



**GOBIERNO DE PUERTO RICO
OFICINA DEL SECRETARIO**

DEPARTAMENTO DE ESTADO

Número: 7932

Fecha: 15 de octubre de 2010

Aprobado: Hon. Kenneth D. McClintock
Secretario de Estado

Por: Eduardo Arosemena Muñoz
Secretario Auxiliar de Servicios

REGLAMENTO CONTRA PRÁCTICAS Y ANUNCIOS ENGAÑOSOS

Aprobado 15 de octubre de 2010

ÍNDICE

	PAGINA
REGLA 1. AUTORIDAD	4
REGLA 2. PROPOSITOS GENERALES	4
REGLA 3. ALCANCE Y APLICACIÓN	4
REGLA 4. INTERPRETACIÓN	5
REGLA 5. DEFINICIONES	5-10
REGLA 6. PRINCIPIOS BASICOS	10-11
REGLA 7. PRACTICAS Y ANUNCIOS ENGAÑOSOS	11-14
REGLA 8. FORMA DE LOS ANUNCIOS	14-17
REGLA 9. DIVULGACION DE DATOS RELEVANTES	17-19
REGLA 10. REPRESENTACIONES VISUALES	19
REGLA 11. ANUNCIO DEL PRECIO	19-20
REGLA 12. COMPARACIONES DE PRECIO	20-22
REGLA 13. DISPONIBILIDAD DEL BIEN ANUNCIADO	23-24
REGLA 14. ARTICULOS SUSTITUTOS Y VALES ("RAIN CHECKS")	24-26
REGLA 15. DIVULGACION DE INFORMACION SOBRE VENTA ESPECIAL EN ANUNCIOS	26-27
REGLA 16. REGALOS Y PREMIOS	27
REGLA 17. REEMBOLSO ("REBATE")	27-28
REGLA 18. OBTENCION DE INFORMACION PERSONAL DEL CONSUMIDOR	28
REGLA 19. RECIBO	28
REGLA 20. FINANCIAMIENTO	29

	PAGINA
REGLA 21. CUMPLIMIENTO CON EL "TRUTH-IN-LENDING ACT"	29
REGLA 22. GARANTIAS	29-31
REGLA 23. CORRECCIONES	31
REGLA 24. PUBLICIDAD DEL ERROR	31-32
REGLA 25. ENDOSOS O CARACTERIZACIONES EN LOS ANUNCIOS	32
REGLA 26. RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	33
REGLA 27. EXPEDIENTES	33
REGLA 28. POLITICAS DE DEVOLUCION DE BIENES	33-35
REGLA 29. PROPINAS	35
REGLA 30. COPIA DEL REGLAMENTO	35
REGLA 31. PENALIDADES	35
REGLA 32. SANCIONES PENALES	35
REGLA 33. SALVEDAD	36
REGLA 34. CLAUSULA DEROGATORIA	36
REGLA 35. VIGENCIA	36



REGLAMENTO CONTRA PRÁCTICAS Y ANUNCIOS ENGAÑOSOS

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. 148 de 27 de junio de 1968, Núm. 97 de 19 de junio de 1953, Núm. 228 de 12 de mayo de 1942, Núm. 95 de 16 de mayo de 2006, Núm. 42 de 27 de enero de 2006, y Ley Núm. 96 de 16 de mayo de 2006, según enmendadas.

REGLA 2 - PROPÓSITOS GENERALES

Este Reglamento tiene el propósito de proteger a los consumidores de las prácticas y anuncios que creen o tiendan a crear una apariencia falsa o engañosa sobre bienes o servicios ofrecidos en el comercio. Además, prohíbe las prácticas y anuncios engañosos, con el objetivo de establecer un clima de confianza y respeto entre comerciantes y 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 bienes o servicios a consumidores, por sí misma o por mediación 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 de la publicidad o actividad similar.

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:

- A. **Anunciante** - aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje o anuncio publicitario o de cualquier tipo de información referente a sus bienes o servicios.
- B. **Anuncio** - cualquier manifestación oral, escrita, gráfica, pictórica, electrónica o de cualquier otra forma presentada, hecha con el propósito de ofrecer, describir o de cualquier otra forma representar un bien o servicio o algún aspecto de un bien o servicio.
- C. **Anuncio engañoso** - cualquier anuncio que constituya o tienda a constituir fraude, engaño o comunique o tienda a comunicar una idea falsa o incorrecta sobre el bien o servicio anunciado. Cualquier anuncio que omita datos relevantes del producto, bien o servicio, limitando al consumidor de tomar decisiones informadas e inteligentes.

