



17 de agosto de 2010

Hon. Lorna Soto Villanueva  
Presidenta  
Comisión de Banca, Asuntos del Consumidor  
y Corporaciones Públicas  
Senado de Puerto Rico

  
Edgardo Bigas  
Vicepresidente Ejecutivo  
Cámara de Comercio de Puerto Rico

**RE: Proyecto del Senado 1599**

Muy buenos días, Honorable Presidenta de la Comisión de Banca, Asuntos del Consumidor, y Corporaciones Públicas del Senado de Puerto Rico; distinguidos integrantes de esta Honorable Comisión.

Para propósitos de récord legislativo, mi nombre es Edgardo Bigas - Valladares y acudo ante ustedes en calidad de Vicepresidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Puerto Rico.

Agradecemos la oportunidad que nos brindan de presentar nuestros puntos de vista en estas vistas públicas sobre el P. del S. 1599, el cual dispone reglamentar la publicidad y promoción de bebidas alcohólicas en ciertos lugares en los cuales un menor de dieciocho (18) años de edad pueda estar expuesto; facultar al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) a establecer y adoptar las reglas y reglamentos necesarios para la implantación de esta Ley e imponer penalidades.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico desea compartir con esta Comisión una serie de preocupaciones con relación a la discusión pública sobre la implantación de esta medida y mediante la oportunidad que se nos brinda trataremos de exponer varios aspectos importantes que de alguna manera u otra inciden en dicho proyecto.

Reconocemos que en Puerto Rico existe una multiplicidad de factores que afectan negativamente el desarrollo de nuestra juventud. Es nuestra responsabilidad como la principal entidad multisectorial que representa a todas las empresas en Puerto Rico, el atender y ayudar a combatir los problemas que deterioran o impactan en forma negativa a nuestros niños y jóvenes, que son el futuro de nuestro País.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico siempre ha estado comprometida con ayudar y apoyar a nuestros jóvenes en todo aquello que los guíe por el camino de una vida productiva y de servicio a nuestra sociedad. Como entidad líder en nuestra sociedad hemos mantenido un rol importante en el desarrollo de nuestra juventud, y desde este rol, Siempre hemos apoyado el educar a los menores de 18 años **a no consumir alcohol**.

Luego de un análisis minucioso de esta pieza legislativa y al evaluar los argumentos esbozados en la exposición de motivos del Proyecto del Senado 1599, nos parece importante comentar sobre los siguientes asuntos.

En dicha exposición se expresa el que existe una estrecha relación entre el uso desmedido del alcohol, con las muertes en las carreteras, la violencia y la eventual experimentación de consumo de drogas. En la misma, se responsabiliza a las bebidas alcohólicas por muchos males sociales que azotan al país. Sabemos que existe relación entre conducir bajo los efectos de alcohol y los accidentes reportados de personas que irresponsablemente conducen por nuestras carreteras en estado de embriaguez. Concurrimos con este planteamiento y nos parece que esta desafortunada situación presenta una excelente oportunidad para buscar una solución al problema más allá de la vía legislativa. Una característica fundamental de los países progresistas, es que el gobierno y la empresa privada trabajan en estrecha colaboración, para crear un sinergismo realmente efectivo entre ambos sectores. En este contexto, la autorreglamentación de la industria ha servido en el pasado para atender problemas similares por lo que ante la situación que nos ocupa podría ser una solución efectiva.

Debemos recordar que el consumo y venta del alcohol es una actividad legal y reglamentada en nuestro país y que la industria de elaboración, distribución y venta de bebidas alcohólicas en Puerto Rico es una industria sumamente importante para nuestra economía, aportando millones de dólares todos los años en impuestos y arbitrios al Gobierno y creando miles de empleos. Solicitamos a esta distinguida asamblea legislativa, que busquemos la manera de atender esta desafortunada situación con una solución que no trastoque de forma agresiva el proceso de publicidad y mercadeo de esta importante industria pues hacerlo, puede tener repercusiones serias para nuestra economía, la cual se encuentra en una etapa importante de recuperación.



Este proyecto de ley tendría el efecto de prohibir la promoción de bebidas alcohólicas en la inmensa mayoría de los eventos deportivos celebrados en Puerto Rico los cuales son principalmente patrocinados por marcas de bebidas alcohólicas. Estas actividades deportivas cuentan y dependen del auspicio de las empresas distribuidoras y elaboradoras de bebidas alcohólicas para lograr el presupuesto necesario para llevar a cabo el evento deportivo. Un ejemplo muy reciente de un evento deportivo internacional el cual se logró en gran medida con el patrocinio de estas empresas lo fue los recientes juegos Centroamericanos. Esta prohibición podría resultar desfavorable para el deporte en Puerto Rico si reducimos el nivel de aportación a estos eventos deportivos.

