ESTADO LIBRE ASOCIADO DE
PUERTO RICO
Departamento de Asuntos del Consumidor

Número: 8631
Fecha: 18 de agosto de 2015
***Aprobado*: Hon. David E. Bernier Rivera**
Secretario de Estado

Por: Francisco J. Rodríguez Bernier
Secretario Auxiliar de Servicios

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN DEL FRAUDE EN EL TELEMERCADEO

Aprobado el 18 de agosto de 2015

Apartado 41059
Estación Minillas
San Juan, Puerto Rico 00940-1059
T. (787) 722-7555 www.daco.pr.gov
DACO A TU FAVOR dacoatufavor @dacoatufavor DACO A TU FAVOR

DACO
Departamento de Asuntos del Consumidor
A tu favor

ÍNDICE

Regla 1-	Autoridad	1
Regla 2-	Propósitos generales	1
Regla 3-	Alcance y Aplicación	1
Regla 4-	Interpretación	1
Regla 5-	Definiciones	2
Regla 6-	Notificación; Requisitos	4
Regla 7-	Prácticas Engañosas Prohibidas	4
Regla 8-	Prácticas Abusivas Prohibidas	5
Regla 9-	Registro	6
Regla 10-	Excepciones al Registro	7
Regla11-	Nulidad de los Contratos	8
Regla 12-	Penalidades	9
Regla 13-	Salvedad	9
Regla 14-	Vigencia	9

Regla 1 – Autoridad

Este reglamento se promulga conforme a los poderes conferidos al Departamento de Asuntos del Consumidor por virtud de las Leyes Núm. 5 de 23 de abril de 1973, Núm. 210 de 28 de agosto de 2003, según enmendada por la Ley Núm. 223 de 13 de septiembre de 2012.

Regla 2 – Propósitos Generales

Este Reglamento tiene el propósito de proteger a los consumidores de ciertas prácticas en el telemercadeo que han sido adoptadas por los proveedores de bienes y servicios para fomentar la adquisición de sus productos, en perjuicio de los consumidores.

Regla 3 – Alcance y Aplicación

Este Reglamento aplicará a toda persona natural o jurídica, que se dedique de forma permanente o incidental a ofrecer por vía telefónica, bienes o servicios a consumidores, por sí misma o por medio de un representante, agente, intermediario o como agente representante de otra o como mediador, en la jurisdicción del Estado Libre Asociado de Puerto Rico. También aplicará a toda persona natural o jurídica que se dedique al negocio del telemercadeo. No será de aplicación a los clubes de membresía, siempre que las llamadas generadas respondan a asuntos relacionados a la membresía de sus socios.

Regla 4 — Interpretación

Este Reglamento deberá interpretarse liberalmente a favor del consumidor y con el propósito de cumplir con las fuentes legales consignadas en la Regla 1, entre ellas el artículo 6(j) de la Ley Núm. 5 del 23 de abril de 1973. En caso de discrepancias entre el texto original en español y su traducción al inglés, prevalecerá el texto en español.

Regla 5 — Definiciones

Las palabras y frases usadas en este reglamento se interpretarán según el contexto en que sean usadas y tendrán el significado aceptado por el uso común y corriente. En los casos aplicables, las palabras utilizadas en el tiempo presente incluyen también el futuro; las usadas en el género masculino incluyen el femenino; el singular incluye el plural y el plural incluye el singular.

Los siguientes términos usados en este reglamento tendrán el significado que a continuación se expresa:

1. Consumidor- Toda persona natural a la que se le ofrezca un bien o servicio mediante actividad de telemercadeo 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- Autorización escrita por el consumidor, la cual incluya su firma autorizando a un solicitador telefónico a que obtenga un pago de una cuenta de cheques, ahorro o tarjeta de crédito. Se permiten autorizaciones por medio de grabaciones y/o el envío de confirmaciones escritas.

En el caso de autorizaciones grabadas, el vendedor o solicitador telefónico deberá proveer al consumidor la siguiente información:

- La fecha del giro.
- El monto del giro(s).
- El nombre del destinatario del pago.
- La cantidad de giros.

- Un número de teléfono al que el consumidor pueda llamar en el horario de atención al público.
- La fecha de la autorización verbal del consumidor.

