



**GOBIERNO DE PUERTO RICO**

Departamento de Asuntos del Consumidor

## **ANÁLISIS DE FLEXIBILIDAD ADMINISTRATIVA**

### **Reglamento de Prácticas Comerciales**

En San Juan, Puerto Rico, a 17 de diciembre de 2019.

## ANÁLISIS DE FLEXIBILIDAD ADMINISTRATIVA

### - Reglamento de Prácticas Comerciales -

La Ley Núm. 454 - 2000, según enmendada, mejor conocida como “Ley de Flexibilidad Administrativa y Reglamentaria para el Pequeño Negocio”, obliga a toda agencia de gobierno a evaluar los efectos que sus reglamentos, vigentes y/o por promulgar, tienen para los pequeños negocios. Como parte de ese proceso, toda agencia debe preparar, y hacer público para comentarios, un Análisis de Flexibilidad que describa tales efectos o impacto.

Para facilitar el ejercicio de la antedicha responsabilidad, la Ley Núm. 454 – 2000 provee una lista de los cinco criterios generales que debe incluir todo Análisis de Flexibilidad. Dichos criterios nos sirvieron de base para trabajar el presente documento, el cual corresponde al Reglamento de Prácticas Comerciales del Departamento de Asuntos del Consumidor. Como parte de esta encomienda también nos apoyamos en el documento “Guías que debe contener el Análisis de Flexibilidad Inicial”, provisto por la Oficina del Procurador de Pequeños Negocios.

#### **a) DECLARACIÓN BREVE DE LA NECESIDAD Y OBJETIVOS DE LA REGLAMENTACIÓN**

El Reglamento de Prácticas Comerciales se promulga conforme a los poderes conferidos al Departamento de Asuntos del Consumidor por virtud de las leyes Núm. 228 de 12 de mayo de 1942, Núm. 97 de 19 de junio de 1953, Núm. 148 de 27 de junio de 1968, Núm. 5 de 23 de abril de 1973, Núm. 70 – 1992, Núm. 62 – 1993, Núm. 126 - 1993, Núm. 210 – 2003, Núm. 42 - 2006, Núm. 95 – 2006, Núm. 96 - 2006, Núm. 240 - 2006, Núm. 31 – 2015, Núm. 42-2015, Núm. 247-2015, Núm. 256 – 2015 y Núm. 38 – 2017, según enmendadas. Su propósito es agrupar y actualizar todas las medidas que este Departamento ha adoptado para regular ciertas prácticas comerciales en Puerto Rico, con el fin de brindar seguridad y confianza a los consumidores. Con ello buscamos facilitar, tanto a los comercios como a los consumidores, el poder identificar en un solo Reglamento cuáles son las prácticas comerciales permitidas y prohibidas en atención a los derechos que como agencia venimos obligados a salvaguardar.

Cabe aclarar que el **Reglamento de Prácticas Comerciales es, en esencia, una recopilación de disposiciones ya vigentes en nuestro ordenamiento, las cuales el DACO ha regulado y fiscalizado hace décadas.** Si bien se realizó un arduo trabajo de edición, a los efectos

de armonizar trece disposiciones reglamentarias en un único Reglamento, además de aclarar ciertas disposiciones que se prestaban a interpretaciones contradictorias, los actos prohibidos a los comerciantes, así como los criterios para evitar incurrir en prácticas ilegales respecto al consumidor, son básicamente los mismos.

En virtud de lo antes aclarado, este Reglamento sustituye; y, en consecuencia, deroga los siguientes trece (13) Reglamentos: 1) Núm. 1934, Reglamento de Precios Núm. 44; 2) Núm. 7421, Reglamento para la Divulgación de los datos nutricionales de los productos ofrecidos para el consumo en los establecimientos de comida rápida; 3) Núm. 7425, Reglamento para regular la venta de computadoras o sus componentes que contengan piezas usadas, recicladas o reconstruidas; 4) Núm. 6754, Reglamento de concursos; 5) Núm. 7764, Reglamento sobre sorteos; 6) Núm. 7919, Reglamento para el mercadeo de productos con atributos o beneficios ambientales; 7) Núm. 8580, Reglamento para la regulación y desarrollo de los mercados de descuentos; 8) Núm. 8599, Reglamento contra prácticas y anuncios engañosos; 9) Núm. 8704, Reglamento sobre tarjetas de regalo; 10) Núm. 5463, Reglamento para la publicidad y promoción y promoción, en ciertos lugares, de todo producto elaborado con tabaco; 11) Núm. 8631, Reglamento para la prevención del fraude en el telemercadeo; 12) Núm. 8771, Reglamento sobre la Ley de cambio de bebidas carbonatadas o azucaradas por agua; 13) Núm. 3668, Reglamento para establecer un período de reevaluación en ventas ambulantes de artículos y cuyo precio es de \$25 o más.

Para fines prácticos, el Reglamento está organizado en nueve capítulos; el primero, con disposiciones generales de aplicación a todos los comerciantes, sin distinción alguna; y el resto con disposiciones específicas aplicables a aquellos que expresamente se indica al inicio de cada capítulo. Los nueve capítulos contenidos en el Reglamento de Prácticas Comerciales son los siguientes: 1) Disposiciones generales; 2) Prácticas y anuncios engañosos; 3) Restricciones a la publicidad y promoción, en ciertos lugares, de productos elaborados con tabaco; 4) Divulgación de datos nutricionales en establecimientos de comida rápida y alternativa de agua en lugar de bebidas carbonatadas o azucaradas en ofertas de alimentos que incluyan bebidas; 5) Regulación y desarrollo de mercados de descuentos; 6) Venta y uso de tarjetas de regalo; 7) Período de evaluación en ventas ambulantes; 8) Concursos y sorteos; y 9) Penalidades, sanciones y disposiciones complementarias.

**En su conjunto, las disposiciones del Reglamento de Prácticas Comerciales aplicarán a toda persona natural o jurídica que se dedique, de forma permanente o incidental, por sí misma o a través de un representante de otra, o como intermediario, a ofrecer bienes o**

**servicios a consumidores en la jurisdicción del Gobierno de Puerto Rico.** A manera de excepción, aquellos capítulos de este Reglamento que especifiquen que aplican a un tipo de comercio en particular aplicarán únicamente al segmento aclarado en el mismo.

