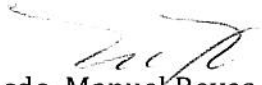




14 de febrero 2022

Honorable Edgardo Feliciano
Comisión de Recursos Naturales, Asuntos Ambientales y Reciclaje
Comisión de Pequeños y Medianos Negocios y Permisología
PO Box 9022228
San Juan, Puerto Rico 00902-2228

RE: PC 1152


Lcdo. Manuel Reyes Alfonso
Vicepresidente Ejecutivo

Agradecemos la oportunidad de expresarnos en torno al PC 1152 para enmendar los artículos 4, 6, 7, 8, y 9; para añadir un nuevo Artículo 10 y reenumerar los subsiguientes, de la Ley 247-2015, según enmendada, conocida como "Ley para la Promoción de Bolsas Reusables y la Reglamentación del Uso de Bolsas Plásticas en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico", a los fines de establecer el acceso gratuito de los consumidores a las bolsas reusables; y disponer la responsabilidad del Departamento de Asuntos del Consumidor así como el Departamento de Recursos Naturales y Ambientales; y para otros fines relacionados.

La Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA), quien representa a los principales supermercados y mayoristas de alimentos en la Isla, comparte la preocupación de los proponentes por la protección del ambiente y nuestros recursos naturales. Además de afectar nuestra calidad de vida, el problema de los desperdicios sólidos representa una desventaja competitiva que el país debe enfrentar y así lo estableció nuestra matrícula en una Resolución de Asamblea sobre el tema de competitividad aprobada desde el 2008. Más aún, específicamente con el tema de las bolsas plásticas, gran cantidad de nuestros socios llevaban años ofreciendo voluntariamente en sus tiendas bolsas reusables para reducir la utilización de las plásticas.

Sin embargo, durante los diversos procesos legislativos comentamos la falta de conexión e integración de las leyes y reglamentos sobre el tema de los desperdicios sólidos lo cual dificulta innecesariamente las operaciones comerciales e incluso la consecución de sus objetivos. Desde nuestra perspectiva, las primeras opciones para el manejo de los desperdicios sólidos deberían ser la reducción y el reciclaje. El fracaso por décadas de las autoridades a cargo de esos procesos en su encomienda no debe utilizarse de base para una hemorragia de proyectos que, además de bolsas, buscan prohibir sorbetos, envases de foam, botellas, etc. Tampoco podemos aprobar legislación individual para cada producto, ni prohibirlos todos, ni reversar contradictoriamente los pasos positivos que ya se han dado.

Retomando el tema de las bolsas plásticas, a los dos años de aprobada la Ley Núm. 247-2015 que dispuso que las bolsas desechables de plástico fuesen eliminadas en ciertos comercios, y en preparación para otro proyecto de ley, hicimos un análisis que hacía evidente que la ley había cumplido con sus objetivos. Aunque son datos de 2018, actualizarlos podría ser problemático debido a la pandemia. Según nos dijeron nuestros socios en ese momento, al menos en el caso de los supermercados, las reducciones en sus compras de bolsas habían sido entre el **50% y el 98%** pero entendemos que DACO estaba evaluando ese aspecto. Para dar ejemplos reales de cadenas de supermercados proveemos las siguientes tablas que reflejan reducciones de entre 85% y 98%:

Ejemplo Real de Cadena Detallista con más de 60 tiendas (85% de reducción)

Descripción	2015	2018
Bolsas Plásticas Desechables	283,340,750	0
Bolsas Reusables		42,598,800

Ejemplo Real Cadena Detallista 16 tiendas (98% de reducción)

Descripción	2015	2018
Bolsas Plásticas Desechables	50,274,500	0
Bolsas Reusables		1,085,600

Ejemplo Real Cadena Detallista 12 tiendas (95% de reducción)

Descripción	2015	Junio 4 2018
Bolsas Plásticas Desechables	48,343,000	0
Bolsas Reusables		2,567,500

Ejemplo Real Cadena Detallista 5 tiendas (98% de reducción)

Descripción	2015	2017
Bolsas Plásticas Desechables	7,000,000	
Bolsas Reusables		125,522

Total 93 tiendas desechables	388,958,250	
Total 93 tiendas reusables		46,377,422
Reducción total 93 tiendas		342,580,828
Por ciento de reducción		88%

Con estos datos, quedaba claro el enorme cambio de conducta que la Ley Núm. 247 ha provocado y que su implementación fue exitosa. En sólo una muestra de aproximadamente 93 tiendas la reducción de bolsas había sido de sobre 342 millones.

