



PAULA T. DOW
Fiscal General

División de Asuntos del Consumidor
Thomas R. Calcagni, Director Interino

Para publicación inmediata
Día 11 de Junio del 2010

Para más información llamen:
Jeff Lamm: 973-504-6327

La Corte de Apelación sostiene la regulación de poner los precios en o cerca de los autos usados para venta

NEWARK - El Miércoles, la División de Apelación de la Corte Superior de Nueva Jersey confirmó una Decisión y Orden del Director de la División de Asuntos del Consumidor, la cual dice que un concesionario de autos usados de Nueva Jersey violó el Acta de Fraude para el Consumidor por no poner los precios de venta en o cerca de los vehículos usados para venta.

El día 10 de Abril del 2008, como parte de un Destacamento de Investigación de Autos Usados, investigadores de la División de Asuntos del Consumidor, inspeccionaron J.D. Byrider, también conocido como Johnny Popper, Inc., y Fisher's Fine Automobiles, localizado en 342 South Whitehorse Pike en Clementon, New Jersey. Los investigadores descubrieron que J.D. Byrider no tenía los precios anunciados en ninguno de los 34 vehículos de venta. En realidad, no había precios puestos en toda la zona dónde los autos estaban aparcados para venderlos.

J.D. Byrider respondió a la Citación de Violación pidiendo una audiencia. En la audiencia J.D. Byrider argumentó que poniendo una lista de los precios de los autos dentro del establecimiento satisfacía la ley N.J.S.A. 56:8-2.5, la cual requiere que el precio de la mercancía debe estar adjunto a ella o "dónde la mercancía se vende" La División contra-argumentó que el lenguaje de la ley debía ser interpretado que los precios estén marcados en la mercancía o cerca de ella.

El Director estaba de acuerdo con la interpretación dada por la División, diciendo que J.B. Byrider había violado el Acta de Fraude para el Consumidor N.J.S.A. 56:8-2.5, y lo multó con \$5,425 dólares en multas civiles y reembolsos de gastos de abogados y de investigación.

J.B. Byrider apeló la Decisión Final del Director y Orden, a la División de Apelación, otra vez con el mismo argumento que él cumplía con la ley N.J.S.A. 56:8-2.5 si solamente ponía los precios dentro del establecimiento.

La División de Apelación rechazó su argumento y sostuvo la Decisión Final y Orden del Director.

La Corte declaró: Poner los precios de los vehículos “facilitará la práctica conveniente para los consumidores, si estos lo desean, de comparar los precios sin la intervención de los vendedores.”

"Esta decisión es una victoria para los consumidores," dijo la Fiscal General Paula T. Dow. Los consumidores tienen que saber los precios de los productos para hacer una decisión bien informada, y la decisión de la corte reafirma el requisito de poner los precios en o cerca de los vehículos de venta."

Muchos consumidores están comprando autos y camiones usados en vez de autos nuevos por la situación de la economía actual," anotó el Director Interino de la División de Asuntos del Consumidor, Thomas R. Calcagni.

“Los precios deben ponerse donde los artículos se ofrecen de venta, que es donde los consumidores lo encuentran, no donde se hace la transacción final,” dijo Calcagni. “Esto es más importante especialmente cuando el consumidor se va a gastar miles de dólares”

El Delegado del Fiscal General Nicholas Kant de la Sección de Prosecución de Fraude para el Consumidor representó a la División ante el Director y la División de Apelación.