INTERPRETACION DEL SECRETARIO 2009-02

Derecho aplicable: Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor"; Reglamento Núm. 7751 de 24 de octubre de 2009, según enmendado, conocido como, "Reglamento contra Prácticas y Anuncios Engañosos".

I. Introducción:

Nos han solicitado una interpretación en torno a la Regla 5 (CC) del nuevo Reglamento contra Prácticas y Anuncios Engañosos aprobado el 24 de septiembre de 2009 (en adelante, el "Reglamento"), a los efectos de aclarar qué constituye una "venta especial".

Por otro lado, solicitan nuestra interpretación en cuanto al alcance de las Reglas 13, 14 y 15 del Reglamento.

A su vez, nos solicitan interpretación oficial en torno a la Regla 11(I) para establecer el propósito de la misma.

Nos solicitan interpretación en torno a la Regla 22 (J) a los efectos de aclarar si la misma aplica tanto a las garantías como a la política de devolución.

De otra parte, solicitan interpretación en torno a la Regla 23 en torno a la permisibilidad de utilizar otros medios de comunicación masivos más inmediatos para corregir un error de un anuncio.

En cuanto a la Regla 28 (B) del Reglamento nos solicitan interpretación a los efectos de establecer si tan sólo se exige un rótulo de política de devolución y si el mismo debe contener un texto en específico al final. A su vez, clarificar la cita contenida en la Regla 28 (D) que hace referencia a la Regla 5.3.

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 está facultado para "[a]tender consultas y ofrecer asesoramiento técnico y, además, prestar ayuda legal a los consumidores en casos meritorios"[1].

[1] 3 L.P.R.A. sec. 341e (b).

B. El 24 de septiembre de 2009 se aprobó un nuevo Reglamento contra Prácticas y Anuncios Engañosos.

C. En lo pertinente, la Regla 5 (CC) dispone que una venta especial es cualquier acto de venta de bienes y servicios mediante un precio inferior al precio regular, el cual es objeto de divulgación y publicidad. Además incluye toda conducta de venta dirigida a catalogarse como atractiva, beneficiosa, excepcional, de liquidación, con el objetivo de llamar la atención entre los consumidores, atribuyéndole transacciones de ahorro o transacciones cuyos términos y condiciones le conceden valor añadido a la compra de los bienes anunciados debido a que usualmente no están disponibles al público.

D. La Regla 11 (I) dispone que se exime de rotular el precio en el artículo cuando éste es despachado por un empleado o dependiente del establecimiento comercial, y existe un rótulo con el precio que se exhibe clara y adecuadamente.

E. La Regla 13 dispone que el comerciante deberá tener cantidades suficientes de los bienes anunciados en especial para responder a la demanda razonablemente anticipada a menos que se limiten en los anuncios las cantidades disponibles, que el anuncio indique su fecha de terminación y que se indique que la oferta especial estará disponible hasta que se agote la mercancía.

F. Por su parte, la Regla 14 establece diferentes circunstancias cuando el artículo anunciado se ha agotado. En caso de no cumplirse con las disposiciones de la Regla 13 habrá que ofrecerle al consumidor vales ("rain checks") o artículos sustitutos para los casos en que se agote la mercancía, o en su defecto, el comerciante deberá pagar el valor representativo del descuento de una sola unidad en efectivo al consumidor.

G. La Regla 15 A (4) relacionada a la divulgación de información sobre venta especial en anuncios dispone que en caso de que el comerciante quiera ser eximido de la aplicación de la Regla 14, informará la cantidad disponible de cada uno de los bienes en especial por tienda, así como que la venta especial finalizará cuando se vendan los artículos disponibles.

H. Por su parte, la Regla 15 A (5) dispone que se prohíbe el anuncio de ventas especiales cuando el bien no esté disponible en Puerto Rico.

I. Por su parte, la Regla 22 (J) dispone que ningún establecimiento comercial podrá requerir, como parte de su política de garantía, que el consumidor pague cargos de re-empaque o "restocking fee", como requisito para devolver mercancía con o sin el empaque original, dentro de los términos establecidos en la política de devolución de artículos del establecimiento.

