

Sample Advertiser
Warning Letters –
Spanish



**UNITED STATES OF AMERICA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
FEDERAL TRADE COMMISSION
COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO
WASHINGTON, D.C. 20580**

PARA: Anunciante
REF.: Su anuncio de oportunidad de negocio
FECHA: 27 de septiembre de 2006

Nos dirigimos a usted para comunicarle que durante una revisión de anuncios publicitarios dirigidos a consumidores hispanohablantes realizada por la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, FTC) y las agencias colegas encargadas de velar por el cumplimiento de la ley indicadas en la lista adjunta, hemos visto su anuncio publicitario en el cual promociona una oportunidad de negocio. Deseamos recordarle que sus declaraciones publicitarias deben cumplir con lo dispuesto por las leyes federales y estatales.

La FTC es la agencia nacional de protección del consumidor. La Ley de la FTC requiere que las declaraciones publicitarias que promueven la venta de productos o servicios, incluidas aquellas declaraciones que impliquen que los consumidores pueden ganar dinero por medio de la compra y operación de un negocio, deben ser veraces y no engañosos. Además, de acuerdo a lo estipulado por la Regla de Franquicias y Oportunidades de Negocio de la FTC y por varios estatutos estatales, los anuncios en los cuales se efectúan declaraciones referidas a los ingresos producidos por determinadas oportunidades de negocio, como por ejemplo los anuncios que promocionan oportunidades de máquinas expendedoras o exhibidores para venta de mercadería, deben informar la cantidad y el porcentaje de clientes previos del vendedor que han alcanzado ese nivel de ingresos.

La FTC y sus agencias colegas estatales han entablado numerosas acciones de cumplimiento contra fraudes de oportunidades de negocio. Para consultar información sobre algunas de estas acciones, por favor refiérase al sitio Web de la FTC:
<http://www.ftc.gov/opa/2005/02/bizoppflop.htm>.

No hemos determinado si su compañía está violando la ley. Sin embargo, lo instamos a revisar sus prácticas para garantizar que las mismas se encuentren dentro del marco legal. Hemos guardado una copia de su anuncio para referencia futura. El envío de esta notificación no implica la renuncia del derecho de la FTC ni de ninguna de las demás agencias colegas a tomar una medida de cumplimiento de ley en su contra basándose en violaciones a la ley pasadas o futuras.

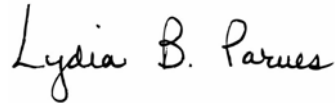
Asimismo, le recomendamos firmemente que consulte los siguientes materiales educativos de la FTC para consumidores y negocios:

1. *FTC Website on Business Opportunities*
<http://www.ftc.gov/bizopps/>
Sitio Web de la FTC sobre Oportunidades de Negocio
(Versión en español disponible en:
<http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/bizopps/espanol.html>.)
2. *Frequently Asked Advertising Questions: A Guide for Small Business*
www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/ad-faqs.htm

Por último, usted debe tener en consideración que su anuncio también podría estar sujeto a las leyes aplicadas por las agencias de cumplimiento estatales y locales.

Sin más, le agradecemos la atención y tiempo dedicados a este importante tema.

Atentamente,



Lydia B. Parnes
Director



**UNITED STATES OF AMERICA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
FEDERAL TRADE COMMISSION
COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO
WASHINGTON, D.C. 20580**

PARA: Anunciante
REF.: Su anuncio de oportunidad de trabajo en casa
FECHA: 27 de septiembre de 2006

Nos dirigimos a usted para comunicarle que durante una revisión de anuncios publicitarios dirigidos a consumidores hispanohablantes realizada por la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, FTC) y las agencias colegas encargadas de velar por el cumplimiento de la ley indicadas en la lista adjunta, hemos visto su anuncio publicitario en el cual promociona una oportunidad de trabajo en casa. Deseamos recordarle que sus declaraciones publicitarias deben cumplir con lo dispuesto por las leyes federales y estatales.

La FTC es la agencia nacional de protección del consumidor. La Ley de la FTC requiere que las declaraciones publicitarias, incluidas aquellas declaraciones que impliquen la ganancia de ingresos con una oportunidad de trabajo en casa, deben ser veraces y no engañosos. Según nuestra experiencia en el tema, las declaraciones referidas a la posibilidad de que los consumidores puedan ganar un ingreso considerable rara vez pueden ser respaldadas por pruebas fehacientes. Aún más, aunque algunas oportunidades de trabajo en casa son legítimas, hemos visto muchas estafas de trabajo en casa, particularmente las que ofrecen tareas de relleno de sobres, facturación de gastos médicos y trabajos manuales o ensamblado de productos.

