

# Publicidad por fax: lo que necesita saber

## Información de la FCC para el Consumidor

### Antecedentes

La Ley de Protección al Consumidor de Servicios Telefónicos (TCPA, por sus siglas en inglés) y las normas de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) generalmente prohíben la mayoría de los anuncios no solicitados por fax. Además, la Ley de Prevención de Fax Indeseable (*Junk*) que aprobó el Congreso en 2005 lleva a la FCC a enmendar sus normas autorizadas conforme la TCPA, con relación a la publicidad por fax. Las normas que ha revisado la FCC: (1) codifican una exención a la prohibición de enviar publicidad no solicitada vía fax cuando existe una relación de negocios establecida (EBR, por sus siglas en inglés); (2) definen una EBR para los anuncios publicitarios por fax no solicitados; (3) piden que el remitente de la publicidad incluya en el fax la notificación específica e información de la persona a contactar que le permita al destinatario su “exclusión voluntaria” para recibir faxes en el futuro; y (4) especifican las circunstancias para que la solicitud de “exclusión” cumpla con la ley.

### Definiciones

Para entender las normas revisadas, debe comprender primero el significado de los términos “publicidad no solicitada” y “relación comercial establecida”. Como lo definen las normas de la FCC, la “publicidad no solicitada” es cualquier material que anuncia la disponibilidad comercial o calidad de cualquier propiedad, bien o servicio, que se transmite a cualquier persona sin su previa solicitud o permiso específico por escrito o por cualquier otro medio”.

También, según lo definen las normas de la FCC, una “relación comercial establecida” o EBR es “aquella existente o que ya existía voluntaria y bilateralmente entre una persona o entidad y una empresa o abonado residencial con o sin un intercambio de prestación (pago), con base a una encuesta, solicitud, compra o transacción por el abonado o negocio con relación a los productos o servicios que ofrece dicha persona o entidad, y cuya relación no se ha terminado previamente por ambas partes”.

### Enmienda a las normas de publicidad por fax y exención para las relaciones de negocios establecidas

Las normas establecen que es ilegal enviar publicidad no solicitada a cualquier máquina de fax, incluyendo las de negocios y residencias, sin un previa solicitud o permiso expreso. Sin embargo, se puede enviar publicidad a destinatarios con los cuales hay una EBR siempre y cuando hayan dado su número de fax voluntariamente. El remitente específicamente, puede enviar publicidad por fax a un cliente con una EBR, si además:

- Obtiene el número de fax directamente del destinatario, por ejemplo, a través de una solicitud, formulario de información de contactos o de renovación de una membresía; o
- Obtiene el número de fax del *propio* directorio del destinatario, publicidad o sitio de Internet, a menos que el destinatario haya indicado en dichos materiales que no acepta la publicidad no solicitada al número de fax en cuestión; o
- Ha tomado las medidas pertinentes para verificar que el destinatario ha autorizado que su número se incluya en las listas, si se obtiene de un directorio u otra fuente de información obtenida por un tercero.

→  
(Sigue)



## Enmienda a las normas de publicidad por fax y exención para las relaciones de negocios establecidas (cont.-)

Si el remitente tenía una EBR con el destinatario y tenía su número de fax antes del 9 de julio de 2005 (fecha en la cual se aprobó la Ley de Prevención de Fax Indeseable), el remitente podrá enviar la publicidad por fax sin tener que demostrar cómo obtuvo el número.

