

# Contenido

Introducción.....	7
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>El consumidor: sujeto de protección .....</b>	<b>11</b>
El consumidor en el derecho de la competencia .....	13
Vulnerabilidad del consumidor .....	17
El consumidor desde la justicia.....	23
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>De la publicidad a la publicidad engañosa.....</b>	<b>27</b>
Concepto de publicidad y publicidad engañosa.....	29
Componentes de la publicidad .....	30
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>De la configuración de la responsabilidad civil</b>	
<b>derivada de la publicidad engañosa.....</b>	<b>35</b>
Introducción, alcance y tipo de responsabilidad .....	37
Elementos de configuración de la responsabilidad .....	40
<i>Hallazgo objetivo del engaño a manera de hecho dañoso.....</i>	<i>45</i>
<i>Atribución objetiva del engaño al productor o al anunciante .....</i>	<i>57</i>
<i>Determinación del daño como consecuencia del engaño .....</i>	<i>61</i>
Perjuicio individual.....	61
Perjuicio colectivo .....	65
Obligación resarcitoria o de desagravio	
derivada de la publicidad engañosa .....	69
Únicas posibilidades de exoneración de responsabilidad.....	70
<i>Fuerza mayor y caso fortuito .....</i>	<i>71</i>
<i>Publicidad adulterada o suplantada inevitable e insuperable .....</i>	<i>72</i>

## CAPÍTULO IV

## Aproximación a las formas de reparación

de los perjuicios generados por la publicidad engañosa .....	73
Introducción .....	75
Tipos de perjuicios generados por la publicidad engañosa .....	77
<i>Perjuicios pecuniarios</i> .....	77
Daño emergente y lucro cesante .....	77
Daño emergente: devolución de lo pagado por el producto o servicio con retorno del mismo o el restablecimiento de las condiciones ofrecidas .....	78
Lucro cesante: expectativas legítimas del producto o servicio.....	80
¿ <i>Perjuicios no pecuniarios –daño moral–?</i> .....	82
<i>Indemnización al perjuicio colectivo</i> .....	84

## CAPÍTULO V

## Fundamento constitucional y legal

## de las facultades jurisdiccionales de la

Superintendencia de Industria y Comercio.....	89
Introducción .....	91
La acción de protección al consumidor .....	92
<i>Controversias relacionadas con la publicidad engañosa</i> .....	93
<i>Controversias relacionadas con la efectividad de garantías</i> .....	94
Protección contractual .....	94
Pronunciamiento judicial de la Superintendencia de Industria y Comercio .....	95
La doble instancia.....	97
Extensión de los efectos de la sentencia.....	97
Juzgamiento y sanción .....	98
Conclusiones .....	99
Bibliografía .....	103
Sentencias y providencias.....	106
<i>Consejo de Estado</i> .....	106
<i>Corte Constitucional</i> .....	106
<i>Corte Suprema de Justicia, Sala de Casación Civil</i> .....	107
<i>Superintendencia de Industria y Comercio</i> .....	107