

Fraude en el Telemercadeo, Ley para la Prevención del

Ley Núm. 210-2003

28 de agosto de 2003

(P. del S. 754)

Para crear la "Ley para la Prevención del Fraude en el Telemercadeo"; establecer sus propósitos y fijar penalidades.

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En Puerto Rico no existe legislación o reglamentación que regule la práctica de las ventas mediante el proceso de telemercadeo. El Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO), recibe anualmente un sinnúmero de querellas en las cuales se alega hay compañías, usando el proceso de ventas por teléfono, engañan a algún consumidor al inducirlo a comprar un bien o servicio que al tiempo termina siendo un engaño, o que simplemente el producto no posee las características ofrecidas por el vendedor.

La mayoría de las personas que son engañadas resultan ser personas de edad avanzada. Ciertas compañías inescrupulosas engañan a sabiendas y conscientes de que a veces estos grupos son blanco fácil para este tipo de ventas, ya que la mayoría de estas personas de edad avanzada se encuentran en sus hogares a cualquier hora del día y de la tarde. La presente legislación, la cual será conocida como la "Ley para la Prevención del Fraude en el Telemercadeo", reafirma la intención de la Asamblea Legislativa del Estado Libre Asociado de Puerto Rico de proteger al consumidor puertorriqueño, en especial a la población de personas de edad avanzada, contra prácticas engañosas por parte de ciertas compañías que venden sus productos mediante el proceso de telemercadeo.

A su vez, esta Ley regula lo que se considerará como actos injustos o engañosos o prácticas prohibidas en el campo del telemercadeo, al igual -que establece una política de que cada una de estas compañías que hacen negocio por teléfono deben tener un registro exacto de todas las actividades de telemercadeo llevadas a cabo dirigidas a consumidores en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

DECRÉTASE POR LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE PUERTO RICO:

Artículo 1.- Título.-

Esta Ley se conocerá como "Ley para la Prevención del Fraude en el Telemercadeo".

Artículo 2.- Política Pública.-

Es política pública del Gobierno del Estado Libre Asociado de Puerto Rico proteger a todos los consumidores residentes en Puerto Rico de prácticas fraudulentas y engañosas en el campo del telemercadeo.

Artículo 3.- Definiciones.-

- 1) Consumidor- Toda persona natural a la que se le ofrezca un bien o servicio mediante

actividad de telemarketing y adquiere el mismo como destinatario final, autorizando el pago por el bien o servicio mediante descuento directo de su cuenta de cheques, de ahorro o tarjeta de crédito.

- 2) Autorización Expresa y Verificable- Significa una autorización escrita por el consumidor, la cual incluya la firma del consumidor autorizando a un solicitador telefónico a que obtenga un pago de una cuenta de cheques, ahorro o tarjeta de crédito.
- 3) Bienes o Servicios- Significa cualquier bien tangible o intangible, o cualquier tipo de servicio ofrecido a una persona.
- 4) Promoción de Premio- Significa cualquier tipo de juego de suerte o cualquier representación oral o escrita de que una persona en específica ha ganado, ha sido seleccionado o es el elegible para recibir algún premio en específico.
- 5) Vendedor- Cualquier persona que mediante una transacción telefónica solicita fondos o contribuciones, provee, ofrece o coordina por otros el proveer bienes o servicios al consumidor a cambio de alguna remuneración.
- 6) Telemarketing- Significa un plan, programa o campaña la cual es conducida para inducir la compra de bienes y servicios mediante el uso de uno o más teléfonos y que involucran más de una llamada telefónica.
- 7) Solicitador Telefónico- Significa cualquier persona, negocio o compañía la cual mediante el proceso de telemarketing; inicia o recibe llamadas telefónicas o de un consumidor en específico, en la cual una de las partes está localizada en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

Artículo 4.- Prácticas Prohibidas.

Se considerarán como prácticas prohibidas o engañosas por parte de cualquier vendedor o solicitador telefónico lo siguiente:

- 1) Dejar de comunicar al inicio de la llamada y antes de requerir cualquier pago:
 - a) El verdadero propósito de la llamada.
 - b) El verdadero nombre de la compañía o entidad que llama.
 - c) Los bienes o servicios ofrecidos.
- 2) Fallar en comunicar en forma clara y detallada la siguiente información:
 - a) El costo total para el consumidor de la venta de los bienes a recibir.
 - b) Cualquier restricción, limitación o condición a la compra o uso de los bienes que son sujetos a la venta.
 - c) Cualquier término o condición en la política de cancelación, devolución o intercambio de la parte vendedora.

- d) Cualquier costo o condición con relación a la otorgación de premios, incluyendo las probabilidades de ganar el premio, la naturaleza y valor del premio.
 - e) La cantidad exacta de cualquier oferta.
- 3) No informar correctamente la calidad y características básicas de los bienes y servicios ofrecidos.
 - 4) Anunciar falsamente que el producto o la compañía en cuestión tiene el endoso de cualquier entidad gubernamental o agencia.
 - 5) Requerir o someter cualquier cargo a una cuenta bancaria o tarjeta de crédito de un consumidor sin haber sido autorizado para ello por parte del consumidor.

Artículo 5.- Prácticas abusivas o prohibidas en el campo de Telemercadeo.

