al desarrollo comercial y afectan adversamente la competencia.

Tenemos que reconocer que el sector del comercio al detal es uno de los más importantes en la economía de Puerto Rico y debemos buscar mecanismos para estimularlo y trabajar mano a mano con él. En momentos como éstos, cuando la economía está tan afectada, en vez de reglamentar y multar excesivamente a los comercios, se debe ayudarlos e incentivarlos.

La CCPR entiende respetuosamente que las medidas que promueve el proyecto de referencia al ser de índole punitivas sólo crean mayor preocupación al empresario que esté contemplando invertir en un nuevo negocio o mantener uno existente en operaciones. Hasta qué punto podría considerarse esta ley como discriminatoria por el hecho de que sólo toma en consideración una comparación con ventas en Puerto Rico Vs. los 50 estados de la Nación (sin indicar cuál es el que se va a utilizar cuando en estados Unidos los precios por regiones varían), y no considerar otros países (Costa Rica, Mexico, Canadá) que quieran hacer en Puerto Rico.

En la Cámara de Comercio de Puerto Rico siempre hemos querido flexibilizar las leyes y reglamentaciones y agilizar los procesos gubernamentales para que nuevas empresas hagan negocio en PR de una manera más competitiva con el resto del mundo. Esta medida entendemos no resultaría en una medida que haga a Puerto Rico más competitivo y por el contrario redundaría en que empresas tengan otra razón adicional para no establecerse en Puerto Rico.

En mérito de lo anterior, la Cámara de Comercio de Puerto Rico favorece la aprobación del P de la C 3658, sujeto a que se tomen en consideración todos los comentarios y sugerencias que aquí hemos presentado a esta Honorable Asamblea legislativa así como todos los comentarios dirigidos a considerar aspectos de libre competencia y libre empresarismo, y altos costos operacionales que tienen estas cadenas en Puerto Rico como tampoco considera limitaciones impuestas por otras leyes que rigen en Puerto Rico que dificultan la implementación de igualdad de precios que rigen en la Nación Estadounidense.

Esperamos que nuestros comentarios le hayan sido de utilidad, reiterándonos a la disposición de esta Comisión para toda gestión en que le podamos ser de ayuda. Estamos en la disposición de contribuir con esta Asamblea Legislativa en cualquier comité o comisión que se pueda crear para atender todos estos asuntos aquí levantados a los fines de ver cómo sería posible implementar la propuesta medida pero que atienda las particularidades de nuestro País en su implementación.

Muchas Gracias!