

(P. de la C. 253)

19na. 5ta
Ley 87
Aprobada en 8 agosto 23

LEY

Para enmendar los Artículos 1, 2, 3, 7 y 15, derogar el Artículo 23, y reenumerar los actuales Artículos 24, 25 y 26, como los nuevos Artículos 23, 24 y 25 de la Ley 195-2016, conocida como "Ley para el Uso de la Marca Delpaís", con el propósito de facultar al Fondo de Innovación para el Desarrollo Agrícola de Puerto Rico (FIDA), corporación subsidiaria de la Autoridad de Tierras de Puerto Rico, a desarrollar la referida marca, promocionarla y mercadearla local, nacional e internacionalmente; simplificar el proceso de evaluación de las Solicitudes de Licencias y Autorizaciones de Uso de la Marca "Delpaís"; proveer para el diseño y elaboración de un plan estratégico para la promoción y mercadeo de la marca, con metas, indicadores y estrategias a corto, mediano y largo plazo; realizar correcciones técnicas; y para otros fines relacionados.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Actualmente, es la política pública del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico reconocer al agricultor como eje principal de desarrollo en el sector agropecuario y estar comprometido en desarrollar una agricultura intensiva y de precisión, que sea responsable con el ambiente y de provecho para el entorno rural, económicamente viable y de alta demanda. A tales fines, resulta fundamental capacitar al agricultor puertorriqueño para que participe plenamente de una industria competitiva, convirtiendo el sector agrícola en uno eficiente y productivo y restablecer la confianza del agricultor puertorriqueño en las iniciativas de gobierno propulsadas para este importante sector.

Conforme a este compromiso, se han encaminado distintos esfuerzos, reestructuraciones y reingenierías para convertir al Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico en un ente facilitador que promueva la productividad, estimule la inversión, premie el éxito, y a su vez, inicie el proceso de revitalización, modernización y diversificación de la agricultura. Una de estas gestiones se encuentra relacionada con los procesos de mercadeo de los productos agrícolas locales.

Sobre este particular, hay que destacar que mediante la aprobación de la Ley 195-2016, conocida como "Ley para el Uso de la Marca Delpaís", se estableció como un asunto de política pública el fomentar y promover la agricultura puertorriqueña a través del uso de una marca denominada como "Delpaís". Esto, bajo la premisa de que resulta fundamental aunar esfuerzos para la promoción y el mercadeo de los productos agrícolas locales, de tal forma que se alcance una sana competencia entre los productos locales e importados. De igual manera, se entendió imperativo fomentar campañas que promuevan el identificar fácilmente los productos locales frente a los productos

importados y que den a conocer y establecer la marca "Delpaís" como una muestra del orgullo por consumir los productos del patio.

Por otra parte, dicha Ley plantea como importante el educar al consumidor sobre los altos estándares de calidad, frescura y seguridad de los productos locales, asunto que se entiende generará una mayor demanda y consumo de nuestros productos agrícolas, a través de la diversificación de la oferta existente de nuestros productos agrícolas locales, con nuevos productos que vayan a tono con las tendencias de oferta y demanda de la realidad actual.

Resulta importante indicar que la marca "Delpaís" ya había sido creada por el Departamento de Agricultura para el año 2002, con el propósito de mercadear y fomentar mayor actividad agrícola local. No obstante, se le confirió al Fondo de Innovación para el Desarrollo Agrícola de Puerto Rico (FIDA), una corporación subsidiaria de la Autoridad de Tierras, la responsabilidad de supervisar la marca. A tales efectos, FIDA ha desarrollado, localmente, campañas educativas para crear conciencia sobre la calidad, variedad y excelencia que presentan los productos agrícolas locales amparados bajo la marca "Delpaís". Hasta el momento, estas estrategias publicitarias se han enfocado en fomentar los planes de seguridad alimentaria de Puerto Rico a través del desarrollo de la agricultura; y educar al consumidor sobre los altos estándares de calidad, frescura y seguridad de los productos locales, lo cual genera una mayor demanda y consumo de los productos agrícolas.

Sin duda, la utilización de la marca "Delpaís" ha permitido una fácil identificación del producto local, lo que consecuentemente ha provisto para la clara diferenciación del producto importado creando una cultura de apoyo a lo cosechado en Puerto Rico. Ciertamente, la mayor parte de los agricultores son pequeños y medianos comerciantes y el agrupar todos sus productos bajo una misma marca, facilita su publicidad y mercadeo.

Los esfuerzos concretados por FIDA, con respecto a la marca "Delpaís", les ha brindado a los agricultores, una herramienta para promocionar sus productos, ventaja con la que antes no contaban. Además, ha fomentado entre agricultores, el espíritu empresarial y autogestionario, lo que también fortalece el desarrollo económico de Puerto Rico.

