



9 de marzo de 2011

Hon. José Chico Vega
Presidente
Comisión de Desarrollo Económico, Planificación, Comercio, Industria y
Telecomunicaciones
Cámara de Representantes de Puerto Rico

Hon. Jorge Navarro Suárez
Presidente
Comisión de Asuntos al 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. 982

Agradecemos a esta Honorable Comisión el permitirnos ofrecer comentarios en torno al Proyecto de la Cámara 982. El proyecto mencionado, persigue, adicionar un nuevo inciso (23), y reenumerar los siguientes, al Artículo 101, y adicionar un nuevo Artículo 208, y reenumerar los siguientes, a la Ley Núm. 68 de 19 de junio de 1964, según enmendada, conocida como “Ley de Ventas a Plazos y Compañías de Financiamiento”, a los fines de definir lo que es una tarjeta de regalo “gift card” o certificado de regalo y establecer su vigencia.

En la Exposición de Motivos se establece que “[e]sta Asamblea Legislativa entiende necesario definir lo que constituye una tarjeta de regalo (“gift card”) o certificado de regalo y establecer unos parámetros más justos y razonables para los consumidores que utilizan las tarjetas de regalo o certificados de regalo.” Ello es así ya que se alega en este proyecto que “[a]unque de primera instancia parece que el valor que se recibe [al adquirir estas tarjetas de regalo] corresponde a la

cantidad emitida, ello no necesariamente resulta así. En ocasiones, la entidad, que ya cobró una cantidad inicial como cargo por servicio de dicha transacción, cobra además otros cargos. Así por ejemplo, una tarjeta de regalo o certificado de regalo que expira al año de ser emitida o expira por completo y no sirve, o sino, se va penalizando al recipiente de la tarjeta mediante la imposición de penalidades consistentes en la reducción paulatina del valor inicial de la tarjeta.”

Entiende el legislador que esta práctica no sólo es injusta sino engañosa ya que, tanto la persona que pagó la cantidad de dinero equivalente en determinado valor para la tarjeta de regalo o certificado de regalo como el que la recibe, pierden dinero. Ello encima de que la persona que la compró pagó un cargo inicial por el servicio.

La mayoría de los proyectos presentados sobre este tema, tanto en esta administración como en anteriores, basan su razón de ser en que el comerciante o la tienda que emite la tarjeta no hizo las advertencias correspondientes al vender esta tarjeta de regalo al consumidor y que ello constituye una “práctica engañosa”. Entendemos respetuosamente que esta premisa es errónea y podría resultar discriminatoria.

Para evitar la alegada práctica engañosa por parte de los comerciantes que se mencionan en este proyecto, esta Asamblea Legislativa propone en el proyecto enmendar la Ley Núm. 68 de 19 de junio de 1964, según enmendada, conocida como “Ley de Ventas a Plazos y Compañías de Financiamiento”, a los fines de definir lo que es una tarjeta de regalo (“gift card”) o certificado de regalo y establecer su vigencia.

A esos efectos, el proyecto define la “Tarjeta de regalo (“gift card”) o certificado de regalo” como “toda aquella tarjeta de regalo (“gift card”) o certificado que haya sido expedida, a solicitud de una persona, y por el pago correspondiente, para uso personal o para otra persona, con el propósito de obtener mercancía, bienes o servicios de la entidad emisora o compañía que la expide. En ningún caso significará o incluirá certificados, cupones o tarjetas de regalo emitidas por tiendas o establecimientos como incentivos promocionales, premios, reembolsos (“rebates”) o cualesquiera otros similares.”

La citada definición excluye las tarjetas de regalo que regala una tienda cuando se compra algún artículo o cuando se compran artículos por cierta

cantidad de dinero. Ejemplos de promociones donde se regalan estas tarjetas son: “con la compra de X artículo, se regala un ‘gift card’ de \$10” o “con la compra de mercancía valorada en \$50 o más, obtiene una tarjeta de regalo de \$20”.

Además, quedan excluidas las tarjetas que emite una tienda u otra entidad como parte de su programa de lealtad, de premios, acumulación de "puntos", o cualquier otro tipo de promoción, tales como las tarjetas de “puntos”, “rewards cards” o “customer loyalty gift cards”.