**b) RESUMEN DE LOS ASUNTOS SIGNIFICATIVOS LEVANTADOS POR LA OPINIÓN PÚBLICA, RESUMEN DE LA EVALUACIÓN DE LA AGENCIA A ESOS ASUNTOS, Y UNA DECLARACIÓN DE LOS CAMBIOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO COMO RESULTADO DE LOS COMENTARIOS.**

Las vistas públicas se celebraron los días 30 y 31 de octubre de 2019; y, hasta ese último día (31 de octubre de 2019), recibimos también los comentarios por escrito en torno al borrador del Reglamento de Prácticas Comerciales sometido para evaluación de la ciudadanía. En total, se sometieron siete ponencias en torno al propuesto Reglamento de Prácticas Comerciales. Por parte de los comerciantes, sometieron comentarios y sugerencias la Asociación de Comercio al Detal de Puerto Rico (ACDT), Costco Wholesale Corporation, Coopharma y Empresarios por Puerto Rico. A título personal, y/o en representación de los consumidores comparecieron los licenciados Javier Echevarría e Ignacio García, y el Sr. Gilberto Alvero (Doctor Shoper). Todos los comparecientes reconocieron que el Reglamento en evaluación mantiene la esencia de las disposiciones reglamentarias ya vigentes. Sus observaciones fueron más bien respecto a cómo, de cara a sus experiencias o intereses particulares, entendían necesario mejorar las mismas añadiendo o eliminando ciertos aspectos de dichas disposiciones. Para más detalles en torno a este asunto, se adjunta el Informe de la Oficial Examinadora, en el cual se especifican las sugerencias y comentarios sometidos por los comparecientes, así como las recomendaciones en torno a cuáles acoger y cuáles no.

El Informe de la Oficial Examinadora fue evaluado por un Comité de trabajo liderado por la Secretaria del Departamento, Carmen Salgado Rodríguez. En reunión celebrada el 21 de noviembre de 2019, dicho Comité definió los cambios a incorporar, en virtud de los comentarios y sugerencias levantados durante el proceso de evaluación del borrador del Reglamento de Prácticas Comerciales. Se adjunta la Minuta de la reunión, la cual detalla cuáles fueron los cambios incorporados así como las razones de por qué algunas recomendaciones se acogieron y otras no.

**c) DESCRIPCIÓN Y UN NÚMERO ESTIMADO DE PEQUEÑAS ENTIDADES A LOS QUE EL REGLAMENTO APLICARÁ, UNA EXPLICACIÓN DE POR QUÉ ESE ESTIMADO NO ESTÁ DISPONIBLE.**

Dado que el Reglamento de Prácticas Comerciales aplicará a todo comerciante, sin importar el tamaño de su negocio, sus disposiciones serán extensivas a todas las pequeñas entidades que se dediquen, de forma permanente o incidental, por sí mismas o a través de un representante de otra, o como intermediario, a ofrecer bienes o servicios a consumidores en la jurisdicción del Gobierno de Puerto Rico. Ello no altera en nada las disposiciones ya vigentes en nuestro ordenamiento, pues en virtud de los trece (13) reglamentos que el de Prácticas Comerciales sustituye y deroga, todo comerciante viene obligado a cumplir con las reglas recopiladas en el mismo.

Cabe señalar que los métodos de fiscalización en torno al nuevo Reglamento permanecen inalterados respecto a lo que ha sido la práctica acostumbrada en el DACO. Así, pues, tal labor seguirá recayendo en los Inspectores de Fiscalización del Departamento, quienes ejercerán sus funciones tal como lo han hecho bajo los reglamentos que mediante el presente se sustituye y deroga; esto es, mediante visitas y operativos por área geográfica y tipo de negocio. De detectar algún tipo de incumplimiento, se podrán emitir avisos de infracción, imponer y cobrar multas administrativas conforme al vigente Reglamento para la Imposición de Sanciones y Multas del Departamento y a la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada. **En el caso de los pequeños negocios, al evaluar la imposición de una multa la agencia seguirá aplicando las disposiciones de la Ley Núm. 454 - 2000, específicamente lo exigido por el Artículo 3(a)(1).**

**d) DESCRIPCIÓN DE LOS INFORMES, TENEDURÍA DE LIBROS Y OTROS REQUISITOS PARA CUMPLIR CON EL REGLAMENTO, INCLUYENDO UN ESTIMADO DE LAS CLASES DE PEQUEÑAS ENTIDADES QUE ESTARÁN SUJETAS A LOS REQUISITOS Y EL TIPO DE DESTREZA TÉCNICA NECESARIA PARA LA PREPARACIÓN DEL INFORME O REGISTRO.**

La mayor parte de las disposiciones contenidas en el Reglamento de Prácticas Comerciales no requieren que los comerciantes trabajen informes a ser sometidos ante este Departamento o agencia alguna de gobierno. A manera de excepción, el Capítulo V, titulado “Regulación y desarrollo de los mercados de descuento”, exige, a un tipo de comercio en particular, que se lleve cierto tipo de registros.

El Capítulo V del Reglamento de Prácticas Comerciales al que hacemos alusión es aplicable únicamente a los operadores y vendedores que participan en los mercados de descuentos, siendo la obligación de llevar registros exclusiva de los primeros. Dicha obligación existe en nuestro ordenamiento hace más de dos décadas. Ello, por mandato legislativo dispuesto en la Ley Número 126 de 12 de diciembre de 1993, según enmendada, conocida como "Ley de Regulación y Desarrollo de los Mercados de Descuentos" (Ley Núm. 126).

El Reglamento Núm. 8580 de 28 de abril de 2015 del DACO, Reglamento para la regulación y desarrollo de los mercados de descuentos, se limitó a implementar las disposiciones de la Ley Núm. 126. Precisamente en virtud del antedicho mandato de ley, **el Reglamento de Prácticas Comerciales mantiene inalterada la obligación de los operadores de llevar un registro.**

La obligación en cuestión consiste en que el operador deberá mantener un registro diario de todos los vendedores que acudan al mercado de descuentos a exponer sus productos para la venta<sup>1</sup>. Este registro deberá estar en poder del operador por el término de un (1) año, y tendrá que mostrarlo ante un requerimiento de las autoridades oficiales del Estado.

Los vendedores que ocupan algún espacio en los mercados de descuentos no deben llevar un registro como tal. No obstante, vienen obligados a tener disponible evidencia o recibo demostrativo de que los bienes puestos o a ser puestos para la venta o intercambio, han sido adquiridos legalmente, y mostrarlo al operador, a cualquier funcionario o agente del orden público estatal o municipal, o a cualquier inspector del DACO que así lo requiriesen.

