

LA SIC CONFIRMÓ LA SANCIÓN IMPUESTA A GRUPO COSSIO S.A.S POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA EN EL CURSO MÉTODO COSSIO

Bogotá D.C., 21 de abril de 2025

La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC), mediante la Resolución 20777 del 15 de abril de 2025, confirmó la sanción impuesta a **GRUPO COSSIO S.A.S**, por un valor de **\$813.002.240**, al comprobarse la vulneración de los derechos de los consumidores, en la promoción del curso Método Cossio.

Las irregularidades halladas son:

1. Las piezas publicitarias difundidas contenían afirmaciones objetivas que resultaban engañosas, ya que les hizo creer a los consumidores la posibilidad de obtener resultados económicos significativos en un lapso de cinco meses y la supuesta recuperación de la inversión inicial con la publicación del primer video. El curso se ofrecía como un método para hacerse rico, monetizar redes sociales y obtener más seguidores.
2. Las afirmaciones estudiadas, desde la óptica del consumidor racional, tuvieron el potencial de consolidar una idea clara: que, si se realizaba y aplicaba el curso conforme a las orientaciones del anunciante, era posible recuperar lo invertido —e incluso lograr un incremento patrimonial significativo— en un corto plazo.
3. Dentro de las expresiones utilizadas en la publicidad y que fueron estudiadas se encontraban: «¿Qué van a pensar ustedes ya en cinco meses? Cuando todos los que sí compraron el curso estén tapados en seguidores, en plata» o «eso lo pueden librar literalmente con su primer video». Para la SIC estas expresiones son afirmaciones objetivas que, lejos de ser vagas o retóricas, reforzaban la idea de resultados económicos concretos mediante la adquisición del curso 'Método Cossio'.
4. En el caso se encontró que la participación del influenciador Yefferson Cossio fue determinante en la estrategia publicitaria. Aprovechándose de su experiencia personal y su reconocimiento en redes sociales, transmitió a su audiencia la idea de que los resultados alcanzados por él eran replicables por cualquier consumidor que adquiriera el curso.

Con esta decisión la Superintendencia reitera su compromiso con la protección de los consumidores, especialmente en escenarios digitales donde la publicidad, a través de influenciadores, tiene un impacto significativo. La SIC del Cambio promueve una comunicación comercial honesta, clara y responsable que permita a los ciudadanos tomar decisiones informadas y seguras.

