

(P. de la C. 583)

19^{na} ASAMBLEA 119 SESIÓN
LEGISLATIVA ORDINARIA
Ley Núm. 50
(Aprobada en 2 de April de 2021)

LEY

Para añadir un nuevo Artículo 7A a la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor", con el propósito de establecer la "Carta de Derechos del Consumidor"; y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Los inicios del intercambio comercial datan desde pasada la Prehistoria, a través del trueque, como efecto directo de la acumulación de excedentes de producción. Una forma de intercambio primitiva, donde cada participante entregaba parte del producto de su trabajo, a cambio de una parte del producto del trabajo de otro. Posteriormente, se ingeniaron formas para representar una paridad de valor entre las mercancías entregadas y recibidas, lo cual llevó a la creación del dinero como elemento facilitador del intercambio comercial.

No obstante, no fue hasta la Revolución Industrial que se experimentó una expansión económica significativa a nivel mundial. Las ventas eran aún labor entre comerciantes y productores, por tanto, la figura de los agentes vendedores por comisión era inexistente. No es hasta la primera mitad del Siglo XX, con los efectos de nefastos de dos guerras mundiales, que los productores entendieron la necesidad de comenzar a vender en masa.

A raíz de ese crecimiento económico y comercial, en un discurso pronunciado en 1962, el presidente de los Estados Unidos de América, John F. Kennedy reconoció cuatro derechos básicos de los consumidores. Su exposición inspiró a muchas naciones y entidades, incluyendo a la Organización de las Naciones Unidas (ONU, por sus siglas en inglés), quienes, conscientes de la importancia de tener un ecosistema comercial saludable y responsable, analizaron ampliamente las condiciones del mercado internacional, y en el 1985 publicó las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor. Este importante documento se compone de valiosos principios que establecen las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de implementarlas y los sistemas de compensación para que sean eficaces. Además, las Directrices ayudan a los Estados a formular e implementar leyes, normas y reglamentos nacionales y regionales adaptados a sus circunstancias económicas, sociales y ambientales. También contribuyen a promover la cooperación internacional entre los Estados Miembros en el ámbito de la aplicación, y alientan a que se compartan las experiencias en materia de protección de los consumidores. Las directrices fueron aprobadas por la Asamblea General en su resolución 39/248, de 16 de abril de 1985, ampliadas posteriormente por el Consejo

Económico y Social en su resolución 1999/7, de 26 de julio de 1999, y revisadas, y aprobadas, por la Asamblea General en su resolución 70/186, de 22 de diciembre de 2015.

El Estado Libre Asociado de Puerto Rico aprobó la “Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor”, a través de la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada. Desde entonces, el Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) ha trabajado efectivamente en la protección del comercio, los servicios y consumidores. A tal efecto, en mayo de 1985 emitió la “Carta de Derechos del Consumidor en Puerto Rico”. Para atemperar esta Carta de Derechos a los cambios habidos en los últimos años, el 14 de febrero de 1992, DACO revisó la misma. Y luego, el 15 de marzo de 1994, Día Mundial de los Derechos del Consumidor, DACO añadió el undécimo derecho.

A pesar de DACO contar con esta herramienta, la realidad es que es solo existe como una pronunciación interna del Departamento, por lo cual, debemos elevar a rango de ley la Carta de Derechos del Consumidor. Por otro lado, es imprescindible que atemperemos los Derechos del Consumidor a las nuevas realidades sociales y económicas, por lo que se propone añadir el derecho a no discriminación y el derecho a ser Protegido en los Medios Electrónicos. Ambos derechos son representativos de la vida cotidiana del puertorriqueño, donde muchos consumidores han preferido, o se han visto forzados a adquirir, servicios por medios electrónicos, situación moderna, y que la pandemia actual que vivimos lo ha agudizado más. En adición, todo ser humano debe tener las mismas oportunidades comerciales, sin importar su raza, género, religión, nacionalidad, ideología o credo, orientación sexual, entre otros. Por todo lo antes mencionado, es imperante que esta Asamblea Legislativa apruebe esta Ley.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

Sección 1.-Se añade un nuevo Artículo 7A a la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como “Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor”, que leerá como sigue:

“Artículo 7A.-Carta de Derechos del Consumidor.

Los Consumidores en Puerto Rico disfrutarán de todos los derechos que le son reconocidos en leyes y reglamentos aplicables, incluyendo, pero sin limitarse a, los siguientes:

1. Derecho a Elegir Libremente - El consumidor tiene derecho a seleccionar libre y eficientemente todos los bienes y servicios que desee, de óptima calidad; esto, de manera sostenible, sin afectar la disponibilidad y calidad de los bienes y servicios de las futuras generaciones, desde el punto de vista económico, social y ambiental.

2. Derecho a la Información - El consumidor tiene derecho a estar protegido de prácticas ilegales y anuncios engañosos por parte de los comercios.

El consumidor tiene derecho a conocer el contenido y los alcances de cualquier contrato que se le requiera firmar. Tendrá derecho a solicitar una copia, impresa o digital, antes de firmarlo, con el tiempo que este entienda necesario para su lectura u orientación, y a que se le entregue copia, impresa o digital, fiel y exacta, una vez firmado. No puede requerírsele que firme un contrato incompleto, sin el debido encabezamiento o que tenga espacios en blanco. El contratista deberá incluir en el contrato, e informar de forma oral, sobre la Regla de Período de Reflexión de la *Federal Trade Commission*.

