

NOTI USUARIOS
DEL SECTOR TRANSPORTE



Datos importantes

¿Qué es la publicidad, en protección de usuarios?

Se considera publicidad a todo tipo de formas y contenidos de comunicación, que tengan como finalidad influir en las decisiones de consumo. La publicidad es esencial para las empresas de transporte, quienes buscan resaltar en el mercado y comunicar su modelo de negocio de forma atractiva para que sus servicios sean adquiridos.

¿En qué afecta lo que se dice en la publicidad?

Cuando un empresario anuncia sus servicios está obligado a cumplir con las condiciones objetivas y específicas, según los términos anunciados. En contrapartida, existe el deber de los usuarios de informarse adecuadamente de esas características y requisitos; por ejemplo, si para una oferta hay requisitos que se hubieran dispuesto de forma clara, completa e inequívoca.

El empresario es responsable de los perjuicios que pueda causar una publicidad que sea engañosa para los usuarios. Esto se puede resolver con mecanismos como la reclamación directa o la conciliación, o mediante la acción jurisdiccional de protección al consumidor.

¿Hay límites a lo que puedo anunciar?

El Estatuto del Consumidor prohíbe la publicidad que no corresponda a la realidad, sea insuficiente, o pueda inducir a error, engaño o confusión. Cuando la publicidad en materia de transporte no cumple con los requisitos, la Superintendencia de Transporte puede ejercer sus facultades administrativas, en verificación o en investigación, aplicando el debido proceso.

Durante el 2023, se recibieron 200 quejas con posibles afectaciones a las reglas de publicidad, que actualmente se encuentran en averiguaciones preliminares.

(Ley 1480 de 2011, Estatuto del Consumidor, artículos 3 y 5, numerales 12 y 13; artículos 29 y 30).





Decisión administrativa

En un caso de protección a los usuarios del transporte aéreo de pasajeros, la SuperTransporte recordó que :

«(L)a publicidad busca afectar las elecciones que los consumidores, efectivos o potenciales, tienen en el mercado. Para el caso, se trata de imágenes y mensajes difundidos a través de redes sociales, con destino al universo de sujetos participantes de estos medios y que tienen la potencialidad de elegir y de replicar el contenido».

En esta investigación, una aerolínea se anunciaba como la más puntual del país, supuestamente «según la Aeronáutica Civil». Así, al hacer énfasis en el cumplimiento de este elemento esencial del transporte, buscaba que sus servicios pudieran ser más llamativos y cautivar clientela, dado que los usuarios seleccionarían a la empresa que mejor cumpla con sus necesidades.

Sin embargo, la Superintendencia de Transporte pudo establecer que la Aeronáutica Civil no había hecho la medición del anuncio publicitario; además, el año supuestamente evaluado aún seguía en curso. Aunque la aerolínea hizo ajustes a la campaña, solo cambió la fuente, diciendo que sería la más puntual de acuerdo con una evaluación interna, sin que se pudieran verificar los datos de otras empresas.

«En este caso, los destinatarios de la publicidad fueron engañados por afirmaciones que no corresponden a la realidad y que, por esa razón, pueden incidir en las decisiones de consumo. (...) [Además] el mensaje se torna insuficiente.».

En este caso, la Superintendencia sancionó y confirmó la imposición de una multa a una aerolínea de transporte regular de pasajeros por haber incumplido con la prohibición de hacer publicidad engañosa.

¹ Resolución 10194 del 15 de diciembre de 2022, «Por la cual se resuelve un recurso de apelación», expedida por el Despacho del Superintendente Delegado para la Protección de Usuarios del Sector Transporte.



Próximamente: documento a comentarios y Laboratorio de simplicidad

La Estrategia de Lenguaje Claro busca que la comunicación de la información pública sea asertiva y efectiva, para mejorar las relaciones entre el Estado y las comunidades. Su objetivo es que cualquier persona encuentre lo que necesita, entienda lo que lea y pueda hacer uso de esta información.

Para esto, se desarrollan metodologías y herramientas, como los Laboratorios de Simplicidad, que permiten traducir documentos, formatos complejos e información de

las entidades a un lenguaje más claro, sencillo y útil, con la participación de actores del sector.

La Superintendencia de Transporte desarrollará una guía de comercio electrónico. En esta construcción se utilizará una metodología abierta con grupos de valor, donde se escuchará a los vigilados y usuarios para obtener sus comentarios de fondo y, a su vez, mediante espacios de colaboración ciudadana y lectura acompañada, se buscará simplificar y aclarar el lenguaje para el provecho del sector.

Los invitamos a vincularse a nuestras actividades a través de la información que publicaremos en las redes sociales de la Entidad.

 @supertransporte_oficial

 Supertransporte

 Superintendencia de Transporte

 Supertransporte

 @supertransporte

 vur@supertransporte.gov.co

 Línea Gratuita Nal. 018000915615

 +57 318 594 66 66