Núm. 1345
3 de junio de 1970 - 9:40 A. M.
Aprobado: Fernando Chardon
Secretario de Estado

Por: Lourdes I. de Pierluisi
Secretaria Auxiliar de Estado

Estado Libre Asociado de Puerto Rico
ADMINISTRACION DE SERVICIOS AL CONSUMIDOR
Apartado 13934
Santurce, Puerto Rico 00908

R E G L A M E N T O

Para prohibir los anuncios y las prácticas engañosas en el comercio

Mayo de 1970.

REGLAMENTO

PARTE I

ARTICULO 1 - Autoridad

Este Reglamento se adopta y promulga de acuerdo con los poderes conferidos a la Administración de Servicios al Consumidor por el Artículo 5(a) de la Ley Núm. 148 de 27 de junio de 1968.

ARTICULO 2 - Propósitos Generales

Es el propósito de este Reglamento proteger adecuadamente a los consumidores en Puerto Rico, de los anuncios y prácticas engañosas utilizadas por algunos comerciantes con el fin de incrementar sus ventas. Prevenir y proscribir los anuncios y las prácticas engañosas de tal manera que se cree un clima de confianza y respeto entre los comerciantes y el consumidor en Puerto Rico.

ARTICULO 3 - Alcance y Aplicación

Este Reglamento será aplicable a toda persona natural o jurídica que se dedique a la venta por sí misma, o por mediación de su representante o agente, o como agente o representante de otra persona, o como mediador, de productos, artículos o servicios a ser ofrecidos o entregados para su uso o consumo en Puerto Rico; a toda persona natural o jurídica que se dedique al negocio de cualquier medio de publicidad, sea éste verbal o escrita, y a toda compañía o agencia de publicidad.

ARTICULO 4 - Definiciones

(a) "Administración" - significará la Administración de Servicios al Consumidor.

(b) "Director" - significará el Director de la Administración de Servicios al Consumidor.

(c) "Persona" - significará cualquier persona natural o jurídica.

(d) "Anuncio engañoso" - significará todo tipo o clase de anuncio, o publicidad verbal o escrita, difundido mediante la prensa, radio, televisión, cine, revistas, hojas sueltas o cualquier otro medio de comunicación, que constituya o tienda a constituir fraude o engaño, en donde el artículo, producto o servicio que se anuncie sea falsamente representado o que cree en el consumidor una imagen o impresión errónea sobre la marca, precio, cantidad, tamaño, utilización, calidad, 3ro/cualidad, salubridad, contenido, valor nutritivo o cualquier otra característica del producto, artículo o servicio.

(e) "Práctica engañosa" - significará cualquier acto, práctica, ofrecimiento, sugerencia, información dada, o promesa que haga el vendedor, verbal o escrita, sobre las condiciones, facilidades, ventajas, garantías o servicios bajo las cuales se efectúa la venta del artículo, producto o servicio, cuando tal acto, práctica, ofrecimiento, sugerencia, información dada o promesa, sea falsamente hecha o que cree en el comprador una imagen o impresión errónea sobre las facilidades, servicios, ventajas, garantías o condiciones bajo las cuales compra el artículo, producto o servicio.

(f) "Artículo o Producto" - significará 4to/cualquier bien mueble o inmueble, mercancía, objeto, artículo o producto susceptible de ser objeto de una compraventa.

(g) "Servicio" - significará cualquier labor, obra, trabajo, o servicio prometido, prestado, suplido, vendido, realizado o

susceptible de ser ofrecido al público consumidor.

ARTICULO 5 - Exenciones

Este Reglamento no será de aplicación a las siguientes situaciones:

(a) A ninguna transacción de compraventa de artículo, producto o servicio al por mayor.

(b) A ninguna transacción privada de compraventa de artículo, producto o servicio. Entendiéndose por transacción privada aquella efectuada fuera del curso regular de los negocios, por personas que no se dedican al comercio del artículo, producto o servicio objeto de la transacción de compraventa.

