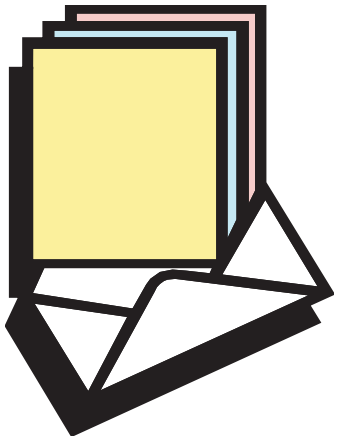
TEMAS GENERALES

FEDERAL TRADE COMMISSION
1-877-FTC-HELP
ftc.gov
FOR THE CONSUMER

Información de la FTC para Consumidores

Cómo Corregir un Error

How to Right a Wrong



La mayoría de las compañías desean que usted quede feliz para que regrese a comprar y las recomiende a sus amigos. Pero ¿cómo resolver un problema cuando encuentra una compañía que no lo dejó satisfecho?

Este folleto le explica cuáles son sus derechos cuando hace compras por correo o por teléfono, en los casos que reciba mercancía no solicitada y cuando responde a ventas puerta-a-puerta. También le detalla cómo escribir una carta de queja que resulte efectiva e incluye una lista de recursos para procurar ayuda adicional.

Ventas por Correo y por Teléfono

Comprar por teléfono o por correo puede ser una alternativa conveniente a hacerlo en una tienda. Pero si su mercancía llega después de la fecha establecida o no llega, usted tiene algunos derechos. Por ley, una compañía debe enviarle su orden de pedido dentro del tiempo especificado en sus anuncios. Si no existe una promesa de plazo de entrega, la compañía debe enviar su pedido dentro de los 30 días de haber recibido la orden. Si la compañía no puede enviar la mercancía dentro del plazo prometido, debe suministrarle un “aviso de opción” *(option notice)*. Este aviso le brinda a usted la posibilidad de aceptar la demora o cancelar su orden y recibir un reintegro pronto. Hay una excepción a esta regla de 30 días.

Si usted está solicitando un crédito para pagar su compra y la compañía no le promete una fecha de envío, entonces cuenta con un plazo de 50 días a partir de la fecha en que reciba su orden de pedido.

AUTHENTICATED
U.S. GOVERNMENT
INFORMATION
GPO

La Ley Fair Credit Billing Act (FCBA)

Cuando usa una tarjeta de crédito para pagar sus compras, usted está protegido por la ley llamada *Fair Credit Billing Act* (FCBA) que trata sobre la facturación de operaciones de crédito.

Errores de Facturación

Si encuentra un error en su resumen de tarjeta de crédito o cargo, usted puede disputar los cargos y retener el pago de la suma cuestionada durante el tiempo que dure la disputa. El error puede deberse a un cargo por un monto equivocado, por algo que usted no aceptó o por un artículo que no le enviaron como se había convenido. Por supuesto que aún así tiene que pagar la parte de la factura que no está en disputa, incluidos los cargos financieros sobre el monto no cuestionado.

Si usted decide disputar un cargo haga lo siguiente:

- Escríbale al emisor de la tarjeta o acreedor enviando su carta la dirección indicada en el resumen de su cuenta mensual para "consultas sobre facturación" *(billing inquiries)*. Incluya su nombre, domicilio, número de tarjeta de crédito, y una descripción del error de facturación.
- Envíe su carta dentro del plazo establecido. El emisor de la tarjeta debe recibirla dentro de los 60 días después de la fecha en la cual le envió la factura con el error.
- La compañía emisora de la tarjeta de crédito o cargo debe enviarle por escrito un acuse de recibo de su queja dentro de los 30 días, a menos que el problema haya sido resuelto, y debe resolver la disputa dentro de los dos siguientes ciclos de facturación (sin exceder un plazo de 90 días) después de recibir la carta.

Productos o Servicios Insatisfactorios

Usted también puede disputar cargos por productos o servicios con los que no está satisfecho. Para beneficiarse de esta protección usted debe:

- Haber hecho la compra en su estado de residencia o dentro de una zona de 100 millas de su domicilio actual de facturación. El cargo debe ser superior a $50.
- Primeramente hacer un intento de buena fe para resolver la disputa con el vendedor. Sin embargo, usted no está obligado a usar ningún procedimiento especial para hacerlo.