- D. **Artículo sustituto** - se entenderá como artículo sustituto aquel artículo similar, para el mismo uso o destino, de igual o superior calidad a un artículo anunciado en especial, y cuyo precio regular sea igual o superior pero no más del 50% del precio especial del artículo anunciado.
- E. **Bien** - cualquier bien mueble o inmueble, mercancía, artículo o producto susceptible de ser objeto de una compraventa, arrendamiento o de cualquier tipo de transacción comercial.
- F. **Clara y adecuadamente** - representación fácilmente perceptible, libre de ambigüedades y de un tamaño, contrastes de color y audición que al ser presentada pueda ser rápidamente captada y entendida sin dificultad.
- G. **Comerciante** - proveedor de bienes y servicios; cualquier persona que ofrece para la venta, arrendamiento o realiza transacciones comerciales en Puerto Rico de bienes o servicios a consumidores. Incluye, sin limitación, los siguientes: cualquier oficial, agente, empleado, vendedor o representante del vendedor.
- H. **Comercio** - establecimiento comercial donde se llevan a cabo transacciones comerciales sobre bienes y servicios con personas que los adquieren para su uso o disposición personal sin ánimo de reventa. "Establecimiento" significará cualquier estructura, edificio, local, almacén, solar o lugar análogo en el que se realice cualquier tipo de operación sobre la venta, expendio o distribución de bienes y servicios a los consumidores.
- I. **Comparación de precios** - comparación directa o indirecta de un precio de venta de un bien o servicio, expresada en términos de dólares y centavos, fracciones, por cientos o de cualquier otra manera, con cualquier otro precio o expresión de valor. Incluye, sin limitación, cualquier reclamo de reducción o ahorro con relación al precio regular del bien o servicio.

- J. **Consumidor** - toda persona natural, que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final. Incluye toda otra persona, asociación o entidad que por designación de ley está facultado para presentar su reclamación en el Departamento.
- K. **Cuota de re almacenamiento o "re-stocking fee"** - cantidad cobrada por algunos establecimientos comerciales, al momento que el consumidor devuelve mercancía al amparo de la política de devolución del establecimiento, la cual representa un por ciento del precio pagado por el consumidor.
- L. **Dato relevante** - aquel que de divulgarse podría influenciar a los consumidores a adquirir o no el bien o servicio anunciado; o a realizar o no el acto que señala o parece señalar el anuncio o la práctica.
- M. **Demanda razonablemente anticipada** - aquella proyección futura en el inventario de determinado artículo, utilizando como base las cantidades registradas en los libros del negocio, en cuanto a ese artículo, durante el año anterior. Entiéndase, de la misma naturaleza, características y precio, según han sido vendidos, en un periodo igual o similar al que se pretende volver a ofrecer al consumidor.
- N. **Departamento** - Departamento de Asuntos del Consumidor.
- O. **Establecimientos de comida** - incluyen restaurantes, todo establecimiento de comida rápida o "fast food", todo establecimiento de comida que opere como parte de una franquicia o que comparten un menú estándar de alimentos, el servicio de comida a domicilio, todo tipo de unidad móvil en donde se prepare y sirva comida, los negocios de comida típica y artesanales, o cualquier otro negocio dedicado a la venta de alimentos servido para consumo inmediato. Se entenderá como negocio de comida típica y artesanal todo establecimiento donde se sirvan o vendan comidas típicas o autóctonas de Puerto Rico, incluyendo, pero no limitado, a los quioscos ubicados en las zonas costeras de la isla y los que tradicionalmente se ubican en las fiestas patronales.

- P. **Gratis** - un producto, bien o servicio, se entenderá que es gratis cuando no tenga ningún costo directo o indirecto para su obtención.
- Q. **Fecha de publicación inicial** - la fecha en la cual por primera ocasión un anuncio es publicado, difundido, distribuido, circulado, presentado, desplegado, exhibido o de cualquier otra forma diseminado en Puerto Rico.
- R. **Información personal** - cualquier información no-pública de una persona, nombre o número que pueda utilizarse, por sí mismo o junto con cualquier otra información, incluyendo pero sin limitarse a: nombre y apellidos; número de seguro social; fecha y/o lugar de nacimiento; estado civil; género; dirección física o postal; código postal; dirección de correo electrónico; número de teléfono; número de licencia de conducir; número de pasaporte; huella(s) dactilar(es); grabaciones de voz; imágenes de retina; y cualquier otra información no-pública que permita identificar, física o electrónicamente, a una persona natural.
- S. **Intermediario** - persona que media entre el anunciante y los medios de comunicación. Incluye, pero no se limita, a cualquier agencia de publicidad o representante de ésta.
- T. **Garantía** - documento impreso o escrito en materiales perdurables, entiéndase tinta y papel permanente, que garanticen la preservación de la información impresa por un término mayor de un (1) año o por el término que se extienda la garantía del bien adquirido y/o el servicio rendido, lo que sea mayor- que se emite en un establecimiento afirmando la idoneidad y calidad de los bienes vendidos o de los servicios rendidos a los consumidores, y donde media un compromiso de reembolso, reparación, sustitución o cualquier otro remedio adecuado para corregir las fallas, defectos o deficiencias que se hayan identificado en esos bienes o servicios durante un término de tiempo específico a través del establecimiento y/o del fabricante del producto.

