



**Comunicado de Prensa**  
**Oficina Central de Comunicaciones y Prensa**  
**Senado de Puerto Rico**  
**26 de octubre de 2010**  
**Tel. 787-722-4015**  
[www.senadopr.us](http://www.senadopr.us)

## **Consumidor se protegería de prácticas engañosas de “Layaway”**

**El Capitolio** – El Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) favoreció hoy una medida que busca regular la práctica del ‘layaway’ para beneficiar y proteger a los consumidores.

La Comisión de Banca, Asuntos del Consumidor y Corporaciones Públicas que preside la senadora Lornna Soto Villanueva evaluó el Proyecto del Senado 1775 de la autoría de la senadora Soto Villanueva que busca establecer la “Ley para Regular los Programas de compra mediante Plan de Pago Extendido, conocidos como “Layaway”, en Puerto Rico”, a fin de elevar a rango de legislación parámetros mínimos que protejan a los consumidores que por conveniencia o necesidad adquieren bienes mediante el sistema conocido como “Layaway”.

La subsecretaria de DACO, Carmen Salgado Rodríguez indicó que “el proyecto atiende de manera adecuada el contrato de ‘layaway’ o venta aplazada estableciendo unos términos mínimos de dicho contrato en beneficio del consumidor y prácticas engañosas que recogen de manera abarcadora varias situaciones típicas que se pueden suscitar entre los consumidores y el comercio”.

“Es beneficioso para los consumidores porque atiende las necesidades económicas de personas con escasos recursos y cuyo poder de negociación es limitado”, añadió.

También, DACO sugirió que se debe añadir un artículo estableciendo una obligación del comerciante para que divulgue a los consumidores los términos y política de la compañía sobre el servicio de ‘layaway’.

Por su parte el presidente de la Organización Pro Asuntos del Consumidor (OPAC) de la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico avaló la medida y expresó que “es una medida de avanzada que alcanza un balance adecuado entre las necesidades de los comerciantes y salvaguardas mínimas que son requeridas para proteger adecuadamente al consumidor que se acoge a un plan de ‘layaway’”.

Según la OPAC, en algunos casos, las ventas de 'layway' representan hasta un 12% de las ventas totales de una tienda por departamento. Además, en la temporada previa a las navidades las ventas de 'layaway' aumentan en un 75%.

**OB/azc**