Tenga en cuenta que el monto en dólares y las limitaciones de distancia no se aplican si el vendedor es el emisor de la tarjeta o si existe una relación comercial especial entre el vendedor y el emisor de la tarjeta.

Mercancía No Solicitada

La ley federal establece que si usted recibe mercancía no solicitada, puede considerarla un regalo. No puede ser obligado a pagar por ella ni a devolverla.

Si decide conservar la mercancía, puede optar por mandarle una carta al vendedor comunicándole su intención, aunque no está legalmente obligado a hacerlo. Su carta puede servir para desalentar al vendedor de enviarle la factura en repetidas ocasiones o también puede ser útil para aclarar un error. Es conveniente mandar la carta por correo certificado y conservar una copia junto con el recibo del correo. De ser necesario, estos comprobantes le servirán posteriormente para aclarar que usted no ordenó la mercancía.

Hay dos tipos de mercancías que pueden enviarse legalmente sin su consentimiento: las muestras gratis — claramente identificadas como tales — y las mercancías enviadas por organizaciones de caridad o beneficencia para pedir contribuciones. En ambos casos usted puede quedarse con los artículos enviados.

Ventas Puerta-a-Puerta

Hacer compras desde la comodidad de su hogar puede resultar conveniente y agradable. Pero en algunas ocasiones, usted puede cambiar de idea sobre una compra hecha en su casa.

La regla de la FTC llamada *Cooling-Off Rule* le otorga tres días para cancelar compras de un valor mayor a $25 efectuadas en su casa, lugar de trabajo o en una residencia estudiantil, o bien en lugares alquilados por el vendedor por un tiempo limitado, como un cuarto de hotel o motel, centros de convenciones, ferias y restaurantes.

Algunas Excepciones

Algunos tipos de ventas no se pueden cancelar aunque se hayan efectuado en lugares normalmente incluidos en la citada regla. Esta regla no cubre:

- Ventas por montos inferiores a $25.
- Ventas de productos o servicios primordialmente no destinados al uso personal, familiar u hogareño. La *Cooling-Off Rule* se aplica a cursos de instrucción o capacitación.
- Ventas concretadas en su totalidad por correo o por teléfono.
- Ventas resultantes de negociaciones previas en el local comercial permanente del vendedor, donde los bienes se venden regularmente.
- Ventas necesarias para hacer frente a una emergencia. Supongamos que de repente su hogar se ve invadido por insectos, y usted renuncia a su derecho de cancelar el contrato.
- Servicios de reparaciones o mantenimiento en su propiedad personal efectuados como parte de una solicitud suya al vendedor (en cambio sí están cubiertas las compras hechas fuera del pedido de reparaciones o mantenimiento).

Los siguientes tipos de ventas también están exentos de la *Cooling-Off Rule:*

- Bienes inmuebles, seguros o títulos o acciones.
- Automóviles, camionetas, camiones u otros vehículos motorizados vendidos en lugares temporarios, a condición de que el vendedor tenga por lo menos un domicilio comercial permanente.
- Objetos de arte y artesanías vendidos en ferias o lugares tales como paseos de compras, centros cívicos y escuelas.

Bajo las disposiciones de la *Cooling-Off Rule*, el vendedor debe informarle su derecho de cancelación en el momento en que usted haga la compra. Además debe entregarle dos copias del formulario de cancelación (uno para que usted lo guarde y otro para enviar) y una copia de su contrato o recibo. En el contrato o recibo debe constar la fecha, el nombre y domicilio del vendedor y una explicación de su derecho de cancelación. El contrato o recibo debe estar redactado en el mismo lenguaje utilizado durante la presentación de la venta.

Cómo Cancelar una Venta Puerta-a-Puerta

Para cancelar una venta, firme y ponga la fecha en una de las copias del formulario de cancelación. No es necesario dar explicaciones para cancelar la compra. Envíe el formulario al domicilio establecido para cancelaciones y asegúrese de que el sobre esté sellado por el correo antes de la medianoche del tercer día hábil posterior a la fecha del contrato. (El sábado se considera un día hábil; los domingos y feriados federales, no.) Debido a que es importante tener un comprobante de la fecha del despacho y recepción del formulario de cancelación, considere enviarlo por correo certificado con acuse de recibo. Conserve la otra copia del formulario de cancelación para sus registros.