Tal como mencionamos con antelación, las obligaciones aludidas surgen de un mandato expreso de ley. Además, las mismas están en vigor desde hace más de dos décadas, por lo que no significan cambio alguno en la forma de hacer negocios a la que deben estar acostumbrados quienes se dediquen, como operadores o vendedores, a comercializar en mercados de descuento. Cabe aclarar que los propósitos de las antedichas obligaciones son : 1) verificar que las mercancías

---

<sup>1</sup> Dicho registro deberá indicar lo siguiente:

- Nombre, teléfono, dirección postal y física del solicitante.
- Número de lote asignado.
- Descripción general de la mercancía que va a ser expuesta para la venta o intercambio.
- Número de licencia de conducir del vendedor, si la tuviere, o pasaporte, o cualquier otra identificación con foto que válidamente le identifique.
- Firma de los vendedores y del operador, disponiéndose que, si alguno de estos no pudiere firmar, deberá fijar sus huellas dactilares y hacer una marca, en presencia de un testigo. Dicho testigo firmará haciendo constar que la marca fue hecha en su presencia y que observó cuando tal persona fijó sus huellas dactilares.

expuestas para la venta o intercambio son legales y/o fueron adquiridas legalmente; y 2) proveer algún tipo de protección a los consumidores de mercados de descuentos, haciendo accessible información que les permita contactar a los vendedores, en caso de haberseles ofrecido algún tipo de garantía por los productos adquiridos.

**e) Descripción de los pasos que la agencia ha tomado para minimizar los impactos económicos significativos en pequeños negocios de acuerdo a los objetivos de los estatutos aplicables, incluyendo una declaración de las razones de hechos, legales y política pública para rechazar las otras alternativas que podrán afectar a éstas.**

Como parte del proceso previo a la promulgación del Reglamento de Prácticas Comerciales, en el Departamento estuvimos abiertos a comentarios y sugerencias, tanto por parte de los comerciantes como de los consumidores. La Asociación de Comercio al Detal de Puerto Rico (ACDT), compareció y expresó varias propuestas a nombre de los pequeños negocios, muchas de las cuales acogimos. Ahora bien, una recomendación que no pudimos acoger fue el que, en todo caso en que se emita un aviso de infracción, se dé la posibilidad al comercio para que, dentro de un término determinado, pueda corregir el incumplimiento antes de proceder con la imposición de multas. Sobre el particular, no puede perderse de perspectiva que, como agencia, nuestro deber ministerial es velar porque se respeten los derechos de los consumidores. Adoptar la recomendación sugerida vulneraría tal principio base de nuestro quehacer diario.

Lo antes indicado no impide que, tal como ha sido la costumbre en el DACO, todo aviso de infracción sea evaluado en atención a las circunstancias particulares de cada caso. Sabemos que, al amparo de la Ley Num. 454-2000, el hecho de ser un pequeño negocio es uno de los asuntos a ser ponderado, lo cual siempre hacemos.

Tal como señalamos anteriormente, el Reglamento de Prácticas Comerciales es aplicable por igual a todo tipo de negocio. Ello permanece inalterado respecto a los trece (13) Reglamentos que el mismo consolida, sustituye y deroga. Al amparo de las disposiciones de nuestra Ley Orgánica no podemos hacer distinción alguna al momento de regular lo que deben ser las obligaciones de los comerciantes y el respeto que estos deben a los derechos de los consumidores.

**ANEJO I:**  
**INFORME DE LA OFICIAL EXAMINADORA**



# **REGLAMENTO DE PRÁCTICAS COMERCIALES**

## **INFORME DE LA OFICIAL EXAMINADORA**

En cumplimiento con lo que mandata la Ley 38 – 2017, según enmendada, conocida como “Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico”, el 24 de septiembre de 2019 se publicó un anuncio, en español y en inglés, en el periódico Primera Hora. En dicho aviso se informó sobre la intención del Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO, o el Departamento), de promulgar el Reglamento de Prácticas Comerciales, el cual sustituye y deroga un total de trece (13) Reglamentos<sup>2</sup>.

El anuncio publicado proveyó a la ciudadanía una dirección electrónica a la cual poder someter comentarios y sugerencias en torno al propuesto Reglamento, cuyo borrador se subió a la página en Internet del Departamento [www.daco.com](http://www.daco.com), el mismo día de su publicación. En el expediente administrativo consta una copia del anuncio publicado en prensa, así como la certificación de su publicación.

### **I. Propósito del Reglamento de Prácticas Comerciales**

El Reglamento de Prácticas Comerciales tiene el propósito de agrupar y actualizar todas

---

<sup>2</sup> A saber: 1) Núm. 1934, Reglamento de Precios Núm. 44; 2) Núm. 7421, Reglamento para la Divulgación de los datos nutricionales de los productos ofrecidos para el consumo en los establecimientos de comida rápida; 3) Núm. 7425, Reglamento para regular la venta de computadoras o sus componentes que contengan piezas usadas, recicladas o reconstruidas; 4) Núm. 6754, Reglamento de concursos; 5) Núm. 7764, Reglamento sobre sorteos; 6) Núm. 7919, Reglamento para el mercadeo de productos con atributos o beneficios ambientales; 7) Núm. 8580, Reglamento para la regulación y desarrollo de los mercados de descuentos; 8) Núm. 8599, Reglamento contra prácticas y anuncios engañosos; 9) Núm. 8704, Reglamento sobre tarjetas de regalo; 10) Núm. 5463, Reglamento para la publicidad y promoción, en ciertos lugares, de todo producto elaborado con tabaco; 11) Núm. 8631, Reglamento para la prevención del fraude en el telemercado; 12) Núm. 8771, Reglamento sobre la Ley de cambio de bebidas carbonatadas o azucaradas por agua; 13) Núm. 3668, Reglamento para establecer un período de reevaluación en ventas ambulantes de artículos y cuyo precio es de \$25 o más.

las medidas que el Departamento ha adoptado para regular ciertas prácticas comerciales en Puerto Rico, con el fin de brindar seguridad y confianza a los consumidores. Con ello se busca facilitar, tanto a los comercios como a los consumidores, identificar en un solo Reglamento cuáles son las prácticas comerciales permitidas y prohibidas en atención a los derechos que la agencia viene obligada a salvaguardar.

## **II. Vistas Públicas**

El DACO celebró vistas públicas en torno al propuesto Reglamento de Prácticas Comerciales los días 30 y 31 de octubre de 2019, en el Centro Gubernamental Minillas, Torre Norte, Piso P (Salón A). En el expediente administrativo obran copias de las hojas de asistencia a las referidas vistas públicas. En representación del Departamento estuvieron presentes, los dos días, la Oficial Examinadora, Lcda. María Fernanda Vélez, y el Economista Carlos Lasanta, asesor del DACO.

El primer día de las vistas públicas no hubo ponencias orales, pero comparecieron por escrito la Asociación de Comercio al Detal de Puerto Rico (ACDT), Costco Wholesale Corporation y Coopharma. El proceso de vistas orales del 30 de octubre de 2019 se dio por terminado a las 11:00 a.m.

Durante el segundo día depusieron los licenciados Javier Echeverría e Ignacio García, quienes además sometieron sus ponencias por escrito. También depuso el Sr. Gilberto Alvero, conocido como “Doctor Shoper”, quien no sometió ponencia por escrito. El proceso de vistas públicas del 31 de octubre de 2019 se dio por terminado a las 12:40 p.m. Ese día, además, Empresarios por Puerto Rico sometió sus comentarios por escrito.

