

Voz y Acción de la Empresa Privada



PO BOX 9024033 SAN JUAN PR 00902-4033
CALLE TETUÁN #100 VIEJO SAN JUAN PR 00901
www.camarapr.org
787-721-6060 | Fax: 787-723-1891



20 de febrero de 2018

Hon. Yashira Lebrón Rodríguez
Presidenta
Comisión de Asuntos del Consumidor,
Banca y Seguros
Cámara de Representantes
San Juan, Puerto Rico

Estimada señora Presidenta:

Recientemente nos ha solicitado comentarios sobre el Proyecto de la Cámara 1217 y el Proyecto de la Cámara 1186. El primero propone establecer la “Ley Anti-discrimen Comercial”, a los fines de declarar como política pública del Gobierno de Puerto Rico la protección de los consumidores contra prácticas discriminatorias de empresas de algunos de los 50 estados de los Estados Unidos, que hacen negocios en Puerto Rico. Mientras que el PC 1186 propone enmendar la “Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor”, a los fines de imponerle a dicha agencia la responsabilidad de establecer un programa dirigido a defender el derecho de todo consumidor local a recibir de empresas domésticas y multinacionales el mismo trato que recibe cualquier otro consumidor en los demás estados continentales en cuanto a transacciones comerciales y aquellas otras que entienda pertinentes y sean compatibles con su jurisdicción, entre otras. Ya que ambos proyectos son similares en cuanto a su tema, ofreceremos nuestros comentarios para ambos en la misma ponencia.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico (CCPR) es la institución portavoz de los negocios en Puerto Rico y representa a todo comercio e industria grande o pequeña, de todos los sectores de la Isla. Sus esfuerzos van dirigidos a fomentar el clima económico, político, tecnológico y social favorable al desarrollo de la empresa privada. Entendemos que es a través de la empresa privada que se promueve la competitividad en la economía y su capacidad para generar empleos e ingresos. Desde este punto de vista evaluamos ambas medidas.

- P. de la C. 1217

La Exposición de Motivos de la medida plantea que los residentes de Puerto Rico han sido discriminados por años por algunas entidades comerciales que se niegan a ofrecerles los mismos bienes y servicios que al resto de sus conciudadanos de la Nación Norteamericana, o lo hacen bajo condiciones inferiores. Por ello, la medida ante nuestra consideración reafirma la política pública en contra de estas prácticas y le provee al DACO herramientas adicionales para combatir las. En esta línea, la medida además prohíbe que estas compañías se puedan beneficiar de los programas de incentivos económicos del Gobierno de Puerto Rico.

Nótese, sin embargo que esta medida había sido presentada y considerada previamente. En aquel momento, la CCPR emitió comentarios sobre la misma. No habiendo cambios sustanciales en las

políticas apoyadas por la CCPR, nos reiteramos en la posición expresada mediante ponencia del 30 de octubre de 2011.

La medida tiene un fin loable de evitar cualquier discrimen contra los consumidores puertorriqueños, no obstante nos preocupa cierto lenguaje incluido en la medidas, ya que existen varias razones por las que algunas de estas compañías se ven impedidas de ofrecer los mismos productos bajo las mismas condiciones en Puerto Rico.

Nótese que mediante la Orden Administrativa 2011-06 el DACO repudió toda acción discriminatoria contra consumidores puertorriqueños y creó la Oficina Antidiscrimen. La misma tenía el objetivo de: (1) lograr que las compañías que llevan a cabo negocios en los Estados Unidos conozcan claramente la relación e integración comercial que existe entre los Estados Unidos y Puerto Rico; (2) crear consciencia de las prácticas ilegales y/o discriminatorias en el comercio de estas compañías hacia el consumidor residente en Puerto Rico; y (3) ayudar a educar al consumidor para que conozca las compañías y comercios que ofrecen envíos, mercancía, acceso y servicios a Puerto Rico en igual trato que a clientes que residen en los demás estados de manera que puedan optar por utilizar y auspiciar las mismas. En aquel momento y ahora, la CCPR está de acuerdo con lo dispuesto en la Orden Administrativa 2011-06 ya que permite educar a los negocios para que tomen decisiones informadas sin ser punitivos. No obstante, la medida va más allá denegando *a priori* cualquier incentivo económico, crédito o exoneración contributiva que se le pudiera otorgar.

