

**Memorando de Entendimiento entre el Departamento de
Asuntos del Consumidor, la Asociación de Comercio
al Detal de Puerto Rico (ACD) y la Cámara de
Comercio de Puerto Rico (CCPR)**

REUNIDOS

De una parte la Asociación de Comercio al Detal de Puerto Rico (ACD), representada por su presidente, señor Iván Báez y la Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR), representada por su presidente, Dr. José Vázquez Barquet.

Y de la otra parte, el licenciado Nery E. Adames Soto (Secretario), en nombre y representación del Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO).

Actuando todas las partes en virtud de sus respectivos cargos y reconociéndose mutuamente facultades suficientes para suscribir el presente documento,

EXPONEN

- I. La Venta del Madrugador (Venta o Venta del Madrugador), que históricamente se lleva a cabo cada año el día siguiente al Día de Acción de Gracias, genera gran expectativa y participación de los consumidores puertorriqueños.
- II. La gran asistencia de público, que en el caso de algunos comercios comienza a aglomerarse en filas desde temprano en la tarde del día anterior a la Venta, convierte este evento en uno que requiere preparación previa, tanto para los comercios como para el DACO.
- III. La preparación y divulgación de los *shoppers*; la seguridad, antes y durante la Venta; el manejo de multitudes; el manejo de personal para atender el evento; el manejo de inventario (antes, durante y después de la Venta); y la comunicación con los consumidores, son algunos de los retos más importantes que enfrentan los comercios.
- IV. La orientación de los consumidores, previo y durante la Venta; la distribución de sus

recursos en el mayor número de comercios posible; el adiestramiento a su personal para asegurar la aplicación uniforme de las normas aplicables; la atención de las quejas que surjan durante el evento; y, el manejo de las querellas presentadas con posterioridad, representan, a su vez, los retos más importantes del DACO.

V. A raíz del éxito que obtuvimos con la firma de un memorando de entendimiento el año pasado, decidimos suscribirlo nuevamente para la próxima Venta del Madrugador. En virtud de la voluntad expresada, las partes comparecientes acuerdan celebrar el presente documento de conformidad a las siguientes:

CLÁUSULAS TRASFONDO Y PROPÓSITOS

PRIMERA- Las cláusulas aquí desglosadas representan el esfuerzo conjunto del comercio y del gobierno, y la buena fe de los comercios para promover la satisfacción de los consumidores que acudan a la Venta del Madrugador. Para lograr este cometido, las entidades que representan a los comercios, así como el DACO, se han reunido en varias ocasiones para discutir qué medidas pueden adoptarse que limiten los conflictos entre comercios y consumidores durante la Venta. Estas cláusulas son medidas que tanto la ACD como la CCPR se comprometen a divulgar a sus miembros como normas que recomiendan se adopten, donde apliquen, para este evento. Esto, por supuesto, además de promover el cumplimiento con el Reglamento contra Prácticas y Anuncios Engañosos vigente, Reglamento Núm. 8599, aprobado el 29 de mayo de 2015 (Reglamento).

SEGUNDA- Estas medidas persiguen que la divulgación de los comercios antes de la Venta, así como la rotulación y organización del establecimiento durante la Venta, dejen claro en el consumidor cuáles deben ser sus expectativas antes de seleccionar el lugar donde realizará sus compras y durante la Venta.

TERCERA- El objetivo fundamental es lograr la satisfacción de los consumidores durante la Venta y

minimizar el número de querellas que puedan presentar en el DACO posteriormente.

PUBLICACIÓN DE LOS SHOPPERS Y DISPONIBILIDAD DE PRODUCTOS

CUARTA- Los comercios tendrán disponible suficiente inventario para la Venta del Madrugador. Los *shoppers* que contengan artículos a precio regular, compra excepcional o extraordinaria y artículos para los cuales el comercio no viene obligado a ofrecer *rain check* ni artículo sustituto, deberán cumplir con los requisitos que exige la Regla 13(C) del Reglamento.

QUINTA- Los comercios tendrán inventario suficiente para satisfacer la demanda de los artículos que razonablemente anticipan generarán mayor demanda (*hot items*). Para dichos productos, en aquellos establecimientos donde tradicionalmente se forman largas filas de clientes antes de su apertura, darán contraseñas o boletos en la fila y notificarán a los consumidores cuando se agoten. Si se trata de *hot items* que caen fuera de la categoría de venta especial, debe quedar claro a los consumidores qué remedio, si alguno, proveerá el comercio a los consumidores que quedan en la fila. Si hay limitaciones de máximo de artículos por cliente, el *shopper* lo expresará claramente en el recuadro donde se anuncie el artículo en cuestión.