Del mismo modo, quedan excluidas las tarjetas que se expiden cuando se devuelve algún artículo a la tienda conocidas como “merchandise return cards”, “merchandise credit cards”, “rebates cards”, y tarjetas de reembolso o de devolución.

De igual forma, quedan excluidas las tarjetas de regalo de los centros comerciales o de cualquier otra entidad como American Express, Master Card o Visa puesto que se adquieren con el propósito de obtener mercancía, bienes o servicios de una entidad diferente a la entidad emisora o compañía que la expide.

Igualmente, entendemos que quedan excluidas las tarjetas para hacer llamadas telefónicas puesto que, al igual que las tarjetas emitidas por un centro comercial, el servicio que se obtiene con las tarjetas de llamadas no lo provee la entidad que venda tales tarjetas.

Al estar excluidas todas estas tarjetas de regalo de la definición en el propuesto inciso 23, cabe preguntarse si es la intención de esta Asamblea Legislativa el que estas tarjetas sí pueden tener fechas de vencimiento o de expiración antes de cinco (5) años y sí se pueden cobrar cargos por el mantenimiento de la tarjeta, si es que ello se quiera hacer.

El proyecto no especifica claramente estos detalles, por lo que podría prestarse a confusión. Por ello sugerimos que el lenguaje de la exclusión sea algo más específico. Ello es así pues incluir programas de premios, puntos, promociones, lealtad, devoluciones, reembolsos, y otros similares pudiera resultar en la eliminación por parte de los establecimientos comerciales de esos programas que benefician a los consumidores. Por lo cual, todas estas tarjetas que se emiten como parte de esos programas, o que se adquieren de terceros, o que se emiten por la devolución de mercancía deben estar explícitamente excluidas de la

definición de tarjeta de regalo del P. de la C. 982.

El proyecto de marras propone, como se ha indicado, que la fecha de expiración de la tarjeta de regalo o certificado de regalo no sea menos de cinco (5) años o sesenta (60) meses y que se haga constar dicha fecha en la faz de la tarjeta. Sugiere, además, que si una tarjeta de regalo o certificado de regalo no tiene fecha de expiración, se entenderá que no expira hasta que se valide, redima o sea substituida por otra. Nos parece importante mencionar que podría confligir con otra legislación, ya que generalmente fondos con más de 5 años, cuyo dueño no haya demostrado algún interés en dicho dinero, según la Ley 36 del 28 de julio de 1989, según enmendada, conocida como "Ley de Dinero y otros Bienes Líquidos Abandonados o No Reclamados", se presumen como propiedad no reclamada. Véase 7 L.P.R.A. § 2103(a). Mantener de manera indefinida unos fondos sin dueño crearía más problemas que beneficios.

Por último, nos parece menester señalar que las tarjetas de regalo o "gift cards" no constituyen un título financiero ni su emisión y uso constituye un financiamiento, por lo que no estamos de acuerdo en que, para atender este asunto, debe sugerirse una enmienda a la Ley Núm. 68. En todo caso, si esta Asamblea Legislativa entiende que es realmente necesario reglamentar las tarjetas de regalo, debería hacerse como parte de una legislación nueva similar al PS 1960, al cual estamos ofreciendo comentarios y proponiendo enmiendas en esta misma fecha.

Entendemos la intención de esta legislatura de velar por el bienestar de los consumidores. Sin embargo, entendemos que también es responsabilidad esta legislatura de velar también por el desarrollo económico de Puerto Rico. Por tal razón, debemos encontrar un balance en la aprobación de leyes que beneficien a Puerto Rico sin impedir el crecimiento económico y el desarrollo de los negocios, lo cual se dificulta cuando el gobierno trata de regular excesivamente una industria, con la "excusa" de proteger al consumidor.

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.

Existe una comunidad de intereses entre el gobierno y el sector privado. A pesar de ello, la reglamentación excesiva o innecesaria sobre la actividad comercial tiene el efecto inmediato de restarle 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.

En mérito de lo anterior, la Cámara de Comercio de Puerto Rico no favorece la aprobación del P. de la C. 982. Esperamos que nuestros comentarios le hayan sido de utilidad, reiterándonos a su disposición para toda gestión en que le podamos ser de ayuda.