

## ***SUPERINDUSTRIA INVESTIGA A 14 EMPRESAS POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN PRODUCTOS DE ASEO CONTRA EL COVID-19***

- ***Además, se emitieron órdenes para que se corrijan los términos utilizados en las piezas publicitarias para referir las bondades ofrecidas por los productos, cuando dichos beneficios no fueren soportados en estudios técnicos y/o evaluaciones científicas.***

**Bogotá D.C., 10 de febrero de 2022.** La Superintendencia de Industria y Comercio, en su rol de autoridad nacional de protección al consumidor, inició investigación a 14 empresas por presunta publicidad engañosa, al haber publicitado productos de aseo con bondades específicas respecto al COVID-19. En la publicidad de estos productos se atribuyeron beneficios como: matar, eliminar y combatir el virus, hacerlo desaparecer e incluso, reducir las consecuencias del contagio.

Las sociedades investigadas son:

NO.	SOCIEDAD
1	CI MULTISERVICIOS DE INGENIERIA 1A S.A. EN REORGANIZACION - MULTINSA RSE -19
2	CLOROX DE COLOMBIA S.A.
3	RECKITT BENCKISER COLOMBIA S.A.
4	BEISBOL DE COLOMBIA S.A.S.
5	PRODUCTOS FAMILIA S.A.
6	SOLUCIONES AMBIENTALES SAN S.A.S.
7	SIMONIZ S.A. - BINNER PISO
8	QUALA S.A. - AROMAX TRES ACCIONES
9	SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO - FASSI DESINFECTANTE MULTIUSOS
10	COLGATE PALMOLIVE COMPAÑÍA
11	ROCOL INTERNATIONAL S.A.S.
12	AVANZA INTERNACIONAL GROUP S.A.S.
13	BORANI S.A.S.
14	UNILEVER ANDINA COLOMBIA LTDA.



La Superintendencia de Industria y Comercio adelantó visitas de inspección a diferentes páginas web, medios de comunicación y redes sociales, con el fin de revisar el mensaje transmitido a los consumidores en la publicidad de productos de aseo y al encontrar mensajes que atribuían beneficios contra la COVID-19, se determinó el despliegue de acciones prioritarias de inspección y vigilancia con miras a proteger a los consumidores de mensajes posiblemente engañosos.

Así, después de evaluar la publicidad y contrastarla con la información consignada en los documentos remitidos para soportar los beneficios atribuidos a los productos, respecto del Sars-Cov-2, se formuló pliego de cargos en contra de 14 empresas por la presunta publicidad engañosa y/o, porque al parecer no atendieron las órdenes impartidas por esta autoridad. En uno de los casos se abrió la investigación por no garantizar la seguridad del producto, en atención a que al parecer no contaba con registro de la autoridad sanitaria.

Además, se impartieron órdenes administrativas, con el fin de que las sociedades ajusten la publicidad de los productos de aseo que ofrecen conforme a lo señalado en los estudios y documentos técnicos aportados, y se abstengan de utilizar publicidad que pueda confundir a los consumidores sobre el beneficio real que pueden garantizar los productos.

De confirmarse una violación a las normas de protección al consumidor en el marco de las investigaciones iniciadas, se podrán imponer multas hasta por 2.000 SMMLV.

*¡Superintendencia de Industria y Comercio,  
confianza que construye progreso!*