PARTE II - ANUNCIOS ENGAÑOSOS

ARTICULO 6 - Información que deberá aparecer en todo Anuncio

A - Siempre que por la naturaleza del artículo, producto o servicio que se anuncie, sea esencial conocer las especificaciones, modelo, año, componentes o características de éste, éstas deberán aparecer en el anuncio en una forma clara y precisa y libre de ambiguedades que puedan confundir al consumidor.

B - Cuando el artículo, producto o servicio que se anuncie contenga compuestos o agentes químicos, fórmulas o cualquier sustancia cuyo uso normal y corriente cause o pueda causar reacciones fisiológicas o sicológicas o cualquier otra alteración del organismo, este hecho deberá expresarse en forma clara y precisa en todo anuncio que se haga de tal artículo, producto o servicio. Disponiéndose, que no se tendrá que cumplir con el anterior requisito en los

anuncios de artículos o productos en cuyas etiquetas o envolturas aparezca en una forma clara y precisa la información en éste exigida.

C - Siempre que se anuncie para la venta un artículo o producto que haya sido usado o que esté en algún modo damnificado; o que su producción haya sido descontinuada, este hecho deberá hacerse constar en forma clara y precisa, en todo anuncio que se haga de la venta de dicho artículo o producto.

ARTICULO 7 - Limitación en el Uso de Siglas o Abreviaturas

En ningún anuncio de un artículo, producto o servicio se podrán usar signos, abreviaturas o siglas incomprensibles o técnicas, cuando las mismas puedan tender a crear en el consumidor una imagen o impresión errónea sobre el precio, condiciones de venta, o cualquier otra característica del artículo, producto o servicio anunciado.

ARTICULO 8 - Tamaño de las Letras en Anuncios Escritos

Será ilegal utilizar en cualquier anuncio por escrito un tamaño de letra menor que el de seis (6) puntos.

ARTICULO 9 - Forma de los Anuncios

Todo anuncio deberá estar redactado, expresado y presentado en tal forma que lleve a la mente del consumidor toda aquella información que le sea esencial y necesaria conocer sobre las cualidades, calidad, precio, tamaño, cantidad, utilización o cualquier otra característica del artículo, producto o servicio que se anuncia, libre de toda ambiguedad que pueda tender a confundirlo.

ARTICULO 10 - Anuncios en los Establecimientos Comerciales

A - Toda fracción de precio o de cantidad que aparezca después de un número entero en un cartel, cartelón, pizarra o cualquier otro objeto que se utilice para anunciar los precios o cantidades de los artículos, productos o servicios que se vendan en los establecimientos comerciales, no podrá ser menor de la mitad del tamaño de dicho número entero.

B - Cualquier indicación o expresión que se utilice en un cartel, cartelón, pizarra u objeto de anuncio, que tienda a limitar el precio indicado o las condiciones bajo las cuales puede obtenerse el artículo, producto o servicio anunciado, deberá aparecer en letra de, por lo menos, un tamaño igual a la mitad del número entero utilizado para indicar el precio de dicho artículo, producto o servicio.

Disponiéndose, que las disposiciones del presente Artículo únicamente serán de aplicación a los anuncios que por escrito se expongan a la vista del público en los establecimientos comerciales.

ARTICULO 11 - Vistas, Gráficas o Representaciones de Condominios, Edificios o Urbanizaciones

En todo anuncio, promoción o propaganda que se haga por escrito, gráficamente o mediante cualquier otro medio visual para la venta de condominios, casas, apartamientos, terrenos, edificios o urbanizaciones, cualquier vista, gráfica o representación que se haga de cualquiera de sus partes o facilidades, deberá ser exacta a la que verdaderamente existe en el diseño arquitectónico o planos originales de dicho condominio, casa, apartamiento, terrenos,

edificio o urbanización.

Disponiéndose, que/en aquellos casos en que no exista un diseño arquitectónico o planos originales, la vista, gráfica o representación que se haga en el anuncio deberá ser exacta a la forma, tamaño, localización, facilidades, uso, niveles o cavidad del condominio, casa, apartamiento, terrenos, edificio o urbanización que se anuncie.