J. La Regla 23 establece las formas de corregir los errores de los anuncios y sus consecuencias.

K. La Regla 28 (B) dispone que todo comercio deberá exponer en un lugar visible y en letras claras y legibles, un rótulo que notifique e informe debidamente al consumidor sobre la política de devolución de mercancía, tanto la forma en que se va a efectuar como el término que tiene el consumidor de realizar la misma.

L. Por su parte, la Regla 28 (D) dispone que se exime de la aplicación de la totalidad de la regla sobre políticas de devolución de bienes los servicios profesionales y los establecimientos de comida, según definido en la Regla 5.3.

III. Principios de hermenéutica y doctrinas aplicables:

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

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

C. Cuando los términos de un estatuto 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. Núm. 27 de 1995. Por ello, donde la ley no distingue o excluye, no procede distinguir. Op. Sec. Just. Núm. 42 de 1994.

D. La Ley debe interpretarse tomando en consideración los fines que persigue y en forma tal que la interpretación se ajuste al fundamento racional o un fin esencial de la ley y 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).

E. La Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme[2] define que una lo que constituye una interpretación oficial como una interpretación oficial de la agencia sobre alguna ley o reglamento que esté bajo su administración, que se expide a solicitud de parte o por iniciativa de la agencia, y se hace formar parte del repertorio formal de interpretaciones de la agencia.

IV. Análisis y Conclusión:

La **Regla 5 (CC)** define lo que es una venta especial. Específicamente establece que es cualquier acto de venta de bienes y servicios mediante un precio inferior al precio regular, el cual es objeto de divulgación y publicidad. A su vez, describe el tipo de conducta utilizada por los comercios para atraer y/o llamar la atención de los consumidores.

[2] 3 L.P.R.A. sec. 2101 et seq.

Es nuestra interpretación oficial que una "compra excepcional" no constituye una venta especial según definido por el Reglamento, si al artículo no se le ha rebajado su precio regular. Existen artículos que se venden a su precio regular pero fueron conseguidos a muy buenos precios y así mismo se le venden a los consumidores. Sin embargo, esos precios a pesar de ser "excepcionales" no fueron rebajados de sus precios regulares.

En ningún caso el término "venta especial" debe aplicar a mercancía que se ofrece para la venta a su precio regular. Ciertos establecimientos comerciales tienen la práctica de alcanzar acuerdos con sus suplidores para obtener mercancía promocional o en cantidades limitadas. Estos artículos son anunciados a su precio regular toda vez que no forman parte del inventario regular de la tienda y por tanto no se vende a un precio reducido de su precio regular ordinario, por no existir un precio regular anterior. En situaciones como éstas la mercancía se vende a su precio regular y no constituye una "venta especial".

La **Regla 11 (I)** provee para que se exima de rotular el precio en el artículo cuando éste es despachado por un empleado o dependiente del establecimiento comercial y existe un rótulo con el precio que se exhiba clara y adecuadamente.

Es nuestra interpretación oficial que la Regla 11 (I) tiene como fin que los consumidores conozcan el precio del artículo. Por tal razón, se le requiere al comercio que identifique y rotule el precio de venta adecuadamente en todo producto que esté a la venta. Sin embargo, para mercancía despachada por un empleado o dependiente del establecimiento se le requiere tan sólo que se identifiquen los artículos y se expongan sus precios de ventas, clara y adecuadamente, mediante rótulos en el área disponible para la venta.

La **Regla 13** dispone que las tiendas tienen que tener disponible para la venta los bienes anunciados en especial en cantidades suficientes para responder a la demanda razonablemente anticipada para tales artículos durante todo el periodo de efectividad de la venta especial. Además, se añadió que los artículos anunciados en especial pueden agotarse antes del periodo de efectividad de la venta especial, si se cumple con los siguientes requisitos:

1. El anuncio del bien en especial indica clara y adecuadamente la cantidad disponible de cada uno de los bienes en especial por tienda;
2. que la venta especial finalizará en una fecha determinada; y
3. hasta que se vendan los artículos disponibles.

Es nuestra interpretación oficial establecer, en primer lugar, que esta regla aplica únicamente a especiales anunciados mediante publicación en prensa, "shoppers", revistas, radio, televisión, etc.

