

**UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN**  
**Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales**  
**Escuela de Derecho**  
**Chile**



**Las acciones para la defensa de los  
intereses supraindividuales de los  
consumidores. Un análisis  
comparativo**

Memoria de Prueba para optar al Grado de  
Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

**CONSTANZA MARÍA SALAMANCA FRIEDLAENDER**

**- 2009 -**

## INTRODUCCIÓN

El Derecho del Consumidor se ha venido desarrollando desde los orígenes de la revolución industrial, a fines del 1800. Pero es después de la Segunda Guerra Mundial, con el surgimiento de la sociedad de masas, cuando el tema comienza a cobrar real fuerza. Diversos hechos han marcado su evolución: La publicación de la primera Ley del consumidor inglesa en 1961, el discurso del Presidente Kennedy ante el Congreso Norteamericano en 1962, la Ley fundamental de protección de los consumidores en Japón en 1968, entre otros. Hoy en día, se considera la defensa de los consumidores como un principio fundamental y cada país ha venido incorporando catálogos de derechos sustantivos en favor de los consumidores.

Sin embargo, este reconocimiento sustantivo, no ha sido desarrollado en su reflejo paralelo procesal, de manera que tales derechos no han podido gozar de validez práctica. Por estas razones, surge la temática en torno a las acciones supraindividuales o de grupo y *class actions*, los cuales conforman uno de los aspectos más controvertidos del derecho procesal. La búsqueda de una herramienta eficaz para el acceso a la justicia de una serie de intereses, de naturaleza colectiva, como la defensa del medio ambiente, bienes culturales, y por supuesto el derecho de los consumidores, marcó el nacimiento de esta nueva problemática jurídica.

Los motivos que ilustran este conflicto, específicamente respecto de los consumidores, son expuestos por Alberto Bercovitz Rodríguez-Cano quien sostiene, que "... existe una gran masa -la inmensa mayoría- de personas que al realizar las operaciones normales de la vida diaria, referidas principalmente a la adquisición de bienes y servicios, no están en condiciones de conseguir por sí solas unas calidades y unos precios adecuados. El prototipo del consumidor necesitado de protección es la persona que individualmente no está en condiciones de hacer valer sus justas exigencias sobre los productos o servicios que adquiere y que carece de los medios necesarios para enfrentarse con las empresas con las que contrata. Las razones que explican esta situación son evidentes. Debido a la ampliación de los mercados, a los avances de la técnica, a la importancia que cobra la organización empresarial, particularmente en las grandes empresas, a la influencia cada vez mayor de los medios de comunicación social que permiten la realización de eficaces campañas publicitarias, el hecho es que en la actualidad y como regla general, el consumidor individual no tiene apenas ninguna posibilidad

de defender sus legítimos intereses. De entrada, es normal que no esté en condiciones de juzgar por sí mismo sobre la bondad de los productos o servicios; no tiene posibilidad de influir en el mercado, ni en cuanto a precio ni en cuanto a calidades; se ve sometido a una extraordinaria presión por medio de la publicidad, que tiende a reducir su capacidad crítica, y es tal la desproporción entre los medios de que dispone el consumidor normal y los que poseen las empresas cuyos productos o servicios adquiere, que apenas tiene ninguna posibilidad efectiva de hacer respetar sus derechos. En tales condiciones, afectando la situación descrita a la mayor parte de la población, es lógico que se plantee como una necesidad ineludible, la de llevar a cabo una actuación sistemática tendiente a la protección de los consumidores”.<sup>1</sup>

Esta actuación, implica mejorar la débil posición en la que se encuentran los consumidores, mediante la creación de un proceso que unifique sus pretensiones, empoderando al grupo para hacer frente a la superior organización y profesionalismo empresarial. No obstante, en un Estado de derecho, tal finalidad no puede poner en peligro las garantías procesales de todos los involucrados. He aquí la clave de un proceso supraindividual o de grupo, mantener el balance entre la necesidad de resolver un conflicto con una excesiva multiplicidad de partes, pero respetando el derecho al debido proceso de todos los involucrados.

El presente trabajo tiene por objeto analizar cómo la legislación nacional ha incorporado este problema del acceso a la tutela jurisdiccional de los derechos de los consumidores. Al respecto, Chile desde 1997 cuenta con un marco apropiado para la protección de los consumidores, con la publicación de la Ley de Protección al Consumidor N° 19.496. Sin embargo, recién con la reforma de dicho estatuto, mediante la ley 19.955 de 14 de julio de 2004, se reconoció un proceso de carácter supraindividual que facilita el ingreso de los consumidores a la justicia.

Este tipo de procesos ha sido consagrado en diversas legislaciones extranjeras, desde hace ya varias décadas. El primero fue el ordenamiento jurídico estadounidense, pionero en la materia, el cual creó un procedimiento que permite el acceso de una gran cantidad de litigantes (ideal para los conflictos de los consumidores), pero respetando las garantías del debido

---

<sup>1</sup> BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, Alberto y BERCOVITZ RODRÍGUEZ CANO, Rodrigo. *Estudios jurídicos sobre la protección de los Consumidores*. Editorial Tecnos. España, 1987, p. 22.