

Medidas Legislativas



Trabajadas por el Departamento de Asuntos Legales y Legislativos

25 DE SEPTIEMBRE AL 23 DE OCTUBRE DE 2014 | LCDA. EUNICE S. CANDELARIA DE JESÚS, DIRECTORA

PROYECTO DEL SENADO 1189 – ENMIENDA EL CÓDIGO DE RENTAS INTERNAS PARA UN NUEVO PUERTO RICO. EXTIENDE HASTA 31 DE DICIEMBRE DE 2014 EL PERIODO PARA ACOGERSE A VARIOS BENEFICIOS OFRECIDOS POR LA LEY NÚM. 77-2014 A INDIVIDUOS, CORPORACIONES, SOCIEDADES ESPECIALES Y FIDEICOMISOS, TALES COMO EL PREPAGO A UNA TASA PREFERENCIAL DE LAS CONTRIBUCIONES SOBRE EL VALOR ACUMULADO EN PLANES DE RETIRO CUALIFICADOS O NO CUALIFICADOS Y CUENTAS DE RETIRO INDIVIDUAL, Y EL RESTABLECIMIENTO DE LA EXENCIÓN EN LAS ZONAS DE LIBRE COMERCIO PARA LA PROPIEDAD MUEBLE TANGIBLE INTRODUCIDA A PUERTO RICO PARA LA REVENTA, ENTRE OTROS.

- Radicada y referida a la Comisión de Hacienda y Finanzas Públicas del Senado el 17 de septiembre de 2014.
- Comentarios sometidos a la Comisión de Hacienda y Finanzas Públicas del Senado por la CCPR el 8 de octubre de 2014.
- Comunicaciones del Presidente de la CCPR en apoyo a la medida y solicitud de reunión al Presidente del Senado, Presidente de la Cámara de Representantes y al Gobernador enviadas el 15 de octubre de 2014.
- Reunión Ejecutiva celebrada el 15 de octubre de 2014.
- Informe positivo rendido por la Comisión de Hacienda y Finanzas Públicas del Senado con enmiendas y remitida a Comisión de Reglas, Calendario y Asuntos Internos del Senado el 17 de octubre de 2014.
- Incluida en el calendario de la Ordenes Especiales el 23 de octubre de 2014.

Resumen de Comentarios:

En general **apoyamos la aprobación de la medida**, sujeto a que la misma incluya las siguientes enmiendas:

Zona Libre de Comercio Extranjero

La CCPR destaca lo expresado en la Exposición de Motivos de la medida en cuanto al reconocimiento de la Asamblea Legislativa a que las enmiendas realizadas a varias secciones del Subtítulo D del Código de Rentas Internas de Puerto Rico de 2011, según enmendado, (“Código”) mediante la aprobación de la Ley 80-2004, pueden entrar en conflicto con las
Cámara de Comercio de Puerto Rico | Voz y Acción de la Empresa Privada | camarapr.org

regulaciones administradas por el *US Customs and Border Protection* y con el propio propósito de las Zonas de Libre Comercio de propiciar las exportaciones y el desarrollo económico de Puerto Rico. A su vez, la Asamblea Legislativa teniendo como norte la importancia de proveer estabilidad y un ambiente propicio para hacer negocios en Puerto Rico reconoce la importancia de la aprobación del P.S. 1189.

Apoyamos la intención de la medida de eliminar cualquier conflicto que pueda causar la Ley 80-2014 con las regulaciones administradas por el US Customs and Border Protection y con el propio propósito de las Zonas de Libre Comercio de propiciar las exportaciones y el desarrollo económico de Puerto Rico. No obstante, sugerimos que el texto de dicha enmienda contenida en el Artículo 13 del proyecto sea enmendado, para asegurarnos que dicho propósito se cumpla, ya que entendemos que el mismo según redactado aun interferiría con las regulaciones del US Customs and Border Protection y con el propio propósito de las Zonas de Libre Comercio.

El problema con la enmienda propuesta es que establece como evento tributable la Declaración de Entrada para Consumo, lo cual podría hacer tributable una mercancía que arribara para ser exportada.

A estos efectos, sugerimos que el lenguaje de dicha enmienda sea reemplazado por el siguiente:

“En el caso de artículos introducidos libre de impuestos a las zonas libre de comercio extranjero, (“Foreign Trade Zone”), según este término está definido en la Sección 3010.01(a)(16) de este Código, se entenderá que la mercancía ha sido introducida o que ha arribado a Puerto Rico cuando la misma pierda su estado de Zona Libre y/o se entienda introducida al territorio aduanero de los Estados Unidos en Puerto Rico, conforme a los Reglamentos emitidos por la Junta de Zonas de Libre Comercio Federal ("Foreign Trade Zone Board") y la Agencia Federal de Aduanas ("U.S. Customs and Border Protection Agency"), al amparo de la ley Federal de Zonas Libres de Comercio Extranjero de 1934, según enmendada ("Foreign Trade Zone Act"), 19 U.S.C. 81C.”