Es menester aclarar que en cuanto a los requisitos enumerados en la referida regla se entenderá que aplicará lo que ocurra primero de los incisos dos (2) y tres (3). Como puede apreciarse, para los casos en que los artículos anunciados en especial puedan agotarse antes del periodo de efectividad de la venta especial siempre se debe cumplir con el inciso uno (1), y en cuanto al dos (2) y el tres (3) será lo que ocurra primero.

Además es nuestra interpretación oficial aclarar que los artículos pueden estar disponibles en las tiendas o en su almacén. Nos referimos a que los anuncios de los artículos anunciados en especial indicarán el número de artículos disponibles por tienda o en el almacén y que la venta especial finalizará cuando se vendan los artículos disponibles. Si no se indican los artículos disponibles, los artículos anunciados en especial deben estar disponibles durante la efectividad de la venta especial.

La **Regla 14** provee diferentes circunstancias cuando el artículo anunciado se ha agotado. La regla provee actualmente para que, si la cantidad de artículos anunciados en especial no fue incluida en el anuncio y al comercio se le agota uno de esos artículos antes de finalizar la venta especial, ésta tiene que ofrecerle a los clientes que lo soliciten un artículo sustituto o un vale ("rain check") por el artículo que se le agotó. Si el cliente escogió el vale ("rain check") pero la tienda no pudo obtener el artículo dentro de los treinta (30) días que dispone para ello, el consumidor puede optar por un artículo sustituto a ser electo por el comerciante, o solicitar del comercio que le sustituya la cantidad que se pudo haber ahorrado si el artículo anunciado hubiese estado disponible, o puede extender el vale ("rain check") por un término adicional de treinta (30) días.

Es nuestra interpretación oficial aclarar que en la Regla 14 (A) aplica únicamente a especiales anunciados mediante publicación en prensa, "shoppers", revistas, radio, televisión, etc.

Además, es nuestra interpretación oficial clarificar que en la Regla 14 (B) el deber de pago del valor representativo del descuento de una sola unidad en efectivo al consumidor, aplicará luego de haberse ofrecido un vale ("rain check"), y haberse pasado los treinta (30) días sin que se honre el vale ("rain check"). Por lo tanto, el dinero sólo lo puede solicitar el cliente cuando él escogió un vale ("rain check") y la tienda no le consiguió el artículo objeto del vale ("rain check"). A su vez, es nuestra interpretación oficial aclarar que el pago del valor representativo del descuento se podrá realizar mediante efectivo o cheque.

Ante lo anterior, concluye este Departamento que el requisito de entregar al consumidor el valor representativo del descuento en efectivo solo puede operar luego de haberse agotado otros remedios como lo sería ofrecer un vale "rain check" o un artículo sustituto. En la medida en que al entregar un sustituto se ha cumplido a cabalidad con las exigencia de esta Regla 14, el requisito de entregar el valor en efectivo surgirá únicamente luego de haber ofrecido un vale y haber incumplido con honrar el mismo luego de transcurrido el término de treinta (30) días establecido en el Reglamento. Es la interpretación de este Departamento que luego de haberse dado estos requisitos es que el consumidor podrá exigir una compensación en efectivo.

La **Regla 15** dispone que todo anuncio de una venta especial contendrá la siguiente información:

1. la identificación del bien objeto de la venta;
2. la localización del establecimiento(s) donde estarán los bienes anunciados disponibles;

3. la fecha de inicio y de terminación de la venta del bien anunciado en especial. La duración de dicha venta no será menor de ocho (8) horas o mientras duren los bienes anunciados en especial, en caso de que se cumpla con lo establecido en la Regla 13;
4. en caso de que el comerciante quiera ser eximido de la aplicación de la Regla 14, la cantidad disponible de cada uno de bienes en especial por tienda, así como que la venta especial finalizará cuando se vendan los artículos disponibles; y
5. se prohíbe el anuncio de ventas especiales cuando el bien no esté disponible en Puerto Rico.

Ello significa que los anuncios de ventas especiales tienen que identificar los artículos anunciados en especial; tienen que indicar la dirección de las tiendas donde se encuentran tales artículos; y tienen que tener la fecha de efectividad de la venta especial, la cual no puede ser menor de 8 horas o mientras duren los artículos anunciados en especial, si se indicaron en el anuncio.