- U. **Medio de comunicación** - incluye televisión, radio, cine, servicio postal, periódicos, revistas, volantes, hojas sueltas, rótulos, "Internet", teléfonos celulares inalámbricos, teléfonos digitales, o cualquier otro medio que tenga como objetivo publicar o difundir un anuncio según definido en este reglamento, en el mercado de Puerto Rico específicamente.
- V. **Persona** - cualquier persona natural o jurídica.
- W. **Práctica engañosa** - cualquier acto, práctica, curso de conducta, mecanismo de persuasión, ofrecimiento, información o promesa hecha, aparentemente hecha o sugerida, que fuere engañosa, falsa, fraudulenta o que de cualquier forma tienda al engaño, o mediante la cual se tergiversen o puedan malinterpretarse los verdaderos hechos de las cosas.
- X. **Precio** - el precio representativo del costo de adquisición del bien o servicio, excluyendo el impuesto municipal y/o estatal sobre el precio de venta del artículo o servicio, si alguno.
- Y. **Punto de venta** - lugar donde ubica una o varias cajas registradoras.
- Z. **"Rebate"** - descuento o reembolso de parte del precio de venta.
- AA. **Secretario** - Secretario del Departamento de Asuntos del Consumidor.
- BB. **Servicio** - cualquier labor, obra, trabajo o servicio prometido, suplido, prestado, vendido, realizado o susceptible de ser ofrecido al público consumidor.
- CC. **Vale ("Rain check")** - contraseña, recibo o boleto que le expide el comerciante al consumidor cuando un bien anunciado en especial no está disponible.
- DD. **Venta especial** - cualquier acto de venta de bienes y servicios mediante un precio inferior al precio regular, el cual es objeto de divulgación y publicidad. Esta definición expresamente excluye artículos a los que no se les haya rebajado su precio regular,

artículos en liquidación y artículos anunciados a precio regular que no forman parte del inventario regular del comercio.

EE. Venta de liquidación- cualquier acto de venta de bienes cuyo propósito es eliminar mercancía del inventario de la tienda por motivo de que se anticipa que la mercancía no se venderá en el futuro, es mercancía de temporada o se ha cambiado el modelo por uno más actualizado. Cuando un artículo se venda en liquidación deberá expresarlo clara y adecuadamente, además de que indicará que la venta finalizará al agotarse la mercancía debidamente identificada.

FF. Propinas - cantidad de dinero que se regala como estipendio, dadiva o premio por excelencia en el servicio.

GG. Recibo de Compra - significará el documento escrito o resguardo que expide el comerciante al consumidor de una transacción, al efectuarse el pago por cualquier medio. En el recibo debe constar legiblemente la hora y fecha de la transacción, la naturaleza del producto o servicio, la persona o entidad que recibe el pago, la cantidad del pago y el método de pago usado. El recibo de compra debe tener los caracteres impresos o escritos en materiales perdurables, entiéndase tinta y papel permanente, que garanticen la preservación de la información impresa por un término mayor de un (1) año o por el término que se extienda la garantía del bien adquirido y/o el servicio rendido, lo que sea mayor.

REGLA 6 - PRINCIPIOS BÁSICOS

- A. El comerciante debe estar en posición de sostener y probar todos los reclamos y ofertas que se proponga hacer, antes de publicarlos o manifestarlos.
- B. Un anuncio podrá ser engañoso tomado como un todo, aún cuando cada expresión tomada independientemente sea cierta.

- C. La falsedad podrá resultar no sólo de las expresiones directas y de las inferencias que razonablemente cree, sino también de la omisión u oscurecimiento de datos relevantes.
- D. Se interpretará en forma adversa al anunciante cualquier afirmación en un anuncio que se preste a interpretaciones distintas, una de las cuales fuere engañosa.

REGLA 7 - PRÁCTICAS Y ANUNCIOS ENGAÑOSOS

- A. Se prohíben las prácticas y los anuncios engañosos.
- B. El término práctica engañosa incluye, entre otros, los siguientes actos:
 1. Representar o expresar un hecho o una oferta si tal declaración es engañosa o falsa, o posee la tendencia o capacidad para confundir, o si no se tiene la información suficiente para sustentarla, o se ocultare un dato relevante.
 2. Inducir o tratar de inducir a una persona a actuar a cambio de cualquier beneficio que luego resulta ser menor, falso, inexistente, ilícito o ilegal.
 3. Anunciar u ofrecer un determinado bien o servicio como carnada, consciente que no está disponible, para atraer al consumidor e intentar venderle otro bien o servicio; desalentar la compra de un bien o servicio anunciado y ofrecer otro en sustitución.
 4. Anunciar, exponer, vender u ofrecer un determinado bien como nuevo cuando el mismo es usado o reconstruido.
 5. Retener piezas o partes de un bien objeto de reparación, sin descontar su valor del precio de la obra o sin notificárselo al consumidor antes de comenzar el trabajo de reparación.
 6. Exponer, vender u ofrecer para la venta productos empacados en tal forma que aquellos dañados, defectuosos, de peor apariencia o de inferior calidad queden

total o parcialmente ocultos detrás o debajo de los que están en buen estado, de buena apariencia o de superior calidad.