El Proyecto del Senado 1599 expone que el reglamentar el lugar, tiempo y manera en que se mercadea y se exhibe la publicidad de bebidas alcohólicas, podría minimizar la exposición de estas a nuestros niños. Hay muchas herramientas que podemos utilizar para lograr esta loable intención de la medida que nos ocupa, pero cualquiera que sea la solución, tiene que estar atada a un esfuerzo de educación y el ejemplo que como padres les brindemos a nuestros niños. ¿Minimizando la publicidad, lograremos tener niños menos expuestos al alcohol y más saludables?; sabemos que la respuesta es que no. Tenemos que educarlos, no solamente expresando lo que significa beber en exceso sino comportarnos y dar ejemplo de moderación al llegar a la edad legal de consumo de alcohol.

La Cámara de Comercio de Puerto Rico ha apoyado y endosado consistentemente el método de la autoreglamentación de las industrias, como un mecanismo más efectivo para atender responsablemente asuntos que merecen ser resueltos por esas industrias. La autoreglamentación de la industria iguala en efectividad la reglamentación gubernamental. Tenemos que afrontar nuestra responsabilidad social y colaborar en conjunto al gobierno y la empresa privada para lograr efectividad a la hora de educar para obtener una mejor calidad de vida.

Por otro lado, nos preocupa la constitucionalidad del Proyecto del Senado 1599, al interferir con la expresión comercial, en violación con la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos de América.

Actualmente la publicidad y la promoción están cobijadas en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos la cual cobija anuncios publicitarios y comerciales relacionados a actividades legales. La corte Suprema ha defendido claramente que la Libertad de Expresión Comercial es un pilar de la sociedad democrática. En 44 Liquormari, Inc. V. Rhode Island, 517 U.S. 484 (1996); las licorerías impugnaron una legislación que prohibía a dichos establecimientos anunciar los precios de las bebidas alcohólicas



aduciendo que la restricción podía adelantar el interés del Estado en reducir los índices de consumo de alcohol. El tribunal bajo el análisis de los criterios elaborados en Central Hudson v. Public Service Commission, 447 U.S. 557 (1980) concluyó lo siguiente: 1) que la actividad de anunciar los precios de las bebidas alcohólicas era una legal y constitucionalmente protegida; 2) que aún cuando el Estado perseguía el interés en bajar los índices de alcoholismo, este no pudo demostrar que se adelantaba dicho interés mediante la restricción. 3) que la legislación o prohibición era más amplia que lo necesario para lograr el interés gubernamental alegado.

Cuando realizamos un análisis constitucional debemos evaluar si la legislación planteada puede tener un efecto directo o indirecto sobre la Cláusula de Comercio Interestatal. La Cláusula de Comercio Interestatal limita la aprobación de legislación estatal que afecte o pueda afectar el comercio entre los estados. Lo que realmente implica una prohibición a los estados de no impedir el libre comercio, discriminando deliberadamente contra dicho comercio o haciéndolo oneroso mediante la imposición de gravámenes excesivos. Un estado no puede proteger los intereses de sus ciudadanos, de manera tal que impida innecesariamente el flujo de libre comercio en su territorio de artículos y servicios producidos por otros estados. Por lo tanto, cualquier legislación que aparente producir tal resultado, debe ser evaluada mediante un análisis de su efecto en el comercio interestatal y la política que promueve el Estado.

Además, no existe evidencia que demuestre que el limitar o restringir colocar anuncios, letreros, rótulos o avisos comerciales promocionando bebidas alcohólicas contribuya a la disminución de uso de alcohol o más bien sea la estrategia adecuada en la prevención en el consumo a menores de 18 años de edad. Actualmente, la autoreglamentación por la industria ha permitido un balance ente la libertad de expresión comercial y la responsabilidad del Estado de educar, promoviendo a su vez mensajes en contra del consumo desmedido de bebidas alcohólicas y sus posibles consecuencias.

La Cámara de Comercio reitera su posición en contra del consumo excesivo de bebidas alcohólicas. Entendemos que limitar la publicidad o promoción comercial de bebidas alcohólicas en actividades destinadas a menores de edad puede evitarse con un programa efectivo autorreglamentación de esta forma evitando que se escapen de nuestra economía al menos cincuenta millones de dólares solamente en anuncios televisivos sin contar el efecto económico de los patrocinios, las promociones y el efecto multiplicador de estos en la economía.

La reglamentación excesiva sobre la actividad comercial limita el proceso de capacidad de las empresas para competir en un mercado globalizado. La economía de Puerto Rico en estos momentos se encuentra en uno de los

momentos más difíciles de su historia y si a esto le añadimos los efectos que tendría la medida ante nuestra consideración, indudablemente causaríamos un daño peor a las fuentes de empleo que se generan por medios publicitarios y afectaría la paga en contribuciones entre otros.

La experiencia ha demostrado que la educación es fundamental en el desarrollo de nuestros niños. Debemos enfocarnos en educar a los jóvenes, de manera que estos puedan crear conciencia de las responsabilidades de ellos en la sociedad y como estos pueden mejorar su calidad de vida para que puedan tomar decisiones responsables al llegar a su mayoría de edad.

Por lo antes expuesto, la Cámara de Comercio de Puerto Rico, luego de un análisis responsable del Proyecto del Senado 1599, no favorece dicha medida. Esperamos que nuestros comentarios sean de utilidad y reiteramos nuestra disposición a esta Comisión para cualquier asunto que entienda necesario.