



John J. Hoffman, *Fiscal General Interino*

División de Asuntos del Consumidor

Steve C. Lee, *Director Interino*

División de Leyes

Michelle Miller, *Acting Director*

Para publicación inmediata:

Día 13 de Julio del 2015

Para más información contacte:

Jeff Lamm o Neal Buccino
973-504-6327

La compañía de “As Seen On TV” de Telebrands hará cambios a sus prácticas de negocios y a su automático sistema de pedidos, también pagará \$550,000 para resolver la demanda puesta por la División de Asuntos del Consumidor de Nueva Jersey

NEWARK – Telebrands Corp., de Fairfield, una compañía basada en New Jersey conocida por sus productos “As Seen on TV” (Como se ven en la TV), ha acordado a revisar su Interactive Voice Response (IVR) sistema de servicio de pedidos y otras prácticas de negocios, y de pagar \$550,000 al Estado, bajo los términos de un Final Consent Judgment and Settlement Agreement (Consentimiento Final de Juicio y Acuerdo de Convenio) que resuelve la demanda del 2014 puesta por la Office of the Attorney General y la State Division of Consumer Affairs.

El Estado alega en su Denuncia en Agosto del 2014, puesta en la Corte Superior del Estado en Essex County, que Telebrands violó el New Jersey Consumer Fraud Act y las Advertising Regulations, entre otras cosas, agresivamente “upselling” (empujar al consumidor a comprar más) productos a través de su sistema de teléfono IVR y sitios webs; sometiendo a los consumidores a un proceso largo de pedido; no proveer un método a los consumidores para declinar las ofertas de productos adicionales; no proveer a los consumidores la oportunidad de confirmar la orden de la mercancía antes de autorizar los cargos; enviar y facturar productos adicionales que los consumidores declinaron a comprar; no proveer a los consumidores con el costo total de sus pedidos; y no proveer a los consumidores con la oportunidad de hablar con un representante de servicio al cliente cuando estaban ordenando productos a través del sistema IVR. Las alegaciones del Estado, en parte, fueron establecidas a través de compras encubiertas hechas por investigadores de la División de los productos Telebrand (e.g. “Instabulbs,” la “Olde Brooklyn Lantern” y la “Pocket Hose). La Denuncia también alega que Telebrands, con su conducta, violó los términos de una Final Consent Judgment and Order del 2001 que resolvió previa litigación con el Estado.

Bajo los términos del convenio, se requiere de Telebrands, a sus expensas, que

retenga un Consumer Affairs Liaison (Enlace con la División de Asuntos del Consumidor) por un periodo de hasta 2 años, con una persona que la Division of Consumer Affairs haya aprobado. El Consumer Affairs Liaison, entre otras cosas, supervisará el cumplimiento de Telebrands con los términos del acuerdo y las leyes aplicables, facilitará la resolución de las quejas de los consumidores y proveerá reportes trimestrales a la División.

“Hemos puesto a los consumidores otra vez en control de sus pedidos y proceso de pago, a través de estas revisiones de las prácticas de servicio de Telebrands. No más los consumidores sufrirán un asalto de solicitudes de productos en los que no tienen ningún interés, sin un medio de parar las despiadadas solicitudes de ventas,” dijo el Acting Attorney General John J. Hoffman.

Bajo los términos del Final Consent Judgment and Settlement Agreement, Telebrands revisará su sistema IVR y productos de sus sitios webs, para:

- informar a los consumidores del costo de la mercancía pedida, incluyendo cualquier cargo de envío y manejo, antes de que los consumidores autoricen el pago;
- proveer a los consumidores con la opción de hablar con un representante (en vivo) de servicio al cliente cuando se ha puesto una orden de mercancías (e.g., oprima el “0” para hablar con un Representante para el Cliente al vivo);
- no repetir la oferta de comprar mercancía adicional una vez que el consumidor ha declinado comprar tal mercancía;
- proveer un medio para que los consumidores declinen la mercancía adicional a través del IVR sistema (e.g., oprima el “1” para aceptar la oferta y oprima el “2” para declinar la oferta);
- solamente facturar o enviar a los consumidores la mercancía por la cual los consumidores han autorizado el pago;
- clara y visiblemente comunicarle a los consumidores a qué punto están terminando la orden de la mercancía y la autorización de pago de esa orden;
- proveer a los consumidores con un medio de editar su orden primaria de los productos Telebrands en los sitios webs antes de confirmar la compra y autorizar el pago de ese pedido;
- proveer a los consumidores con un medio para editar el pedido, además de la orden primaria, en los sitios webs de Telebrands antes de confirmar la compra y autorizar el pago de ese pedido;
- no procesar el pedido de la mercancía (e.g., pedido primario, pedido adicional) antes de confirmar la compra y autorizar el pago de ese pedido;
- claramente y visiblemente poner un enlace u otros medios por los cuales los consumidores pueden optar fuera de solicitudes de otras mercancías a través

de los sitios webs de Telebrands;

- claramente y visiblemente poner un enlace u otros medios por los cuales los consumidores pueden declinar solicitudes adicionales de tales mercancías, en caso de que los consumidores decidan ver solicitudes de mercancías adicionales de Telebrands en sus sitios webs;
- asegurarse que en los sitios webs de productos Telebrands, los consumidores puedan seleccionar cualquier artículo que se añada a su pedido antes de que Telebrands actualmente añada tal artículo al pedido;
- asegurarse de que los precios y costos asociados con el pedido de la mercancía del consumidor sea reflejado en una página (e.g., página de confirmación) en los productos de los sitios web de Telebrands antes de que el consumidor haya confirmado el pedido de la mercancía;
- clara y visiblemente poner la política de compra, retorno, reembolso y cancelación; y
- clara y visiblemente poner las diferentes versiones de la mercancía, incluyendo “deluxe,” “basic” y o “standard”.

“Como resultado de este acuerdo, esperamos que los consumidores serán protegidos a través del estricto cumplimiento de Telebrands de nuestras leyes de protección y regularizaciones para el consumidor,” dijo Steve Lee, Director Interino de la State Division of Consumer Affairs. “Emplear el enlace de la Consumer Affairs Liaison es raro, pero necesaria medida para proteger a los consumidores, en vista de nuestro pasado historial con Telebrands.”

De acuerdo al convenio, se requiere también que Telebrands desarrolle e implemente materiales de entrenamiento para los representantes del servicio al cliente lo cual incluye, como mínimo, las prácticas requeridas y prohibidas delineadas dentro del Final Consent Judgment and Settlement Agreement. Telebrands proveerá tal entrenamiento dentro de los 30 días y tendrá una obligación continua de proveer tal entrenamiento a los representantes nuevos de servicio al cliente.

La Investigadora Elizabeth Perry en la Division of Consumer Affairs Office of Consumer Protection condujo la investigación en este asunto.

La Deputy Attorney General Natalie Serock en la Consumer Fraud Prosecution Section dentro de la Division of Law representó al Estado en esta acción.