7. Exponer, vender u ofrecer para la venta productos de distinta categoría, condición, clasificación o calidad inferior al anunciado o de diferentes clasificaciones o calidades en un mismo empaque bajo un mismo precio.
8. Exponer, vender u ofrecer para la venta productos que hayan sido congelados como si fueran frescos.
9. Exponer, vender u ofrecer para la venta productos importados como si estos hubieran sido producidos en Puerto Rico.
10. Exponer, vender u ofrecer para la venta drogas, cosméticos, bebidas, pastillas, entre otros, sin haberse demostrado científicamente la veracidad de sus alegados beneficios y sin la debida autorización de la Agencia Federal de Drogas y Alimentos (FDA).
11. Exponer, vender u ofrecer para la venta alimentos o suplementos dietéticos y dietas novedosas no comprobadas o que no tienen justificación; o artefactos médicos inefectivos, sin que se establezca, mediante estudios científicos, la veracidad de sus alegados beneficios.
12. Anunciar o expresar en un anuncio o publicación que cierta compañía, comercio o empresa es endosada o de alguna otra forma asegurada, por el Departamento, dando la impresión que la agencia está relacionada con dicha compañía o empresa.
13. No informarle por escrito al consumidor que de efectuar el pago con tarjeta de crédito o débito, conlleva una cantidad mínima de compra, de ser requerido.
14. Cobrar una cantidad de dinero por concepto de cargos por servicios, cuando dichos servicios son inexistentes o no susceptibles de ser corroborados. No

pueden gravarse con cargos adicionales separados del precio, los servicios básicos accesorios - cuando dichos servicios son necesarios y no opcionales - que se ofrecen para que el consumidor reciba el bien o servicio principal que se ofrece.

15. No anunciarle al consumidor que se cobrará cierta cantidad específica de dinero (cargos por servicio) cuando se vendan boletos para una actividad.
 16. No expedir a todo consumidor que adquiera bienes o servicios un recibo de compra cuando dicho recibo se exija como condición para cambios o devoluciones.
 17. No expedir una garantía por escrito, sobre los bienes vendidos o los servicios rendidos, cuando tales bienes o servicios tienen garantía.
 18. Las cláusulas que establezcan que el silencio del consumidor se tendrá por aceptación de cualquier oferta, modificación, restricción, ampliación, condición o prórroga de lo pactado en el contrato. El consentimiento del consumidor tiene que ser expreso y constar afirmativamente al aceptar una oferta.
 19. Utilizar la figura de pago en finiquito o "accord and satisfaction" en las relaciones entre consumidores y comerciantes vinculados por un contrato de adhesión cuando ante el incumplimiento del comerciante un consumidor reclama el cumplimiento específico del contrato o su resolución.
 20. La omisión del comerciante en entregar o prestar diligentemente el bien o servicio según anunciado u ofrecido.
 21. Se prohíben las cláusulas de renovaciones automáticas y cargos por dicho concepto, salvo consentimiento expreso del consumidor.
- C. El Secretario podrá emitir interpretaciones oficiales de hechos, actos o situaciones que a la luz de este reglamento constituyen prácticas o anuncios engañosos. Estas

interpretaciones serán escritas y formarán parte de las interpretaciones oficiales relativas a este reglamento.

REGLA 8 - FORMA DE LOS ANUNCIOS

- A. Todo anuncio deberá estar redactado, expresado y presentado de tal forma que lleve a la mente del consumidor toda aquella información que le sea esencial y necesaria para conocer sobre las cualidades, calidad, formas de pago, precio, tamaño, cantidad, utilización o cualquier otra característica del bien o servicio que se anuncia, libre de toda ambigüedad que pueda tender a confundirlo.
- B. La letra más pequeña en un anuncio impreso, escrito o gráfico no será menor de 8 puntos.
- C. Ningún anuncio usará signos, abreviaturas o siglas incomprensibles o técnicas que puedan tender a crear en el consumidor una imagen errónea sobre el precio, condiciones de venta, o cualquier otra característica del bien o servicio anunciado.
- D. Toda expresión que aclare, condicione u ofrezca detalles de la información contenida en el anuncio deberá aparecer en un encasillado en la parte inferior del anuncio. En transmisiones de televisión o algún otro medio audiovisual, las aclaraciones, condiciones o detalles deberán presentarse tanto en forma visual como auditiva.
- E. En anuncios que se transmitan por radio, televisión o cualquier otro medio de audio o audiovisual, no se utilizarán palabras, efectos de sonido o algún otro método que oscurezcan, confundan o distraigan la atención, o desmerezcan el sentido, significado o importancia de expresiones que aclaren, modifiquen o condicionen una oferta.
- F. Toda expresión que aclare, modifique o condicione una oferta, en una transmisión de televisión o algún otro medio audiovisual, se proyectará en forma claramente legible en la zona de seguridad de la pantalla ("safety zone"), por el tiempo suficiente para que una persona prudente y razonable la pueda comprender. Las letras de la expresión que