SEXTA- En el caso de los productos en venta especial, el comercio cumplirá con los parámetros de la Regla 13(a) o la 13(b). Cuando opte por anunciar bajo la 13(b), limitando cantidades y garantizando disponibilidad por un término mínimo (nunca menor de 2 horas), podrá utilizar el mecanismo de las contraseñas o *tickets* en la fila (anunciando en la fila cuando se terminen los artículos) pero tendrá que dar el *rain check* o artículo sustituto durante el tiempo mínimo garantizado. Si hay limitaciones de máximo de artículos por cliente, el *shopper* lo debe expresar claramente.

SÉPTIMA- Los comercios identificarán de antemano los productos que van a otorgar como sustitutos (cumpliendo con la definición de artículo sustituto del Reglamento) en caso de que se agote el inventario disponible. De igual forma, facilitarán el proceso para expedir el *rain check* para aquellos productos

en venta especial que anticipan tendrán mayor demanda. Los comercios promoverán entre sus asociados la meta de que cada consumidor que atiendan salga satisfecho, independientemente de la obligación del comercio bajo la reglamentación vigente.

OCTAVA- Los comercios activarán sus políticas de servicio al cliente para atender las quejas de los clientes de manera tal que se reduzca la necesidad de intervención por parte del DACO. Estas políticas pueden incluir: proveer tarjetas de regalo, artículos sustitutos o descuentos en productos similares, y utilizar mecanismos de búsqueda en línea y envío gratuito a los consumidores (*search and send*), entre otras.

NOVENA- Los comercios entregarán al DACO, con un mínimo de anticipación de tres días antes de la Venta, los *shoppers* finales del evento, para que la agencia pueda redondear su plan de trabajo y las visitas programadas para ese día. No debe entenderse que la entrega de los *shoppers* al DACO supone su evaluación y aprobación. Es responsabilidad de los comercios preparar los *shoppers* conforme a la Reglamentación vigente y a las representaciones que hicieron al DACO en las reuniones individuales. El DACO se compromete, por su parte, a salvaguardar la confidencialidad de los *shoppers* y a limitar el acceso a estos documentos. DACO no divulgará su contenido sin el consentimiento previo del comercio.

SEGURIDAD, MANEJO DE MULTITUDES Y OPERACIÓN DEL COMERCIO DURANTE LA VENTA

DÉCIMA- Los comercios, al planificar la Venta, establecerán protocolos de seguridad que contemplen las situaciones que pueden surgir en un evento de esta naturaleza. Estos protocolos incluirán situaciones de emergencia que contemplen, entre otras cosas, exceso de público, actos violentos, fuegos y desastres inesperados, entre otros. Aunque está fuera de la jurisdicción y de la pericia del DACO establecer qué medidas de seguridad impondrán los comercios, el Departamento servirá de enlace entre estos y las agencias de seguridad, cuando así lo requieran los primeros. Cada comercio es responsable de cumplir con las reglamentaciones de

estas agencias (Cuerpo de Bomberos, Departamento de Salud, entre otros).

UNDÉCIMA- Aquellos comercios que manejen filas de consumidores desde horas antes del evento deben tomar medidas tales y como: tener facilidades sanitarias disponibles; utilizar la señalización adecuada; mantener en el área empleados para brindar información sobre el movimiento de los productos, y, utilizar contraseñas, bandas o cualquier otro mecanismo de divulgación a los consumidores sobre los productos disponibles, entre otras.

DUODÉCIMA- Los comercios contarán con suficientes empleados el día de la Venta para atender el volumen esperado de público. Los empleados y asociados estarán adiestrados en la aplicación de los reglamentos del DACO y enfocados en proveer un servicio de calidad al cliente. De igual forma, cada comercio establecerá una cadena de mando, que identificará la persona o personas que tomarán las decisiones claves en asuntos de seguridad, control de fila y reclamos de los consumidores.

DÉCIMOTERCERA- El DACO proveerá a los gerentes de los comercios el teléfono de un contacto para atender cualquier situación que surja en aquellos establecimientos donde no haya funcionarios de la agencia.

DIVULGACIÓN

DÉCIMOCUARTA- Suscrito este Memorando de Entendimiento, el Secretario utilizará sus apariciones públicas, en medios sociales o a través de la División de Educación, para orientar a los consumidores sobre qué esperar de la próxima Venta del Madrugador, cómo analizar los *shoppers*, y los derechos y responsabilidades con los que tienen que cumplir durante el evento. La CCPR y la ACD, a su vez, lo divulgarán y promoverán a su membresía, que hará lo propio con los consumidores.

LEYES Y REGLAMENTOS VIGENTES

DÉCIMOQUINTA- Nada de lo aquí dispuesto debe entenderse que exonera o libera a los comercios de cumplir con las leyes y reglamentos que aplican a

esta Venta, ni al DACO de cumplir con su deber ministerial de fiscalizarlas.

Y para que así conste, y como prueba de conformidad, las partes firman el presente documento, en el lugar y fecha indicados en el encabezamiento.

En San Juan, Puerto Rico, al 17 de noviembre de 2015.

Por la ACD:

Por la CCPR:

Iván Báez

José Vazquez-Barquet

Por el DACO:

Nery E. Adames Soto