

JUEVES, 28 DE MAYO DE 2020

<https://www.asuntoslegales.com.co/consumidor/superindustria-ha-recibido-356-denuncias-por-publicidad-enganosa-en-lo-que-va-del-ano-3011013>

Asuntos Legales, noticias legales, financieras y empresariales de Colombia y el mundo.

CONSUMIDOR

## Superindustria ha recibido 356 denuncias de consumidores por publicidad engañosa

Daniel Rojas Castañeda - [drojas@larepublica.com.co](mailto:drojas@larepublica.com.co)

*Muchos alegan falta de información, el incremento de los precios y productos los cuales no funcionan o tienen imperfechos*

Entre enero y abril de 2020, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) ya ha recibido 356 denuncias por presunta publicidad engañosa y siete demandas. Desde que dio inicio la Emergencia Sanitaria debido al covid-19, la entidad les pidió a los diferentes comercios que no vulneraran los derechos de los consumidores ofreciendo productos con curas inexistentes o que usaran el virus para acaparar más la atención.

Uno de estos tantos casos fue el pliego de cargos contra la modelo Elizabeth Loaiza por ofrecer a través de sus redes sociales un producto que, según ella, lograba detectar de forma rápida si la persona estaba contagiada o no. Sin embargo, este no contaba con el registro sanitario del Invima.

Desde que salió el Estatuto del Consumidor Ley 1480 de 2011 se estableció que la publicidad es la actividad destinada a dar a conocer al público un bien o servicio con el fin de atraer a nuevos compradores o simpatizantes a la marca y que usualmente se caracteriza por mostrar las virtudes de cada producto.

# PANORAMA DE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN COLOMBIA



Entre enero de 2018 y abril de 2020, se han recibido un total de **3.801 denuncias** por presunta publicidad engañosa

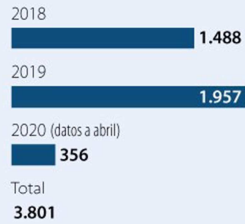


Según la Ley 1482 de 2011: la publicidad es "toda forma y contenido de comunicación que tenga como finalidad influir en las decisiones de consumo"

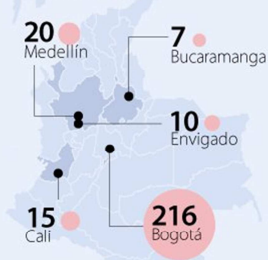


La publicidad engañosa es aquella cuyo mensaje no corresponda a la realidad o sea insuficiente, de manera que induzca o pueda inducir a error, engaño o confusión

## DENUNCIAS POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA



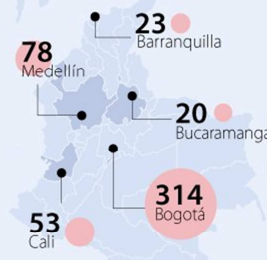
### Ciudades donde más reciben denuncias en 2020



## DEMANDAS POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA



### Ciudades donde más se reciben demandas



## ¿CUÁNDO HAY INFORMACIÓN COMERCIAL ENGAÑOSA?

1. Se omite información necesaria
2. Cuando la información indispensable para el adecuado manejo del producto no esté en idioma castellano
3. Incrementos de precios deliberados sin que le indiquen al consumidor
4. No se incluyen los términos y condiciones en la publicidad del producto
5. Se ofrecen productos o incentivos con deficiencias y no precisa en la propaganda comercial
6. Se ofrecen de manera gratuita productos, servicios o incentivos cuando la entrega de los mismos está supeditada al cumplimiento de alguna condición

Fuente: SIC / Gráfico: LR-ER

Mientras que la publicidad engañosa es todo aquello cuyo mensaje no corresponde a la realidad, de manera que puede inducir a los consumidores a un error, engaño o confusión. Así mismo, el informe estableció que las ciudades donde más se presentaron este tipo de irregularidades fueron: Bogotá (216); Medellín (20) y Cali (15).



**JOHN ALEXANDER PINZÓN**  
SOCIO DE COHEN ABOGADOS

*"El comerciante debe tener en cuenta que es su deber mantener al consumidor final bien informado. No basta con solo generar una expectativa para su producto".*



**MARIA CAROLINA CORCIONE**

DELEGADA A PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR DE LA SIC

*“En tiempos de covid-19 es muy importante tener en cuenta que no hay una cura para el virus por lo que ofrecer productos que lo prometen no es nada más que un engaño”.*

Para John Alexander Pinzón, socio del área de Responsabilidad y Derecho Público de Cohen Abogados, denunciar al comerciante que usa este tipo de publicidades para lucrarse beneficia a toda la sociedad.

“En estos tiempos de pandemia es muy importante que los productores y comerciantes de tapabocas sean muy específicos en si sus productos son termosellados, cocidos, utilizan tela quirúrgica,... porque pueden hacer que los hospitales o el mismo Estado compren productos basados en información falsa o incompleta”, aseguró Pinzón.

Usualmente, los casos más comunes en que se incurre en publicidad engañosa son cuando se ofrecen productos que sus beneficios no se pueden cumplir o comprobar. También cuando al momento de hacer un anuncio u oferta haya restricciones que no son anunciadas al consumidor y, por otro lado, cuando las imágenes del producto no corresponden al real.

Según la entidad, la publicidad engañosa se puede caracterizar porque en algunas ocasiones se omite algún tipo de información, se incrementan los precios de los productos sin que el consumidor pueda advertirlo, no se incluyan los términos y las condiciones en la publicidad del producto, o hay imperfectos y deficiencias que no se indican en la propaganda, entre otros (Ver gráfico).

José Alfredo Jaramillo, socio fundador de Jaramillo Abogados, explicó que los consumidores realizan una demanda cuando la publicidad les genera un perjuicio particular y se denuncia cuando las normas de publicidad tienen la potencialidad de afectar al interés general.

“En el primer caso, la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales de la Superindustria se encargará mediante un juez de conocer del conflicto que hubiese podido generar la publicidad al consumidor que demanda, y de ser el caso podrá incluso ordenar que se cumpla con lo ofrecido en la publicidad”, explicó Jaramillo.

En el otro caso, la SIC se encargará de adelantar una averiguación preliminar respecto a los hechos denunciados, abrir una investigación administrativa contra el infractor si se encuentra meritorio del mismo y sancionar los hechos generados por la publicidad, los cuales en estos casos es de 2.000 salarios mínimos mensuales vigentes, es decir, unos de \$1.755 millones.

Es importante resaltar que según el artículo 31 del Decreto 3466 el productor es el responsable de las marcas y leyendas, así como de la publicidad que haga por lo que está ofreciendo. Por eso, son los encargados directos de la información que se suministra al público en la comercialización de los productos.

En ese sentido, María Carolina Corcione, delegada para la protección al consumidor de la SIC, dijo que todos los anunciantes que busquen usar comunicaciones comerciales para ofrecer sus productos con independencia del medio, deben cumplir con las reglas establecidas para no caer en publicidad engañosa.

“La regla es muy sencilla, todo aquello que digan que pueda ser verificado, medido o cuantificado debe ser veraz, de ahí que el estatuto del consumidor diga que las condiciones objetivas en ese mensaje obligan al anunciante, además que deben responder a la veracidad de cualquier afirmación”, explicó Corcione.

Hace varias semanas, se les solicitó a las plataformas Mercado Libre, Linio y OLX retirar cualquier tipo de publicidad de productos que supuestamente ofrecen beneficios para evitar el contagio del covid-19, teniendo claro que la información tiene que seguir características como ser clara, comprensible, veraz, oportuna e idónea.