establezcan una modificación, aclaración o condición deberán ser de un color que contraste con el fondo. El fondo no tendrá colores o imágenes que oscurezcan o distraigan la atención de la aclaración, modificación o condición o que lleven a menospreciar su sentido, significado o importancia.

G. Disposiciones aplicables a la Publicidad y Promoción de los Juegos de Azar.

1. Esta disposición será aplicable a toda agencia de gobierno, corporación pública, instrumentalidad, agencia de publicidad, estación de televisión, estación de radio, periódico, cine y compañía fílmica que paute, produzca, publique, transmita o difunda una pauta en prensa, radio o televisión o a través de cualquier otro medio de comunicación o expresión, a los fines de promover cualquier juego de azar autorizado bajo las Leyes de Puerto Rico, incluyendo la Lotería Tradicional, la Lotería Adicional y cualquier otro juego de azar, según definido por Ley, promovido por el Gobierno de Puerto Rico o el sector privado, cuyo anuncio o promoción se distribuya dentro de la jurisdicción de Puerto Rico.
2. Se exceptúan de este inciso los anuncios producidos fuera de Puerto Rico sobre los cuales los medios de comunicación no tengan injerencia para hacer cumplir con esta disposición, así como las promociones dirigidas exclusivamente al mercado exterior según las disposiciones de la Ley Núm. 221 de 15 de mayo de 1948, según enmendada.
3. Todo anuncio que se produzca a solicitud de una agencia de gobierno, corporación pública, instrumentalidad, agencia de publicidad, estación de televisión, estación de radio, periódico, cine y compañía fílmica que paute, produzca, publique, transmita o difunda una pauta en prensa, radio o televisión o a través de cualquier otro medio de comunicación o expresión a los fines de promover en Puerto Rico cualquier juego de azar autorizado bajo las Leyes de Puerto Rico, incluyendo la Lotería Tradicional, la

Lotería Adicional y cualquier otro juego de azar, según definido por Ley, promovido por el Gobierno de Puerto Rico o el sector privado deberá incluir un mensaje exhortando a los jugadores a hacerlo de forma responsable y advirtiéndolo sobre los riesgos del juego compulsivo.

4. Todos los operadores de casinos, galleras, salas de juegos de azar, hipódromos y agencias hípcas de la Isla, así como en todo establecimiento en que se vendan los boletos de Lotería Electrónica, exhibirá un aviso o advertencia en forma de letrero legible y visible a las personas que hacen uso de sus facilidades, exhortando a los jugadores a hacerlo de forma responsable y advirtiéndolo sobre los riesgos del juego compulsivo.
5. El aviso o advertencia al público se redactará de la siguiente manera:

“Advertencia: Los juegos de azar pueden crear adicción. Si jugar le causa problemas económicos, familiares y ocupacionales, llame a su proveedor de salud mental”.
6. El letrero será no menor de ocho y medio (8½) pulgadas por once (11) pulgadas, con un tipo de letra no menor de catorce (14) puntos, en un color que contraste con el fondo. El fondo no tendrá colores ni imágenes que oscurezcan o distraigan la atención del letrero ni que lleven a menospreciar su sentido, significado o importancia.
7. El aviso o advertencia se exhibirá en un lugar visible en el área de entrada, así como en todo lugar donde se venda boletos, fichas, tokens o artículo similar para propósito del juego.
8. En los anuncios de prensa escrita, el tamaño de las letras no será menor de doce (12) puntos y las mismas deberán ser de un color que contraste con el fondo. El fondo no

tendrá colores ni imágenes que oscurezcan o distraigan la atención del aviso o advertencia ni que lleven a menospreciar su sentido, significado o importancia.

