



INTERPRETACIÓN DEL SECRETARIO 2026-01

Derecho aplicable: Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor (Ley Núm. 5) y el Reglamento Núm. 9158 de 6 de febrero de 2020, conocido como Reglamento de Prácticas Comerciales.

I. Introducción

Se nos plantea si un comerciante de ventas al detal que rebaja el precio de un artículo que no ha sido objeto de promoción publicitaria en prensa, “shoppers”, revistas, etc., e incluye rotulación en el área disponible para la venta mediante pegatina identificando el artículo objeto de venta y el precio rebajado por el período que dure la venta estaría en cumplimiento con los requisitos establecidos al amparo de la Regla 26 del Reglamento de Prácticas Comerciales, incluyendo el contenido de la rotulación conforme a la Regla 5(dd) del mencionado reglamento.

De igual modo, se solicita interpretación del Secretario en cuanto a los requisitos de contenido del rótulo o rotulación aplicables a artículos en venta especial que no hayan sido anunciados mediante publicación en prensa, “shoppers”, revistas, radio, televisión, etc., cuando se utiliza la rotulación mediante pegatina del área identificando el artículo en venta especial y el precio de descuento. Adicional, si estos artículos en venta especial que no son anunciados mediante publicación por los medios antes mencionados estarían excluidos de cumplir con las Reglas 24 y 25 del Reglamento de Prácticas Comerciales vigente.

II. Principios de Hermenéutica

El principio cardinal que regula las consecuencias legales de la reglamentación es que éstas tienen fuerza y efecto de ley y las agencias no pueden repudiarlas. Demetrio Fernández Quiñones, Derecho Administrativo y Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme, 2da. Ed., Ed. Forum, págs. 124-125.

Cuando estamos ante una ley administrada por una agencia, le corresponde primariamente a ésta su interpretación. Op. Sec. Just. 1988-37, pág. 3. La agencia tendrá discreción para interpretar la ley que administra “en la forma que a su juicio mejor armonice con los propósitos de la misma, y tales interpretaciones tienen gran peso para los tribunales”. *Id.* Si los términos de la ley “son claros y susceptibles de una interpretación inequívoca según el significado común y corriente de sus palabras, se debe atender a su letra”. Op. Sec. Just. 1986, pág. 6. Sobre este punto nuestro Tribunal Supremo ha establecido que “la ley debe interpretarse tomando en consideración los fines que persigue y en forma tal que la interpretación se ajuste al fundamento racional

o fin esencial de la ley y la política pública que la inspira”. Esso Standard Oil v. A.P.R.R., 95 DPR 772, 785 (1968). Añade el Tribunal que “[a]l interpretar y aplicar un estatuto hay que hacerlo teniendo presente el propósito social que lo inspiró”. Vázquez v. A.R.P.E., 128 DPR 513, 523 (1991).

Cuando una agencia interpreta un estatuto bajo su administración, su interpretación, han dicho los tribunales “no necesita ser la única razonable” y “merecerá deferencia si es razonable y consistente con el propósito legislativo. *Id.*, en la pág. 524. A esos efectos, debe evitarse una interpretación que lleve a un resultado irrazonable”. Esso Standard Oil, 95 DPR, en la pág. 784. Tal como ha reiterado nuestro Tribunal Supremo:

Los reglamentos administrativos crean un estado de Derecho que protege a quienes actúan bajo sus disposiciones. Las agencias administrativas, por tanto, no pueden ignorar sus propias reglas y fundamentar sus actos en una autoridad interpretativa superior debido a su particular experiencia., por esto, las interpretaciones que las agencias realicen de sus propios reglamentos deben ampararse en la razón y en la afinidad con sus leyes habilitadoras.

López Leiro v. E.L.A., 173 DPR 15, 26 (2008), según citado en Buono Correa v. Srio. Rec. Naturales, 177 DPR 415, 452 (2009).

Estas reglas de interpretación son extensivas y aplicables a los reglamentos de las agencias administrativas. Op. Sec. Just. 1986-23.