Otras Enmiendas

El Artículo 1 del Proyecto que enmienda la Sección 1023.10A del Código, entendemos que se debe aprovechar la mediada para aclarar la forma y manera del cómputo de la patente nacional en el contexto de contribuyentes con años fiscales.

Por otra parte, el proyecto debe aclarar que los socios de entidades conducto que mediante los pagos de estimada pagaron parte de la patente nacional, según establecía la ley antes de la enmienda de la Ley Núm. 77-2014, puedan acreditar dicho pagos a la patente nacional bajo la Sección 1023.10A luego de las enmiendas establecidas por la ley Núm. 77-2014.

El Artículo 8 del Proyecto que enmienda la Sección 1061.23 del Código debe ser enmendado a los fines de aclarar que la contribución impuesta por esta sección relacionada al dividendo implícito no está sujeta al pago de estimada.

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN DEL FRAUDE EN EL TELEMERCADERO

- Vista Pública celebrada por el DACO el 10 de octubre de 2014.
- Comparecencia escrita ante DACO el 17 de octubre de 2014.

Resumen de Comentarios:

DACO mediante el propuesto Reglamento tiene por objetivo implementar la política pública del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico en proteger a todos los consumidores residentes en Puerto Rico de prácticas fraudulentas y engañosas en el campo del telemercadeo. La CCPR está totalmente de acuerdo con el DACO en que la protección al consumidor es esencial en todas las áreas del comercio.

El Reglamento propuesto atiende de manera limitada varias áreas, entre las que se encuentran los requisitos de notificación al consumidor que tiene que realizar toda persona o entidad que utilizando algún medio de telemercadeo ofrezca bienes o servicios gratuitos durante un periodo de prueba, lo que se considera como prácticas prohibidas o engañosas por parte de cualquier vendedor o solicitador telefónico y establece los requisitos que deben de incluirse en el registro de las actividades de telemercadeo.

La CCPR apoya enérgicamente aquellos esfuerzos dirigidos a proteger a los consumidores de compañías inescrupulosas de telemercadeo. Sin embargo, respetuosamente entendemos que el Reglamento aquí propuesto trasciende la autoridad delegada por la legislatura a la agencia y perjudica los intereses del consumidor, incluyendo imponerle a este la limitación de poder realizar transacciones y negociaciones de una manera más fácil, ágil y segura. A su vez, el Reglamento no considera el efecto que tendría el mismo en la prevención del fraude en el telemercadeo así como tampoco toma en consideración la interacción de sus disposiciones con otras regulaciones existentes.

De otra parte, el panorama legal y el mercado han evolucionado desde la aprobación de la Ley Núm. 210-2003 y su respectiva enmienda la Ley Núm. 223-2012. Sin embargo, ni la Ley 210-2003 según enmendada ni el Reglamento aquí propuesto están atemperados a estas nuevas prácticas del mercado y al panorama legal existente.

El propósito del Reglamento es insuficiente. La LPAU dispone que toda regla o reglamento que sea aprobado o enmendado por una agencia deberá contener una *“explicación breve y concisa de sus propósitos o de las razones para su adopción o enmienda.”* 3 L.P.R.A. § 2125 (b).

La Regla 2 del Reglamento ante nuestra consideración se limitó a decir como propósito lo siguiente:

“[P]roteger a los consumidores de las prácticas de los proveedores de bienes y servicios que han sido adoptadas para fomentar la adquisición de sus productos, permitiendo a los consumidores que utilicen muestras de éstos por un periodo de tiempo limitado. Luego de ese periodo, el consumidor tiene la potestad para decidir si continuará disfrutando del bien o servicio al finalizar el periodo de prueba y no se les informa adecuadamente de ello.”

A pesar que la Ley Núm. 210-2003, según enmendada, pretende proteger a los consumidores residentes en Puerto Rico de prácticas fraudulentas y engañosas en el campo del telemercadeo el reglamento solamente tiende a circunscribir o regular una sola práctica fraudulenta y engañosa según mencionáramos en el párrafo anterior.

En cuanto al alcance y aplicación del Reglamento, se indica en la Regla 3 que el mismo:

“[A]plicará a toda persona natural o jurídica, que se dedique de forma permanente o incidental a ofrecer bienes o servicios a consumidores, por si misma, o por mediación de un representante, agente, intermediario o como agente representante de otra o como mediador, en la jurisdicción del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. También aplicará a toda persona natural o jurídica que se dedique al negocio del telemercadeo o actividad similar.”

Dicho alcance y aplicación es contrario a la Ley Núm. 210-2003, según enmendada, toda vez que la propia ley va dirigida exclusivamente a los proveedores de bienes o servicios que venden sus productos o servicios mediante el proceso de telemercadeo. Si DACO desea aplicar las disposiciones de la Ley y el Reglamento a individuos o compañías que proveen asistencia substancial o apoyo a toda persona natural o jurídica que se dedique al negocio del telemercadeo debe solicitarle a la legislatura una enmienda a la Ley 210-2003. Por otra parte, el lenguaje “actividad similar” es uno excesivamente amplio, arbitrario y caprichoso toda vez que ni la Ley 210-2003 ni el Reglamento definen lo que constituye una actividad similar.