9. En los anuncios pautados en radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación de audio o audiovisual no se utilizarán palabras, efectos de sonido o algún otro método que oscurezcan, confundan o distraigan la atención, o desmerezcan el sentido, significado o importancia del aviso o advertencia.
10. Cuando el anuncio se paute mediante medios de comunicación de audio el aviso o advertencia deberá ser divulgado clara y adecuadamente en la parte final del anuncio.
11. En los anuncios pautados en televisión o cualquier otro medio de comunicación audio visual se proyectará el aviso o advertencia en la zona de seguridad de la pantalla “safety zone” en forma claramente legible y por tiempo suficiente para que se pueda leer y comprender.
12. Todo contrato de publicidad para promover juegos de azar o actividades que incluyan juegos de azar, en que sea parte una agencia de gobierno, corporación pública o instrumentalidad gubernamental, o que se realice bajo su auspicio o con el uso de fondos públicos, deberá contener una cláusula que disponga que ningún anuncio será pautado en prensa, radio o televisión o a través de cualquier otro medio de comunicación o expresión sin que se incluya el aviso o advertencia requerido en esta Regla. Además, contendrá una cláusula penal a los fines de imponer la penalidad de mil (\$1,000) dólares por cada anuncio gubernamental transmitido en violación a esta prohibición. Tal incumplimiento será causa suficiente para resolver dicho contrato.

REGLA 9 - DIVULGACIÓN DE DATOS RELEVANTES

Siempre que por la naturaleza del bien o servicio que se anuncie o se ofrezca en venta sea necesario conocer sus especificaciones, modelo, año, componentes, características, o garantías,

éstos deberán aparecer en el anuncio y divulgarse clara y adecuadamente al consumidor antes de la venta.

El comerciante divulgará clara y adecuadamente los datos relevantes, antes de efectuar la venta u ofrecimiento de venta, libre de ambigüedades que puedan confundir al consumidor. De la misma forma, todo anuncio divulgará por escrito clara y adecuadamente, los datos relevantes.

Son datos relevantes, entre otros, los siguientes:

- A. Precio total del bien o servicio.
- B. Que el bien anunciado es usado, imperfecto o irregular, o está averiado, o se ha reparado o reconstruido.
- C. Que el bien anunciado se ha discontinuado por el fabricante.
- D. Que el bien anunciado adolece de mejoras de seguridad que contienen modelos posteriores.
- E. Que existe una probabilidad significativa de que no haya piezas de repuesto disponibles durante el promedio de vida útil del bien anunciado.
- F. Que el bien o servicio anunciado contiene compuestos o agentes químicos, fórmulas o cualquier sustancia cuyo uso normal y corriente causa o puede causar reacciones fisiológicas o psicológicas o cualquier otra alteración del organismo. Esta información no se tendrá que expresar en el anuncio si aparece en forma clara y adecuada en la envoltura o etiqueta del bien o servicio, pero el anuncio indicará clara y adecuadamente la necesidad de leer la etiqueta.
- G. Que el bien anunciado no incluye partes, accesorios o equipo necesarios para su adecuado funcionamiento, apariencia o uso.
- H. Que se retendrán piezas o partes susceptibles de ser reparadas, o que tengan algún otro valor económico como parte del precio de un bien o servicio.
- I. Las condiciones y términos del financiamiento, de ser ofrecido alguno.

J. En casos de juguetes, la edad del niño para el cual está recomendado.

REGLA 10 - REPRESENTACIONES VISUALES

- A. Toda representación visual que se utilice en un anuncio deberá corresponder a las características reales del bien o servicio.
- B. No se permitirá el uso de frases indicando que el producto o modelo ofrecido "no es igual al ilustrado" para justificar el incumplimiento con el inciso (A) de esta Regla.

REGLA 11 - ANUNCIO DEL PRECIO

- A. Los precios deberán anunciarse clara y adecuadamente.
- B. El anuncio expresará el precio final del bien o servicio, sin que sea necesario efectuar cálculos adicionales.
- C. El comerciante colocará rótulos o tablas de descuentos, o cualquier medio electrónico como lector de precios ("price checkers"), que sean visibles y estén rotulados, en un área cercana al lugar donde están los bienes en especial y a la caja registradora, de forma tal que le permitan al consumidor conocer el precio total o final del bien o servicio en especial.
- D. Cuando haya más de un precio rotulado, anunciado o en el lector de precios, para un bien o servicio se entenderá que el precio más bajo es el correcto.
- E. Cuando el producto marque un precio y en el "scanner" aparezca otro, se entenderá que el precio más bajo es el correcto.
- F. Cuando un determinado bien o servicio se anuncie en venta especial, deberá señalarse clara y adecuadamente su precio regular y su precio especial.
- G. No se deberá incluir ningún otro artículo o precio especial en letras menores en un mismo encasillado o recuadro causando la impresión errónea en los consumidores de que el

precio especial en tamaño mayor es el que le aplica a los otros artículos. Cada determinado artículo con su precio especial deberá expresarse de forma separada, en un encasillado o recuadro diferente.