Si utiliza una confirmación escrita para verificar la autorización del consumidor, le debe entregar al consumidor toda la información antes mencionada; y el aviso de confirmación debe incluir el procedimiento de rembolso a seguir, si fuera necesario.

3. Bienes o Servicios- Cualquier bien tangible o intangible, o cualquier tipo de servicio ofrecido a una persona.

4. 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.

5. Telemercadeo- Plan, programa o campaña, 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.

6. Solicitador Telefónico- Cualquier persona, negocio o compañía que mediante el proceso de telemercadeo, inicia o recibe llamadas telefónicas de un consumidor en específico, en la cual una de las partes está localizada en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

7. Notificación - documento que incluirá los términos y condiciones del periodo de prueba, el cargo o costo que se cobrará por los bienes o servicios luego de terminar el periodo de prueba, y la fecha en que finaliza el mismo. El documento incluirá la dirección y el teléfono a los cuales el consumidor pueda dirigirse para informar que no desea recibir los bienes o servicios luego de finalizado el término establecido.

Regla 6 – Notificación; Requisitos

1. Toda persona o entidad que utilizando algún medio de telemercadeo ofrezca bienes o servicios gratuitos durante un periodo de prueba, enviará al consumidor una notificación o recibo que incluirá los términos y condiciones del periodo de prueba, el cargo o costo que se cobrará por los bienes o servicios luego de terminar el periodo de prueba, y la fecha en que finaliza el mismo, la dirección y el teléfono a los cuales el consumidor pueda dirigirse para informar que no desea recibir los bienes o servicios luego de finalizado el término establecido o cómo debe notificar la cancelación al finalizar el periodo de prueba.

2. Incluirá además, una cláusula a los efectos de establecer que la falta de respuesta a la notificación o recibo enviado por el proveedor de bienes o servicios, no se entenderá como una aceptación por parte del consumidor para recibir o disfrutar de los mismos, luego de terminado el periodo de prueba.

Regla 7- Prácticas Engañosas Prohibidas

Se considerarán como prácticas engañosas prohibidas 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 al finalizar el periodo de prueba.

b. El costo total de cualquier cargo por manejo y franqueo aunque el producto o servicio sea gratuito.

c. Cualquier restricción, limitación o condición a la compra o uso de los bienes que son sujetos a la venta al finalizar el periodo de prueba o al momento de adquirirlo.

d. Cualquier término o condición en la política de cancelación, devolución o intercambio de la parte vendedora.

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.

Regla 8- Prácticas Abusivas Prohibidas

Se considerarán como prácticas abusivas y prohibidas en el campo de las telecomunicaciones las siguientes conductas de un vendedor o solicitador telefónico:

1. Amenazar o intimidar al consumidor, al igual que el uso del 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 la solicitación telefónica.

4. Iniciar una solicitación telefónica a una persona, cuando ésta ha reiterado anteriormente que no desea recibir solicitaciones telefónicas de ese vendedor en específico.

5. Hacer una solicitación 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.

Regla 9 -- Registro

A. Todo solicitador telefónico deberá mantener un registro exacto de todas las actividades de telemercadeo dirigidas a consumidores, realizadas en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Estos registros deben estar accesibles al Departamento de Asuntos del Consumidor (DACO) y 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.

B. Estos registros deben incluir como mínimo lo siguiente:

1. La ubicación de cualquier solicitador telefónico y la dirección exacta de las distintas localidades desde donde las llamadas son originadas.

2. Copia de todo el libreto o presentación de un producto en específico, que el vendedor utiliza en la llamada telefónica para venderlo.

3. Copias de todas las autorizaciones escritas que provean los consumidores de las transacciones de telemercadeo, incluyendo las cancelaciones

durante el periodo de prueba y la continuación o adquisición del bien o servicio, luego del periodo de prueba.

4. 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.

5. Copia de la política de cancelación, reembolso o devolución de cualquier bien o producto ofrecido por el solicitador telefónico.

6. Materiales que justifiquen cualquier reclamación acerca del rendimiento, eficacia, naturaleza o características de los bienes o servicios que son objeto de una solicitación telefónica.

