



## Usted y sus compras

En los Estados Unidos el ir de compras se ha vuelto una gran actividad de ocio y un estilo de vida. Lo que compramos se ha vuelto un elemento significativo para crear nuestra identidad, cómo juzgamos a los demás, cómo definimos nuestro estatus social y cómo nos "hacemos sentir bien a nosotros mismos." El tomar decisiones durante las compras es completamente lo mismo que tomar cualquier otra decisión. En ocasiones el saber lo que se va a comprar es fácil, en otras es difícil. Ya sea que se esté decidiendo ir a la universidad, comprar un automóvil o algo tan sencillo como seleccionar una marca de jabón o un regalo de agradecimiento, siempre se ve envuelta una decisión.

Consiga tanta información sobre los productos como le sea posible, esto con el fin de satisfacer la necesidad por la cual usted esta comprando. Mientras más información obtenga, más beneficios recibirá de la compra. Un consumidor inteligente sabe cuándo dejar de coleccionar información y tomar una decisión. Si un producto cuesta sólo unos cuantos dólares, probablemente no dedicará mucho tiempo buscando información antes de que usted tome una decisión. Pero si el artículo cuesta mucho dinero, usted querrá dedicar más tiempo para investigar dicho producto antes de comprarlo. Después de comparar los productos o servicios, las tiendas y sus recursos, usted estará listo para tomar una mejor decisión.

Los compradores inteligentes se toman el tiempo de conocer el producto que van a comprar. Ellos no compran por impulso. Puede que les tome tiempo, pero la recompensa por agotar todos sus recursos va más haya, lo cual hacen que valga más la pena. Los compradores inteligentes también saben que lo más importante no es decidir cuándo comprar. La Comisión Federal de Comercio ha puesto reglas y regulaciones con el fin de ayudarlo; como consumidor, infórmese sobre los derechos y opciones que tiene respecto a las compras que hace. En esta carta informativa hemos compilado información importante que puede impactar sus decisiones de compra. Es posible que no este enterado que dicha información estaba disponible sino hasta ahora que lo mencionamos. Esperamos que dicha información y la ayuda que FFEF le proporciona, mejore su futuro financiero. ■



### Hecho en Estados Unidos

En estos días que se vive un mercado global, los productos importados abundan y posiblemente hasta problemas tenga para encontrar productos con etiquetas que digan "Hecho en USA". Algunos consumidores, en un esfuerzo para apoyar la economía norteamericana, sólo quieren comprar productos hechos en la unión americana. Algunos comerciantes que saben de la lealtad de dichos consumidores, usan las etiquetas como estrategia de venta. Un producto que lleva la etiqueta de "Hecho en USA" puede ser muy atractivo. ¿Pero que es lo que esa etiqueta en realidad significa? Algunos productos que no tienen dicha etiqueta, ¿también son "Hechos en USA"?

Considere los siguientes ejemplos proporcionados por la Comisión Federal de Comercio:

**Ejemplo 1:** Una bicicleta que es ensamblada en Estados Unidos, con materiales tales como: el marco, los neumáticos, los cambios de velocidades, etc., algunos de ellos producidos en USA y otros importados de países extranjeros. En total, los costos

*Continúa en la página 4*

## Lidiando con compras poco satisfactorias

Mientras mas oportunidades haya disponibles para que no tengamos que dejar la casa e ir de compras, la vida se torna mas conveniente. La Comisión Federal de Comercio ha establecido ciertas pautas para ayudarle y asegurar que usted consiga el tipo de servicio que se le prometió al hacer dichas compras.

### La regla de los 30 días

Cuando usted solicite algo por teléfono o Internet, asegúrese de revisar si la compañía con la cual usted ordeno, menciona cuántos días debe esperar para que le puedan enviar su orden. Si no se menciona un tiempo específico, la compañía tiene 30 días para hacer el envío. Si la compañía no cumple con el envío de su orden dentro del tiempo prometido, se les exige que le den la opción y acordar en esperar más de tiempo o cancelar su orden y recibir el reembolso dentro de los próximos treinta días.

