

**RESPONSABILIDAD CIVIL
DERIVADA DE LA
PUBLICIDAD ENGAÑOSA**

Julieta López Restrepo

Alan del Río Vásquez

Universidad de San Buenaventura

CONTENIDO

	Pág.
Introducción.....	7
CAPÍTULO I	
El consumidor: Sujeto de protección.....	11
El consumidor en el derecho de la competencia.....	13
Vulnerabilidad del consumidor.....	17
El consumidor desde la justicia.....	23
CAPÍTULO II	
De la publicidad a la publicidad engañosa.....	27
Concepto de publicidad y publicidad engañosa.....	29
Componentes de la publicidad.....	30
CAPÍTULO III	
De la configuración de la responsabilidad civil derivada de la publicidad engañosa.....	35
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
	Pág.
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>	71
<i>Publicidad adulterada o suplantada inevitable e insuperable</i>	72
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
	Pág.
<i>Controversia 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