La nueva Regla 15 dispone, al igual que lo disponía la anterior Regla que, en el caso de anuncios de ventas especiales efectuados en periódicos de circulación general, incluyendo sus suplementos, hojas sueltas y "shoppers", se entenderá que un anuncio de esta índole comenzará a regir en la fecha de publicación inicial cuando la fecha de comienzo no conste en el mismo. Cuando no se haya fijado el término de duración de la venta especial, se entenderá que la venta especial se extiende por un plazo de 30 días, contados a partir del último anuncio pautado.

Cuando un anuncio de una venta especial no se publique en un periódico de circulación general y solo aparezca en un rótulo en 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.

A su vez, nos solicitan una interpretación oficial en torno a las Reglas 14 G y 15 A (5).

La **Regla 14 G** sobre artículos sustitutos y vales "rain checks" dispone que la Regla 14 no aplicará cuando se haya cumplido con lo establecido en la Regla 13. Esto es, que el anuncio del bien en especial indica clara y adecuadamente la cantidad disponible de cada uno de los bienes en especial por tienda, así como que la venta especial finalizará cuando se vendan los artículos disponibles; o se indique en el anuncio que el bien no estará disponible en Puerto Rico."

Por su parte, la **Regla 15 A (5)** sobre divulgación de información sobre venta especial de anuncios dispone que se prohíbe el anuncio de ventas especiales cuando el bien no esté disponible en Puerto Rico.

Es nuestra interpretación oficial que la intención de la Regla 15 A (5) es que el consumidor no acuda a la tienda motivado por el anuncio, y luego se percate que el artículo no se encuentra disponible en Puerto Rico. Si el artículo no está disponible en Puerto Rico se debe cubrir la imagen que se publica en el anuncio. Sólo podría permanecer la imagen del

artículo y decir "no disponible en Puerto Rico" si se trata de un "shopper" nacional y el artículo es uno que normalmente no se vende en Puerto Rico.

La **Regla 22 (J)** provee para que ningún establecimiento comercial requiera como parte de su política de garantía que el consumidor pague cargos por re-empaque o "restocking fee", como requisito para devolver mercancía.

Es nuestra interpretación oficial que la referida regla sólo aplica en casos de garantías y no a política de devolución.

La **Regla 23** establece las formas de corregir los errores de los anuncios y sus consecuencias.

Es nuestra interpretación oficial establecer que de utilizarse otros medios masivos de comunicación más inmediatos (radio, televisión, etc.) para corregir el error se cumple con el propósito de la regla.

La **Regla 28 (A)** requiere que todo comercio exponga en un lugar visible un rótulo que notifique sobre la política de devolución. Que se exponga el procedimiento como se va a efectuar, así como el término que tiene el consumidor para realizar el mismo.

Es nuestra interpretación oficial que en cuanto a rótulos sobre política de devolución sólo se le requiere a los establecimientos que contengan un rótulo que notifique la política de devolución.

Por su parte, la **Regla 28 (B)** describe el contenido del rótulo sobre política de devolución.

Es nuestra interpretación oficial aclarar que el rótulo con la política de devolución además deberá contener el siguiente texto:

"Publicar anuncios engañosos es ilegal. Incurrir en tal práctica conlleva pena de multa de hasta un máximo de $10,000. El consumidor podrá someter una querella ante el Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO). Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada."

La **Regla 28 (D)** dispone que se exime de la aplicación de la totalidad de la regla sobre políticas de devolución de bienes los servicios profesionales y los establecimientos de comida, según definido en la Regla 5.3. No obstante, es menester destacar que se le exige a todo comercio que esté operando en Puerto Rico que exponga en un lugar visible y en letras claras y legibles, un rótulo que contenga la siguiente reseña:

"Publicar anuncios engañosos es ilegal. Incurrir en tal práctica conlleva pena de multa de hasta un máximo de $10,000. El consumidor podrá someter una querella ante el Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO). Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada."

Como puede apreciarse, sólo se le exime a los servicios profesionales y los establecimientos de comida exhibir un rótulo que contenga la política de devolución.

Además, se corrige que la Regla 28 D debe leer: "...según definido en la Regla 5 (N)".

En San Juan, Puerto Rico, hoy 3 de noviembre de 2009.

Luis G. Rivera Marín
Secretario