Si el vendedor no le entregó formularios de cancelación, escriba su propia carta de cancelación.

Si Cancela Su Compra

Si usted cancela su compra, el vendedor tiene 10 días para:

- Cancelar la operación y devolverle cualquier pagaré u otros documentos negociables que usted haya firmado.
- Devolverle todo su dinero y decirle si pasarán a buscar el producto en caso de que hubiera quedado en su poder.
- Devolverle cualquier mercancía aceptada como parte de pago.

Si usted aceptó encargarse de reenviar los artículos que hubieran quedado en su poder, debe reenviárselos al vendedor dentro de los 20 días y le deben reembolsar los gastos de reenvío o bien el vendedor debe recoger los artículos dentro del mismo plazo de 20 días. Si usted recibió algún artículo o producto de parte del vendedor, debe devolverlo en las mismas condiciones en que lo recibió. Si usted no los pone a disposición del vendedor — o aceptó devolverlos y no lo hace — continúa estando bajo obligación contractual.

Problemas

Primero, trate de resolver su disputa con el vendedor. Actúe con rapidez. Puede ser que algunas compañías no acepten su responsabilidad en caso de que usted no presente su queja dentro de cierto período de tiempo.

Envíe una carta de queja o reclamo. Es importante enviar esta carta porque establece una constancia escrita y le informa a la compañía que usted tiene serias intenciones de proseguir con la disputa. Para redactar una carta de queja efectiva puede usar el modelo presentado en la siguiente página (en inglés y en español). Asegúrese de guardar una copia para sus registros.

Si no obtiene una respuesta satisfactoria, considere ponerse en contacto con las siguientes organizaciones donde podrá obtener información y asistencia adicionales:

- Oficinas de protección del consumidor locales y estatales.
- Su oficina local del *Better Business Bureau* (BBB).
- *Action Line* y periodistas especializados en temas del consumidor. Para obtener un contacto, consulte con su periódico, canal de televisión y estaciones locales de radio.
- Inspectores Postales. Llame a su Oficina Postal local y pregunte por el Inspector a cargo.
- La Comisión Federal de Comercio *(Federal Trade Commission,* FTC). Para presentar una queja, visite en Internet ftc.gov/espanol o llame a la línea de acceso gratuito: 1-877-FTC-HELP (382-4357); TTY: 1-866-653-4261. Aunque la FTC no interviene en disputas individuales, la información que usted provea puede indicar un patrón o modelo de posibles violaciones de la ley que requieran la acción de la Comisión.
- Solamente para órdenes de pedido por correo/teléfono. Escriba a:

  Direct Marketing Association (DMA)
  1111 19th Street, N.W.
  Washington, D.C. 20036

- Solamente para ventas puerta -a- puerta. La organización *Direct Selling Association* (DSA) puede ayudarlo con su queja si el vendedor puerta-a-puerta es miembro de la asociación. Escriba a:

  Direct Selling Association
  1275 Pennsylvania Ave., N.W.
  Washington, D.C. 20004

Programas de Resolución de Disputas

Para solucionar su problema también puede considerar los programas de resolución de disputas. Estos programas — una manera bastante generalizada para resolver desacuerdos — pueden ser más rápidos, más económicos, más privados y menos estresantes que recurrir a la corte. Muchos negocios, organizaciones privadas y agencias públicas los ofrecen. Las dos técnicas de resolución aplicadas son la mediación y el arbitraje.

En la mediación, usted y la otra parte tratan de resolver la disputa con ayuda de un tercero neutral: el mediador. A través de reuniones informales el mediador trata de ayudar a resolver las diferencias. El mediador no toma una decisión; es usted junto con la otra parte quienes deben llegar a un acuerdo. El mediador está allí para ayudarlos a encontrar una solución.

