EL MERCURIO

Fecha: 19/08/2025 Audiencia: 320.543 Sección: ECONOMIA
Vpe: $7.434.351 Tirada: 126.654 Frecuencia: 0
Vpe pág: $20.570.976 Difusión: 126.654
Vpe portada: $20.570.976 Ocupación: 36,14%

Formulación de cargos de la SEC en contra de Mercado Libre por la venta de productos sin sello reavivó discusión

Reforma al Sernac ampliaría responsabilidad de *marketplace* en venta de artículos sin certificación

Expertos aseguran que proyecto de ley que fortalecerá las facultades del Servicio pretende "rayar la cancha" a estas plataformas para que indemnicen a los consumidores ante posibles infracciones.

N. BIRCHMEIER

La formulación de cargos anunciada por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) en contra de Mercado Libre tras concluir que la firma era "responsable" de la venta de hasta 70 productos sin su certificación, abrió el debate entre especialistas en el ámbito de los derechos al consumidor.

Lo anterior, debido a la defensa que lanzó la plataforma de *e-commerce* de origen argentino. Señaló que el oficio de la SEC "confunde" su rol, puesto que es un "intermediario tecnológico" y que los productos "pertenecen y son gestionados por vendedores independientes, quienes son los responsables de cumplir con las normativas vigentes para la comercialización de dichos productos".

Si bien las organizaciones de consumidores han cuestionado el actuar de la empresa, otros expertos en materia de derechos del consumidor indican que en la normativa actual la responsabilidad recae en los proveedores y no en un *marketplace*.

"La Ley de Protección al Consumidor no se aplica a los operadores que solo gestionan o administran una plataforma de comercio electrónico (...) Resulta esencial aclarar que la actual Ley de Protección al Consumidor (Artículo 43) consagra una regla específica que aplica sólo a la prestación de servicios (no venta de bienes), de manera que en la normativa actual respecto de bienes no existe jurídicamente la figura del intermediario", dijo Jaime Lorenzini, socio de Lorenzini Twyman.

Mercado Libre se arriesga a multas de hasta 10.000 UTA, luego de que la SEC determinó formular cargos en su contra al concluir que era responsable de la venta de productos que no contaban con su sello.

ELISA VERDEJO.

Lorenzini explicó que los *marketplaces* "no pueden ser considerados sujetos responsables respecto de las características de los bienes respectivos, porque no participan en el proceso de venta: no importa, no vende, no comercializa".

Ampliar alcance

Especialistas señalaron que en el Congreso se tramita un proyecto de ley que apunta a "rayar la cancha" y extender la responsabilidad de las plataformas de comercio en línea —como Mercado Libre— de cara a los consumidores. Se trata de la iniciativa que busca dotar de mayores atribuciones al Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), y que en septiembre de 2023 fue ingresada con el patrocinio del Ministerio de Economía.

De esta manera, los portales de *e-commerce* podrían asumir mayores obligaciones ante potenciales infracciones por la venta de artículos sin certificaciones de sus respectivos fiscalizadores. En el *retail* local se debe contar con Sello SEC para la comercialización de productos eléctricos, así como también los artículos de maquillajes, medicamentos o dispositivos médicos deben tener la certificación del Instituto de Salud Pública (ISP), o la respectiva autorización sanitaria para productos alimenticios.

En el caso de los juguetes, expertos indican que solo debe contar con una "declaración que certifique que no cuentan con metales pesados ni tolueno" al momento de ser importados.

De todos modos, Lucas del Villar, socio de Aninat Abogados y ex director nacional del Sernac entre abril de 2018 y marzo de 2022, aseguró que "en Chile, la Ley del Consumidor no contempla expresamente a los *marketplaces* como sujetos regulados". Sin embargo, aseguró que en 2021 se dictó el "Reglamento de Comercio Electrónico", propuesto por la entidad proconsumidor, donde se define a los "operadores" y "plataformas" con el objetivo de imponer "obligaciones específicas, especialmente en materia de información al consumidor, y distingue grados de responsabilidad".

Del Villar indicó que la iniciativa —que aún se encuentra en su primer trámite legislativo y desde marzo está alojada en la comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados— busca modificar el artículo 43 de la Ley del Consumidor para "hacer responsable directamente al intermediario o *marketplace* por la venta de bienes". Esto, indicó, para que "asuman frente al consumidor la responsabilidad por el cumplimiento de la obligación principal del contrato, sin diferenciar de manera significativa según su grado de injerencia o capacidad de control".

PROYECTO
En septiembre de 2023, el Ejecutivo ingresó la iniciativa que busca dotar de mayores atribuciones sancionatorias al Sernac.

Para Mauricio Tapia, profesor de Derecho Civil de la Universidad de Chile y especialista en protección del consumidor, la modificación a la Ley del Consumidor regulará a estas plataformas dado que la actual normativa es "incompleta".

"No existe una norma vigente que haga responsable a los intermediarios, frente a los consumidores, que tienen un rol pasivo de solo poner en contacto a los contratantes, como ocurre en este caso", dijo Tapia.

En ese contexto, Tapia afirmó que el "proyecto de ley precisamente pretende llenar el vacío que acabo de mencionar, pues la finalidad que persigue, y lo dice expresamente, es que las 'plataformas de internet de comercialización de bienes', como Mercado Libre, sean también responsables de la indemnización frente a los consumidores, sin perjuicio de que después puedan pedir la devolución de lo pagado al vendedor responsable".

No todos estiman que el proyecto va por buen camino.

Rocío Ramos, abogada del área de Derecho de Consumo y Comercio Electrónico en Magliona Abogados, señaló que el proyecto de ley se alejaría de los "estándares internacionales" puesto que "pretende hacer responsable a los *marketplaces* subsumiéndolos en la noción de proveedor intermediario", lo que podría generar barreras de entrada a algunas pymes que comercializan a través de estas plataformas.

Ramos sostuvo que esta modificación "no considera adecuadamente las particularidades del negocio ni propone estándares de diligencia que sean racionalmente esperables de los servicios ofrecidos por los *marketplaces*, sino que les aplica un régimen de responsabilidad estricta respecto a incumplimientos cuyo riesgo de producción se encuentra fuera del ámbito de control del intermediario".