Algo que queremos traer a la atención de este Honorable Departamento es la contradicción en el uso del concepto de oferta de prueba gratuita. La Regla 6 del Reglamento en su inciso (a) establece que “toda persona o entidad que utilizando algún medio de telemercadeo ofrezca bienes o servicios gratuitos durante un periodo de prueba, enviará al consumidor una notificación.” Entre la información que se tiene que incluir en dicha notificación está (i) el cargo o costo que se cobrará por los bienes o servicios luego de terminar el periodo de prueba y (ii) la dirección y el teléfono a los cuales el consumidor pueda dirigirse para informar que no desea recibir los bienes o servicios luego de finalizado el término establecido o como debe notificar la cancelación al finalizar el periodo de prueba. Sin embargo, por otro lado se requiere además incluir “una cláusula a los efectos de establecer que la falta de respuesta a la notificación o

recibo enviado no se entenderá como una aceptación por parte del consumidor para recibir o disfrutar de los bienes o servicios, luego de terminado el periodo de prueba.” He aquí con el requerimiento de esta cláusula la contradicción en el concepto de oferta de prueba gratuita.

La oferta de prueba gratuita como funciona en el mercado hoy día, es cuando un vendedor interpreta el silencio del consumidor o la falta de tomar una acción afirmativa en rechazar los bienes o servicios o cancelar un contrato como una aceptación de la oferta por parte del consumidor. La Regla 6 inciso (b) muy bien establece los términos y condiciones utilizados en la industria hoy día para salvaguardar al consumidor. No obstante, el requisito de tener que incluir la cláusula que indique que la falta de respuesta a dicha notificación no se entenderá como una aceptación por parte del consumidor desvirtúa totalmente el mecanismo de la oferta de prueba gratuita y más aún, tiene el efecto de hacerlo inoperante en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Ello en detrimento del consumidor puertorriqueño.

La Regla 8 inciso B establece la información a ser incluida en el registro requerido a todo solicitador telefónico en torno a las actividades de telemarketing llevadas a cabo. Entre la información a incluir se encuentran las “copias de todas las autorizaciones escritas que provean los consumidores de las transacciones de telemarketing, incluyendo las cancelaciones durante el periodo de prueba y la continuación o adquisición con el bien o servicio luego del periodo de prueba.” Entendemos que el requisito de proveer copia de las cancelaciones durante el periodo de prueba y de la continuación o adquisición del bien o servicio luego del periodo de prueba es contradictorio a los requisitos de notificación exigidos en la Regla 6 del Reglamento. Como sabe este Honorable Departamento, entre los requisitos que se exigen en la notificación está incluir “la dirección y el teléfono a los cuales el consumidor pueda dirigirse para informar que no desea recibir los bienes o servicios luego de finalizado el término establecido o cómo debe notificar la cancelación al finalizar el periodo de prueba.” Dicha regla indica además que: “la falta de respuesta a la notificación o recibo enviado por el proveedor de bienes o servicios, no se entenderá como una aceptación por parte del consumidor para recibir o disfrutar de los mismos, luego de terminado el periodo de prueba.” Como podrán observar en ningún momento la Regla 6 exige exclusivamente que las cancelaciones durante el periodo de prueba sean realizadas mediante comunicación escrita exclusivamente, toda vez que la propia regla da la opción de cancelación mediante llamada telefónica o mediante el mecanismo que establezca el comerciante. A su vez, la Regla 6 no establece el mecanismo de respuesta a la notificación o recibo por el proveedor de bienes o servicios que tiene que utilizar el consumidor a los fines de autorizar la continuación o adquisición con el bien o servicio luego del periodo de prueba. La única autorización escrita por el consumidor exigida en la Ley y el Reglamento es aquella cuando un consumidor autoriza a un solicitador telefónico a que obtenga un pago de una cuenta de cheques, ahorro o tarjeta de crédito.

En cuanto a las excepciones al registro no queda claro si a lo que se refieren es que no lo le aplicarán las disposiciones de la Ley ni el Reglamento a las personas naturales o jurídicas allí mencionadas o por el contrario las excepciones son una de carácter limitado, por lo que las personas naturales y jurídicas mencionadas en la Regla 3 si tienen que cumplir con las demás

disposiciones de la Ley y el Reglamento como por ejemplo el requisito de notificación.

De otra parte, entendemos que el Reglamento no aclara el tipo de llamadas cubiertas por el mismo. En la industria del telemarketing se dan cierto tipo de llamadas las cuales no se les debe de aplicar este Reglamento independientemente si la persona natural o jurídica quien hace o recibe la llamada está cubierta por la Ley. Entre estas se encuentran:

- Llamadas no solicitadas de consumidores
- Llamadas realizadas por los consumidores en respuesta a un catálogo
- Llamadas de negocio a negocio
- Llamadas que son parte de una transacción que envuelven una presentación cara a cara



Por todo lo anterior, **recomendamos a este Honorable Departamento que analice detenidamente los comentarios aquí presentados y comience un proceso de revisión de la Ley Núm. 210-2003** a los efectos de atemperar la ley a las nuevas prácticas y realidades del mercado y al panorama legal existente.