III. Normas Jurídicas Pertinentes

El Artículo 6(b) de la Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor, Ley Núm. 5 del 23 de abril de 1973, según enmendada, dispone que el Secretario está facultado para atender consultas y ofrecer asesoramiento técnico, y además, prestar ayuda legal a los consumidores en casos meritorios”. En virtud de nuestra Ley Orgánica, el Departamento aprobó el Reglamento de Prácticas Comerciales, Reglamento Núm. 9158 de 6 de febrero de 2020.

A los fines de la evaluación de esta consulta, es pertinente señalar que la **Regla 5(dd)**, define el término **rótulo o rotulación** como “aviso, impreso o digital, que los comercios deberán colocar en un lugar visible con el fin de anunciar, aclarar o indicar algo a los consumidores.” El tamaño de estos rótulos no será menor de ocho y media (8 ½) pulgadas por once (11) pulgadas, con un tipo de letra no menor de catorce (14) puntos. En el caso de la rotulación digital, los comercios pueden optar por rotar los mensajes en dispositivos digitales, siempre que estén fijos por un tiempo mínimo de (30) treinta segundos.

Por su parte, la **Regla 5(hh)** del Reglamento define “*Venta Especial*” como “cualquier acto de venta de bienes y servicios mediante un precio inferior al precio regular, el cual es objeto de divulgación y publicidad, incluyendo las promociones y ofertas que requieren una membresía”. Esta definición excluye artículos a los que no se les haya

rebajado su precio regular, artículos en liquidación o los anunciados a precio regular, que no forman parte del inventario regular del comercio.

En cuanto a la disponibilidad de los artículos que son objetos de una “*venta especial*”, está sujeta a cumplir con las Reglas 24, 25 y 26 del Reglamento de Prácticas Comerciales de DACO, Reglamento 9158.

La **Regla 24 (a)** del Reglamento dispone que el comerciante tendrá disponible, para la venta en la tienda, los bienes anunciados en *venta especial*, en cantidades suficientes para responder a la demanda razonablemente anticipada durante todo el periodo de efectividad de la venta especial anunciada. Por su parte, la **Regla 24 (b)** establece que sólo se podrán limitar las cantidades de los bienes en especial si el anuncio en torno a los mismos:

- 1) indica e la cantidad disponible de cada uno de los artículos por tienda o almacén;
- 2) condiciona la fecha de terminación del especial a cuando se agote el inventario, usando lenguaje tal como "hasta que se agoten existencias" o "mientras duren". Si se indica fecha de terminación se aclarará que, entre ese plazo y el agotamiento de inventario, regirá el que ocurra primero.
- 3) divulga el mínimo de tiempo, dentro del tiempo de duración de su oferta, en el que anticipa y garantiza que tal inventario estará disponible conforme a su demanda razonablemente anticipada.

Si el inventario se agota antes del tiempo mínimo garantizado por el comerciante, este vendrá obligado a ofrecer un artículo sustituto o vale (“*rain check*”) para tal producto en especial. Si el producto se agota una vez transcurrido el mínimo de tiempo garantizado por el comerciante, el comerciante no vendrá obligado a sustituir el producto ni a ofrecer vale o “*rain check*” para su obtención futura.

La **Regla 24 (c)** dispone que no aplicará a los bienes anunciados en venta de liquidación, ni a los artículos anunciados a precio regular que no forman parte del inventario regular del comercio, ni a los artículos anunciados con un precio regular en publicaciones que incluyen varias categorías de venta. En estos casos, el anuncio cumplirá con los siguientes requisitos:

- 1) En el anuncio de estos productos, se destacarán de forma prominente tales condiciones, no en las letras pequeñas. En el caso de los anuncios de artículos a precio regular que forman parte del inventario del comercio se especificará que se trata del precio regular del artículo.
- 2) El anuncio detallará la cantidad mínima disponible por tienda y aclarará que su disponibilidad es hasta que se agote su existencia. Si hay limitaciones de máximo de artículos por cliente, el anuncio lo expresará claramente.
- 3) El anuncio destacará, además, que el consumidor no tendrá derecho a un *rain check* o artículo sustituto.
- 4) [. . .].