7. Cualquier consentimiento escrito para utilizar nombres de personas u organizaciones que endosan el producto a vender.

Regla 10- Excepciones al Registro

Los requerimientos de registro no aplicarán en los siguientes casos:

1. 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.

2. 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.

3. 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.

4. Una compañía de seguros u otra organización autorizada a hacer negocios en el Estado Libre Asociado de Puerto Rico por el Comisionado de Seguros.

5. 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.

6. 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.

7. Una instrumentalidad del Gobierno de los Estados Unidos, de cualquier estado o del propio Estado Libre Asociado de Puerto Rico.

8. Un corredor de bienes raíces debidamente licenciado, y en el cual la llamada sea solamente para ejercer las funciones por las que tiene licencia.

9. 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.

Regla 11 – Nulidad de los Contratos

Cualquier contrato o acuerdo hecho como resultado de una actividad de telemercadeo 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.

Regla 12 - Penalidades

Cualquier negocio o compañía, vendedor o solicitador telefónico que violase este Reglamento, se le impondrá una multa no menor de quinientos (500.00) dólares, ni mayor de cinco mil (5,000) dólares y será referido Secretario de Justicia para la acción correspondiente acción conforme a las disposiciones de la Ley Núm. 210 de 28 de agosto de 2003, según enmendada por la Ley Núm. 223 de 13 de septiembre de 2012.

Regla 13- Salvedad

Si cualquier disposición de este Reglamento fuera declarada inconstitucional o ilegal por un Tribunal de jurisdicción competente, dicha determinación no afectará ni invalidará el resto del reglamento, sino que el efecto quedará limitado a la parte, artículo, párrafo o cláusula que hubiere sido declarado inconstitucional o ilegal.

Regla 14 - Vigencia

Este Reglamento entrará en vigor treinta (30) días después de su radicación en la Oficina del Secretario de Estado.

En San Juan, Puerto Rico, hoy 18 de agosto de 2015.

Nery E. Adames Soto
Secretario

ANALISIS DE FLEXIBILIDAD ADMINISTRATIVA

A tenor con la Ley Núm. 454 de 28 de diciembre de 2000, según enmendada, mejor conocida como la Ley de Flexibilidad Administrativa y Reglamentaria para el Pequeño Negocio, se somete el Análisis de Flexibilidad Administrativa para el *Proyecto de Reglamento para la Prevención del Fraude en el Telemercadeo.*

a) Una declaración breve de la necesidad y objetivos de la reglamentación

Este reglamento se emite al amparo de las siguientes leyes: Ley Núm. 5 de 23 de abril de 1973, la Ley Núm. 170 de 12 de agosto de 1988, Ley Núm. 210 de 28 de agosto de 2003, según enmendada por la Ley Núm. 223 de 13 de septiembre de 2012 El propósito de este Reglamento, es establecer mecanismos de protección a los consumidores de las practicas engañosas de algunos proveedores de bienes y servicios que adoptan para fomentar la adquisición de sus productos, permitiendo a los consumidores que utilicen muestras de éstos por un periodo de tiempo limitado. Luego de ese periodo, el consumidor tiene la potestad para decidir si continuará disfrutando del bien o servicio al finalizar el periodo de prueba y muchas veces no se les informa adecuadamente de ello.

b) Un resumen de los asuntos significativos levantado por la opinión pública, un resumen de la evaluación de la agencia a esos asuntos, y una declaración de los cambios establecidos en el reglamento como resultado de los comentarios

Este Proyecto de Reglamento tuvo vista pública el 10 de octubre de 2014. A la vista asistieron dos deponentes: el Lcdo. Miguel Merced en representación de Telecontacto, Inc.; y el Sr. Carlos A. Marchi, Vicepresidente de Ventas y Mercadeo de LinkActiv. Recibimos por escrito comentarios del Lcdo. Luis Morera, en representación de Walmart P.R. y de la Cámara de Comercio representados por su Presidente, el Ing. José Izquierdo.

En resumen, los asuntos presentados por los deponentes fueron los siguientes: atemperar reglamento a disposiciones federales que permiten al consumidor dar "consentimiento escrito" a través de grabaciones; aclarar en el lenguaje del reglamento si aplica o no a clubes de descuento; especificar que solo aplica a ofrecimientos por vía telefónica; que se elimine la cláusula que establece que el silencio del consumidor no será interpretado como aceptación del producto o servicio, luego de enviar la notificación.