ARTICULO 12 - Vistas, Gráficas o Representaciones de Artículos, Productos o Servicios

En todo anuncio, promoción o propaganda que se haga por escrito, gráficamente o mediante cualquier otro medio visual para la venta de un artículo, producto o servicio, cualquier vista, gráfica o representación que se haga del mismo o de cualquiera/de sus partes o cualidades, deberá ser exacta a la que verdaderamente se ajusta a la naturaleza, forma, tamaño, uso, resistencia, componentes, capacidad o calidad del artículo, producto o servicio anunciado.

ARTICULO 13 - Responsabilidad de los Medios de Comunicación: Prensa, Radio, Televisión, Revistas y cualquier otro medio de Comunicación; o Agencia de Publicidad.

A - Incurrirá en una práctica de anuncio engañoso la estación de radio, televisión, cine, periódico, revista o cualquier otro medio de comunicación o agencia de publicidad que después de haber sido debidamente requerida por escrito por la Administración, se negara a ofrecer el nombre o dirección postal/o residencial del productor, distribuidor, vendedor o persona que la indujo a transmitir o publicar un anuncio engañoso.

B - Incurrirá en una práctica de anuncio engañoso la estación de radio, televisión, cine, periódico, revista o cualquier otro medio de comunicación, que insista en transmitir o publicar un anuncio, después de la Administración haberle dictado una Orden para que cese y desista de transmitir o publicar tal anuncio.

C - Siempre que se demuestre, mediante la debida evidencia y previa vista administrativa, que los términos, condiciones, precio, garantías, servicios o cualquier otro aspecto esencial que deba aparecer en un anuncio ha sido/(120) omitido, alterado, modificado o cambiado por culpa o negligencia exclusiva del medio de comunicación que lo transmitió o publicó éste será responsable de satisfacer al consumidor cualquier daño o perjuicio que haya sufrido.

ARTICULO 14 - Limitaciones en Ventas Especiales

Siempre que la cantidad de un artículo, producto o servicio, a ser vendida en una venta especial se limite a un número de unidades por persona, este hecho deberá así hacerse constar en todo anuncio que se haga de dicha venta especial.

ARTICULO 15 - Artículos, Productos o Servicios en Venta Especial

A - En todo anuncio que se haga de una/(130) venta especial se deberá indicar en forma clara y precisa si todos los artículos, productos o servicios de la firma comercial que efectúa dicha venta están en venta especial o si sólo están en venta especial algunos artículos, productos o servicios de ésta.

B - Siempre que en un anuncio de venta especial, se haga mención al precio especial a que se venderá el artículo, producto o servicio que se ofrece, el precio regular a que se ha estado vendiendo dicho artículo, producto o servicio, deberá también mencionarse o aparecer en forma clara y precisa junto al precio especial a que/se venderá dicho artículo, producto o servicio.

Disponiéndose, que en el caso de anuncios de venta especial por una cadena de tiendas, el precio regular a que se ha estado vendiendo dicho artículo, producto o servicio, que deberá aparecer, es aquel precio regular más bajo a que se haya estado vendiendo dicho artículo, producto o servicio en cualquiera de los establecimientos incluídos en dicha venta especial.

PARTE III - PRACTICAS ENGAÑOSAS

ARTICULO 16 - Incumplimiento de Oferta

Incurrirá en una práctica engañosa, toda persona que anuncie un artículo, producto o servicio en venta especial y no pueda suplir éste a cualquier consumidor/que solicite la compra del mismo dentro de un período de tiempo razonable-tomando en consideración la naturaleza del artículo, producto o servicio-después de haber comenzado dicha venta especial.

ARTICULO 17 - Entrega del Artículo, Producto o Servicio Anunciado

Ninguna persona podrá entregarle a un consumidor un artículo, producto o servicio distinto en precio, calidad, tamaño, cualidad, modelo u otro aspecto o característica distinta a las del artículo, producto o servicio anunciado.

ARTICULO 18 - Notificación al Consumidor

Toda persona que se dedique a la reparación de artículos, productos, objetos o artefactos eléctricos o mecánicos, que tenga como práctica el de 1600 retener para sí las piezas o partes susceptibles de ser reparadas, como parte del precio de dicho servicio o reparación, deberá así notificárselo al consumidor antes de comenzar a efectuar el trabajo o servicio de reparación.