## **III. Resumen de los comentarios recibidos**

En total, se sometieron siete ponencias en torno al propuesto Reglamento de Prácticas Comerciales. Muchos de los comentarios y sugerencias sometidos, tanto por comerciantes como

representantes de los consumidores, abonan a los objetivos del Reglamento objeto de evaluación, por lo que entendemos necesarios incorporar algunos de ellos. A continuación, un resumen de las ponencias sometidas, así como las recomendaciones en torno a cuáles de las sugerencias acoger.

**a. ASOCIACIÓN DE COMERCIO AL DETAL DE PUERTO RICO (ACDT)**

1. La Regla 14b(3) establece como una práctica engañosa el “anunciar un bien o servicio para la venta y no tenerlo disponible o no tener las cantidades anunciadas”. Pide la ACDT que se aclare que dicha práctica será engañosa siempre que la intención sea usar el producto como carnada.

*Comentario: No se recomienda acoger la recomendación. Este inciso está dirigido a la práctica en que se suele incurrir en ventas especiales. El usar un producto como carnada se atiende específicamente en otro subinciso.*

2. La Regla 24c establece los requisitos que deben tener las publicaciones que entremezclan varios tipos de venta. Pide la ACDT que se incorporen interpretaciones de 2015 y 2016 que aclaran que lo importante es el uso de emblemas o recuadros que eviten la confusión del consumidor, sin ser necesario que se agrupen por tipo y por página.

*Comentario: Se recomienda acoger la recomendación, e incorporarla en la Regla 24c.*

3. La Regla 25 establece la obligatoriedad de los comercios de proveer un vale o “rain check” cuando no tengan disponible un bien anunciado. Pide la ACDT que se añada que, cuando se cumpla con el otorgamiento de tales remedios, no procederá la imposición de una multa administrativa.

*Comentario: No es necesario añadir lo requerido por la ACDT, por ser claro que la imposición de multas solo procede por incumplimiento con alguna de las Reglas.*

4. La Regla 25d(3) establece que los vales deben incluir el siguiente texto: “el precio regular y especial del bien anunciado, o el precio anunciado, en aquellos casos donde se anuncie el producto con un solo precio sin hacer referencia a que se trata de un especial”. Pide la ACDT que

se elimine lo relativo al “precio anunciado”, por tratarse de un error, corregido mediante la interpretación del Secretario 2015-01.

*Comentario: Se debe acoger la sugerencia, y eliminar la segunda parte de la oración. El subinciso debe limitarse a decir “el precio regular y especial del bien anunciado”.*

5. La Regla 25b(4) establece que, vencido el término de 30 días dentro del cual el comerciante debe entregar el producto asegurado mediante un vale, este deberá ofrecer un artículo sustituto y, si el consumidor no lo acepta, ofrecerle un descuento equivalente a la diferencia entre el precio regular y el precio en especial del bien anunciado en especial para usarlo en la compra de otro producto. Pide la ACD que modifique la regla para que se entienda que no hay que esperar 30 días para ofrecer esa opción, sino que la misma puede ser una alternativa disponible al consumidor desde el momento en que se agota el bien anunciado en especial. También propone incluir como alternativa adicional el vender el producto en especial al consumidor para posteriormente enviárselo por correo, siempre y cuando no se le cobre el envío. Además, pide aclarar que, aun cuando es el consumidor quien escoge qué alternativa es la que más le conviene, la selección del artículo sustituto corresponde al comerciante.

*Comentario: Se recomienda acoger las recomendaciones señaladas en torno a esta Regla, pues redundaría en mayores opciones para el consumidor, quien mantendría su poder de decisión en torno al asunto.*

6. La Regla 26 establece que toda venta especial durará un mínimo de cuatro (4) horas. Pide la ACD que enmendemos el texto para que se indique, además, que si no se aclara la fecha de terminación de la venta especial se entienda que la misma es de un mes.

*Comentario: No es necesario incorporar lo sugerido.*

7. La Regla 34e impone a los medios de difusión la obligación de distinguir claramente las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa o de entretenimiento, de las que hagan como un anuncio, cuando éste tiene un formato de programa o sección informativa. Pide la ACDT

añadir la interpretación en cuanto a que ello no aplicará a artículos que no respondan a una pauta pagada.

*Comentario: Resulta innecesario incluir la interpretación.*

8. La Regla 32b establece los requisitos para corregir el error en un anuncio. Pide la ACDT que, en virtud de la interpretación 2016-03 se aclare que la nueva publicación no tiene que ser a colores o estar acompañada de una foto del product, siendo válido que la nota aclaratoria se publique en una página del periódico dedicada a las mismas, con un tamaño de 2” de alto por 3.5” de ancho, con letra de tamaño de 11 ptos.

*Comentario: Lo requerido por la ACDT puede ser incorporado como parte de la Regla, aclarando que se trata de una excepción. Según se señala en la interpretación citada, el propósito es que no se confunda al consumidor, y ubicar una aclaración dentro de un segmento dedicado a ese propósito cumple en fin. No obstante, solo se eximirá de los requisitos contenidos en la regla a quienes publiquen la aclaración en dicha sección.*

9. La Regla 8 y la Regla 9 establecen la obligatoriedad de los comercios de exhibir su política de devolución. Señala la ACDT que, según redactadas, estas reglas no contemplan a aquellos comercios que no funcionan en un establecimiento físico, ni tampoco consideran las nuevas tecnologías, como es el uso de monitores para la publicación.

*Comentario: Deben acogerse estas recomendaciones y adaptar las reglas a los nuevos métodos de venta y difusión usados por los comercios.*

10. La Regla 66 aclara lo relativo a la fecha de expiración de las tarjetas de regalo. Pide la ACDT que se añada la interpretación de lo que significa “clara y adecuadamente”.

*Comentario: No es necesario incluir, como parte de la Regla, qué se entiende por “clara y adecuadamente”. Ello es definido a cabalidad en la Regla 5g, y repetirlo resulta redundante.*

11. El Capítulo VIII, trata de “Concursos y Sorteos”. Afirma la ACDT que, el Reglamento de Sorteos de este Departamento sustituyó al de Concursos, por lo que entiende fue un error

consolidar ambos e incluir como requisitos: a) que esté presente un notario al momento de un sorteo, y 2) que las reglas del sorteo estén certificadas ante notario.