La excepción a esta regla (¡siempre hay una!) es que si la compañía no promete un tiempo de envío y usted está solicitando crédito para efectuar su compra, a la compañía se le permiten 50 días para enviar su orden.

Por ejemplo: Si usted compra una videocámara a plazos en un plan de pagos mensuales, esto con el fin de poder realizar la compra, usted necesita darles 50 días para recibir su videocámara.

### Disputando compras poco satisfactorias en su tarjeta de crédito

Si usted usa su tarjeta de crédito para pagar por sus compras, usted esta protegido por el Acto Justo al Facturar el Crédito (Fair Credit Billing Act). Usted puede disputar un error en su tarjeta de crédito y detener el cobro por tal cantidad errónea, hasta que la disputa sea establecida. El Acto Justo al Facturar el Crédito aplica si usted cree que le ha sido cobrada una cantidad equivocada, si se le cobra por algo que usted no compró o se le ha cobrado por un artículo el cual usted nunca recibió. Usted puede detener sólo el pago de la cantidad disputada y debe pagar el resto de su factura mensual como de costumbre.

*Continúa en la página 3*

## Entendiendo la “Regla que Calma los Animos”

Es posible que ya le hayan dicho en algún punto de una compra sobre la regla que le permite cancelar la compra siempre y cuando usted lo haga dentro de los tres primeros días de la compra. La Comisión Federal de Comercio llama a esta regla “La regla que calma los ánimos” (Cooling-Off rule). Así como es de valiosa, frecuentemente se mal entiende y deja a muchos consumidores confundidos sobre los derechos que dicha regla les otorga. Nosotros esperamos que la siguiente información clarifique algunos de estos conceptos erróneos, para que usted tenga el conocimiento que necesita y ejercer este derecho, si es que lo necesita.

Quizás lo mejor es comenzar y definir claramente cuando la “Regla que calma los ánimos” no aplica.

### 1. Compras hechas en el establecimiento donde el comercio usualmente vende

Si usted va de compras al centro comercial y al día siguiente decide que gastó demasiado dinero y quiere devolver su compra, la regla no aplica. Aunque muchos establecimientos a menudeo aceptan las devoluciones, ellos están exentos de la “Regla que calma los ánimos” y no están legalmente obligados a observarla.

### 2. Compras hechas a través del correo o por teléfono

Si un vendedor lo contacta por teléfono, le da la información del producto por teléfono y usted completa la compra por teléfono, la regla no aplica. Lo mismo es para compras hechas a través del correo.

### 3. Compras de menos de \$25

Sin tener en cuenta donde usted hizo la compra, si es menos de \$25, la regla no aplica.

### 4. Compra de vehículos motorizados, seguros, bienes raíces y valores bursátiles.

Esta es una excepción importante para tenerse presente. Sin tener en cuenta donde usted haga la compra de estos artículos, la regla no aplica. Una vez usted firma el contrato, es suyo. Muchos consumidores regresan su automóvil al lote de autos porque no pueden darse el lujo de pagarlo, pensando que dicha regla aplica para estos casos y tristemente descubren que estaban equivocados.

*Continúa en la página 3*

*Continúa de la página 2, compras*

Si usted quiere disputar un cargo, envíe una carta a la dirección que se especifica en su estado de cuenta mensual identificado como "Requerimientos de facturación". Su carta debe llegar al acreedor antes de los primeros 60 días después de la primera vez que la factura que contiene el error se le mandó por correo. Asegúrese de incluir su nombre, dirección, número de cuenta y una descripción detallada de la cantidad que usted está disputando. Una carta de disputa eficaz debe ser clara y concisa e incluir todos los hechos. Incluya las copias de los documentos relacionados a su queja, tales como recibos de ventas, órdenes de reparación, garantías, cheques cancelados, contratos y cualquier correspondencia entre la compañía y usted.

Al acreedor se le exige contestar a su carta por escrito dentro de los próximos 30 días después de recibirla. La disputa no debe resolverse por parte del acreedor con más de 90 días después de haber recibido la carta.