La **Regla 25**, en cuanto a los artículos sustitutos y vales (“rain checks”), establece que, sin limitar lo expresado en la Regla 24, cuando no se encuentre disponible para la venta el bien anunciado *en venta especial*, el comerciante vendrá obligado a ofrecer un artículo sustituto que pueda llevar por el mismo precio del bien anunciado en especial o un descuento equivalente a la diferencia entre el precio regular y el precio en especial del bien anunciado en especial. De otra parte, si el consumidor prefiere la compra del bien anunciado en especial, el comerciante deberá ofrecerle un vale o “rain check”.

Finalmente, la **Regla 26** dispone que todo anuncio de venta especial contendrá la siguiente información:

- 1) la identificación del artículo objeto de venta;
- 2) la localización del establecimiento(s) donde estarán los artículos disponibles
- 3) la fecha de inicio y terminación de la venta especial, cuya duración no será menor de cuatro (4) horas, solo podrá ser condicionada si cumple con lo detallado en la Regla 24b. En el caso de anuncios de venta especial efectuados en periódicos de circulación general, incluyendo sus suplementos, hojas sueltas o *shoppers*, donde no se haya incluido la vigencia de la venta o no se haya especificado la fecha de terminación, el comercio honrará la venta especial al consumidor a la fecha de la presentación de la hoja suelta, suplemento o *shopper*.

Disponiéndose que, cuando un anuncio de una venta especial no se publique en un periódico de circulación general y sólo se deba a un rótulo en una tienda, **la venta especial durará el término que el rótulo permanezca expuesto**, excepto que el rótulo establezca un periodo de comienzo y terminación del especial. (**Regla 26 (b)**).

IV. Análisis y Conclusión

A tenor con la Regla 24 (a) y (b) del Reglamento de Prácticas Comerciales del DACO, si el artículo anunciado en venta especial no está disponible en cantidad suficiente, el comerciante debe divulgar la cantidad, periodo y lugar, para poder limitar la oferta. Si el comerciante garantiza un mínimo de tiempo durante el cual el artículo estará disponible, y se agota antes de ese plazo, surge la obligación de ofrecer un artículo sustituto o vale (“rain check”). Después de ese mínimo garantizado, el comerciante no estará obligado a ofrecer sustituto o vale si el artículo se agota. Por lo que, el deber del comerciante de proveer un artículo sustituto, o el pago del valor del descuento o un vale (“rain check”), se activa cuando se agota la disponibilidad del bien anunciado en especial, y el comerciante no limitó la cantidad de bienes disponibles. Por tal razón, si el comerciante opta por limitar las cantidades en el anuncio, aunque el anuncio sea uno interno, y no haya sido publicado en medios de comunicación o en un “shopper”, tiene que cumplir con la Regla 24.

Nótese, que aun cuando el anuncio no se publique en un “shopper”, o en un medio de comunicación, lo cierto es que el comerciante puede limitar en el rótulo del anuncio el tiempo que durará la venta especial. Si opta por establecer un tiempo mínimo en el rótulo,

y la mercancía se agota antes de ese tiempo, estaría obligado a proveer un artículo sustituto o "*rain check*", y cumplir con la Regla 25.

En cuanto a la Regla 26(b), reiteramos que, si la venta especial no se publica en un periódico de circulación general y sólo se promulga en un rótulo de la tienda, la venta especial durará el término que el rótulo permanezca expuesto, excepto que el rótulo establezca un periodo de comienzo y terminación del especial. Por tal razón, si la venta especial terminó, y el comerciante ya no tiene artículos de la venta especial disponibles, pero el rótulo permanece en la góndola o el lugar de venta, el comerciante está obligado a honrar el precio especial y ofrecer un artículo sustituto o vale ("*rain check*").

Por último, como puede apreciarse, en las ventas especiales, que no son anunciadas mediante publicación en prensa, "*shoppers*", revistas, radio, televisión, etc., la pegatina identificando adecuadamente el precio del artículo en especial y el precio de descuento, cumple cabalmente con los requisitos de la Regla 5 (dd).

En San Juan, Puerto Rico, hoy, 7 de mayo de 2026.


Hiram J. Torres Montalvo
Secretario