Se considerarán prácticas abusivas y prohibidas en el campo de las telecomunicaciones cuando cualquier vendedor o solicitador telefónico incurra en la siguiente conducta:

- 1) Amenazar o intimidar al consumidor, al igual que el uso de lenguaje obsceno y profano.
- 2) Solicitar cualquier tipo de incentivo por remover información negativa del historial de crédito de una persona en específico.
- 3) Causar que el timbre del teléfono suene más de cinco veces en una llamada cuya intención es una solicitud telefónica.
- 4) Iniciar una solicitud telefónica a una persona, cuando ésta ha reiterado anteriormente que no desea recibir solicitudes telefónicas de ese vendedor en específico.
- 5) Hacer una solicitud telefónica a una residencia a cualquier hora que no sea entre 9:00 a.m. y 9:00 p.m., hora local, en el lugar de la persona llamada.

Artículo 6.- Política de Registro

Todo solicitador telefónico deberá mantener un registro exacto de todas las actividades de telemarketing llevadas a cabo dirigidas a consumidores en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Estos registros deben estar accesibles al Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO). Estos registros se deberán mantener por un período de cinco (5) años desde el comienzo de cualquier llamada telefónica hacia o desde el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Estos registros deben incluir como mínimo lo siguiente:

- a) La ubicación de cualquier solicitador telefónico y la dirección exacta de distintas localidades desde donde las llamadas son originadas.
- b) Copias de todo el libreto o presentación de un producto en específico, el cual el vendedor debe usar en la llamada telefónica para vender el mismo.

- c) Copias de todas las autorizaciones escritas que provean los consumidores de las transacciones de telemercadeo.
- d) El nombre completo y número telefónico de todas las personas que hayan expresado que no quieren recibir solicitaciones telefónicas y la fecha en que notificaron esa voluntad.
- e) Copia de la política de cancelación, reembolso o devolución de cualquier bien o producto ofrecido por el solicitador telefónico.
- f) Materiales que justifiquen cualquier reclamación acerca del rendimiento, eficacia, naturaleza o características de los bienes o servicios que son sujeto de una solicitud telefónica.
- g) Cualquier consentimiento escrito para utilizar nombres de personas u organizaciones que endosan el producto a vender.

Artículo 7.- Exenciones a la Política de Registro

Los requerimientos de registro no aplicarán a los siguientes:

- a) Una persona que haga llamadas telefónicas a la residencia de un ciudadano con el único propósito de efectuar encuestas o solicitar la expresión de ideas, opiniones, o por razones políticas y religiosas.
- b) Un corredor de valores o consultor de inversiones el cual esté registrado debidamente en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico como vendedor de valores, siempre y cuando el propósito de la llamada sea para vender este tipo de valores.
- c) Una institución financiera autorizada a aceptar depósitos y los cuales estén asegurados por la "Federal Deposit Insurance Corporation" o "PROSAD" en el caso de una cooperativa de ahorro y crédito localizada en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.
- d) Una compañía de seguros u otra organización autorizada a hacer negocios en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico por el Comisionado de Seguros.
- e) Un colegio o institución universitaria, debidamente aprobada por el Consejo de Educación Superior del Estado Libre Asociado de Puerto Rico y el Departamento de Educación de los Estados Unidos de América.
- f) Persona o entidad que publique un catálogo con un mínimo de 15 páginas, tres veces al año y con una circulación mínima de por lo menos 100,000 catálogos, donde el mismo incluya claramente los precios, envío, manejo y otros cargos.
- g) Una instrumentalidad del Gobierno de los Estados Unidos, de cualquier estado o del propio Estado Libre Asociado de Puerto Rico.
- h) Un corredor de bienes raíces debidamente licenciado, y en el cual la llamada sea

solamente para ejercer las funciones por las que tiene licencia.

- i) Cualquier agencia de viajes debidamente registrada en el Departamento de Estado del Estado Libre Asociado de Puerto Rico, cuando el propósito de la llamada sea el vender ofertas de viajes.

Artículo 8.- Nulidad de los Contratos.

Cualquier contrato o acuerdo hecho como resultado de una actividad de telemarketing que viole cualquier artículo de esta Ley, puede ser anulado por el consumidor en cualquier momento sin que se le imponga ningún tipo de deuda ni que se le afecte su historial de crédito.

Artículo 9.- Penalidades-

Cualquier negocio o compañía, vendedor o solicitador telefónico que violase esta Ley incurrirá en delito menos grave y convicto que fuere, se le impondrá una multa no menor de quinientos (500.00) dólares, ni mayor de cinco mil (5,000) dólares, y/o pena de reclusión por un término no mayor de seis (6) meses según lo establezca un tribunal.

El Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) tendrá la facultad de establecer los reglamentos para poner esta Ley en vigor y de velar el cumplimiento de esta Ley por parte de las personas, compañías o negocios regulados en esta Ley.

Artículo 10.- "Penalidades-

Cualquier violación a las disposiciones de esta Ley será punible con la imposición de una multa administrativa de hasta un máximo de diez mil (10,000.00) dólares por cada infracción. La facultad para imponer estas multas recaerá en el Departamento de Asuntos del Consumidor, a tenor con lo dispuesto en el Artículo 18 de la Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, según enmendada, conocida como "Ley Orgánica del Departamento de Asuntos del Consumidor", 3LPRA 341q.

Para asegurar la implantación de esta Ley, el importe del dinero recaudado por concepto de dichas multas se ingresará los fondos del Departamento de Asuntos del Consumidor para lo cual se creará una cuenta especial a esos propósitos, en el Departamento de Hacienda.

Artículo 11. – Vigencia-

Esta Ley entrará en vigor inmediatamente después de su aprobación.