## Requisitos para la notificación de exclusión voluntaria

Los remitentes de publicidad permitida por fax (enviada por una EBR o con la previa y expresa autorización del destinatario) deben dar información del contacto o notificación en el fax que permita a los destinatarios pedir la exclusión voluntaria para no recibir faxes en el futuro. La notificación debe:

- Ser clara, específica y estar ubicada en la primera página de la publicidad;
- Establecer que el destinatario puede solicitar que no se le envíen más faxes y que si no cumple con esta solicitud en 30 días, viola la ley; e
- Incluir el número de teléfono, fax y mecanismo gratuito (incluyendo un número de teléfono sin costo, número local para los destinatarios locales, número de fax sin costo, dirección del sitio Web o de correo electrónico) para pedir la exclusión de su lista para el envío de faxes. Estos números y mecanismos sin costo deberán permitir que el consumidor solicite la exclusión las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Los remitentes que reciben una solicitud para que no sigan enviando faxes y la misma cumple con los requisitos indicados en la siguiente sección deben reconocer dicha solicitud lo más pronto posible una vez que la reciben sin exceder de 30 días. Tienen prohibido seguir enviando publicidad por fax a menos que el consumidor dé su previa y expresa autorización para ello.

## Solicitudes de los consumidores para su exclusión voluntaria

Para detener la publicidad indeseada por fax, las solicitudes para la exclusión voluntaria deben:

- Identificar el número o números de fax que se relacionan con la solicitud; y
- Enviarse al número telefónico o de fax, dirección del sitio Web o de correo electrónico que se indica en la publicidad enviada.

Si cambia de opinión sobre la recepción de anuncios por fax, puede dar su permiso expreso para recibir faxes de un remitente específico, por escrito o verbalmente.

## Emisores de fax

Con frecuencia, los anuncios publicitarios por fax se envían en paquetes en nombre de un negocio o entidad por emisores profesionales de fax independientes. Generalmente, la persona o negocio en nombre de quién se envía un fax o cuya propiedad, bien o servicio se anuncia es responsable si viola las normas de fax indeseado, aún si la persona o negocio no envió físicamente el fax. Un emisor de fax puede también ser responsable por violar las normas si está “muy implicado” en los mensajes de fax del remitente, como es el proporcionar los números de fax a los que envía el mensaje; dar una fuente de números de fax; hacer representaciones sobre la legalidad de enviar faxes a esos números, o aconsejando sobre la forma de cumplir con las normas para faxes indeseados. También, si un emisor de fax está “muy implicado” en los mensajes de fax del remitente, el emisor debe proporcionar su nombre en el fax.

## Números de fax y el registro nacional “no llamar”

El registrar el teléfono de una casa en el registro nacional “no llamar” evita sólo la venta por teléfono dirigida a ese número, más no la publicidad por fax al teléfono de su casa o negocio. Para más información sobre las normas de publicidad por fax, consulte la hoja de datos

(Sigue)



## Números de fax y el registro nacional “no llamar” (cont.-)

para el consumidor en [www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp\\_tcpa.html](http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/sp_tcpa.html) o visite nuestro sitio Web en [www.fcc.gov/cgb/donotcall/welcomeSpanish.html](http://www.fcc.gov/cgb/donotcall/welcomeSpanish.html). Sin embargo las normas de fax indeseado de la FCC prohíben los anuncios publicitarios por fax a menos que haya tenido una EBR con el remitente o le haya dado permiso específico previo para recibir el fax.

## Cómo puede ayudarle la FCC

La FCC puede emitir citaciones de advertencia e imponer multas contra las compañías que han violado o que se sospecha han violado las normas de fax indeseado, pero no reconoce daños individuales. Si ha recibido publicidad por fax de alguien que no tiene una EBR con usted o que no tiene su previo y expreso consentimiento, puede presentar una queja con la FCC, sin costo alguno. Puede presentar su queja usando el formulario en línea que se encuentran en [www.fcc.gov/cgb/complaints\\_spanish.html](http://www.fcc.gov/cgb/complaints_spanish.html). También puede presentar su queja con el Centro para el Consumidor por correo electrónico a [fccinfo@fcc.gov](mailto:fccinfo@fcc.gov); llamando al 1-888-CALL-FCC (1-888-225-5322) voz o 1-888-TELL-FCC (1-888-835-5322) TTY; enviando un fax a 1-866-418-0232; o escribiendo a:

Federal Communications Commission  
Consumer & Governmental Affairs Bureau  
Consumer Inquiries and Complaints Division  
445 12<sup>th</sup> Street, SW  
Washington, DC 20554.