## **Quejándose de productos o servicios**

Usted también está protegido contra productos o servicios poco satisfactorios que haya pagado con su tarjeta de crédito, esto si usted hizo la compra en el estado donde reside o dentro de 100 millas a la redonda de su dirección de facturación actual y la suma de la compra sea más de \$50. Si le es posible, intente resolver la disputa primeramente con el vendedor (es lo mejor), pero si esto no tiene éxito, usted puede dirigir la disputa a la compañía de tarjeta de crédito. No le será exigido usar algún procedimiento especial.

Si usted tiene una disputa que no puede resolverse a través de los canales apropiados, a continuación le proporcionamos algunas agencias con la cuales usted puede acudir por ayuda.

Aunque la FTC no interviene en las disputas individuales, la información que usted proporciona puede indicar un modelo de posibles violaciones a la ley, las cuales requieren de acción por parte de la Comisión. Visite [ftc.gov](http://ftc.gov) o llame gratuitamente al 1-877-FTC-HELP (382-4357); TTY: 1-866-653-4261. ■

*Continúa de la página 2, regla*

### **5. Transacciones mercantiles a menudeo que comienzan en el establecimiento y se completan en su casa**

Por ejemplo, si usted solicita la instalación de alfombra en la tienda, pero no firma el contrato hasta que alguien visita su casa para medir el espacio del suelo, la regla no aplica. Una vez usted ha pedido la alfombra, le obligan a que cumpla las condiciones de la venta.

### **6. Arte o manualidades compradas en ferias**

Si usted visita una feria de arte o manualidades en su centro comercial local, feria estatal, escuela, etc., La regla no aplica. El comercio no está legalmente obligado a aceptar la mercancía de regreso.

### **Ahora hablemos de las circunstancias dónde la "Regla que calma los ánimos" si aplica.**

Aparte de las excepciones enlistadas anteriormente, con dicha regla usted tiene tres días comerciales para cancelar cualquier compra de \$25.00 o más y que haya hecho en alguna otra parte que no sea el lugar donde usualmente el comerciante realiza sus ventas:

- **En su casa:** Por ejemplo, Tupperware, Avon, Mary Kay, etc.,
- **Locales alquilados:** Por ejemplo, cuartos de hotel, centros de convención, ferias, restaurantes.
- **Ventas de presentación en su casa:** Si usted invita a un vendedor a hacer una demostración de un producto en su casa y usted hace una compra, su compra esta protegida bajo la "regla que calma los ánimos".

Bajo cualquiera de estas circunstancias, el vendedor debe darle un formulario para cancelar la compra, esto junto con su contrato o recibo. La fecha de venta debe estar anotada en el formulario de cancelación, el cual debe declarar que "Usted puede cancelar esta transacción sin multa u obligación alguna, esto dentro de los primeros tres días comerciales de la fecha anteriormente mencionada".

Si usted decide cancelar su compra, firme y coloque la fecha en el formulario de cancelación, envíelo por correo o llévalo a la dirección que se le proporcionó para la cancelación, esto antes de medianoche del tercer día comercial. Asegúrese de guardar una copia para sus archivos personales. Si el formulario lo va a enviar por correo, asegúrese de enviarlo certificado y con acuse de recibo, esto en caso de que le soliciten que verifique la fecha en que usted mandó el formulario de cancelación. No le exigirán proporcione una razón para la cancelación. Claro, siempre es mejor pensar cuidadosamente sobre su compra antes de tener que lidiar con la cancelación de una transacción. ■

Los productos no tienen que ser sometidos a la Comisión Federal de Comercio para ser aprobados y puedan llevar una etiqueta con

### Hecho en Estados Unidos (continúa)

de fabricación estadounidenses constituyen el 75% del costo total del producto. Además, de acuerdo con las regulaciones del Servicio de Aduanas de los Estados Unidos, se consideraría que la bicicleta fue transformada substancialmente en los Estados Unidos. Por lo cual, no es una falsedad que la bicicleta lleve una etiqueta que diga "Hecho en USA".

**Ejemplo 2:** Un tostador que es hecho primordialmente de partes Estadounidenses y ensamblado en Canadá, es un proceso que constituye una transformación sustancial. Los costos estadounidenses componen un 75% del costo total de fabricación. El hecho de decir que el producto fue "Hecho en USA" no es una falsedad, esto a pesar de que la transformación final y sustancial haya ocurrido fuera de los Estados Unidos.