De otra parte, en varias ocasiones nos hemos opuesto firmemente a proyectos que buscan establecer que los establecimientos comerciales no impongan cargo por las bolsas que suplen a sus consumidores en sustitución de las bolsas desechables. Igualmente lo han hecho organizaciones ambientales en el pasado por lo que entendemos deben ser consultadas. Es menester recordar que la propuesta legislativa que culminó en la actual ley proponía el cobro de \$1 por bolsa inicialmente y \$2 posteriormente como una penalidad. A ese proyecto el Departamento de Recursos Naturales endosó un cobro entre 5 y 10 centavos que es lo que finalmente determinó el mercado. Y es que la Ley Núm. 247-2015 prohibió que ciertos comercios regalasen la bolsa plástica desechable esencialmente por su efecto en el medioambiente. Como alternativa requirió que, si el comercio proveía una bolsa, la misma fuese reutilizable bajo ciertas condiciones definidas en la Ley con el objetivo de evitar que millones de bolsas se convirtieran en un desperdicio adicional. Por definición, para que una bolsa sea reutilizable debe ser más fuerte y duradera que la desechable. Eso requiere materiales más pesados y costosos. Ese material más pesado implica que con toda probabilidad tardará más en descomponerse con lo cual **el objetivo ambiental sólo se cumple si en efecto se reutiliza y se reduce su consumo.**

La presente medida, además de prohibir el cobro, pretende que el comercio regale en grandes cantidades una bolsa mucho más dañina para el ambiente. Más allá del costo que eso implica, el consumidor no tendría un incentivo para reutilizarla con lo cual terminaríamos desechando nuevamente millones de bolsas adicionales, pero con el agravante de que son más dañinas para el ambiente.

He aquí un conflicto de intereses entre el ambiente y el bolsillo del consumidor que para ser resuelto necesita un balance como el que ya se consiguió con la Ley Núm. 247. Si la única preocupación es el ambiente y lo llevamos al extremo, pues habría que prohibirlo todo. Sin embargo, suplir a la humanidad de sus necesidades básicas conlleva enormes efectos ambientales. Por otro lado, para reducir ese impacto necesitamos incentivar las conductas adecuadas, como reusar bolsas, y penalizar las inadecuadas como es el caso del cobro por no reutilizarlas. La presente medida hace exactamente lo contrario en ambos aspectos al fomentar el uso indiscriminado de bolsas, independientemente del material, sin que ello implique un ahorro a los consumidores que pagaran comoquiera el costo de las mismas en el precio de sus artículos.

En cuanto al tema de obligar al comerciante a regalar la misma, nos parece altamente cuestionable, y hasta potencialmente inconstitucional, que el estado pretenda obligar a los comercios a regalar un producto. Aunque anteriormente se regalaban bolsas, era de manera voluntaria porque el costo por bolsa era una fracción del actual. Esa fue precisamente la conducta que se quiso detener. Pretender ahora obligar a los comercios a regalar su mercancía abre una puerta peligrosísima generando un precedente que podría extenderse a cualquier otro artículo. Recordemos que se trata de propiedad privada y tanto nuestra constitución como la de EEUU contienen cláusulas impidiendo al estado privar de las mismas

sin justa compensación y debido proceso.¹ Por ejemplo, en días recientes hubo mucha discusión sobre la capacidad del estado para expropiar equipos y materiales relacionados a la pandemia del Covid, pero en todos los casos se trataba de determinaciones gubernamentales que incluían compensación.

De otra parte, debe el legislador recordar que muchos comercios actualmente no ofrecen bolsas de ningún tipo por lo que sería un absurdo requerirles ahora que las tengan y que además las regalen.

En todo caso, aún si este proyecto pasara un escrutinio constitucional, debe reconocerse que todo costo en la operación de un negocio terminará en el precio de los productos y servicios que ofrece. Entonces, la idea de que el consumidor va a obtener algo gratis se trata de un espejismo populista porque en el mejor de los casos, una medida como esta implicaría un aumento adicional en los precios para los consumidores. Como dicen los economistas, “there is no free lunch” o no hay nada realmente gratis, por lo cual terminamos pagando todos esos costos de alguna forma u otra además del daño ambiental que se causaría. Lo más triste es que quien más se perjudicaría es el consumidor que incurre en la conducta deseada, el que reutiliza sus bolsas, porque estaría pagando en el precio de los productos que adquiere el costo de regalar las bolsas a los menos responsables con el ambiente.

Otro aspecto a considerar por el gobierno es que ahora está recibiendo un ingreso del IVU por las bolsas vendidas que antes no recibía lo cual podría asignar a los programas de reciclaje. Este impacto debe analizarse en un contexto de tanta necesidad de recaudos para el estado.

