




15 de abril de 2014

Honorable Nelson Torres Yordán
Presidente de la Comisión de Asuntos del Consumidor
y Prácticas Antimonopolísticas
Cámara de Representantes de Puerto Rico
PO Box 9022228
San Juan, Puerto Rico 00902-2228

PC 1730



Lcdo. Manuel Reyes Alfonso
Vicepresidente Ejecutivo

Agradecemos la oportunidad de expresarnos en torno al P de la C 1730 que dispone Para enmendar la Ley 5-1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor" a los fines de establecer la prohibición de anunciar, en cualquier medio de comunicación, productos para la venta, domésticos o foráneos, con ofertas promocionales, sin realizar la divulgación de costos o precios correspondientes, disponiéndose que se anuncien simultáneamente, el costo del producto individual y el ahorro total al adquirir el paquete promocional anunciado; establecer multa mínima por violación a esta disposición; y para ordenar que se atempere la reglamentación vigente a lo aquí establecido.

La Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) comparte la preocupación de los proponentes de esta medida con el bienestar de nuestros consumidores y la necesidad de que estén lo mejor informados posible a la hora de tomar decisiones de consumo. Todo comerciante debe siempre procurar la satisfacción de su clientela si pretende mantenerla en un mercado con tantas opciones como el nuestro. Sin embargo, entendemos que no es recomendable intentar atender por legislación cada

detalle de las relaciones comerciales. Hay asuntos que deben dejarse a las agencias reglamentadoras creadas precisamente para ello. En este sentido, debe el legislador tomar conocimiento de que nuestro país está altamente sobre legislado lo cual incide enormemente en el desarrollo económico de nuevos comercios. Luego de 8 años de recesión, esta Asamblea Legislativa debe utilizar prudencia extrema en la aprobación de nueva legislación limitándola a aquellos casos donde sea estrictamente necesaria.

De otra parte, la protección del consumidor tampoco puede pretender eximir del todo al consumidor de su responsabilidad como interesado y contratante en una relación que es bilateral. El objetivo de este tipo de regulación es nivelar el terreno de juego entre comerciante y consumidor entendiendo al consumidor como la parte débil. Pero ello no debe llegar al extremo de que el consumidor no tenga que usar su propio juicio crítico y conocimientos matemáticos básicos. En términos de la medida de marras, el Reglamento existente de Anuncios Engañosos del DACO ya dispone suficiente información para que el consumidor pueda tomar una decisión informada. El comerciante debe anunciar el precio especial y el regular de manera que el consumidor pueda hacer el cálculo de lo que se ahorra. Pretender que el comerciante además de dar ambos precios, haga la resta y publique un tercer número nos parece innecesario, excesivo y hasta potencialmente confuso.

Por todo lo cual, la Cámara de Mercadeo, Industria y Distribución de Alimentos (MIDA) no favorece la aprobación de esta medida.