- H. En todo anuncio de bienes o servicios, los números en fracciones, de precios o cantidades, serán de la mitad del tamaño de los números enteros que le preceden.
- I. Se exime de rotular el precio en el artículo cuando éste es despachado por un empleado o dependiente del establecimiento comercial y existe un rótulo con el precio que se exhibe clara y adecuadamente en el área disponible para la venta.
- J. En todo anuncio de automóviles nuevos se incluirá, en un tamaño no menor de una cuarta ($\frac{1}{4}$) parte en proporción a la prominencia del nombre, o precio del modelo, el rendimiento de millas por galón, tanto en ciudad como carretera, según determinado por la Agencia de Protección Ambiental (EPA) y el Departamento Federal de Energía.

REGLA 12 - COMPARACIONES DE PRECIOS

El comerciante podrá anunciar que ofrece descuentos en la venta de bienes o servicios mediante comparaciones de precios, o que el producto que vende es más barato que el de su competidor siempre que clara y adecuadamente describa las bases de la comparación y los productos que compare sean de la misma marca. Deberá tener disponibles los datos que evidencien los precios comparados y poder sostener la diferencia en todo momento.

Se prohíben las comparaciones de precios basadas en falsedad, arbitrariedad o precios inflados. Los comerciantes divulgarán, libre de ambigüedad, los precios comparados, con expresión de toda aquella información que sea necesaria y esencial para conocer sobre la cualidad, garantía, calidad, seguridad, precio, tamaño, cantidad, utilización o cualquier otra característica del bien o servicio para que los consumidores entiendan claramente la comparación de precios.

Cuando el comerciante utilice los términos "anteriormente", "regularmente", u otros similares se entenderá que hace referencia a su precio anterior para el mismo bien o servicio. En cualquier otra circunstancia, el comerciante deberá especificar el origen del precio más alto.

A. Comparaciones con precios anteriores.

El comerciante podrá comparar su precio anterior regular para determinado bien o servicio con su precio de venta a publicar. El precio anterior regular que se anuncie no excederá:

1. el precio ofrecido por el propio comerciante públicamente y de buena fe en Puerto Rico, por lo menos durante treinta (30) de los cuarenta y cinco (45) días naturales anteriores a la fecha de publicación inicial; o
2. el precio al cual haya realizado al menos treinta por ciento (30%) de las ventas del bien o servicio en Puerto Rico durante los doce (12) meses que preceden la fecha de publicación inicial.

En el caso de las tiendas en cadena, la comparación utilizará el precio anterior regular más bajo en cualquiera de las tiendas ubicadas en Puerto Rico.

B. Comparación con precios futuros.

El comerciante podrá anunciar ofertas de introducción o comparar sus precios actuales con sus precios futuros, siempre que:

1. el precio futuro anunciado cobre vigencia inmediatamente después que termine la oferta, pero no más tarde de los sesenta (60) días naturales siguientes a la fecha de publicación inicial; y
2. el precio que se anunció como precio futuro prevalezca por lo menos durante el doble del término de vigencia del precio de introducción.

C. Utilización de términos que impliquen descuento.

El comerciante podrá utilizar términos que indiquen o impliquen una reducción de precios siempre que el bien o servicio con descuento sea clara y adecuadamente identificado.

D. Comparaciones de precios en etiquetas o rótulos.

Ningún comerciante podrá imprimir, pegar o adjuntar etiqueta o rótulo alguno que contenga un precio ficticio o inflado que pueda utilizarse para ofrecer reducciones de precios falsos.

E. Fluctuaciones de descuento.

El comerciante podrá incluir en un mismo anuncio fluctuaciones progresivas de descuentos en precios de varios productos, siempre que divulgue clara y adecuadamente el precio más alto y el descuento más bajo, en números que tengan al menos el mismo tamaño que los utilizados para divulgar el precio más bajo y el descuento más alto.

F. Uso de términos tales como venta al "*por mayor*", "*al costo*" o "*precio de fábrica*".

El comerciante podrá anunciar que vende a precio "*al por mayor*", "*al costo*", "*de fábrica*" o utilizar algún término similar, siempre que dicha afirmación sea cierta y el bien no tenga algún defecto o le falte algún elemento o contenido.

G. Utilización de términos tales como "*dos por el precio de uno*", "*compre uno y obtenga otro gratis*", "*compre uno y llévase otro a mitad de precio*".

El comerciante podrá anunciar que ofrece algún bien o servicio al precio regular y que añade algún bien o servicio o beneficio accesorio, siempre que:

1. divulgue clara y adecuadamente todas las condiciones;
2. el precio regular indicado sea el verdadero; y
3. el bien o servicio principal sea sustancialmente de la misma calidad, grado y material que el ofrecido por el comerciante antes del anuncio.