Luego de analizar los planteamientos antes enumerados, el Departamento ha acogido todos ellos, menos el último, relacionado a la cláusula sobre el silencio del consumidor, luego de haber recibido una notificación de parte del proveedor del bien o servicio respecto al periodo de prueba. Dicha disposición es un mandato de la Ley Núm. 223, de 13 de septiembre de 2012. El legislador entendió necesario requerir una notificación de parte del proveedor para que el consumidor tenga conocimiento de los términos de prueba del producto o servicio, pero a su vez, dispuso que el silencio del consumidor luego de terminado dicho periodo, no se entenderá como que el consumidor está aceptando retener y comprar el producto o servicio en cuestión.

c) Una descripción y un número estimado de pequeñas entidades, a tenor con la definición de "pequeños negocios" establecido en el Artículo 2, inciso (d) de esta Ley, a los que el reglamento aplicará o en su defecto, una explicación de por qué ese estimado no está disponible.

Este Proyecto de Reglamento, será de aplicación sólo a aquellos pequeños negocios que utilicen el telemercadeo para promover y vender sus productos o servicios. Por no tener un registro de estos negocios, el Departamento no cuenta con datos para poder ofrecer un estimado de cuantos comerciantes podrían ser afectados en caso de que utilicen estos servicios de telemercadeo. No obstante, por nuestra experiencia, podemos indicar que no muchos pequeños negocios utilizan el telemercadeo para promocionar sus productos o servicios, esta herramienta es más usada por negocios grades y/o las megatiendas.

d) Una descripción de los informes, teneduría de libros y otros requisitos para cumplir con el reglamento, incluyendo un estimado de las clases de pequeñas entidades que estarán sujetas a los requisitos y el tipo de destreza técnica necesaria para la preparación del informe o registro

Dada la naturaleza de este reglamento, no se le requiere a ningún comerciante que prepare ningún informe, ni cumpla con algún requisito, al menos de forma compulsoria. La información que se solicita en la notificación es información, que, de ordinario, es manejada por el comerciante, si utiliza el servicio de telemercadeo.

Nota: Mediante carta de 10 de febrero de 2015, el Procurador de Pequeños Negocios, Lcdo. Edison Negrón, indicó al Departamento de Asuntos del Consumidor que el término de cinco (5) años, establecido en la Regla 8 del este Reglamento, durante el cual todo solicitador telefónico debe tener un registro exacto de todas las actividades de telemercadeo, es muy grande. Recomendó el Procurador de Pequeños Negocios reducir a tres (3) años para no afectar la operación ni el almacenaje de estos comercios. La recomendación del Procurador de Pequeños Negocios no se acoge. Lo

contrario implicaría una actuación ultra vires. El Artículo 6 de la Ley Núm. 210 de 28 de agosto de 2003, según enmendada, conocida como "Ley para la Prevención del Fraude en el Telemercadeo, que se mantuvo inalterada por la Ley Núm. 223-2012 de 13 de septiembre de 2012, dispone en lo pertinente que: "...estos registros se deberán mantener por periodo de cinco (5) años desde el comienzo de cualquier llamada telefónica hacia o desde el Estado Libre Asociado de Puerto Rico...". La Regla 8 de este reglamento recoge literalmente lo dispuesto por el Artículo 6 de la Ley Núm. 210, *supra*, incluyendo el término de cinco (5) años que nos ocupa.

e) Una descripción de los pasos que la agencia ha tomado para minimizar los impactos económicos significativos en pequeños negocios de acuerdo a los objetivos de los estatutos aplicables, incluyendo una declaración de las razones de hechos, legales y política pública para rechazar las otras alternativas que podrán afectar a éstas.

Entendemos que no son onerosos ninguno de los requisitos establecidos para generar el documento de notificación y archivo, ya que lo requerido es información que se genera como parte del curso normal de los negocios, por lo que la Agencia no estima necesario establecer un plan para minimizar el impacto económico.

En San Juan, Puerto Rico, 18 de agosto de 2015

Nery E. Adames Soto
Secretario