La FTC y sus agencias colegas estatales han entablado numerosas acciones de cumplimiento contra estafas de trabajo en casa. Para consultar información sobre algunas de estas acciones, por favor refiérase al sitio Web de la FTC http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/ojo/cases_work.htm.

No hemos determinado si su compañía está violando la ley. Sin embargo, lo instamos a revisar sus prácticas para garantizar que las mismas se encuentren dentro del marco legal. Hemos guardado una copia de su anuncio para referencia futura. El envío de esta notificación no implica la renuncia del derecho de la FTC ni de ninguna de las demás agencias colegas a tomar una medida de cumplimiento de ley en su contra basándose en violaciones a la ley pasadas o futuras.

Asimismo, le recomendamos firmemente que consulte los siguientes materiales educativos de la FTC para consumidores y negocios: :

1. *Federal Trade Commission Facts for Consumers: Work-At-Home Schemes*
<http://www.ftc.gov/bcp/online/pubs/invest/homewrk.htm>
Fraudes de Trabajo en el Hogar
(Versión en español disponible en:
<http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/invest/s-homewrk.htm>.)

2. *FTC Consumer Alert: Take this Scheme and Stuff It: Avoiding Envelope-Stuffing Rip-Offs*
<http://www.ftc.gov/bcp/online/pubs/alerts/stuffitalrt.htm>
No Llene este Esquema: Evite ser Víctima de Estafas de Llenar Sobres
(Versión en español disponible en:
<http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/alerts/s-stuffitalrt.htm>.)

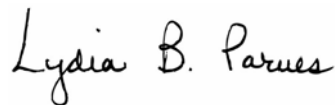
3. *FTC Website on Business Opportunities*
<http://www.ftc.gov/bizopps/>
Sitio Web de la FTC sobre Oportunidades de Negocio
(Versión en español disponible en :
<http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/bizopps/espanol.html>.)

4. *Frequently Asked Advertising Questions: A Guide for Small Business*
www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/ad-faqs.htm

Por último, usted debe tener en consideración que su anuncio también podría estar sujeto a las leyes aplicadas por las agencias de cumplimiento estatales y locales.

Sin más, le agradecemos la atención y tiempo dedicados a este importante tema.

Atentamente,



Lydia B. Parnes
Director



**UNITED STATES OF AMERICA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
FEDERAL TRADE COMMISSION
COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO
WASHINGTON, D.C. 20580**

PARA: Anunciante

REF.: Declaraciones relacionadas a la salud efectuadas en su anuncio publicitario

FECHA: 27 de septiembre de 2006

Nos dirigimos a usted para comunicarle que durante una revisión de anuncios publicitarios dirigidos a consumidores hispanohablantes realizada por la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, FTC) y las agencias colegas encargadas de velar por el cumplimiento de la ley indicadas en la lista adjunta, hemos visto su anuncio publicitario relacionado a la salud. Deseamos recordarle que sus declaraciones publicitarias deben cumplir con lo dispuesto por las leyes federales y estatales.

La FTC es la agencia nacional de protección del consumidor. La Ley de la FTC requiere que las declaraciones publicitarias que promueven la venta de productos o servicios deben ser veraces y no engañosos. Las declaraciones relacionadas a la salud, tales como las efectuadas en su anuncio publicitario, deben estar respaldadas por una evidencia científica competente y confiable. Dicho en otras palabras, es considerado ilegal efectuar declaraciones relacionadas a la salud sin contar con el respaldo científico correspondiente al momento de publicarlas. Además, los testimonios de los consumidores también deben estar respaldados por una evidencia científica competente y confiable. No existe nada que sustituya a las pruebas de laboratorio o a la investigación clínica. También es considerado ilegal exagerar los beneficios de los productos o servicios promocionados o el nivel de respaldo científico sobre el que se basan las declaraciones publicitarias.

La FTC y sus agencias colegas estatales han entablado numerosas acciones de cumplimiento contra comerciantes que han efectuado declaraciones falsas o sin respaldo científico en sus anuncios de productos relacionados a la salud. Para consultar información sobre algunas de estas acciones, por favor refiérase a los sitios Web de la FTC:

<http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/cureall/press.htm> y

http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/ojo/cases_health.htm#claims.

No hemos determinado si su compañía está violando la ley. Sin embargo, lo instamos a revisar sus prácticas para garantizar que las mismas se encuentren dentro del marco legal. Hemos guardado una copia de su anuncio para referencia futura. El envío de esta notificación no implica la renuncia del derecho de la FTC ni de ninguna de las demás agencias colegas a tomar una medida de cumplimiento de ley en su contra basándose en violaciones a la ley pasadas o futuras.

