

Estado Libre Asociado de Puerto Rico

Departamento de Asuntos del Consumidor

INTERPRETACIÓN DEL SECRETARIO 2013- 03

RE: REGLAS 11 Y 12 DEL REGLAMENTO DE PRÁCTICAS Y ANUNCIOS ENGAÑOSOS

I. Resumen Procesal:

Se solicita al Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor, una interpretación oficial de las reglas 11 y 12 del Reglamento de Prácticas y Anuncios Engañosos, Reglamento Núm. 7932, a los efectos de si el utilizar un sistema digital para anunciar los precios de la mercancía, cumple con las disposiciones de las reglas antes mencionadas.

II. Normas jurídicas pertinentes:

- A. A tenor con lo dispuesto en el Artículo 6(b) de la Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor, Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, el Secretario esta facultado para “[a]tender consultas y ofrecer asesoramiento técnico y, además, prestar ayuda legal a los consumidores en casos meritorios”¹.
- B. Por su parte, el Artículo 6(j) de la Ley Núm. 5, supra, faculta al Secretario para “reglamentar y fiscalizar los anuncios y las prácticas engañosas en el comercio, incluyendo la facultad de fiscalizar los reclamos sobre la calidad y demás cualidades de los productos y servicios, realizados a través de los distintos medios de comunicación, así como requerir de los anunciantes evidencia de la veracidad de los reclamos realizados”².
- C. El Reglamento de Prácticas y Anuncios Engañosos, Núm. 7932, fue aprobado el 15 de octubre de 2010 (en adelante, “Reglamento”).
- D. La Regla 5 del Reglamento, recoge las siguientes definiciones:
 - B. **Anuncio** - cualquier manifestación oral, escrita, gráfica, pictórica, electrónica o de cualquier otra forma presentada, hecha con el propósito de ofrecer, describir o de cualquier otra forma representar un bien o servicio o algún aspecto de un bien o servicio.

¹ 3 L.P.R.A. sec 341e (b).

² 3 L.P.R.A. sec 341e (j).

I. **Comparación de precios** - comparación directa o indirecta de un precio de venta de un bien o servicio, expresada en términos de dólares y centavos, fracciones, por cientos o de cualquier otra manera, con cualquier otro precio o expresión de valor. Incluye, sin limitación, cualquier reclamo de reducción o ahorro con relación al precio regular del bien o servicio.

X. **Precio**- el precio representativo del costo de adquisición del bien o servicio, excluyendo el impuesto municipal y/o estatal sobre el precio de venta del artículo o servicio, si alguno.

E. La Regla 11 del Reglamento, sobre anuncio del precio dispone que:

A. Los precios deben anunciarse clara y adecuadamente.

B. El anuncio expresará el precio final del bien o servicio, sin que sea necesario efectuar cálculos adicionales.

C. El comerciante colocará rótulos o tablas de descuentos, o cualquier medio electrónico como lector de precios ("price checkers"), que sean visibles y estén rotulados, en un área cercana al lugar donde están los bienes en especial y a la caja registradora, de forma tal que le permitan al consumidor conocer el precio total o final del bien o servicio en especial.

D. Cuando haya más de un precio rotulado, anunciado o en el lector de precios, para un bien o servicio se entenderá que el precio más bajo es el correcto.

E. ...

F. Cuando un determinado bien o servicio se anuncie en venta especial, deberá señalarse clara y adecuadamente su precio regular y su precio especial.

G. No se deberá incluir ningún otro artículo o precio especial en letras en letra menores en un mismo recuadro o recuadro causando la impresión errónea en los consumidores de que el precio

especial en tamaño mayor es el que aplica a los otros artículos. Cada determinado artículo con su precio especial deberá expresarse de forma separada, en un encasillado o recuadro diferente.

H. En todo anuncio de bienes o servicios, los números en fracciones, de precios o cantidades, serán de la mitad del tamaño de los números enteros que le preceden.

I. ...

J. ...

Por otro lado, la Regla 12, establece todo lo relacionado a las comparaciones de precios que pueden realizar los comerciantes. Entre otras cosas, esta Regla requiere describir las bases de la comparación, comparar productos de la misma marca y tener disponibles los datos que evidencien los precios comparados.