*Comentario: Es incorrecto lo afirmado por la ACDT. El Reglamento de Sorteos no sustituyó al de concurso, y en ninguna parte de su contenido lo indica así. Por tal motivo, los requisitos de Notario, tanto para la certificación de las reglas como durante la celebración del sorteo están en vigor. Se pudieran eliminar, de entenderlo necesario, pero no es cierto que se hayan discontinuado una vez entró en vigor el Reglamento de Sorteos.*

#### **b. COSTCO WHOLESALE CORPORATION**

1. La Regla 5hh provee la definición de “ventas especiales”, lo cual constituye uno de los aspectos regulado por este Departamento. Costco expresa la necesidad de corregir dicha definición o incluir una adicional que aborde su modelo de hacer negocios; en particular, lo relativo a los “hot buys”. Los “hot buys” son ofertas únicas de artículos descontados a precio especial por los suplidores, en torno a los cuales no puede proveerse vales o “rain checks” precisamente por sus características inherentes. Alega Costco que las actuales disposiciones del Departamento le impiden traer a Puerto Rico este tipo de productos.

*Comentario: Se recomienda acoger la recomendación, siempre que la nueva disposición en torno al particular aclare que este tipo ofertas sólo podrán promocionarse a los actuales socios del club de membresía del que se trate y no usarse como una carnada para atraer nuevos miembros. Además, cualquier promoción en torno al particular debe dejar claro su condición de “hot buy” y no inducir a error al consumidor.*

2. La Regla 23a(1) establece que, en una venta especial, el comerciante podrá comparar su precio anterior regular para determinado bien o servicio, siempre que dicho precio anterior regular hubiese sido ofrecido por el comerciante por lo menos durante treinta (30) de los cuarenta y cinco

(45) días naturales anteriores a la fecha de publicación inicial. Propone Costco corregir la Regla, para expandirla a treinta (30) de los noventa (90) días naturales anteriores.

*Comentario: No es necesario acoger la recomendación, pero se puede someter a evaluación.*

### **c. COOPHARMA**

1. La Regla 5 incluye la definición de lo que se entiende como “aviso de infracción”. Señala Coopharma la necesidad de aclarar que, una vez emitido un aviso de este tipo, se proveerá un término para que el comercio pueda corregir los errores señalados.

*Comentario: La concesión de un término para corregir errores o incumplimientos es válida dentro del periodo de tiempo que se designa para educar o informar en torno a una nueva ley o reglamento. El Reglamento de Prácticas Comerciales no incorpora prohibiciones nuevas o adicionales a las que ya están en vigor, por lo que no se recomienda acoger esta recomendación. Además, este tipo de asuntos son abordados en el Reglamento de Multas y Sanciones.*

2. La Regla 14 establece un listado de aquello que será considerado como “prácticas y anuncios engañosos”. Sobre el particular, el inciso 9 establece que será engañoso “exponer, vender u ofrecer para la venta drogas, cosméticos, bebidas, pastillas, entre otros, sin haberse demostrado científicamente la veracidad de los beneficios alegados y sin la debida autorización de la Agencia Federal de Drogas y Alimentos (FDA)”, mientras que el inciso 10 añade lo siguiente: Exponer, vender u ofrecer para la venta alimentos o suplementos dietéticos y dietas novedosas no comprobadas o que no tienen justificación; o artefactos médicos inefectivos, sin que se establezca, mediante estudios científicos, la veracidad de los beneficios alegados.

Coopharma nos invita a corregir los dos incisos citados, por entender que los mismos imponen sobre las farmacias responsabilidades que no les competen. Según señalan, la FDA aprueba muchos productos cuyo valor científico no ha sido comprobado, por lo que se parte de una premisa errónea. Además, existen productos suplementarios no tienen necesariamente que estar aprobados por la

FDA para su comercialización a través de las farmacias.

Aclara Coopharma que el concepto de “suplementos dietéticos” incluye vitaminas, minerales, hierbas y sustancias botánicas, aminoácidos, enzimas y otra variedad de productos cuya fiscalización recae directamente sobre la División de Drogas y Farmacias del Departamento de Salud, por lo que recomienda eliminar los mismos del alcance del inciso.

*Comentario: Son válidos los señalamientos hechos por Coopharma respecto a los dos subincisos citados. Hay que reevaluar la forma en que están redactados, a fin de que se limiten a la práctica que quiere restringir el Departamento.*

3. La Regla 86 establece las sanciones y penalidades. Propone Coopharma añadir los avisos de infracción a fin de que se dé a los comercios la oportunidad de subsanar cualquier error antes de ser multados.

*Comentario: Por lo indicado en el inciso 1, no se recomienda acoger esta recomendación.*

#### **d. LCDO. JAVIER ECHEVARRÍA**

1. El Lcdo. Echevarría hizo varias recomendaciones de forma, sugiriendo cambiar unas palabras, añadir o eliminar otras, para evitar confusiones o lograr mayor claridad. También hizo un par de sugerencias respecto a la forma de citar.

*Comentario: Por tratarse de correcciones de forma que enriquecen el documento o le dan mayor claridad, se recomienda acoger todas las indicadas en la ponencia del Lcdo. Echevarría, la cual se aneja como parte del expediente del proceso de evaluación del Reglamento.*

2. La Regla 4 hace alusión a la aplicación del Reglamento en su conjunto. Entiende el Lcdo. Echevarría que es necesario, así como se hizo en el Reglamento de Prácticas y Anuncios Engañosos, aclarar que sus disposiciones son aplicables también a las agencias de publicidad.



*Comentario: La Regla 4 contempla la aplicabilidad del Reglamento en conjunto, y no únicamente el Capítulo relativo a las prácticas y anuncios engañosos (Capítulo I). Es por ello que no debe incorporarse esa recomendación para la Regla 4. No obstante, sí debe incluirse en la Regla 11, que es la que se refiere al alcance particular del Capítulo I.*

3. La Regla 5 incluye las definiciones aplicables a todo el Reglamento. El Lcdo. Echevarría recomendó enmiendas mínimas para varias de ellas, todas las cuales se incorporaron. En cuanto a cuestiones de forma, enfatizó en torno la Regla 5h. Esa Regla, define como comerciante a todo “proveedor de bienes y servicios en Puerto Rico, lo cual engloba a toda persona natural o jurídica que, dentro de la jurisdicción de Puerto Rico, realiza transacciones comerciales y ofrece para la venta o arrendamiento bienes o servicios a consumidores. Incluye, sin limitación, a cualquier oficial, agente, empleado, vendedor o representante del vendedor”. Expone el Lcdo. Echevarría que esta definición deja por fuera a las empresas foráneas, y recomienda que el Departamento no renuncie a su jurisdicción sobre las mismas.

*Comentario: La redacción de la Regla 5h, en efecto, deja por fuera empresas sobre las cuales el DACO tiene jurisdicción y debe seguir ejerciéndola. No obstante, hay que ser cuidadoso con la forma en que se replantea el alcance de la misma. Se sugiere corregir la redacción para que lea: “proveedor de bienes y servicios que, por sí mismo o a través de un oficial, agente, empleado, vendedor o representante del vendedor, realiza transacciones y ofrece para la venta o arrendamiento bienes o servicios a consumidores **en Puerto Rico**”.*

4. La Regla 6 hace alusión a “prohibiciones generales”, entendiendo por estas las relacionadas a propinas y obtención de datos personales del consumidor. Plantea el Lcdo. Echevarría que se trata de disposiciones muy específicas (no generales), por lo que requieren una introducción previa.