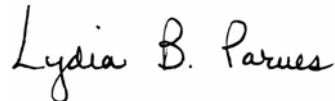
Asimismo, le recomendamos firmemente que consulte los siguientes materiales educativos de la FTC para consumidores y negocios:

1. *Dietary Supplements: An Advertising Guide for Industry*
www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/dietsupp.htm
2. *Frequently Asked Advertising Questions: A Guide for Small Business*
www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/ad-faqs.htm
3. *'Miracle' Health Claims - Add a Dose of Skepticism*
<http://www.ftc.gov/bcp/online/pubs/health/frdheal.htm>.
Afirmaciones sobre Curas "Milagrosas": Añada una Dosis de Escepticismo
(Versión en español disponible en:
<http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/health/s-frdheal.htm>.)

Por último, usted debe tener en consideración que su anuncio también podría estar sujeto a las leyes aplicadas por las agencias de cumplimiento estatales y locales.

Sin más, le agradecemos la atención y tiempo dedicados a este importante tema.

Atentamente,



Lydia B. Parnes
Director



**UNITED STATES OF AMERICA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
FEDERAL TRADE COMMISSION
COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO
WASHINGTON, D.C. 20580**

PARA: Anunciante

REF.: Declaraciones efectuadas en su anuncio de reparación de crédito

FECHA: 27 de septiembre de 2006

Nos dirigimos a usted para comunicarle que durante una revisión de anuncios publicitarios dirigidos a consumidores hispanohablantes realizada por la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, FTC) y las agencias colegas encargadas de velar por el cumplimiento de la ley indicadas en la lista adjunta, hemos visto su anuncio publicitario en el cual promociona reparación de crédito. Deseamos recordarle que sus declaraciones publicitarias deben cumplir con lo dispuesto por las leyes federales y estatales.

La FTC es la agencia nacional de protección del consumidor. La Ley de la FTC requiere que las declaraciones publicitarias que promueven la venta de productos o servicios, incluidas aquellas declaraciones referidas a los servicios destinados a mejorar los registros de crédito de los consumidores, deben ser veraces y no engañosos. Los anuncios, productos y servicios de reparación de crédito también pueden estar en violación de las disposiciones de la ley llamada *Credit Repair Organizations Act* ("CROA"), la cual prohíbe por ejemplo que las organizaciones de reparación de crédito reciban un pago antes de "completar totalmente la prestación" del servicio y también prohíbe efectuar cualquier declaración falsa o que induzca error a los consumidores respecto de la solvencia financiera, calificación de crédito o capacidad para obtenerlo. Los anuncios, productos y servicios de reparación de crédito también podrían violar las disposiciones de la Regla de Ventas de Telemercadeo y demás estatutos estatales aplicables.

La FTC y sus agencias colegas estatales han entablado numerosas acciones de cumplimiento contra comerciantes que anuncian engañosamente productos y servicios de reparación de crédito, incluidos aquellos anuncios específicamente dirigidos a consumidores hispanos. Para consultar información sobre algunas de estas acciones, por favor refiérase a los sitios Web de la FTC <http://www.ftc.gov/opa/2006/02/badcreditbgone.htm> y http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/ojo/cases_finance.htm.

No hemos determinado si su compañía está violando la ley. Sin embargo, lo instamos a revisar sus prácticas para garantizar que las mismas se encuentren dentro del marco legal. Hemos guardado una copia de su anuncio para referencia futura. El envío de esta notificación no implica la renuncia del derecho de la FTC ni de ninguna de las demás agencias colegas a tomar

una medida de cumplimiento de ley en su contra basándose en violaciones a la ley pasadas o futuras.

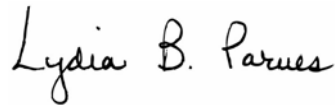
Asimismo, le recomendamos firmemente que consulte los siguientes materiales educativos de la FTC para consumidores y negocios:

1. *FTC's Website on Credit*
<http://www.ftc.gov/credit/>
Sitio Web de la FTC sobre Crédito
(Versión en español disponible en:
<http://www.ftc.gov/credito>)
2. *Statutes and Rules on Credit Repair*
<http://www.ftc.gov/ro/chro/lawenforce.htm>
3. *Frequently Asked Advertising Questions: A Guide for Small Business*
www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/ad-faqs.htm

Por último, usted debe tener en consideración que su anuncio también podría estar sujeto a las leyes aplicadas por las agencias de cumplimiento estatales y locales.

Sin más, le agradecemos la atención y tiempo dedicados a este importante tema.

