



Christopher S. Porrino
Fiscal General

División de Asuntos del Consumidor

Sharon M. Joyce, *Directora Interina*

División de Leyes

Michelle Miller, *Directora Interina*

Para publicación inmediata:

Día 12 de Septiembre del 2017

Para más información contacte:

C. John Schoonejongen 973-504-6327

Lisa Coryell 973-504-6327

Apple Inc. acuerda a instalar información continua de los precios disponibles en mesas donde muestra las mercancías en sus tiendas de New Jersey en un acuerdo con la División de Asuntos del Consumidor

NEWARK – Apple Inc. (“Apple”) ha acordado a instalar información continua de los precios disponibles, de los iPhones, iPads, MacBooks, Apple Watches y otros aparatos electrónicos de muestra en sus tiendas de New Jersey, para resolver una investigación de la Division of Consumer Affairs.

El nuevo “marcador de precios” de 4 ½ por 3 ½ de pulgadas será colocado en cada mesa donde estos aparatos están ofrecidos de venta y marcarán el precio total de venta de cada aparato mostrado en la mesa. El nuevo marcador de precio suplementará el sistema digital de precios que existe en las tiendas de Apple, el cual provee información de precios a través de apps y notificaciones lanzadas por los aparatos mismos.

La División alega que el sistema digital de precios de Apple en las tiendas violó las leyes de protección del consumidor de New Jersey porque la información del precio no estaba continuamente disponible a los consumidores para poder verlos, siendo necesario a veces que los consumidores interactuaran con los aparatos o un agente ventas, para saber cuánto un producto costaba.

“Porque los precios de los teléfonos están subiendo, es más importante que nunca que los consumidores puedan comparar fácilmente los precios de los diferentes modelos y hacer decisiones educadas de cómo gastar su dinero,” dijo el Attorney General Christopher S. Porrino. “Este acuerdo asegura que todos los compradores en Apple Store, incluso aquellos que no saben usar los aparatos electrónicos, puedan fácilmente determinar cuánto un artículo cuesta sin tener que pedir ayuda a un agente de ventas.”

“Estamos satisfechos de haber llegado a esta resolución que respeta el empeño de New Jersey a la transparencia en el mercado mientras permite que Apple continúe ofreciendo a sus clientes una

experiencia de compra de alta tecnología,” dijo Sharon M. Joyce, Acting Director de la Division of Consumer Affairs.” “Celebramos conceptos innovadores en la industria de ventas al por menor siempre que las tiendas cumplan con las leyes de protección a los consumidores, especialmente cuando van de compras por un artículo caro como teléfonos inteligentes y computadoras.”

El acuerdo resuelve alegaciones que se derivan de la inspección de la División de las 12 Apple tiendas de New Jersey el año pasado.

Los investigadores de la Division’s Office of Consumer Protection descubrieron que mientras accesorios y otros artículos en las tiendas Apple estaban marcados con las etiquetas tradicionales de precios, los iPhones, iPods, iPads, iMacs, MacBooks, y Apple Watches desplegados para que los clientes los vieran y usaran solamente estaban marcados digitalmente.

La New Jersey’s Merchandise Pricing Statute, en el Consumer Fraud Act, requiere que los precios estén marcados sencillamente con un sello, etiqueta o señal, en o cerca de la mercancía. El propósito de la ley es asegurar que los consumidores saben el precio de un artículo cuando lo están mirando, y no tienen que interactuar con el aparato o un agente de ventas.

La División alega que Apple había violado estas leyes porque la información de precios desplegada en los aparatos no estaba continuamente visible a los clientes.

La División alega que iPhones, iPods, y iPads tenían un “pantalla de precio” que se podía ver por 5 segundos después de que el aparato se activara del modo de suspensión pero muchos de los aparatos no tenían “pantalla de precio” cuando se miraba al aparato porque el aparato estaba en modo activado, en vez de modo de suspensión.

Además, la “app de precio” localizada en las pantallas del portal del aparato no eran más prominente que las otras aplicaciones instaladas en estos; y la “notificación de precios” alertando a los usuarios acerca de la disponibilidad del app de precio rápidamente expiraba de la pantalla, o no aparecía, alegó la División.

Los investigadores también descubrieron que las computadoras de sobremesas iMac, y las computadoras portátiles Macbook tenían un “precio fijado de fondo de pantalla”, pero mucho de los aparatos estaban gestionando protectores de pantalla o aplicaciones que obscurecían el precio, alegó la División. Los Apple Watches tenían “tableta de precio” localizada en una mesa separada, no necesariamente cerca de las mesas que contenían los relojes, alegó la División.

Durante las inspecciones, la División también descubrió que ninguna de las Apple Stores en New Jersey estaban en cumplimiento con el Refund Policy Disclosure Act, el cual requiere que la política de reembolso esté puesta por lo menos en uno de los siguientes lugares: adjunta a la mercancía; fijada en cada caja registradora o punto de venta; en un lugar donde es claramente visible al comprador desde la caja registradora; o puesta a cada entrada usada por el público.

Apple, la cual eliminó cajas registradoras hace años a favor de aparatos manuales que permite a los empleados hacer transacciones de venta desde cualquier lugar de la tienda, ha acordado a desplegar prominentemente su política de reembolso en letreros localizados en las entradas de sus tiendas.

El Deputy Attorney General Russell M. Smith, Jr. en la Consumer Fraud Prosecution Section dentro de la Division of Law representó al Estado en este caso.

Brittany H. Sokoloff, Esq., de Schiff Hardin LLP, representó a Apple Inc. en este asunto.

Los consumidores que creen han sido engañados o defraudados por un negocio, o sospechan cualquier otra forma de abuso, pueden poner una queja con la State Division of Consumer Affairs visitando su sitio web o llamando a los números mencionados arriba.

Siga la New Jersey Attorney General's Office en línea en Twitter, Facebook, Instagram & YouTube. Los enlaces a los medios sociales proveídos son por referencias solamente. La New Jersey Attorney General's Office no apoya o patrocina ningún sitio web, compañías o aplicaciones que no sean del gobierno.