

0.5.

NO: 1065
8 de diciembre de 1964 - 4:20 P.M.
aprobado Adolfo P. Mata Duran
Secretario de Estado Interino

Por *Mano* *G. Suárez*
Secretario *Asesor* *de Estado*
Adjunto

DEPARTAMENTO DE JUSTICIA
OFICINA DE ASUNTOS MONOPOLISTICOS
SAN JUAN, PUERTO RICO

REGLAMENTO SOBRE COMPETENCIA JUSTA NUMERO 3

(PROHIBIENDO EL ENGAÑO A BASE DE PRECIOS COMPARATIVOS
EN LOS ANUNCIOS SOBRE VENTAS ESPECIALES)

PARA LA EJECUCION DE LA LEY NUMERO 77
DE 25 DE JUNIO DE 1964

Artículo 1.- Autoridad -

El presente Reglamento se adopta y se promulga de conformidad con la autoridad conferida a la Junta Especial Sobre Prácticas Injustas de Comercio y a la Oficina de Asuntos Monopolísticos del Departamento de Justicia de Puerto Rico por los artículos 3 (b) y 16 (a) (5) de la Ley Número 77 de 25 de junio de 1964.

Artículo 2.- Bases y Propósitos -

El objetivo de este Reglamento es proscribir aquellos anuncios que tiendan a engañar al público consumidor en lo que respecta a supuestos ahorros que éste realiza al comprar un artículo en venta especial cuando, entre otras circunstancias, la idea de esa llamada economía se presenta al consumidor mediante la técnica de anuncios sobre precios comparativos según más adelante se explica.

Aunque la práctica no es nueva en Puerto Rico, según se va acercando el período navideño la Oficina de Asuntos Monopolísticos ha notado un notable incremento en la

7 pm

técnica de anuncios a base de precios²⁰⁰ comparativos. En el mes de noviembre estos anuncios circularon extensamente en toda la Prensa del país, así como en material impreso que ha sido distribuido a domicilio. Una investigación sobre estos anuncios, realizada por la Oficina de Asuntos Monopolísticos, revela los siguientes datos significativos:

1.- Las casas comerciales que utilizan este método de anuncios con precios comparativos son en general firmas de ventas sustanciales. Estas casas se dedican a vender una diversidad de artículos, pero abundan en éstos los enseres domésticos en los cuales los precios son considerables. Se trata, por lo tanto, de renglones en los que el interés monetario³⁰⁰ del consumidor es sustancial.

2.- Usualmente el anuncio a base de precios comparativos va dirigido a tratar de demostrar al consumidor que existe un "precio regular" para el artículo en cuestión que representa en dólares una suma apreciablemente mayor que el "precio especial" a que se está ofreciendo el artículo por la casa anunciante. En otras ocasiones, en lugar de referirse a un "precio regular", el anuncio se refiere a un "precio de lista", siempre sustancialmente superior al llamado "precio especial", también con la intención de hacer la representación al consumidor de que realizará un sustancial ahorro con la compra⁴⁰⁰ al "precio especial".

Existen otras modalidades en esta técnica que van dirigidas al mismo fin de sembrar en la mente del comprador potencial que se le está presentando una oportunidad real y efectiva para realizar un ahorro significativo en la compra del artículo.

3.- En muchas ocasiones el precio tildado de "regular" en el anuncio no guarda relación alguna con el precio a que dicho artículo ha sido efectivamente vendido en el período precedente a la venta especial. En muchas ocasiones se ha comprobado que el precio a que regularmente se vendía el artículo antes de la venta especial se acerca ⁵⁰⁰ más al llamado "precio especial" que al alegado "precio regular".

4.- En algunas situaciones el artículo ha sido siempre vendido, más o menos, al precio que aparece como "especial", siendo el llamado "precio regular" meramente un precio fijado en una lista suplida por la compañía manufacturera o distribuidora del artículo, meramente como un precio sugerido.

5.- Se ha comprobado que en ocasiones el llamado "precio especial" ha estado fijado por períodos hasta de un año.

Como ejemplo de estos casos, la Oficina de Asuntos Monopolísticos tiene en sus archivos anuncios de una lavadora de ropa que alegadamente tenía un "precio/regular" de \$329 y que se estaba ofreciendo a un "precio especial" de \$289,

o sea, con un ahorro de \$40 para el comprador. Se encontró que tanto antes como después de la alegada venta especial esa lavadora nunca había sido vendida al precio supuestamente regular. Igualmente sucede con una secadora de ropa que se anunció como que tenía un "precio regular" de \$219 y un "precio especial" de \$159, o sea, un ahorro de \$60 para el consumidor, cuando en realidad el llamado precio regular de \$219 era ficticio. Otro caso típico es el de una nevera que aparece/⁷⁰⁰anunciada con un "precio regular" de \$269 y un "precio especial" de \$198, siendo el precio mayor pagado por dicho artículo, según la investigación, de \$225. En otro caso se encontró que una nevera aparece anunciada con un "precio regular" de \$240 y un "precio especial" de \$189, cuando en realidad el precio máximo pagado por ese artículo, con anterioridad a la llamada venta especial, fue de sólo \$199.