Es importante tener en mente que las tiendas y negocios a los que se refiere la medida propulsan nuestra economía, ofrecen empleos a miles de puertorriqueños y pagan contribuciones al estado y los municipios. Lo propuesto podría tener un efecto nocivo en estas entidades ya que no considera los costos y circunstancias únicas a Puerto Rico que encarecen las operaciones de las entidades o hacen que tomen medidas de negocio diferentes para Puerto Rico.

El DACO fue creado por la Ley 5 de 23 de abril de 1973 con el propósito de “vindicar e [implantar] los derechos del consumidor, frenar las tendencias inflacionarias; así como el establecimiento y fiscalización de un control de precios sobre los artículos y servicios de uso y consumo.” Para ello, la Ley le otorga al Secretario vastos poderes algunos de los que mencionamos a continuación:

- Reglamentar, fijar, controlar, congelar y revisar los precios, márgenes de ganancias y las tasas de rendimiento sobre capitales invertidos a todos los niveles de mercado, sobre los artículos, productos y aquellos servicios que corriente y tradicionalmente se prestan y se cobran por horas o por unidad, se ofrezcan o se vendan en Puerto Rico.
- Atender consultas y ofrecer asesoramiento técnico y, además, prestar ayuda legal a los consumidores en casos meritorios.
- Atender, investigar y resolver las quejas y querellas presentadas por los consumidores de bienes y servicios adquiridos o recibidos del sector privado de la economía.
- Poner en vigor, [implantar] y vindicar los derechos de los consumidores, tal como están contenidos en todas las leyes vigentes, a través de una estructura de adjudicación administrativa con plenos poderes para adjudicar las querellas que se traigan ante su consideración y conceder los remedios pertinentes conforme a derecho.
- Representar al público consumidor ante cualquier entidad privada u organismo público en cualquier asunto que afecte o pueda afectar los intereses del consumidor.
- Comparecer por y en representación de los consumidores ante cualquier tribunal, junta o comisión, organismo administrativo, departamento, oficina o agencia del Estado Libre Asociado de Puerto Rico y/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.

Surge de lo anterior que el DACO tiene amplios poderes para proteger al consumidor puertorriqueño en sus relaciones comerciales.

Ahora bien, 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. No obstante, el esquema amplio de reglamentación gubernamental ha resultado ser un gran desincentivo para la permanencia y entrada de nuevos negocios. Ello a su vez impide la creación de empleos adicionales y erosiona aún más la ya debilitada base contributiva.

Nótese que la medida va dirigida a empresas que operen en alguno de los estados de los Estados Unidos, que tenga presencia en Puerto Rico, y compara los servicios o productos provistos en Puerto Rico a los provistos en terreno continental. La medida no considera el aumento en costos que puede tener para estas compañías hacer negocios en Puerto Rico, un territorio no continental.

El Plan para Puerto Rico proscribire la sobre reglamentación en favor de un ambiente de negocios más competitivo y favorable. Conforme a ello, sugerimos que previo a aprobar la legislación que nos ocupa, se considere lo siguiente:

- Si existe una necesidad real de imponer legislación adicional cuando DACO ya cuenta con una Orden Administrativa sobre el particular.
- Resultados que haya tenido la Orden Administrativa y la Oficina Antidiscrimen.
- Efecto negativo que pueda tener en la economía la imposición de reglamentación adicional a estas empresas.
- El costo adicional que conlleva para las mismas hacer negocios en Puerto Rico, si alguno.
- El efecto de la sobre reglamentación en potenciales inversionistas en Puerto Rico.

En atención a lo anterior, y previo a un estudio amplio de lo anterior, la CCPR no apoya la aprobación del P. de la C. 1217.