Atentamente,



Lydia B. Parnes
Director



**UNITED STATES OF AMERICA
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
FEDERAL TRADE COMMISSION
COMISIÓN FEDERAL DE COMERCIO
WASHINGTON, D.C. 20580**

PARA: Anunciante

REF.: Declaraciones relacionadas a la pérdida de peso efectuadas en su anuncio publicitario

FECHA: 27 de septiembre de 2006

Nos dirigimos a usted para comunicarle que durante una revisión de anuncios publicitarios dirigidos a consumidores hispanohablantes realizada por la Comisión Federal de Comercio (*Federal Trade Commission*, FTC) y las agencias colegas encargadas de velar por el cumplimiento de la ley indicadas en la lista adjunta, hemos visto su anuncio publicitario relacionado a la pérdida de peso. Deseamos recordarle que sus declaraciones publicitarias deben cumplir con lo dispuesto por las leyes federales y estatales.

La FTC es la agencia nacional de protección del consumidor. La Ley de la FTC requiere que las declaraciones publicitarias que promueven la venta de productos o servicios deben ser veraces y no engañosos. Las declaraciones relacionadas a pérdida de peso, tales como las efectuadas en su anuncio publicitario, deben estar respaldadas por una evidencia científica competente y confiable. Dicho en otras palabras, es considerado ilegal efectuar declaraciones relacionadas a la pérdida de peso sin contar con el respaldo científico correspondiente al momento de publicarlas. Además, los testimonios de los consumidores también deben estar respaldados por una evidencia científica competente y confiable. No existe nada que sustituya a las pruebas de laboratorio o a la investigación clínica. También es considerado ilegal exagerar los beneficios de los productos o servicios promocionados o el nivel de respaldo científico sobre el que se basan las declaraciones publicitarias.

La FTC y sus agencias colegas estatales han entablado numerosas acciones de cumplimiento contra comerciantes que han efectuado declaraciones falsas o sin respaldo científico en sus anuncios de productos o servicios relacionados a la pérdida de peso. Para consultar información sobre algunas de estas acciones, por favor refiérase al sitio Web de la FTC: http://www.ftc.gov/bcp/online/edcams/ojo/cases_health.htm.

La FTC considera que las siguientes declaraciones relacionadas a la pérdida de peso son falsas :

- Un producto que causa una pérdida de peso de dos o más libras por semana durante uno o más meses sin hacer dieta ni ejercicio físico.

- Un producto que causa una pérdida sustancial de peso sin importar qué y cuánto coma el consumidor.
- Un producto que causa una pérdida de peso permanente (aún cuando el consumidor no siga utilizando el producto).
- Un producto que bloquea la absorción de grasas o calorías para permitir que los consumidores pierdan peso en cantidades considerables.
- Un producto que les permite a los consumidores adelgazar más de tres libras por semana sin ningún riesgo durante un período de más de cuatro semanas.
- Un producto que causa una pérdida de peso sustancial en todas las personas que lo usen.
- Un producto que causa una pérdida de peso sustancial aplicándolo, usándolo en el cuerpo o frotándolo sobre la piel.

No hemos determinado si su compañía está violando la ley. Sin embargo, lo instamos a revisar sus prácticas para garantizar que las mismas se encuentren dentro del marco legal. Hemos guardado una copia de su anuncio para referencia futura. El envío de esta notificación no implica la renuncia del derecho de la FTC ni de ninguna de las demás agencias colegas a tomar una medida de cumplimiento de ley en su contra basándose en violaciones a la ley pasadas o futuras.

Asimismo, le recomendamos firmemente que consulte los siguientes materiales educativos de la FTC para consumidores y negocios:

1. *Dietary Supplements: An Advertising Guide for Industry*

www.ftc.gov/opa/1998/9811/dietary.htm y

www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/dietsupp.htm.

2. *Frequently Asked Advertising Questions: A Guide for Small Business*

www.ftc.gov/bcp/online/pubs/buspubs/ad-faqs.htm.

3. *Red Flag Bogus Weight Loss Claims: A Reference Guide for Media on Bogus Weight Loss Claim Detection*

<http://www.ftc.gov/redflag/>.

Bandera Roja: Afirmaciones Falsas Sobre Pérdida de Peso: Una Guía de Referencia para los Medios de Comunicación sobre Cómo Detectar Afirmaciones Falsas Sobre Pérdida de Peso.

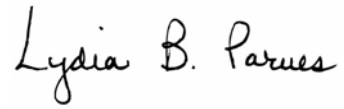
(Versión en español disponible en:

<http://www.ftc.gov/bcp/online/spanish/buspubs/s-redflag.htm>.)

Por último, usted debe tener en consideración que su anuncio también podría estar sujeto a las leyes aplicadas por las agencias de cumplimiento estatales y locales.

Sin más, le agradecemos la atención y tiempo dedicados a este importante tema.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink that reads "Lydia B. Parnes". The signature is written in a cursive style with a loop at the end of the word "Parnes".

Lydia B. Parnes

Director