¿Suena complicado no? Lo es. Como usted puede ver, el término "Hecho en USA" no garantiza que todo el producto, partes o la mano de obra sean 100% Estadounidense. En 1997 la Comisión Federal de Comercio determinó que se continuarían con la definición de "Hecho en USA" la cual ya existía desde hacia ya cincuenta años. Por ejemplo: para que un producto pueda ser declarado "Hecho en USA" o presumir que es de origen doméstico, esto sin calificativos o límites en la demanda, el producto debe ser "todo o virtualmente" hecho en Estados Unidos. El término "Estados Unidos", tal como se refiere en la Declaración Política en Vigor, incluye a los 50 estados, el Distrito de Columbia, y los territorios americanos y sus posesiones.

La descripción de "Todo o Virtualmente Todo" hace las cosas más difíciles para los fabricantes, ya que no hay ninguna definición para distinguir lo que el "Virtualmente Todo" significa. A continuación le ofrecemos otro ejemplo:

**Ejemplo:** Una lámpara de mesa que es ensamblada en Estados Unidos y hecha con latón de Estados Unidos, con una pantalla estilo Tiffany, hecha también en Estados Unidos, todo con una base importada. La base cuenta como un bajo porcentaje del costo al hacer la lámpara, pero el hecho de decir que fue "Hecho en USA" sería engañoso por dos razones: La base no está exenta del proceso de fabricación y es parte muy significativa del producto final.

¿Qué es lo que el fabricante puede hacer? Ellos pueden hacer declaraciones tales como: "Podemos certificar que nuestras lámparas de mesa contienen más del 80% por ciento del producto "hecho en USA".

la leyenda "Hecho en USA", pero la Comisión tiene el poder de tomar acciones y llevarlos a comparecer ante las leyes competentes si es que se descubre que se están haciendo declaraciones falsas o engañosas en cuanto al origen del producto. Tal como con cualquier otro anuncio de mercadeo, un fabricante o comercio puede hacer cualquier declaración siempre y cuando sea verdadero y pueda probarse. La Comisión espera que las compañías sigan las pautas que se han establecido para agregar las etiquetas. También, no a todos los productos se les exigen porten tal leyenda "Hecho en \_\_\_\_". Los productos a los cuales se les exigen lleven tal etiqueta, son los automóviles y cualquier textil, productos de piel o lana; ejemplo: ropa, ropa de cama y linos. No hay ninguna ley que requiera que otros productos vendidos en la unión americana sean marcados o etiquetados con la leyenda "Hecho en USA" o en la cual se deba describir el contenido del producto si es que fue fabricado en Estados Unidos. Sin embargo, aquellos fabricantes o comercios que decidan declarar las cantidades contenidas en volúmenes estadounidenses, sus productos deben obedecer las regulaciones de la FTC.

Así como parecen de confusas y complicadas las regulaciones de la FTC, se provee con las mejores intenciones y con el fin de proteger al consumidor de declaraciones falsas cuando se presume que tal o cual producto fue "Hecho en USA". Desde el 11 de septiembre del 2001, muchas personas han sido más ávidas en su devoción y patriotismo por comprar sólo aquellos productos hechos en el país; así mismo, ellos desean asegurarse que si van a salir a comprar productos que contengan la etiqueta "Hecho en USA", obtengan por lo que pagaron. Con tantos países en el mundo convirtiéndose en interdependiente para lograr el éxito económico, si la FTC permitiera que las etiquetas de "Hecho en USA" sólo se colocaran en productos hechos 100 % de materiales y mano de obra estadounidense, habría muy pocos productos disponibles en el mercado. Tiene que haber un poco de flexibilidad. ■

### Family Financial Education Foundation

ACCESS EDUCATION SYSTEMS

Derechos de Autor 2006, todos los derechos reservados

724 Front Street, Suite 340

Evanston, WY 82930

(307) 789-2010, toll-free (888) 292-4333

[www.accesseducation.org](http://www.accesseducation.org)