*Comentario: La observación es pertinente, por lo que se sugiere mover la propuesta Regla 13 “Principios Básicos” antes de esas prohibiciones, además de modificar el título (de “prohibiciones generales” a “prohibiciones esenciales”).*

5. La Regla 14 provee el listado de lo que se consideran prácticas y anuncios engañosos. En el listado contemplado en el Reglamento propuesto se eliminó el “Exponer, vender u ofrecer para la venta productos que hayan sido previamente congelados como si fueran frescos”, contenido en el Reglamento 8599<sup>3</sup>. El Lic. Echevarría sugirió incluirlo en el nuevo Reglamento.

*Comentario: El aspecto planteado por el Lic. Echevarría se eliminó del listado incluido en el Reglamento de Prácticas Comerciales por entender que se trataba de un asunto bajo la jurisdicción del Departamento de Salud, muy difícil de constatar por el DACO a través de sus inspectores. No obstante, se puede incluir nuevamente.*

6. La Regla 21 incluye las “disposiciones Aplicables a la Venta de Computadoras o sus Componentes”. Señala el Lic. Echevarría que, si bien esta Regla recoge lo dispuesto en el Reglamento Núm. 7425 de 13 de noviembre de 2007, no se incluye la definición contenida en el mismo sobre lo que se consideran: “Piezas usadas, recicladas o reconstruidas”.

*Comentario: Se recomienda acoger la sugerencia, e incorporar la definición indicada.*

7. La Regla 24 establece lo relativo a la “disponibilidad del bien anunciado”. Esta Regla permaneció inalterada respecto al Reglamento 8599. Sugiere el Lic. Echevarría que, por tratarse de un asunto que, históricamente ha resultado controversial para el Departamento, debería reevaluarse. No recomienda la manera particular en que ello pudiera hacerse.

#### **e. SR. GILBERTO ALVERO “DOCTOR SHOPER”**

1. La Regla 14 establece lo que se considera como “prácticas y anuncios engañosos. El señor Albero afirmó que es una práctica común en los supermercados vender productos que han sido previamente congelados en el área de carnes frescas; y que, si bien se les coloca una nota aclaratoria en el empaque, los consumidores que son personas de mayor edad no leen dichas notas

---

<sup>3</sup> Reglamento sobre prácticas y anuncios engañosos.

y los adquieren bajo la creencia de que son frescos. Es su postura que la práctica engañosa no deja de serlo con el mero hecho de colocar una nota aclaratoria en el empaque.

*Comentario: Puede incorporarse la recomendación, señalando como una práctica engañosa el colocar bienes para la venta en un área en la que, por su ubicación, tienda a confundir al consumidor o hacerle creer que el producto tiene atributos que no posee.*

2. También respecto a las prácticas engañosas, el señor Alvero indicó que es común que se ofrezcan productos “gratis” alegando que “solo se cobrará por el envío”, sin aclarar que muchas veces ese costo de envío puede incluso superar el costo del producto como tal.

*Comentario: Pudiera incorporarse un inciso en la Regla 14 que aclare que, cuando se promuevan productos “gratis” que conllevan un costo por el envío, deberá informarse al consumidor un rango promedio de dicho costo por envío.*

3. Entiende el Sr. Alvero que el Reglamento de Prácticas Comerciales es “demasiado legal”, por lo que, al igual que pasa con todos los reglamentos, el consumidor no lo entiende.

*Comentario: Se recomienda, una vez radicado el Reglamento ante el Departamento de Estado; y, como parte de la campaña de comunicación en torno al mismo, se trabaje una versión sintetizada que, sin hacer alusión a reglas particulares, consigne los preceptos generales del reglamento.*

4. El Sr. Alvero recomendó aclarar que el Reglamento será de aplicación a compañías extranjeras, así como a agencias de publicidad.

*Comentario: Ambos aspectos hay que tratarlos con cuidado. El Departamento tiene jurisdicción sobre compañías extranjeras condicionado a que hagan negocios en Puerto Rico. Las agencias de publicidad sí están incluidas, pero hace falta incluir esa aclaración en el capítulo de prácticas y anuncios engañosos.*

#### **f. LCDO. IGNACIO GARCÍA**

La Regla 20 hace alusión a los datos relevantes que debe incluir todo anuncio de un vehículo de motor. Los comentarios del Lcdo. García se centraron únicamente en esta Regla, para sugerirnos: 1) enmendar el inciso c) para añadir la palabra “mayor”, para que lea: que lea: “En aquellos negocios de compraventa donde se entregue un vehículo de motor (trade-in) con una deuda pendiente, y el valor determinado del vehículo fuera menor o mayor a su deuda, el contrato de compraventa desglosará claramente esta diferencia”; 2) añadir y eliminar ciertas palabras en el inciso f), a los fines de atender a cabalidad el problema que se busca resolver con el mismo. Propone que este inciso lea como sigue: “Los gastos de registro o gestiones relacionados al mismo de un vehículo de motor nuevo en toda transacción de compraventa o arrendamiento no deberán exceder las cuantías establecidas ~~para dicha transacción~~ por el Departamento de Transportación y Obras Públicas para lograr el registro de la unidad. Todo gasto atribuible a dicha transacción deberá ser claramente desglosado por el vendedor en el contrato de compraventa. No se podrá cobrar dos veces por la misma gestión. En casos de vehículos de motor usados el concesionario no podrá cobrar cuantía alguna por concepto de traspaso o gestiones relacionados al mismo.”

*Comentario: Nos parecen acertadas ambas recomendaciones, por lo que sugerimos acogerlas.*

#### **g. EMPRESARIOS POR PUERTO RICO**

1. La Regla 5 establece las definiciones aplicables a todos los capítulos del Reglamento. Sugiere Empresarios por Puerto Rico hacer modificaciones en dos de éstas. Primeramente, recomienda que la definición de “Aviso de infracción” incluya que la agencia brindará un término de quince (15) días al comercio para corregir la infracción. En segundo lugar, solicita enmendar la definición de “recibo de compra”, a los fines de eximir a ciertos negocios del cumplimiento con la preservación de dichos recibos por un año. Argumenta que, para aquellos productos que, por su carácter perecedero, no tienen garantía o su período de devolución es muy corto, no debe ser

requisito preservar los recibos durante un año. Así, pues, nos pide eximir del alcance de tal obligación a la industria de alimentos preparados y no preparados; esto es, supermercados, colmados, cash&carry, restaurantes, panaderías y cafeterías.