ARTICULO 19 - Empaque de Artículos o Productos

A - Incurrirá en una práctica engañosa, toda persona que exponga, venda u ofrezca para la venta cualquier artículo o producto empacado en tal forma que aquellos artículos o productos o parte de los mismos que estén dañados, defectuosos, de peor apariencia o de inferior calidad queden ocultos detrás o debajo de los artículos o productos en buen 1700 estado, de buena apariencia o de superior calidad.

B - Incurrirá en una práctica engañosa, toda persona que exponga, venda u ofrezca para la venta artículos o productos de distinta categoría, condición, clasificación o calidad en un mismo paquete bajo un mismo precio.

ARTICULO 20 - Artículos o Productos Usados, Damnificados o Descontinuados

Toda persona que venda, exponga u ofrezca para la venta un artículo o producto que haya sido usado; esté en algún modo damnificado o que su producción haya sido descontinuada, deberá notificar este hecho al consumidor antes de este adquirir dicho artículo o producto.

ARTICULO 21 - Artículos o Productos Congelados

Incurrirá en una práctica engañosa toda persona que venda, ofrezca o exponga para la venta artículos o productos congelados, o que hayan sido congelados, como si éstos fueran frescos. Debiéndose entender el término "congelados" en su acepción usual y corriente que se utiliza en la práctica comercial en la compraventa de dichos artículos o productos.

ARTICULO 22 - Artículos o Productos Importados

Incurrirá en una práctica engañosa toda persona que venda, ofrezca o exponga para la venta artículos o productos importados como si éstos fueran producidos en Puerto Rico

ARTICULO 23 - Forma de Efectuar las Ventas u Ofertas de Venta

Toda persona deberá, antes de efectuar una venta u ofrecimiento de venta, expresarle al comprador, en una forma clara y precisa, toda aquella información que le sea esencial y necesaria conocer sobre el precio, calidad, modelo, tamaño, cantidad, utilización, condiciones bajo las cuales se efectúa la venta, garantía y cualquier otra característica o condición del artículo, producto o servicio

que se venda u ofrezca para la venta, libre de toda ambiguedad que pueda tender a confundirlo. Disponiéndose, que las disposiciones de este Artículo no serán de aplicación a las ventas de artículos o productos alimenticios cuando estos esten accesibles al consumidor, pudiendo este ver, inspeccionar y pesar dichos artículos o productos alimenticios.

ARTICULO 24 - Penalidades

Cualquier violación a las disposiciones de este Reglamento o de las Ordenes o resoluciones emitidas bajo el mismo, constituirá delito menos grave castigable con multa no mayor de mil (1,000) dólares o con reclusión que no exceda de seis (6) meses o con ambas penas a discreción del Tribunal.

El Director queda facultado para, previa notificación y vista administrativa, imponer y cobrar multas administrativas no menores de veinticinco (25) dólares ni mayores de mil (1,000) dólares, por cualquier violación a las disposiciones de este Reglamento o a las órdenes y resoluciones emitidos bajo el mismo.

Cuando la naturaleza de la infracción de este Reglamento o de las órdenes y resoluciones emitidas bajo el mismo lo justifique, en vez de la imposición de la multa administrativa, el Director podrá promover acción criminal contra el infractor.

ARTICULO 25 - Separabilidad

Si cualquier parte, párrafo o cláusula de este Reglamento fuere declarado inconstitucional por un Tribunal de jurisdicción competente, la sentencia a tal efecto dictada no afectará ni

invalidará el resto de este Reglamento, sino que su efecto quedará limitado a la parte, sección, párrafo o cláusula de este Reglamento que hubiere sido declarado inconstitucional.

ARTICULO 26 - Vigencia

Este Reglamento tendrá fuerza de ley, inmediatamente después de cumplirse con las disposiciones de la Ley número 112 de 30 de junio de 1957, según enmendada.

Aprobado hoy día 2 de junio de 1970

Radicado en el Departamento de Estado el día

Efectivo el día 2 de junio de 1970

Héctor L. Schmidt
Director