III. Principios de hermenéutica y doctrinas aplicables:

El principio cardinal que regula las consecuencias legales de la reglamentación es que tiene fuerza y efecto de ley. Demetrio Fernández Quiñones, Derecho Administrativo y Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme, 2da. Ed., Ed. Forum, pág. 124.

Las reglas de interpretación de estatutos son extensivas y aplicables a la interpretación de reglamentos. Op. Sec. Just. Núm. 23 de 1986.

Las agencias encargadas de la administración de un estatuto tienen la responsabilidad de su interpretación primaria y discreción para hacerlo en la forma que mejor armonice con los propósitos de la ley Op. Sec. Justicia Número 37 de 1988.

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 a la política pública que la inspira. Debe evitarse una interpretación que ocasione grandes inconveniencias o inequidad prefiriéndose otra que sea más razonable y justa, en forma que propicie el sentido y significado razonable deducible de su contenido. *A.R.P.E. v. Ozores Pérez, 116 D.P.R. 816 (1986).*

IV. Análisis y Conclusión:

Como hemos presentado anteriormente, la Regla 11 establece todo lo relacionado a la forma de anunciar el precio de los artículos. Por su parte la Regla 12, permite y regula las comparaciones de precios, como parte de las estrategias de venta, del comercio en cuestión.

En esta ocasión, se nos ha consultado si el anunciar los precios de forma digital en las góndolas de mercancía de un establecimiento, cumple con lo dispuesto por estas dos Reglas del Reglamento. Veamos.

Estos sistemas consisten de una especie de etiquetas en formato digital, la cual contienen una pantalla para desplegar la información de los productos en venta. El tamaño de la pantalla puede variar, así como la información incluida, según la programación del sistema.

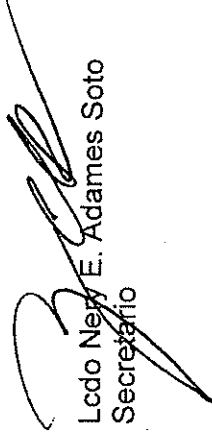
El sistema tiene la capacidad de mostrar el precio regular y el precio especial, simultáneamente. Cada producto tiene su propia etiqueta. Se puede escoger el tamaño y color de la letra deseada e incluir información pertinente como sería precio por unidad, precio por onza, etc.

Luego de este análisis, podemos indicar que las etiquetas digitales evaluadas, cumplen con los requerimientos de la Regla 11, del Reglamento Contra Prácticas y Anuncios Engañosos, Reglamento Núm. 7932. No obstante, el establecimiento deberá continuar cumpliendo con lo dispuesto en la Regla 11(C), para conveniencia del consumidor.

Respecto a la compatibilidad de estas etiquetas digitales con lo dispuesto en la Regla 12 del Reglamento, entendemos que son compatibles; toda vez que el hacer estas comparaciones de precios es prerrogativa del negocio y dependerá del espacio y capacidad de la pantalla de la etiqueta digital. No obstante, si el dueño de la tienda decide utilizar esa estrategia, deberá asegurarse de estar cumpliendo con todas las disposiciones de la Regla 12.

Dicho lo anterior, concluimos que está permitido utilizar etiquetas digitales para anunciar los precios en góndola, siempre que éstas cumplan con cada una de las disposiciones del Reglamento de Prácticas y Anuncios Engañosos, que hace referencia al anuncio del precio del artículo.

En San Juan, Puerto Rico, a 20 de noviembre de 2013.



Lcdo Ney E. Adames Soto
Secretario

se agote; y se exprese el mínimo de tiempo, dentro del término del especial, que la tienda garantiza que ese inventario limitado estará disponible. Sobre éste último requisito, se nos ha solicitado que nos expresemos.

Es nuestra interpretación oficial, que el tiempo mínimo que requiere la Regla 13 (B) (3), no será menor de una hora. Cuando la tienda utilice filas fuera de la misma para controlar la entrada de los consumidores, se entenderá que todos los consumidores que estén formados en fila durante esa hora serán acreedores de obtener el artículo en especial o, en su defecto, que se apliquen las disposiciones de la Regla 14.

