

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

5 de octubre de 2010

Hon. Jorge Navarro Suárez
Presidente
Comisión Asuntos del Consumidor
Camara de Representantes de Puerto Rico

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

P. de la C. 1893

Agradecemos la oportunidad que se nos brinda de expresar nuestros comentarios en torno al **Proyecto de la Cámara 1893** (que es exactamente igual al PC 1316 que fue presentado en el 2006) busca requerir a toda agencia de publicidad, estación de televisión, estación de radio, periódico, cine y compañía filmica que paute, produzca, publique, transmita o difunda una pauta en prensa, radio, cine o televisión o a través de cualquier otro medio de comunicación o expresión donde se promueva o anuncie el estipendio de bebidas alcohólicas y cigarrillos, incluir como parte de la publicación un mensaje advirtiendo sobre las consecuencias negativas de consumir bebidas alcohólicas y cigarrillo de forma excesiva; requerir en todo negocio, comercio o cualquier lugar donde se vendan bebidas alcohólicas o cigarrillos se exhiba un mensaje y advertencia al público a tales efectos, disponer penalidades y facultar al Departamento de Asuntos del Consumidor a reglamentar la implantación



de estas disposiciones en coordinación con la Administración de Servicios de Salud Mental y Contra la Adicción.

Señala la medida en su Exposición de Motivos que “El alcohol y el cigarrillo son de las drogas que por su fácil acceso y poderosa propaganda que recibe, se ha convertido en un verdadero problema social en casi todos los países y en todas las edades a partir de la adolescencia.”

Como mencionamos en el 2006, para poder atender esta propuesta legislativa hace falta el deconstruirla. Trataremos de explicar la misma utilizando el Derecho aplicable, verdades económicas y lo más importante, trataremos de exponer aspectos sociales que de alguna manera u otra inciden en la conciencia colectiva de nuestro pueblo. Veamos.

La doctrina de Campo Ocupado surge del Artículo VI, Sección 2 de la Constitución de los Estados Unidos. La misma dice que la presente Constitución, las leyes de los Estados Unidos que en virtud de ella se aprobaran y todos los tratados celebrados o que se celebraren bajo la autoridad de los Estados Unidos serán la suprema ley del país. Los jueces de cada estado estarán obligados a observarla aun cuando hubiere alguna disposición en contrario en la Constitución o en las leyes de cualquier estado. Lo anterior, dicho de otro modo quiere decir que en caso de existir conflicto entre una ley estatal y una federal, ha de prevalecer la Ley Federal sobre la Ley Estatal.

La intención de Ocupar el Campo ha de surgir de alguna de dos formas: explícitamente en el estatuto, o implícitamente en la estructura y el propósito de la ley.

La ocupación del campo puede ocurrir si el Congreso expresamente lo dispone al aprobar una ley, o si al reglamentar un área específica, lo hace

de forma tan abarcadora que no cabe duda que la intención federal es reglamentar la totalidad del área y no es posible ninguna otra reglamentación estatal. Este principio constitucional ha sido desarrollado para evitar la reglamentación conflictiva de la conducta de varios organismos oficiales que puedan tener alguna facultad sobre una materia específica, [*Cotto Morales v. Calo Ríos*, 96 J.T.S. 56; *Rivera v. Security Nat. Life Ins. Co.*, 106 D.P.R. 517 (1977)], lo que sin duda puede suceder de aprobarse dicho Proyecto de Ley. Explicamos.

El Artículo 3 de la propuesta de ley establece que “En el caso de avisos y anuncios utilizados para promover el estipendio y consumo de cigarrillos, éstos deberán contener un mensaje que leerá:

“Fumar, puede ocasionar la muerte” (Énfasis añadido)

La Ley Federal de 1967, según enmendada **“FEDERAL CIGARETTE LABELING AND ADVERTISING ACT. 15 U.S.C., §§ 1331-1341”** establece las regulaciones concernientes a las advertencias de salud que deberán aparecer tanto en los empaques de cigarrillos como en su publicidad. Al amparo de esta Ley Federal el Congreso ha añadido las siguientes restricciones y enmiendas:

1969 - Public Health Cigarette Smoking Act: Congreso prohíbe los anuncios de cigarrillos en la televisión y en la radio y requiere, en cada cajetilla de cigarrillos, la publicación de la advertencia “Advertencia del Cirujano General: Fumar Cigarrillos es Peligroso para su Salud”.

1984 – Comprehensive Smoking Education Act (Public Law 98-474): Congreso requiere la publicación rotativa de cuatro advertencias de salud en los empaques y en la publicidad del cigarrillo:

ADVERTENCIA DEL CIRUJANO GENERAL: Fumar Causa Cáncer del Pulmón, Enfermedad del Corazón, Enfisema y Puede Complicar el Embarazo.

ADVERTENCIA DEL CIRUJANO GENERAL: Dejar de Fumar Ahora Reduce Enormemente Los Graves Riesgos a su Salud.

ADVERTENCIA DEL CIRUJANO GENERAL: Fumar Durante el Embarazo Puede Causar Daño Fetal, Parto Prematuro y Reducir el Peso del Recién Nacido.