*Comentarios: No se recomienda enmendar la definición de “aviso de infracción” según sugerido por Empresarios por Puerto Rico por las razones ya esbozadas para la argumentación de ACDT. Es válida la recomendación en torno a que puede eximirse a ciertos negocios del requisito de conservar los recibos de compra por un año.*

2. La Regla 14 provee el listado de lo que se entiende como prácticas engañosas. A tales efectos, Empresarios por Puerto Rico sugiere hacer correcciones en varias de ellas:

a. El inciso 6, establece como práctica engañosa “exponer, vender u ofrecer para la venta productos empacados en tal forma que aquellos dañados, defectuosos, de peor apariencia o de inferior calidad queden total o parcialmente ocultos detrás o debajo de los que están en buen estado, de buena apariencia o de superior calidad”. Argumenta Empresarios por Puerto Rico que no todos los productos que están en un comercio son empacados por el comerciante, por que debería añadir el elemento de intención para que se considera una práctica engañosa.

*Comentario: No se recomienda acoger la sugerencia. La regla es clara, y no imputa responsabilidad por el empaque de los productos, sino más bien la práctica de acomodar los productos que se ven bien por encima de aquellos que no lucen así.*

b. El inciso 8 establece como práctica engañosa el “exponer, vender u ofrecer para la venta productos importados como si estos hubieran sido producidos en Puerto Rico”. Empresarios por Puerto Rico pide que se aclare que lo engañoso es que se represente falsamente que los productos son de Puerto Rico cuando no lo son.

*Comentario: No es necesario incorporar la recomendación. Lo indicado por Empresarios por Puerto Rico surge con claridad de la redacción de la Regla.*

c. El inciso 9 establece como práctica engañosa el “exponer, vender u ofrecer para la venta

drogas, cosméticos, bebidas, pastillas, entre otros, sin haberse demostrado científicamente la veracidad de los beneficios alegados y sin la debida autorización de la Agencia Federal de Drogas y Alimentos (FDA)”. Señala Empresarios por Puerto Rico que la FDA no aprueba suplementos, y que ello no es responsabilidad de los comercios, por lo que no puede imputárseles tal práctica como engañosa.

*Comentario:* Se recomienda replantear la redacción de este subinciso para acoger esta observación, al igual que las señaladas por la ACDT.

d. El inciso 10 establece como práctica engañosa el “exponer, vender u ofrecer para la venta alimentos o suplementos dietéticos y dietas novedosas no comprobadas o que no tienen justificación; o artefactos médicos inefectivos, sin que se establezca, mediante estudios científicos, la veracidad de los beneficios alegados”. Expone Empresarios por Puerto Rico que debe eliminarse el concepto de “suplementos dietéticos”, pues el mismo incluye una amalgama de vitaminas y minerales que no requieren documentación que los certifique. Sugieren enfatizar como engañoso el representar incorrectamente la efectividad de un producto.

*Comentario:* Se sugiere acoger la recomendación y replantear la redacción del subinciso.

e. El inciso 21 establece como práctica engañosa el “rotular un producto, bien o servicio, con un precio que no corresponda con el que refleje el lector de precios en la caja registradora”. Plantea Empresarios por Puerto Rico que no debería partirse de la premisa de que un error en la rotulación es una práctica desleal, pues ello muchas veces obedece a errores humanos. Sugiere que simplemente se indique, de haber un error en la rotulación, versus el que marca el lector de precios, debe honrarse el precio más bajo.

*Comentario:* Es válido el argumento levantado, no obstante, eso es un asunto de interpretación que se elabora más adelante en el Reglamento. No es necesario enmendar el inciso, pero puede evaluarse.

3. La Regla 86 establece las sanciones y penalidades. Recomienda Empresarios por Puerto Rico

enmendar dicha Regla para contemplar lo relativo a los avisos de infracción.

*Comentario: No es necesario enmendar la regla. Ese aspecto está contemplado en el Reglamento de Multas y Sanciones del Departamento.*

#### **IV. Conclusión**

Se recomienda la aprobación del Reglamento, una vez incorporadas las recomendaciones planteadas por los comparecientes, que entendemos mejoran su contenido.

Lcda. María Fernanda Vélez  
Ayudante Especial  
Oficina de la Secretaria

**ANEJO II:**

**MINUTA DE REUNIÓN PARA ANALIZAR CAMBIOS**



**MINUTA**  
**REUNIÓN PARA EVALUAR CAMBIOS A INCORPORAR EN EL**  
**BORRADOR DEL REGLAMENTO DE PRÁCTICAS COMERCIALES**

**I.**

La reunión se celebró el jueves 21 de noviembre de 2019, de 10:15 a.m. – 12:40 p.m. Asistieron las siguientes personas:

Carmen Salgado - Secretaria

Luisa Torres - Subsecretaria

Mildred López - Directora Regional (San Juan)

José Morales - Abogado (San Juan)

María Fernanda Vélez - Ayudante Especial / Oficial Examinadora

**II.**

Tras la discusión en torno a las enmiendas propuestas al borrador del Reglamento de Prácticas Comerciales se tomaron las siguientes determinaciones:

- a. Las recomendaciones de forma se acogen en su totalidad, las mismas enriquecen el documento y le dan mayor claridad.
- b. Se enmienda la Regla 11 del Reglamento, a los efectos de incluir a las agencias de publicidad de la aplicación de las disposiciones en torno a prácticas y anuncios engañosos (CapítuloI).
- c. Se elimina, por innecesaria, la definición del concepto de “Aviso de infracción”. Tal concepto es desarrollado en detalle en el Reglamento de multas y sanciones.
- d. No es necesario cambiar la definición de “recibo de compra”. Salvo cuando median disposiciones expresas en virtud de una orden de congelación, los comercios no vienen obligados a preservar los recibos durante un año. Ni la definición ni la regla relativa a este asunto imponen tal obligación.
- e. Se modifica la definición de comerciante, para que lea como sigue: *“Toda persona natural o jurídica, proveedor de bienes y servicios que, por sí mismo o a través de un oficial, agente, empleado, vendedor o representante del vendedor, realiza transacciones y ofrece para la venta o arrendamiento bienes o servicios a consumidores en Puerto Rico”*.
- f. Se mueve de orden la Regla 13, “principios básicos”, para que esta sea parte de las disposiciones generales del Reglamento (y no aplicable sólo al Capítulo de prácticas y anuncios engañosos). Esta Regla pasa a convertirse en la Regla 6, y se cambia la numeración de las demás, según corresponda. La antigua Regla 6, “prohibiciones generales” pasa a titularse “prohibiciones”.