Consideramos importante aclarar, para tener una mayor comprensión del alcance de la Regla 13, tanto para el inciso A como el B, qué significa tener disponible para la venta “en la tienda o almacén” los bienes anunciados en especial. Es nuestra interpretación oficial que se refiere a que el comerciante tiene disponible el bien en el mismo establecimiento donde hace negocios. Ahora bien, cuando se incluye almacén, es nuestra interpretación que se refiere al almacén dentro de la misma tienda. En caso de que el almacén esté en otro lugar, se entenderá que el artículo está disponible si se le puede entregar al consumidor antes de culminar ese día de venta.

Nuestra interpretación responde al siguiente razonamiento. La Regla 13 (B), a partir de la enmienda que sufrió el Reglamento en el 2009, aplica a las ventas que antes se consideraban para artículos de temporada, incluyendo la Venta del Madrugador. Esto no era así bajo el Reglamento en su versión del 2008, donde estaban expresamente excluidas. Es decir, ahora, a partir de la enmienda del 2009 y el Reglamento actual del 2010, el comerciante puede aplicar la Regla 13 (B) a estas fechas tan particulares. Para garantizar que los intereses del consumidor no queden desprotegidos en estas fechas, es que interpretamos que tener disponible el artículo en el almacén significa que esté disponible al momento del consumidor solicitarlo, o, a más tardar, antes del cierre del comercio ese día. De otra forma, ¿qué sentido tiene para el consumidor que vaya a comprar un artículo anunciado en una venta de la víspera del Día de Reyes en Mayagüez, que el comerciante le indique que sí está disponible pero que está en un almacén en San Juan y no lo puede entregar hasta el día 7? En este punto reiteramos el principio establecido en el Artículo 6(A): “[e]l comerciante debe estar en posición de sostener y probar todos los reclamos y ofertas que se proponga hacer, antes de publicarlos y manifestarlos”. Asimismo, el Artículo 7(20) establece que será una práctica y anuncio engañoso “[l]a omisión del comerciante de entregar o prestar un diligentemente el bien o servicio según anunciado u ofrecido.”

C. Regla 14 (E)

Respecto a la Regla 14 (E), sobre los vales o "rain checks", también se nos ha consultado sobre su alcance, cuando la tienda indica no tener un producto sustituto para ofrecer al consumidor. El análisis para esta pregunta hay que hacerlo en armonía con la Regla 14 (A), la cual nos dice que cuando no se encuentre disponible el bien anunciado en especial, sin limitar lo expresado en la Regla 13 (B), el comerciante **vendrá obligado** a ofrecer un artículo sustituto. Basándonos en este precepto, queda claro que el consumidor es quien elige entre la aceptación de dicho producto sustituto o un vale.

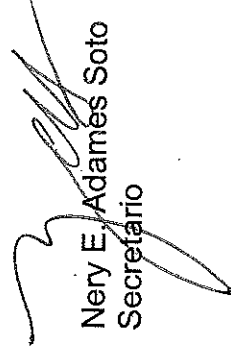
Es nuestra interpretación oficial, que si el comerciante no ofrece un producto sustituto cuando se agota el bien anunciado, no importa si está bajo el supuesto de la Regla 13 (A) o de la Regla 13 (B) cuando se agota dentro del tiempo garantizado; el comerciante no estará protegido por la Regla 14 (E) y procederá la imposición de un aviso de infracción.

D. Regla 23 (A)

Por su parte, la Regla 23 (A), nos dice que el comerciante tiene un deber de corregir los errores de sus anuncios, tan pronto como se percate.

Es nuestra interpretación oficial que un error bajo esta regla se refiere a faltas ortográficas, gramaticales, equivocaciones respecto al precio regular o especial, o sobre especificaciones del producto, incluyendo la cantidad disponible (ejemplo lee "600" cuando debió leer "60"). No constituirá un error subsanable bajo esta Regla, la no disponibilidad del bien anunciado, sin importar si la no disponibilidad ocurre porque no llegaron o no entregaron a tiempo los bienes anunciados. Aceptar esta práctica sería un subterfugio que permitiría incumplir con la Regla 7(3), que prohíbe anunciar un bien o servicio como camada para atraer al consumidor o con las Reglas 6(A) y 7(20), antes citadas.

En San Juan, Puerto Rico, a 4 de noviembre de 2013.


Nery E. Adames Soto
Secretario