ADVERTENCIA DEL CIRUJANO GENERAL: El Humo del Cigarrillo Contiene Monóxido de Carbono.

Además de las prohibiciones publicitarias del cigarrillo en cine, televisión, radio, medios electrónicos, y zonas escolares, el Acuerdo Transaccional Principal de 1998 entre los Fiscales Generales de los Estados Unidos y la Industria (MSA) añadió, entre otras, las siguientes restricciones:

- Está prohibida toda publicidad externa del cigarrillo, incluyendo vayas publicitarias, cruzacalles, anuncios en servidumbres, parques, estadios, etcétera.
- Está prohibido todo tipo de artículo promocional de cigarrillo, eliminándose la totalidad de la promoción mediante camisetas, gorras, llaveros, bultos o cualquier clase de mercancía y ropa.
- Está prohibida todo auspicio a Conciertos Musicales, Eventos Deportivos, Culturales o espectáculos de cualquier índole donde pueda haber presentes menores de edad.

- Está prohibida toda promoción de cigarrillo mediante muestreo, excepto en facilidades sólo para adultos.

Puerto Rico está ya explícitamente sujeto a las regulaciones de la Ley Federal (*Véase: "FEDERAL CIGARETTE LABELING AND ADVERTISING ACT. 15 U.S.C, § 1332*). Dicha Ley establece uniformidad en las advertencias de salud que aparecerán en los empaques y publicidad de cigarrillo. (*Véase: "FEDERAL CIGARETTE LABELING AND ADVERTISING ACT. 15 U.S.C, § 1331*).

Dicho de otro modo, Puerto Rico, ni ningún otro Estado, Territorio o Posesión de los Estados Unidos puede legislar sobre este particular, ya que la Ley Federal ocupa el campo. (***Véase Ley de Relaciones Federales con Puerto Rico***)

Ya tocado el tema en lo referente al cigarrillo, nos toca ocuparnos de las disposiciones concernientes a los anuncios y promociones de bebidas alcohólicas.

Muy bien sabemos que no podemos negar la relación directa que existe entre el conducir bajos los efectos de bebidas alcohólicas y la gran cantidad de accidentes reportados de personas que irresponsablemente conducen por nuestras carreteras en estado de embriaguez. Pero, si nos dejamos llevar por lo que dice la Exposición de Motivos, la misma compara estas dos actividades legales, con la venta y consumo de sustancias que históricamente están prohibidas y que son parte de los males que vive nuestra sociedad.

Debe recordar el Legislador, que los problemas de delincuencia y crímenes en Puerto Rico no están relacionados bajo ningún concepto con el consumo de bebidas alcohólicas ni de cigarrillos. Estudios numerosos

han reflejado distintas vertientes de la conducta delictiva y cuales pueden ser los problemas sociales que inciden en tal comportamiento, pero ninguno ha demostrado tal relación entre el fumar, ingerir bebidas alcohólicas y la criminalidad.

No podemos caer en la demagogia y querer penalizar a una industria completa, por algunos irresponsables que no le hacen ningún bien a Puerto Rico. Nuestra Isla cuenta con un repertorio de Leyes que atienden esta problemática, las cuales son ejecutadas diariamente por nuestro Tribunales y demás organismos de Ley y Orden. El problema estriba, según los expertos, en que la aplicabilidad de la Ley se da en el momento en que se interviene con la persona que abusa del consumo de bebidas alcohólicas y no cuando verdaderamente hace falta, que es en la etapa de la prevención.

El problema de accidentes en las carreteras como consecuencia directa de personas sin escrúpulos no puede ser el motivo para criminalizar una industria completa que deja millones de dólares en contribuciones y arbitrios a Puerto Rico. Si a esto le sumamos la cantidad de personas decentes que trabajan y viven gracias a los empleos y ventas que generan las ventas y comercio de la industria del licor, podemos ver con suma claridad la importancia de esta actividad en Puerto Rico.

Por otra parte, la relación entre el gobierno y el sector privado no puede ser exclusivamente una de autoridad. El éxito económico depende de que el gobierno y la empresa privada trabajen en estrecha colaboración, para crear un sinergismo realmente efectivo entre ambos sectores.

En este contexto, la autorreglamentación de la industria es mucho más efectiva que la reglamentación gubernamental. Existe una comunidad de intereses entre el gobierno y el sector privado. Ambos tenemos un interés

vital en el progreso y la buena calidad de vida para toda la población. Además, de que la empresa privada ha incorporado su **RESPONSABILIDAD SOCIAL** como parte de su filosofía empresarial. Podemos observar que gran parte de la Industria de Licor en Puerto Rico han incorporado en sus anuncios y promociones mensajes en contra del consumo desmedido de bebidas alcohólicas y sus posibles consecuencias.