3. Derecho a la Compensación - El consumidor tiene derecho a recibir información completa sobre los factores que puedan afectar su selección en la compra de bienes y servicios, destacándose la calidad, precio, fecha de expiración, de retiro del mercado, uso, contenido, funcionamiento, almacenaje, mantenimiento o conservación, cuidado y sustitución del producto comprado y de sus piezas.

El consumidor tiene derecho a que se le informe, y a que se le entregue copia, impresa o digital, detalladamente, sobre todos los aspectos de cualquier garantía aplicable al bien o servicio comprado, incluyendo cubierta y duración, nombre y dirección de la persona responsable de cumplir la garantía, procedimiento a seguir y condiciones a cumplir para reclamaciones.

4. Derecho a la Educación - El consumidor tiene derecho a que se le informe detalladamente todos los costos envueltos en cualquier adquisición de bienes y servicios, incluyendo precio total, número de plazos, monto de parcial, cargos por seguro y cualquier otro costo que deba pagar.

5. Derecho a la Seguridad e Integridad Física - El consumidor tiene derecho a estar protegido de productos que en cualquier uso previsible resulten peligrosos, o que le puedan causar daño, lesión, enfermedad, o a sus familiares.

6. El consumidor tiene derecho, como inquilino, a que el hospedaje seleccionado le provea seguridad y bienestar, cumpliendo así con las disposiciones legales.

7. Derecho a la Representatividad y Libre expresión - El consumidor tiene derecho a ser representado como consumidor, tanto en los foros gubernamentales, municipales, estatales y federales, como ante las ramas legislativa y judicial. Además, le asiste el derecho a ser oído ante foros no gubernamentales, tales como organizaciones o asociaciones privadas, compañías que vendan bienes o servicios, así como ante cualquier otro foro donde se ventilen sus reclamos como consumidor.

8. Derecho a la Agrupación - El consumidor tiene derecho a organizar grupos de consumidores y trabajar con los mecanismos necesarios para el desarrollo de su autodefensa en la adquisición de bienes y servicios.

9. Derecho a los Servicios Públicos - El consumidor tiene derecho a recibir servicios públicos de excelencia, incluyendo la información de los proveedores, de la mano de orientación sobre depósitos de garantía, pago por anticipo del servicio, recargos por demora en el pago, cesación y el restablecimiento del servicio, establecimiento de planes de pago, y solución de controversias entre el consumidor y los proveedores.

10. Derecho a la Promoción Verídica y libre de Coacción - El consumidor tiene derecho a que se le proporcione información correcta, clara y precisa en relación con concursos y promociones que se publiquen a través de los medios de comunicación.

11. Derecho a ser Protegido en los Medios Electrónicos - El consumidor que utiliza medios electrónicos tiene derecho a que se le garanticen protecciones que ofrecen otras formas de comercios tradicionales, incluyendo la protección de la información personal y las garantías de un servicio justo, apropiado y de calidad, según acordado.

12. Derecho a no ser Discriminado - El consumidor tiene derecho a que no se le pueda negar un producto o servicio que desee contratar o comprar; tampoco le pueden discriminar o tratar mal por razones de raza, religión, género, situación económica, nacionalidad, orientación sexual, por alguna discapacidad física o cualquier otro motivo similar.

Las disposiciones de este Artículo no aplicarán a los contratos regulados por una ley especial, o cuya jurisdicción primaria en cuanto a términos y condiciones de contratación se encuentren bajo la jurisdicción de cualquier agencia administrativa, según establecido en su ley orgánica distinta al Departamento de Asuntos del Consumidor."

Sección 2.-Reglamentación

El Departamento modificará la reglamentación, sanciones y órdenes aplicables con el propósito de atemperarlos al contenido de esta Ley.

Sección 3.-Disposiciones Generales

Esta Ley no limitará los derechos adquiridos por los consumidores mediante cualquier otra disposición estatutaria o reglamentaria. Entre estos, y sin que constituya una enumeración taxativa, los reconocidos en la Ley 213-1996, según enmendada, conocida como "Ley de Telecomunicaciones de Puerto Rico de 1996"; la Ley Núm. 77 de 19 de junio de 1957, según enmendada, conocida como "Código de Seguros de Puerto Rico"; la Ley 194-2011, según enmendada, conocida como "Código de Seguros de Salud

de Puerto Rico"; la Ley 208-1995, según enmendada, conocida como "Ley de Transacciones Comerciales"; y la Ley 76-1994, según enmendada, conocida como "Ley para Regular los Contratos de Arrendamiento de Bienes Muebles".

El Secretario podrá referir cualquier violación de estos derechos a los organismos, agencias o departamentos correspondientes, según establecido en esta Ley.

Sección 4.-Separabilidad

Si cualquier palabra, frase, oración, sección, inciso o parte de esa Ley fuere por cualquier razón impugnada ante el tribunal y declarada inconstitucional o nula, tal declaración de inconstitucionalidad o nulidad no afectará, menoscabará o invalidará las restantes disposiciones de esta Ley.

Sección 5.-Vigencia

Esta Ley comenzará a regir inmediatamente después de su aprobación.