De la misma forma, debemos recordar que el consumidor que invierte en bolsas reutilizables una vez, algo que no es significativo si se considera la cantidad de veces que las puede utilizar y el beneficio al ambiente, no tendrá mayores costos subsiguientes. Esta realidad echa por tierra otra de las falacias de la medida, la premisa de que el cobro estipulado por ley le causa perjuicio al consumidor. El consumidor que lleva su bolsa no tiene costo adicional alguno y como ya mencionamos existen comercios que hace años no ofrecen bolsas y los consumidores se han ajustado y los han seguido auspiciando. Por el contrario, como ya explicamos, es la presente medida la que hace daño a ambos, al ambiente y al consumidor que reutiliza sus bolsas.

Aun así, la inmensa mayoría de los comercios ofrecen a los consumidores diversas alternativas de bolsas con precios variados. A diferencia de otro de los argumentos que hemos escuchado acusando a los comercios de lucrarse del cobro de la bolsa, la realidad es que la agresiva competencia entre los comercios y el hecho de que los consumidores pueden llevar sus propias bolsas, imposibilita que los comercios impongan precios irrazonables. En última instancia, los supermercados no se dedican a la venta de bolsas y las proveen como

¹ Art 2, Sección 7 Constitución de PR; *...Ninguna persona será privada de su libertad o propiedad sin debido proceso de ley...* Y las enmiendas 5 y 14 de la Constitución de EEUU; *“nor shall private property be taken for public use without just compensation.”*

un servicio. Pero una vez se decide proveer las bolsas, el comercio y sus eslabones anteriores tienen que pagar impuestos como el de la propiedad mueble, IVU, patentes, etc., obligando a aplicar un margen de ganancia para evitar perder dinero en el proceso.

La exposición de motivos de la presente medida lo menciona y la versión del Senado (PS 510) busca además prohibir el logo de los comercios en las bolsas lo cual sirve para abaratar el costo de la misma porque el comercio lo ve como promoción. El consumidor no está obligado a comprar una bolsa en particular, sino que puede traer cualquiera que desee, con o son logo. Tampoco hace sentido porque el consumidor debe tener la libertad de elegir como lo hace con múltiples artículos de uso diario como la ropa, que en muchos casos se adquiere con toda la intención de mostrar el logo de las marcas. ¿Puede o debe el estado determinar qué artículos pueden llevar logos y cuáles no? ¿Es caprichoso prohibirlo en las bolsas, pero no así en la ropa, en los carros, zapatos deportivos, gorras, enseres, etc. todos los cuales llevan logos? Se trata entonces de otra intromisión indebida en la libertad comercial, en la libertad de expresión tanto del comercio como del consumidor y que en última instancia se utiliza para abaratar el costo al consumidor. No podemos entender la pretensión ni vemos beneficio para nadie. Solamente otra intervención excesiva y caprichosa del estado.

Lo anterior apunta a que el estado debe legislar precisamente en la dirección contraria a estas medidas. El cambio de conducta que se busca, a saber, que el consumidor reutilice sus bolsas para que menos lleguen a los vertederos, requiere un cambio de conducta que sólo ocurrirá con el disuasivo que representa el costo de la bolsa si no lleva la suya. Es decir, además de que al comerciante le cuesta ahora más la bolsa, el hecho de que el consumidor lo sienta al momento de incurrir en la conducta que se quiere evitar, será lo que provoque el cambio. Sin embargo, siempre será necesario el ofrecimiento de bolsas a menor escala para la reposición de las reusables dañadas, sucias o para aquellos casos en los que el consumidor no las tenga consigo.

La Ley Núm. 247 ha cumplido con reducir dramáticamente el consumo de bolsas desechables. No obstante, debe tener presente el legislador que una prohibición absoluta de bolsas plásticas nunca ha sido viable porque nuestro sistema de manejo de desperdicios sólidos depende de ellas. En el caso de las bolsas de compra, durante el análisis previo a la aprobación de la ley, comentamos que la bolsa se re-utilizaba para recoger basura en los baños, en la playa, etc. El consumidor sigue necesitando bolsas plásticas para la basura de sus hogares y nuestro sistema de recogido de desperdicios depende de ello por lo que el ciudadano se ve obligado a comprar bolsas de basura. De la misma forma, muchas de las bolsas reusables son hechas con plástico reciclado y las alternativas de papel y tela también tienen un daño ambiental considerable. Es decir, la expectativa racional siempre ha sido reducir y reciclar.

Finalmente, la medida no menciona un aspecto importante que es la clave para el cambio de conducta que todos queremos, la educación. El estado, con la participación voluntaria del sector privado, debe mantener una campaña educativa sobre el uso y disposición adecuado de las bolsas. De hecho, el IVU recolectado de la venta de las bolsas puede utilizarse para financiar estos esfuerzos además de los esfuerzos de reciclaje y reutilización del gobierno.

Por todo lo cual, la Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) no favorece la aprobación de esta medida. Agradecemos nuevamente la oportunidad de expresarnos y estamos a su disposición para contestar cualquier interrogante.