En el arbitraje, usted presenta su caso ante un árbitro que tomará una decisión. El arbitraje es un procedimiento menos formal que una demanda judicial ante la corte, aunque usted y la otra parte pueden tener que comparecer en audiencia, presentar evidencias o convocar testigos de ambas partes para que sean interrogados. La decisión puede ser vinculante y legalmente ejecutable en una corte.

Para encontrar las opciones de resolución de conflictos disponibles en su área, comuníquese con las siguientes organizaciones: oficinas de protección del consumidor locales y estatales; cortes de reclamos menores (también llamados juzgados de menor cuantía o en inglés *small claim courts)*, oficinas del BBB y asociaciones de abogados.

MODELO DE CARTA DE QUEJA EN ESPAÑOL

(Su domicilio)
(Ciudad, Estado, Código Postal)
(Fecha)

(Nombre de la Persona de Contacto)
(Cargo/Puesto)
(Nombre de la Compañía)
(Domicilio)
(Ciudad, Estado, Código Postal)

Estimado/a (nombre de su contacto):

El día (fecha), compré (o hice reparar) un/a (nombre del producto, con número de serie o de modelo, o servicio realizado). Hice esta compra en (lugar, fecha y cualquier otro detalle de importancia de la transacción).

Lamentablemente, su producto (o servicio) no ha funcionado bien (o el servicio fue inadecuado) porque (describa el problema).

Por lo tanto, para resolver el problema, apreciaría que usted (manifieste qué acción específica desea). Adjunto copias (copias, NO originales) de mis registros y comprobantes (recibos, garantías de la tienda o del fabricante, cheques pagados, contratos, números de serie y de modelo, y cualquier otro documento).

Aguardando con interés su respuesta y una resolución para mi problema, esperaré hasta (coloque una fecha límite) antes de solicitar la asistencia de un tercero. Por favor, póngase en contacto conmigo a través del domicilio mencionado en el encabezado de la presente carta o telefónicamente al (números de su casa y su trabajo, con códigos de área).

Atentamente,

(Su nombre)

(Su Número de Cuenta)

SAMPLE COMPLAINT LETTER

(Your address)
(Your City, State, Zip Code)
(Date)

(Name of Contact Person)
(Title)
(Company Name)
(Street Address)
(City, State, Zip Code)

Dear (Contact Person):

On (date), I purchased (or had repaired) a (name of the product with the serial or model number or service performed). I made this purchase at (location, date, and other important details of the transaction).

Unfortunately, your product (or service) has not performed well (or the service was inadequate) because (state the problem).

Therefore, to resolve the problem, I would appreciate your (state the specific action you want). Enclosed are copies (copies, NOT originals) of my records (receipts, guarantees, warranties, cancelled checks, contracts, model and serial numbers, and any other documents).

I look forward to your reply and a resolution to my problem, and will wait (set a time limit) before seeking third-party assistance. Please contact me at the above address or by phone (home or office numbers with area codes).

Sincerely,

(Your name)

(Your account number)

Para Más Información

Si usted no está seguro de cuál es la agencia federal que tiene jurisdicción sobre su consulta o queja, comuníquese con la oficina *National Contact Center* dependiente del *Federal Citizen Information Center* (FCIC) llamando al 1-800-FED-INFO (333-4636), de lunes a viernes en el horario de 8.00 a.m. a 8.00 p.m. (hora del Este). La FTC trabaja en favor del consumidor para la prevención de prácticas comerciales fraudulentas, engañosas y desleales y para proveer información de utilidad al consumidor con el objetivo de identificar, detener y evitar dichas prácticas. Para presentar una queja o para obtener información gratuita sobre temas de interés del consumidor visite ftc.gov/espanol o llame sin cargo al 1-877-FTC-HELP (1-877-382-4357); TTY: 1-866-653-4261. La FTC ingresa todas las quejas relacionadas a fraudes de Internet y sistema de telemercadeo, robo de identidad y otras quejas sobre prácticas fraudulentas a una base de datos segura llamada Centinela del Consumidor *(Consumer Sentinel)* que se encuentra a disposición de cientos de agencias de cumplimiento de las leyes civiles y penales en los Estados Unidos y en el extranjero.

FEDERAL TRADE COMMISSION	ftc.gov
1-877-FTC-HELP	FOR THE CONSUMER

Septiembre 2003