- g. Se debe añadir un inciso a la Regla 5, a los efectos de incluir la definición de “rótulo”, de manera que las Reglas 8 y 9 del borrador del Reglamento contemplen opciones alternativas a los letreros tradicionales.
- h. Se modifica la Regla 14 para incluir nuevamente como práctica engañosa el “Exponer, vender u ofrecer para la venta productos que hayan sido previamente congelados como si fueran frescos”, contenido en el Reglamento 8599<sup>4</sup>.
- i. No se acoge la recomendación de la ACDT en cuanto a modificar el inciso 3 de la Regla 14b, con el fin de establecer que el “anunciar un bien o servicio para la venta y no tenerlo disponible o no tener las cantidades anunciadas” será una práctica engañosa siempre medie una intención de usar el producto como carnada. Incorporar el cambio sugerido iría en perjuicio de los intereses del consumidor además de ser contrario a varias disposiciones del Reglamento, así como de las prácticas adoptadas al interior del Departamento.
- j. No se acoge la recomendación del señor Alvero en cuanto a que el rótulo de los paquetes que indica que un producto ha sido previamente congelado resulta insuficiente para que el consumidor advenga en conocimiento de dicha información. El DACO no puede entrar a cuestiones que caen sobre la jurisdicción de otras agencias y/o actuar de manera que resulte una intervención excesiva en el comercio.
- k. Se determina que no es engañoso que los comercios ofrezcan productos gratis, pero cobren por su envío. Basta que informen de tal condición al consumidor para que la práctica no se considere engañosa. El Departamento no puede intervenir en lo que representan los costos de envío ni le compete entrar a evaluar si lo que el comercio carga por dicho concepto es lo que realmente le cobra el “*carrier*”.
- l. Se determina que no es necesario enmendar los incisos 6, 8 y 21 de la Regla 14, según recomendado por Empresarios por Puerto Rico. Dichas disposiciones son claras, y los puntos traídos a colación son más bien cuestiones de interpretación que resulta innecesario incorporar en el Reglamento.
- m. Se enmienda la Regla 20 para que lea según propuesto por el Lcdo. Ignacio García.
- n. Se enmienda la Regla 13, para incluir la definición de “Piezas usadas, recicladas o reconstruidas”, según recomendado por el Lcdo. Echevarría.
  - 1. Se acoge la recomendación de Costo para el inciso (1) de la Regla 23a, para que este valide la comparación con precios anteriores cuando el precio anterior regular que se anuncie no exceda “el precio ofrecido por el propio comerciante públicamente y de buena fe en Puerto Rico, por lo menos durante treinta (30) de los noventa (90) días naturales anteriores a la fecha de publicación inicial” (el requisito original era 30 de 45 días).
- o. Se acogen las recomendaciones de la ACDT para la Regla 24c y se incorporan las interpretaciones realizadas por el Departamento en el 2015 y 2016 en cuanto a los requisitos que deben tener las publicaciones que entremezclan varios tipos de venta. Se

---

<sup>4</sup> Reglamento sobre prácticas y anuncios engañosos.

modifica la Regla para establecer que lo importante es el uso de emblemas o recuadros que eviten la confusión del consumidor, sin ser necesario que se agrupen por tipo y por página.

- p. No es necesario enmendar la Regla 25 para que indique que, cuando se provean vales o “rain checks” no procederá la imposición de una multa administrativa. Resulta claro del Reglamento que la imposición de multas solo procede por incumplimiento con alguna de las Reglas.
- q. Se corrige el inciso 3 de la Regla 25d, según recomendado por la ACDT, para uno de los requisitos de contenido de los vales sea: “el precio regular y especial del bien anunciado, ~~o el precio anunciado~~, en aquellos casos donde se anuncie el producto con un solo precio sin hacer referencia a que se trata de un especial”.
- r. No se acoge la recomendación de la ACDT en cuanto a modificar la Regla 26 para que la misma incorpore un término máximo de duración de una venta especial, para aquellos casos en que el comerciante no especifique la fecha de su terminación. Compete a los comercios informar clara y adecuadamente a sus consumidores sobre el tiempo de duración de una venta especial.
- s. No es necesario enmendar la Regla 34e, pues esta ya es lo suficientemente clara en cuanto a la obligación de los medios de difusión de distinguir entre las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa o de entretenimiento, de las que hagan como un anuncio, cuando éste tiene un formato de programa o sección informativa.
- t. No es necesario enmendar la Regla 66, pues en la sección de definiciones se incluye el significado de qué se entenderá por “clara y adecuadamente”.
- u. No procede enmendar la Regla 86 según sugerido por Coopharma y Empresarios por Puerto Rico. Sólo de configurarse ciertas excepciones procede dar los comercios la oportunidad de subsanar cualquier error antes de la imposición de multas.
- v. Se enmienda el inciso 4 de la Regla 25b para establecer que, si el comercio no tiene disponible un producto, además de la opción del vale podrá ofrecer: 1) un artículo sustituto; 2) un descuento equivalente a la diferencia entre el precio regular y el precio en especial del bien anunciado en especial; o 3) vender el producto en especial para posteriormente enviarlo por correo, siempre y cuando no se cobre por el envío. Es decir, que no será necesario esperar que venza el término de 30 días dentro del cual se debe entregar el producto asegurado mediante un vale, para hacer tales ofrecimientos. También se debe aclarar que, aun cuando es el consumidor quien escoge qué alternativa es la que más le conviene, la selección del artículo sustituto corresponde al comerciante.
- w. Se acoge la recomendación de la ACDT y se enmienda la Regla 32b para incorporar la interpretación 2016-03. En virtud de ello, se detalla que, cuando proceda publicar una nota aclaratoria, **a manera de excepción** se eximirá del requisito de que la nueva publicación sea a colores o esté acompañada de una foto del producto, **siempre y cuando se publique en una página del periódico dedicada a notas aclaratorias, y sujeto a que la aclaración tenga un tamaño de 2” de alto por 3.5” de ancho, con letra de tamaño de 11 pts.**
- x. Se interpreta que, si bien el Reglamento de Sorteos no derogó expresamente al de Concurso, medió una derogación tácita, siendo esa la intención de su promulgación. A tales

efectos, se acogen las recomendaciones de la ACDT y se eliminan los requisitos de: a) que esté presente un notario al momento de un sorteo, y 2) que las reglas del sorteo estén certificadas ante notario. También se corrige el lenguaje de todo el Capítulo, a los efectos de hacer alusión únicamente a los sorteos (se elimina la palabra concursos).

Asuntos pendientes:

1. Hay que replantear la redacción de los incisos 9 y 10 de la Regla 14, a los efectos de resaltar que la práctica que fiscaliza el Departamento no es la venta de ciertos productos, sino más bien la promoción de estos valiéndose de atributos o características que no han sido demostrados, y que constituyen una práctica engañosa.
2. Puede tomarse en consideración el planteamiento de Costco en relación a los “*hot buys*”, pero compete que ellos hagan un señalamiento más concreto en cuanto a la modificación que sugieren realizar.
3. Hay que incluir una definición de “rótulo” que se adapte a las nuevas tecnologías.