

Buscando responsables

Cargos contra la plataforma de comercio electrónico Mercado Libre formuló la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

El motivo es que el portal tenía a la venta artefactos eléctricos importados sin el sello SEC que acredita su seguridad. Los artefactos denunciados incluían duchas eléctricas, hervidores, turbocalefactores y otros artículos de alta potencia que, por lo mismo, podrían representar un riesgo para los compradores. La pregunta que el caso plantea es si debe ser la plataforma o los vendedores que comercian a través de ella los responsables de la certificación.

Bajo una interpretación, Mercado Libre opera como un propietario que arrienda su espacio (en este caso, su página) y por lo tanto no sería responsable por las transacciones voluntarias que en dicho espacio se desarrollan. Según ese enfoque, serían los vendedores quienes deberían garantizar que sus productos cumplieran con las certificaciones necesarias.

La alternativa a esa tesis es hacer a las mismas plataformas responsables por lo que se comercializa a través de ellas. Esto significa que Mercado Libre debería exigir que los productos eléctricos que se vendieran en su sitio estén aprobados por la SEC; los alimentos, por el SAG; las cremas y otros cosméticos, por el ISP; los productos electrónicos que puedan causar interferencias, por la Subtel, etc. Esto haría más compleja la operación de la plataforma y elevaría

los costos para todos los actores involucrados. La situación, por otra parte, se vuelve más delicada en el caso de sitios extranjeros, como las plataformas chinas, cuyos vendedores son inaccesibles, por ejemplo, para la SEC. Ello, aun cuando esta Superintendencia sí reconoce, en muchos casos relevantes, la certificación extranjera de productos, aunque requiere que los vendedores cumplan trámites documentales que probablemente muchos no realizan.

Tal vez una forma de analizar el problema —un típico ejemplo de los nuevos desafíos que plantea la economía digital— sea haciendo una analogía con lo que ocurre

en las plataformas de distribución de contenidos, como TikTok o Youtube. En esa industria no hay, en general, una regulación o exigencia previa por parte de dichas plataformas, salvo ciertos contenidos muy específicos —por

ejemplo, la pornografía— por los que son responsables y que ellas mismas prohíben, considerando su propia conveniencia. En esta línea, el criterio para mercados electrónicos podría ser igualmente uno en el cual, salvo tal vez excepciones muy particulares, prime también la autorregulación, donde sea la plataforma quien determine qué productos pueden ser ofrecidos en su página, considerando sus riesgos. Incluso sin sanciones de agencias estatales, una plataforma conocida por ofrecer productos defectuosos puede ver sus ventas caer drásticamente afectadas, por lo que está en su interés velar por evitarlo.

¿Qué responsabilidad le cabe a una plataforma en las transacciones que se realizan a través de ella?