Ahora bien, ha llegado el momento de fomentar el desarrollo del empresario puertorriqueño, con especial énfasis en las pequeñas y medianas empresas agrícolas, promoviendo la exportación de productos a lugares distintos de Puerto Rico. El mercadeo de la imagen de un producto de Puerto Rico internacionalmente, requiere la utilización adecuada de los nombres, términos, signos y símbolos que se eligen para representarnos. Por ello, el uso de marcas o "branding", como parte de las estrategias de mercadeo toma mayor auge cada día. A tales efectos, nos parece imprescindible

crear e implantar una política pública encaminada a fortalecer iniciativas para promocionar los productos agrícolas de Puerto Rico en el exterior, a través de la ya adoptada marca "Delpaís".

El posicionar los productos agrícolas de Puerto Rico por medio de una marca particular, les provee cierta ventaja competitiva sobre otros artículos de consumo y permite proyectar una imagen duradera y basada en la potencialidad de Puerto Rico, generándole una identidad a frutas, hortalizas, farináceos, lácteos, miel de abeja, carnes, pescado, huevos, plantas ornamentales y especias producidas localmente o a sus subproductos.

Al promulgarse la Ley 195, antes citada, el ingreso bruto agrícola anual de Puerto Rico representaba una cantidad aproximada de \$919.69 millones de dólares. Ciertamente, debemos reconocer que dicha cifra podría incrementar si se aumenta la demanda por el producto agrícola local en el exterior. Por ello, es necesario fortalecer y ampliar la política pública relativa a la utilización de la marca "Delpaís", ya que con esto educamos a los potenciales consumidores de los Estados Unidos de América o de otros países, sobre los altos estándares de calidad, frescura y seguridad de los productos locales, lo que generaría una mayor demanda y consumo de estos.

Con la aprobación de esta Ley, los nuevos potenciales consumidores del exterior podrán identificar los productos de Puerto Rico y diferenciarlos de otros tantos. Además, ayudará a los agricultores que, en su mayoría son microempresarios o pequeños y medianos comerciantes, a impulsar sus productos. Muchos de los agricultores puertorriqueños no cuentan con los recursos económicos para promocionar o mercadear sus productos. Por tal razón, esta legislación promocionará los productos agrícolas en el exterior, redundando en un efecto positivo en la economía a nivel local. Enfocar los recursos disponibles en incentivar la creación y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas del sector agrícola, mediante la agrupación de sus productos bajo una misma marca, permitirá aumentar el ingreso bruto agrícola y el fomento de más empleos en dicho renglón.

En atención a lo anterior, FIDA tendrá como uno de sus objetivos, el desarrollar la marca "Delpaís", promocionarla y mercadearla local, nacional e internacionalmente. Entre las estrategias a diseñarse, FIDA mercadeará la marca "Delpaís", sirviendo como promotor o auspiciador de actividades o eventos culinarios, deportivos y recreativos, culturales, médicos y en convenciones, entre otros. También, preparará un plan estratégico para la promoción y mercadeo de la referida marca, con metas, indicadores y estrategias a corto, mediano y largo plazo, el cual segmentará las audiencias de sus campañas y promoción, según prioridades y expectativas razonables de retorno en inversión.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

Sección 1.-Se enmienda el Artículo 1 de la Ley 195-2016, para que lea como sigue:

“Artículo 1.-Título. -

Esta Ley se conocerá y podrá ser citada como “Ley para el Uso y Mercadeo de la Marca Delpaís”.”

Sección 2.-Se enmienda el Artículo 2 de la Ley 195-2016, para que lea como sigue:

“Artículo 2.-Declaración de Política Pública. -

Será política pública del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico fomentar y promover la agricultura puertorriqueña a través del uso y mercadeo, local, nacional e internacional de la marca “Delpaís”. A tales fines, resulta fundamental aunar esfuerzos para la promoción y mercadeo local, nacional e internacional de los productos agrícolas de Puerto Rico, de tal forma que se alcance una sana competencia entre estos productos y los importados. Resulta necesario fomentar campañas que promuevan el identificar fácilmente los productos locales frente a los importados y que den a conocer y establezcan la marca “Delpaís” como una muestra del orgullo por consumir lo del patio. El educar al consumidor local, nacional e internacional sobre los altos estándares de calidad, frescura y seguridad de los productos agrícolas de Puerto Rico, generará una mayor demanda y consumo de estos, al diversificar la oferta existente de productos agrícolas locales con unos nuevos que vayan a tono con las tendencias de oferta y demanda de la realidad actual. Todo eso tiene que realizarse enfocando los recursos en incentivar la creación y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de agricultores, mediante la agrupación de sus productos bajo una misma marca. Esto generará en el consumidor local, nacional e internacional una fácil identificación de estos productos, promoviendo la eficiencia del trabajo de promoción y publicidad, y facilitando la introducción de nuevos productos al mercado. Con la adopción de la marca “Delpaís”, los puertorriqueños, los residentes de los Estados Unidos de América y de otros países, favorecerán los productos locales, mediante la identificación y diferenciación de estos, fomentando así su consumo, lo que provocará el aumento de la oferta, o sea mayor siembra de productos locales.”