- P. de la C. 1186

En cuanto al Proyecto de la Cámara 1186, vemos que el mismo propone establecer un programa dirigido a defender el derecho de todo consumidor local a recibir de empresas domésticas y multinacionales el mismo trato que recibe cualquier otro consumidor.

La Exposición de Motivos de la misma plantea que DACO se crea con el propósito principal de vindicar los derechos del consumidor, frenar tendencias inflacionarias, así como el establecimiento de un control de precios. Añade que se han reconocido derechos fundamentales del consumidor. A base de ello, el proponente entiende necesario dotar al Estado de las herramientas que permitan vindicar los derechos de los consumidores ya que se ha notado que el consumidor puertorriqueño carece del mismo acceso a ciertos productos y servicios que ostentan consumidores norteamericanos. Por ello, se entiende imprescindible que el DACO establezca un programa que defienda nuestros derechos de recibir de empresas domésticas y multinacionales el mismo trato que recibe cualquier consumidor en los estados continentales en cuanto a transacciones comerciales.

Para ello, la medida propone añadir un subinciso al Artículo 6 de la Ley Orgánica de DACO para incluir el siguiente lenguaje:

(ee) Establecer un programa dirigido a defender el derecho de todo consumidor local a recibir de empresas domésticas y multinacionales el mismo trato que recibe cualquier otro consumidor en los demás estados continentales en cuanto a transacciones comerciales y aquellas otras que entienda pertinentes y sean compatibles con su jurisdicción.

Sobre el particular, y según discutido anteriormente, el DACO fue creado como una agencia “con el propósito primordial de vindicar e implementar los derechos del consumidor, frenar las tendencias inflacionarias”, entre otros. En ese sentido, entendemos que el DACO ya tiene el deber de defender los derechos de los consumidores sobre los servicios que reciben en Puerto Rico.

El lenguaje de la medida parece ir más allá al requerirle a empresas domésticas y multinacionales “el mismo trato que recibe cualquier otro consumidor en los demás estados continentales en cuanto a transacciones comerciales”. Entendemos que ello queda fuera de la jurisdicción del DACO. La Exposición de Motivos de la medida expone dos ejemplos de estas diferencias entre consumidores locales y aquellos que viven en los Estados continentales, a saber: (i) no poder adquirir productos por Internet y (ii) no poder solicitar una tarjeta de crédito.

Los ejemplos mencionados anteriormente se relacionan a la forma en que el proveedor privado quiere correr su negocio y las determinaciones que hace sobre la oferta de sus productos. Ello aplica a ambos ejemplos mencionados en la medida. En el caso de productos que no se reciben en Puerto Rico, ello puede depender de muchas variantes como elevados costos de entrega o imposibilidad para honrar garantías. De la misma forma, los bancos o compañías de crédito que no ofrecen sus servicios en Puerto Rico pueden estar sujetos a costos o a reglamentación adicional que pudiera hacer que el negocio no fuera beneficioso. A esos efectos, vemos que estas decisiones están basadas mayormente en estudios y planes de negocios que han sido aprobados por entidades sobre los cuales DACO no tiene jurisdicción, particularmente sobre aquellas empresas o negocios que no tienen contacto con Puerto Rico.

Es importante considerar además que la medida es sumamente vaga en cuanto al “programa” que se propone. Si el mismo consiste en orientar a las empresas domésticas y multinacionales sobre el consumidor puertorriqueño, similar a la Oficina Antidiscrimen del DACO, no tendríamos objeción al mismo. Tampoco tendríamos objeción si el programa consiste en llevar a cabo una campaña publicitaria dirigida a estos negocios para que les ofrezcan los mismos servicios a los consumidores puertorriqueños, o algo similar. Sin embargo, entendemos que el lenguaje de la medida al momento es muy vago como para poder tomar una posición certera sobre el mismo.

En atención a lo anterior, la CCPR no endosa la medida según redactada. Esperamos continuar colaborando con esta Comisión en todo asunto que ayude a desarrollar el sistema económico y el comercio de Puerto Rico.

Atentamente,

Alicia Lamboy Mombille
Presidenta