Como caso extremo, la Oficina de Asuntos Monopolísticos ha encontrado la situación en que una máquina de lavar se estaba ofreciendo ahora sobre la base de un "precio especial" en comparación/⁸⁰⁰con un precio más alto identificado como "precio regular", cuando lo cierto es que esa máquina siempre se ha vendido al llamado "precio especial".

Finalmente, se ha encontrado el caso de un artículo que se está anunciando con despliegue en este momento como que tiene un "precio regular" de \$14.98 y que ahora se ofrece

a un llamado "precio especial" de \$9.98, cuando la Oficina de Asuntos Monopolísticos tiene evidencia de que hay quien hace más de un año que adquirió ese artículo al llamado "precio especial".

La situación que hemos venido describiendo ha preocupado hondamente a las autoridades federales⁹⁰⁰ que entienden en los problemas de los métodos injustos de competencia y los actos o prácticas engañosos en el comercio y específicamente el Federal Trade Commission ha proscrito esta clase de prácticas en el caso de Giant Food Company Inc. v. F. T. C., CCH Trade Reg. Rep., Par. 70, 810 (1963). Esta proscripción se ha fundamentado en una disposición legal, idéntica a la contenida en el Artículo 3 de la Ley número 77 de 25 de junio de 1964.

Artículo 3.- Definiciones -

- (a) "Anuncio": Cualquier oferta pública de mercancía con el objeto de atraer la atención del consumidor, ya⁹⁰⁰ sea a través de la Prensa, hojas sueltas u otros impresos, radio, televisión o cualquier otro medio informativo.
- (b) "Mercancía": Todo artículo de comercio que usualmente es objeto de venta directa al consumidor.
- (c) "Persona": Tendrá el significado de este término en el Artículo 1 de la Ley Número 77 de 25 de junio de 1964.

Artículo 4.- Actos o Prácticas proscritos -

Por la presente se proscriben los siguientes actos o prácticas específicos en los anuncios de mercancías al consumidor:

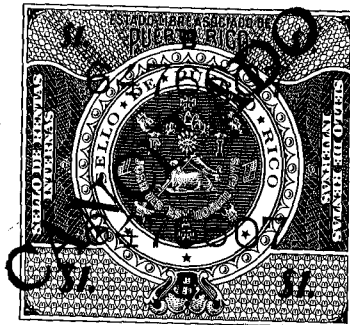
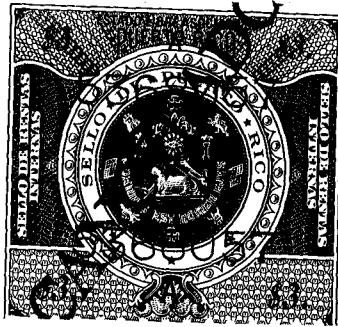
- (a) Publicar y hacer circular anuncios en que se ofrezca mercancía a un precio especial haciendo referencia también a un ^{///}precio regular de la misma mercancía, cuando el anunciado precio regular no es aquél a que usual y ordinariamente se ha vendido dicho producto por el anunciante en el curso regular de su negocio.
- (b) Hacer referencia en cualquier anuncio a precios de lista o precios sugeridos por los fabricantes o distribuidores de una mercancía excepto cuando dicho precio es estrictamente el que prevalece en el mercado al venderse el producto al consumidor.
- (c) Anunciar mercancía para venta a un precio que se identifica como especial o a un precio que implícitamente conlleva la impresión de un ahorro con ^{///}relación al precio de lista o regular de esa mercancía, aunque no se mencione otro precio, si el precio que se anuncia como especial es sustancialmente similar al precio al que ordinaria y usualmente se vende dicha mercancía.

Artículo 5.- Promulgación y vigencia -

Este Reglamento se promulga de conformidad con la autoridad de ley expresada en el artículo 1, para tener vigencia al cumplirse con los requisitos de la Ley Número 112 de 30 de junio de 1957, según ha sido enmendada.

CERTIFICO que el presente Reglamento fue aprobado el 6 de diciembre de 1966 por la Junta Especial sobre Prácticas Injustas de Comercio de conformidad con el Artículo 3(b) de la Ley Número 77 de 25 de junio de 1964.

SAN JUAN, Puerto Rico, a los 7 días de *diciembre* de 1966.



ARTURO ESTRELLA
Secretario
Junta Especial sobre Prácticas
Injustas de Comercio