Sección 3.-Se enmienda el Artículo 3 de la Ley 195-2016, para que lea como sigue:

“Artículo 3.-Definiciones

a) ...

...

- k) Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico - Ley 38-2017, según enmendada, conocida como "Ley de Procedimiento Administrativo Uniforme del Gobierno de Puerto Rico".

..."

Sección 4.-Se enmienda el Artículo 7 de la Ley 195-2016, para que lea como sigue:

"Artículo 7.-Procedimiento de Evaluación. -

- a) Todas las Solicitudes de Licencias y Autorizaciones de Uso de la Marca "Delpaís" serán recibidas en la oficina de FIDA para que sean fechadas, controladas y evaluadas.
- b) En o antes del transcurso de quince (15) días, contados a partir del recibo de la solicitud, se le requerirá al solicitante entregar cualquier información suplementaria que se estime necesaria.
- c) Una vez entregada toda la información que le haya sido requerida, el Director Ejecutivo someterá el expediente del caso al Comité Evaluador.
- d) ...
- e) Ocurrido lo anterior, el Director Ejecutivo deberá impartir su aprobación por escrito o solicitar al Comité recomendaciones u observaciones adicionales. De ser aprobada la solicitud, se le notificará por escrito al solicitante para proceder con la firma del contrato.
- f) De denegarse la solicitud, se le notificará por escrito al solicitante apercibiéndole de su derecho de solicitar reconsideración o revisión con expresión de los términos correspondientes. Esta notificación será por correo regular.
- g) Mediante reglamento se dispondrán los términos para cumplir con el procedimiento posterior y las condiciones mínimas que deben obrar en el contrato, tales como pólizas de seguro."

Sección 5.-Se enmienda el Artículo 15 de la Ley 195-2016, para que lea como sigue:

"Artículo 15.-Publicidad. -

- a) FIDA se hará cargo de la publicidad general de la marca "Delpaís", la cual estará sujeta a la disponibilidad de fondos. En atención a esto,

FIDA tendrá como uno de sus objetivos, el desarrollar la marca, promocionarla y mercadearla local, nacional e internacionalmente. Entre las estrategias a diseñarse, FIDA mercadeará la marca "Delpaís", sirviendo como promotor o auspiciador de actividades o eventos culinarios, deportivos y recreativos, culturales, médicos y en convenciones, entre otros.

Asimismo, FIDA tendrá los siguientes deberes, poderes y funciones, sin que se entienda como una limitación a las demás responsabilidades conferidas en esta Ley o en su certificado de incorporación:

- (1) Preparar un plan estratégico para la promoción y mercadeo de la marca "Delpaís", con metas, indicadores y estrategias a corto, mediano y largo plazo. El plan estratégico deberá segmentar adecuadamente las audiencias de sus campañas y promoción según prioridades y expectativas razonables de retorno en inversión.
- (2) Estudiar, desarrollar e implantar una estrategia de marca (brand) para "Delpaís".
- (3) Realizar investigaciones y colaborar con los organismos gubernamentales pertinentes para desarrollar y llevar cuenta de aquellas estadísticas que le permitan realizar sus responsabilidades, objetivos y propósitos de la forma más eficiente y efectiva.
- (4) Desarrollar y manejar una página cibernética, cuentas de redes sociales y cualquier otra plataforma electrónica oficial de mercadeo y promoción de la marca "Delpaís". No obstante, FIDA también mantendrá una página oficial para divulgar aquellos servicios que le han sido delegados en su certificado de incorporación, en adición a los establecidos en esta Ley.
- (5) Desarrollar y llevar a cabo campañas de promoción mediática para dar a conocer la marca "Delpaís", utilizando todos los métodos publicitarios locales, nacionales e internacionales apropiados para cumplir con las metas establecidas en el plan estratégico al que aquí se hace referencia.
- (6) Recibir donativos, fijar y cobrar derechos razonables por sus servicios y desarrollar un programa de auspicio que le permita a FIDA obtener fondos privados.

