



El tribunal rechazó la demanda, concluyendo que Mercado Libre no es responsable de la comercialización

Mercado Libre gana demanda de A3D: tribunal concluye que “no es el vendedor, distribuidor o comercializador de los productos”

● Séptimo Juzgado Civil de Santiago dio la razón a Mercado Libre, firma que es acusada por A3D de competencia desleal al comercializar productos falsificados. “Queda claro que son los vendedores quienes comercializan los productos”, afirmó ejecutivo de Mercado Libre, que valoró el fallo. A3D presentó una apelación e insiste en que el marketplace facilita la venta de productos falsificados y desvía clientela.

El 7° Juzgado Civil de Santiago rechazó una demanda interpuesta por A3D Chile S.A., representada por el abogado Rolando Musiet, contra Mercado Libre Chile Ltda., representada por Javier Velozo y Pablo Pardo.

La sentencia dictada el 23 de enero de 2025 acogió la excepción de falta de legitimación pasiva de Mercado Libre y desestimó las acusaciones formuladas por A3D, empresa dedicada a la comercialización de productos para el hogar y cuidado personal.

El fallo concluyó que Mercado Libre “no es el vendedor, distribuidor o comercializador de los productos indicados en la demanda, ergo, no es competidor ni se encuentra en posición de poder desviar clientela de A3D, pues esta calidad recae en los usuarios vendedores de la plataforma”.

A3D, fundada en 2001, acusó a Mercado Libre de permitir la venta de productos falsificados con sus marcas registradas, aprovechándose de su posicionamiento en el mercado. Entre los productos mencionados en la demanda se encuentran: H2O Mop X5, Happy Nappers, Mighty Sight, The Renovator Paint Runner Pro, PowerLegs by PowerFit, PowerFit, Sumo Slicer, Total Crunch Body

Revolution System, Contour Legacy Leg Pillow y AB Tomic by Body Crunch.

La demandante afirma que desde 2014 detectó la venta por cuenta propia o ajena, distribución o comercialización de productos falsificados, lo que entonces no representaba un grave problema. “Sin embargo, con el paso del tiempo y el desarrollo de todo lo que es la “social media” o “venta por internet”, este mercado paralelo e informal tuvo crecimientos exponenciales, generando un perjuicio cada vez mayor, ya que a través de esta empresa venden los mismos productos que A3D, aunque de menor calidad, utilizando las marcas registradas y aprovechándose de toda la publicidad y gestión comercial de su representada”, explicó.

La empresa denunció que Mercado Libre utilizaba estrategias de posicionamiento en buscadores para desviar tráfico hacia su plataforma. “Mercado Libre le paga a Google para que cuando un cliente busque un producto registrado por A3D, lo lleve automáticamente a su plataforma digital”, acusó A3D.

En su demanda, A3D solicitaba que se declarara la existencia de competencia desleal, se ordenara el cese de la venta de los productos supuestamente falsi-

ficados, se prohibiera el uso de sus marcas como palabras clave en Google y se estableciera una indemnización por daños y perjuicios.

Fallo

El tribunal rechazó la demanda, concluyendo que Mercado Libre no es responsable de la comercialización de los productos en su plataforma. En su sentencia, el juzgado estableció que “no queda establecido que sea Mercado Libre quien comercialice los productos en la plataforma”, pues los vendedores en la plataforma son terceros independientes.

Asimismo, el fallo citó un pronunciamiento previo de la Corte de Apelaciones de Santiago, señalando que “Mercado Libre no es un proveedor en los términos que exige el legislador”, ya que no establece las condiciones de las ofertas ni cobra directamente a los compradores.

La sentencia también indicó que A3D y Mercado Libre no son competidores directos, por lo que la Ley de Competencia Desleal no es aplicable. En este sentido, el fallo argumenta que “una conducta podrá tener la calificación de competencia desleal sólo cuando el agente desleal y la víctima concurren en un mismo mercado de bienes

y servicios”, lo que no se cumple en este caso.

El dictamen explica que Mercado Libre opera un modelo de negocios del género de e-commerce denominado Marketplace: una plataforma virtual que ofrece productos y servicios relacionados con el comercio electrónico en que los usuarios pueden vender y comprar productos, usando distintas formas de pago, principalmente digitales, y consensuar el envío de estos a un destino en particular. “En un Marketplace, por regla general, los propietarios de las tiendas no son los dueños de los productos, sino que los promocionan para generar tráfico a cambio de algún tipo de contraprestación, típicamente el pago de comisiones sobre ventas realizadas en dicho Marketplace”, razona el fallo.

El fallo firmado por la jueza suplente Mindy Villar rechazó la petición de A3D para que Mercado Libre fuera condenado al pago de una indemnización, pero no estableció el pago de costas a A3D, considerando que la demandante tenía motivos plausibles para litigar.

Apelación

Luego del fallo en contra, A3D presentó un recurso de apelación, en el que argumentó que

la sentencia “le causa agravio” y que la interpretación realizada por el tribunal es incorrecta. Según su apelación, Mercado Libre “desvía clientela a través de la venta y comercialización de productos falsificados”, lo que, a su juicio, encaja dentro de la normativa de competencia desleal.

A3D sostiene que la relación con Mercado Libre es lo suficientemente estrecha como para que los consumidores “confundan ambas compañías”, por lo que la ley debería aplicarse en este caso. También cuestiona el criterio utilizado por el tribunal al definir la legitimación pasiva de Mercado Libre y afirma que la Ley 20.169 no exige que exista una relación de competencia estricta entre las partes.

En su escrito, la empresa reiteró que Mercado Libre obtiene beneficios económicos de la venta de los productos cuestionados, lo que, a su juicio, la hace responsable de su comercialización. En este sentido, la apelación enfatiza que “los medios ilegítimos son los artículos falsificados de mi representada que Mercado Libre comercializa a través de su plataforma”.

Según A3D, la sentencia “se basa en una interpretación equivocada de la ley” y no considera

el daño sufrido por la empresa. Insiste en que Mercado Libre “no es un mero intermediario, sino que facilita activamente la comercialización de los productos en disputa”.

Mercado Libre se adhirió a esa apelación, en un escrito firmado por el abogado Raimundo Moreno socio de Cariola Díez Pérez-Cotapos, pero “sólo respecto de aquella parte que no condena en costas a la demandante”.

“Consideramos que la sentencia de primera instancia es muy acertada, ya que queda claro que son los vendedores quienes comercializan los productos. Además, las herramientas que Mercado Libre pone a disposición para la protección de los derechos de terceros son altamente eficientes. Por ejemplo, todos los titulares de derechos de propiedad intelectual tienen acceso gratuito al BPP (Brand Protection Program), un programa de protección de la propiedad intelectual que hemos creado hace más de 20 años. Actualmente, estamos analizando la apelación y presentaremos nuestra respuesta dentro del plazo legal correspondiente”, indicó a Francisco Muñoz, gerente senior de Resolución de Disputadas de Mercado Libre.