La reglamentación excesiva o innecesaria sobre la actividad comercial tiene el efecto inmediato de restarles agilidad decisional a nuestros empresarios. La Isla no puede darse el lujo de tener reglamentadores gubernamentales que insistan en imponer sus puntos de vista sobre todos los demás y sin medir las consecuencias de sus actos. Muchos de ellos están muy bien intencionados; pero en el ánimo de sus buenas intenciones, es frecuente que traten de corregir males que no existen, o peor aún, echar culpas de los males sociales de nuestra Isla a una industria tan importante para Puerto Rico, limitando en el proceso la capacidad de las empresas para competir en el nuevo mercado globalizado.

Para alcanzar el máximo grado de bienestar social y económico es necesario mantener un clima de libertad individual y social compatible con una economía de libre empresa. La experiencia ha demostrado que la intervención gubernamental obstaculiza y limita la libre iniciativa y el desarrollo de nuevas y mejores técnicas, en detrimento de nuestra economía.

La CCPR percibe la interacción entre el sector empresarial y el gobierno como una de colaboración y de integración de esfuerzos en la determinación de políticas públicas y en el establecimiento de normas que guían el desarrollo socio-económico del país. Así mismo, antes de adoptar

reglamentos o controles gubernamentales, se debe considerar como una de las alternativas la posibilidad de que la industria, o sector concerniente, pueda autorreglamentarse.

La autorreglamentación por la industria ofrece una alternativa viable para desarrollar relaciones efectivas entre el gobierno y la empresa privada. La misma permite un buen balance entre la libertad de expresión comercial, las responsabilidades del Estado y los intereses de la comunidad; promoviendo, a la misma vez, las condiciones a instituciones adecuadas para fomentar la competitividad de nuestra economía. Debemos estar conscientes que, si no somos industrias y negocios competitivos, no podremos promover el progreso y la buena calidad de vida para todos los puertorriqueños.

La medida propuesta puede ser además, objeto de ataques constitucionales. Al interferir con la expresión comercial, somos delentendido que la misma violaría la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos de Norte América.

Además, la Ley como está redactada tendrá el alcance de reglamentar la industria local y no tendrá ninguna ingerencia sobre la promoción transmitida por Cable o Satélite. Al excluir a estos dos medios de comunicación por no tener jurisdicción sobre estos, la medida de convertirse en Ley podría violar el Artículo II Sección 7 de la Constitución del Estado Libre Asociado en lo referente a **LA IGUAL PROTECCION DE LAS LEYES**. (Enmienda XIV Constitución Federal).

En momentos donde Puerto Rico pasa por uno de los momentos más difíciles de su historia, en lo que respecta a la situación económica, no podemos ignorar los efectos, mayores o menores, que tendría la propuesta

medida sobre los ingresos gubernamentales. El sector comercial que será penalizado genera fuentes de empleo, paga contribuciones y atienden las necesidades de una población completa, con nuevos estilos de vida.

La exposición de Motivos de este proyecto establece:

“El alcohol y el cigarrillo son de las *drogas* que por su fácil acceso y poderosa propaganda que reciben, se han convertido en un verdadero problema social en casi todos los países y en todas las edades a partir de la adolescencia. Son sustancias tan o más adictivas que las drogas ilegales. Se ha comprobado que el consumo del cigarrillo tiene un efecto dañino directo sobre la salud de los fumadores y de las personas que los rodean (fumadores pasivos), *igual que el consumo abusivo de alcohol tiene efectos nocivos en la salud del alcohólico*. En adición acarrea problemas en la familia, el trabajo y la comunidad en general. De igual forma en Puerto Rico se registra un número significativo de accidentes de tránsito producidos por conductores en estado de embriaguez. Nuestro pueblo ha sido testigo de las inocentes víctimas como consecuencia de conductores bajo los efectos de bebidas embriagantes”. (Énfasis Nuestro)

Sobre lo anterior es menester señalar que hay que partir del hecho de que tanto el consumo de cigarrillos como de alcohol es legal en Puerto Rico y Estados Unidos. Y ninguno se vende bajo la categoría de *droga*. La venta y distribución de éstos están altamente regulados y reglamentados tanto por leyes federales como estatales. Ejemplo de ello es el hecho de que ya está reglamentado que no puede venderse cigarrillos y bebidas alcohólicas a menores de 18 años (Sección 6088 –Cigarrillos- y sección 4114 -alcohol- del Código de Rentas Internas de 1994; La ley Núm. 111 de 3 de septiembre de 1997 (13 LPRA 8088); y Ley Núm. 265 del 4 de septiembre de 1998 (13 LPRA 9745). Es un hecho que el que un alcohólico consuma alcohol tendrá efectos nocivos en su salud de la misma forma que un diabético tendrá efectos nocivos a su salud si consume dulces. Esto no puede aplicarse al 100% de la población. La mayoría de la población que consume alcohol lo hace con moderación y responsablemente. De nuevo, tanto el consumo de alcohol como el del cigarrillo son legales. En PR ya

existen leyes que castigan al consumidor, que ignorando todas publicaciones y mensajes sobre el consumo desmedido de alcohol, que decide por si sólo no tener moderación y como consecuencia de ello causa un daño a otro ser humano.

Por todo lo antes expuesto, ***La Cámara de Comercio de Puerto Rico se opone a la aprobación del P de la C. 1893.*** 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.