- (7) Formalizar acuerdos de colaboración con organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- (8) Preparar un presupuesto anual para llevar a cabo los deberes, poderes y funciones conferidos por Ley.
- (9) Preparar cada año un informe de las actividades realizadas, el cual deberá presentar al Gobernador y la Asamblea Legislativa de Puerto Rico, a través de sus correspondientes Secretarías, dentro de los ciento veinte (120) días siguientes al cierre del año fiscal. El informe anual incluirá, como mínimo:
 - (i) una exposición comprensiva y detallada de las operaciones, actividades, condición financiera y logros de FIDA;
 - (ii) un inventario comprensivo y detallado de los fondos comprometidos o gastados por FIDA;
 - (iii) una relación objetiva y cuantificable de las métricas de progreso de las metas delineadas por FIDA en su plan estratégico;
 - (iv) de ser aplicable, las razones por las cuales FIDA no haya alcanzado alguna meta delineada en su plan estratégico y cualquier revisión o estratégica necesaria; y
 - (v) el presupuesto y plan de trabajo de FIDA para el año fiscal siguiente.
- (10) Contratar una firma de auditores externos e independientes a FIDA, debidamente autorizada para practicar la contabilidad en Puerto Rico, para producir estados financieros auditados, los cuales deberán ser entregados al secretario del Departamento de Agricultura, dentro de un término no mayor de treinta (30) días luego de que dichos auditores culminen su labor y entreguen el estado financiero auditado a FIDA.
- (11) Preparar y adoptar las políticas y reglamentos necesarios para llevar a cabo las funciones que le fueran delegadas en esta Ley.
- (12) Designar un Comité Asesor que con miembros expertos en marcas, mercadeo y aquellos otros conocimientos que se entiendan pertinentes.

- (13) Designar aquellos otros comités asesores que FIDA entienda necesarios para aconsejarle en cualquier materia que sea respectivamente referida a cada comité.
- (14) FIDA no incurrirá en gastos de campañas de publicidad, promoción o esfuerzos relacionados, sin antes llevar a cabo un proceso competitivo de solicitud y evaluación de propuestas para tales fines y haber obtenido la aprobación y el voto afirmativo de la mayoría absoluta del total de los miembros que componen su Junta de Directores.
- (15) Abstenerse de incurrir en gastos para propósitos inconsistentes con los establecidos en su plan estratégico.
- (16) Abstenerse de incurrir en gastos que comprometan fondos en exceso del total de ingresos razonablemente anticipados durante un año fiscal.
- (17) Abrir una cuenta a su nombre, en aquel banco comercial o compañía de fideicomiso debidamente autorizado para hacer negocios en Puerto Rico que seleccione su Junta de Directores. En dicha cuenta, FIDA depositará los fondos presupuestados para llevar a cabo los deberes, poderes y funciones conferidos en virtud de esta Ley, y contra la misma, girará el pago de los gastos en los que incurra.
- (18) Externalizar los deberes, poderes y funciones que le fueran conferidos en esta Ley, para que los mismos puedan ser provistos con mayor eficiencia incluso por organizaciones sin fines de lucro u otras entidades privadas.

b) ...

c) ..."

Sección 6.-Se deroga el Artículo 23 de la Ley 195-2016, y se reenumeran los actuales Artículos 24, 25 y 26, como los nuevos Artículos 23, 24 y 25.

Sección 7.-Interpretación

Las disposiciones de esta Ley deberán interpretarse ampliamente para adelantar y apoyar sus propósitos. Por tanto, las disposiciones de esta Ley serán interpretadas liberalmente para poder alcanzar sus propósitos y dondequiera que algún poder específico o autoridad sea otorgado en esta Ley, la enumeración no se interpretará como que excluye o impide cualquier otro poder o autoridad de otra manera conferida a esta.

Sección 8.-Cláusula de Supremacía.

Ante cualquier inconsistencia entre la legislación o reglamentación vigente y las disposiciones incluidas en esta Ley, se dispone la supremacía de esta legislación y la correspondiente enmienda o derogación de cualquier inconsistencia con este mandato.

Sección 9.-Cláusula de Separabilidad.

Si cualquier artículo, inciso, parte, párrafo o cláusula de esta Ley o su aplicación a cualquier persona o circunstancia, fuera declarada inconstitucional por un Tribunal con jurisdicción, la sentencia dictada no afectará ni invalidará las demás disposiciones de esta Ley, sino que su efecto quedará limitado y será extensivo al inciso, parte, párrafo o cláusula de esta Ley, o su aplicación, que hubiera sido declarada inconstitucional.

Sección 10.-Vigencia.

Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.