## Qué debe incluir su queja

La mejor manera de proporcionar toda la información que la FCC necesita para procesar su queja es completando el formulario en línea. Si no usa el formulario de quejas electrónico, su queja debe indicar, como mínimo:

- Su nombre, dirección y número telefónico donde se le puede localizar;
- El número telefónico de la casa o empresa donde recibió el anuncio no solicitado por fax;
- La fecha y hora en que recibió el fax;
- Si el fax anunciaba o vendía alguna propiedad, bien o servicio;
- El nombre del remitente, número telefónico o número de la máquina de fax que envió el mensaje y si la información se proporcionó en la primera página o en el margen superior o inferior de cada página;
- Cualquier otra información como sitio Web o dirección de correo electrónico que pueda ayudar a identificar al remitente o individuo o compañía cuyas propiedades, bienes o servicios se anunciaban o vendían;
- Cualquier número, sitio Web o dirección de correo electrónico proporcionado para permitirle la exclusión voluntaria para no recibir faxes en el futuro;
- Si usted o alguna otra persona de su casa le dio permiso al remitente de enviarle un anuncio por fax;

(Sigue)



### Qué debe incluir en su queja (cont.-)

- Si usted tiene una EBR con el remitente (específicamente, si usted o cualquier otra persona en su casa o negocio compró alguna propiedad, bien o servicio del remitente o hizo alguna pregunta o presentó una solicitud con el individuo o la compañía antes de recibir el fax); y
- Si usted o alguna otra persona de su casa o negocio solicitó previamente al remitente, o individuo o compañía cuyas propiedades, bienes o servicios se anunciaron o vendieron, que **NO** le mandaran faxes y cuándo y cómo (por teléfono, correo electrónico, o sitio Web) hizo dicha solicitud.

También puede presentar una copia del fax con su queja, ya sea en forma electrónica, por fax o correo usando la información de contactos del Centro para el Consumidor proporcionada arriba.

### Lugares adicionales donde puede acudir para ayuda

Puede presentar sus quejas relacionadas con la TCPA con las autoridades estatales, incluyendo la oficina de protección al consumidor local o del estado o la oficina del fiscal general. La información sobre los

### Lugares adicionales donde puede acudir para ayuda (Cont.-)

contactos para estas organizaciones la puede encontrar en las páginas azules o sección de oficinas de gobierno de su directorio telefónico local.

Es posible que desee entablar una demanda privada contra el infractor en un tribunal estatal apropiado. Mediante una demanda privada, podrá recuperar la pérdida monetaria real que resultó de la violación a la TCPA o recibir hasta \$500 en daños por cada violación, la cantidad que sea mayor. El tribunal puede triplicar el valor de los daños para cada violación si considera que el demandado infringió la ley con conocimiento o intencionalmente. El presentar una queja con la FCC no le impide que pueda también interponer una demanda en el tribunal del estado.

### Para más información

Para más información sobre éste o cualquier otro tema de telecomunicaciones, visite el sitio Web de la Oficina de Asuntos Gubernamentales y del Consumidor en [www.fcc.gov/cgb](http://www.fcc.gov/cgb), o comuníquese con el Centro para el Consumidor usando la información proporcionada arriba en la sección de presentación de quejas.

###

*Para ésta u otra publicación para el consumidor en formato accesible (texto electrónico ASCII, Braille, letra grande, o audio) escribanos o llame a la dirección o teléfono indicados abajo, o envíe un e-mail a [FCC504@fcc.gov](mailto:FCC504@fcc.gov).*

Visite [www.fcc.gov/cgb/contacts/](http://www.fcc.gov/cgb/contacts/) para recibir información sobre éste y otros temas de la FCC para el consumidor a través del servicio de suscripción electrónica de la Comisión.

*Este documento tiene como único propósito el educar al consumidor y no afectará ningún procedimiento o caso sobre este asunto u otros relacionados.*

10/20/08\*