H. Precios de unidades que forman parte de sistemas.

El comerciante no podrá anunciar el precio de un bien que normalmente se vende como parte de un sistema, sin divulgar clara y adecuadamente que el precio señalado es el precio por la unidad y no el precio por el sistema.

REGLA 13 - DISPONIBILIDAD DEL BIEN ANUNCIADO

- A. El comerciante tendrá disponible para la venta, en la tienda o en el almacén, los bienes anunciados en especial, en cantidades suficientes para responder a la demanda razonablemente anticipada durante todo el período de efectividad de la venta especial anunciada.
- B. Sólo se podrá limitar las cantidades de los bienes anunciados en especial cuando se cumpla con los siguientes requisitos:
1. El anuncio del bien en especial indica clara y adecuadamente la cantidad disponible de cada uno de los artículos disponibles por tienda ó almacén; y
 2. condiciona la fecha de terminación de tal venta o venta de algún producto en particular, a cuando se agote tal inventario anunciado usando lenguaje tal como "hasta que se agoten existencias" o "mientras duren", disponiéndose que si simultáneamente indica una fecha de terminación aclarará que entre tal plazo y el suceso de agotamiento de inventario, regirá el que ocurra primero; y
 3. divulgue el mínimo de tiempo, dentro del tiempo de duración de su oferta, en el que anticipa y garantiza que tal inventario limitado estará disponible conforme a su demanda razonablemente anticipada, cuyo mínimo de tiempo garantizado lo expresará días u horas en proximidad al artículo anunciado o al calce del anuncio.

Ejemplo:

Artículo X

Reg. \$3.99 Venta \$1.99

Disp. 100 por tienda mientras duren (Min tiempo garantizado: 2 horas)

Si el inventario limitado se agota antes del tiempo mínimo garantizado y divulgado por el comerciante, éste vendrá obligado a ofrecer un artículo sustituto o vale ("rain check") para tal producto en especial. Si el producto se agota una

vez transcurrido el mínimo de tiempo garantizado por el comerciante, el comerciante no vendrá obligado a sustituir el producto en especial agotado ni a ofrecer vale o ("rain check") para su obtención futura.

REGLA 14 – ARTÍCULOS SUSTITUTOS Y VALES ("RAIN CHECKS")

- A. Sin limitar lo expresado en la Regla 13 (B), cuando no se encuentre disponible para la venta el bien anunciado en especial, el comerciante vendrá obligado a ofrecerle al consumidor un artículo sustituto por el precio del bien anunciado en especial.
- B. Si el consumidor prefiere la compra del bien anunciado en especial, el comerciante deberá ofrecerle un vale ("rain check"), cumpliendo con los siguientes requisitos:
1. conseguirle al consumidor el bien en especial dentro de los siguientes treinta (30) días calendarios;
 2. dentro de los treinta (30) días notificarle al consumidor, por teléfono, por correo ordinario, o por correo electrónico, que el bien está disponible para ser recogido;
 3. conservar el bien a disposición del consumidor por quince (15) días calendarios contados a partir de la notificación al consumidor; y
 4. transcurrido el término de treinta (30) días, el consumidor podrá optar entre un artículo sustituto o extender el vale por un término adicional de treinta (30) días.
- En el caso de optar por el artículo sustituto el precio será igual al del artículo anunciado en especial. En el caso de optar por extender el vale por el término adicional, si al culminar el término el comerciante no lo tiene disponible tendrá que entregarle al consumidor un artículo sustituto cuyo precio será igual al del artículo anunciado en especial.

C. Este vale constituirá una oferta irrevocable por parte del comerciante de suplirle al consumidor el bien anunciado en especial por el precio anunciado y dentro de las condiciones especificadas.

D. En el vale aparecerá claramente impreso o escrito:

1. el nombre, la dirección y el teléfono de la tienda;
2. el nombre del bien, su descripción, número de modelo, serie o identificación, tamaño, color, si aplicable, y/o cualquier otra característica necesaria y conveniente para que pueda identificarse sin lugar a dudas;
3. el precio regular y especial del bien anunciado;
4. el nombre, la dirección postal, número de teléfono, y dirección de correo electrónico, si tiene, del consumidor;
5. su fecha de expedición;
6. el nombre y la firma de la persona que lo expide; y
7. una advertencia de que:
 - a. el comerciante se ha comprometido a conseguir el bien antes descrito dentro de treinta (30) días a partir de la fecha de expedición del vale;
 - b. el comerciante notificará al consumidor, por teléfono, por correo ordinario o por correo electrónico, cuando el bien esté disponible;
 - c. el comerciante conservará el bien a disposición del consumidor por quince (15) días calendarios a partir de la notificación;
 - d. transcurrido el término de treinta (30) días, el consumidor podrá optar entre un artículo sustituto o extender el vale por un término adicional de treinta (30) días;
 - e. en el caso de optar por el artículo sustituto el precio será igual al del artículo anunciado en especial; y