



Ministerio Público
Procuración General de la Nación

S u p r e m a C o r t e :

La presente contiene negativa de competencia que se suscitó entre el Juzgado Nacional en lo Criminal y Correccional n° 38 y el Juzgado Nacional en lo Criminal y Correccional Federal n° 12 reconoce como origen la denuncia de Jorge Alberto E , quien refirió haber recibido un llamado a través de la aplicación WhatsApp de parte de quien se presentó como empleado de la empresa Mercado Libre, para alertarlo de que personas desconocidas estaban intentando acceder a sus cuentas bancarias y proponerle realizar determinados procedimientos que evitarían que le sustrajeran el dinero depositado. Sugestionado por el relato que el denunciante creyó verdadero, realizó las operaciones que su interlocutor le recomendó —y que ya no puede recordar en qué consistían— y, tras confirmarle que sus fondos ya no corrían peligro, dio por terminada la llamada. Al día siguiente, mantuvo una conversación del mismo tenor, oída por su hija que lo visitaba en ese momento. Ella sospechó que pudiera tratarse de un engaño y, al consultar el estado de las cuentas de su padre, descubrió que se habían realizado transferencias a terceros, en parte con los saldos existentes y en parte con dinero obtenido de un préstamo otorgado por el mismo banco, sin que su padre, naturalmente, hubiese sido consciente de ello.

El juez del fuero común declinó su competencia a favor del juzgado federal por considerar que el ardid había incluido, entre otros elementos, el uso del logotipo de Mercado Libre como imagen de perfil del usuario de WhatsApp que cometió

el delito que, de esta manera, encuadraría también en el tipo penal del artículo 31, inciso b, de la ley 22.362 (Ley de Marcas y Designaciones).

El juez federal rechazó la atribución por prematura, al no haberse realizado medida alguna para comprobar el hecho denunciado y sus circunstancias.

Con la insistencia del órgano que previno quedó formalmente trabado el conflicto y el incidente fue elevado a la Corte.

Sin perjuicio del criterio propiciado por esta Procuración General en el dictamen del 15 de marzo de 2016, emitido en la causa CFP 9688/2015/1/CA1-CS1, en virtud de la vista conferida y en razón de lo resuelto por V.E. en el referido expediente (Fallos: 341:611) corresponde que me pronuncie sobre la cuestión planteada.

La primera consideración que estimo apropiado realizar en este caso es que el uso no autorizado de la marca registrada, especialmente destacado como fundamento de la declinatoria, se dio en un contexto que permite rápidamente distinguirlo de los usos con fines comerciales que incuestionablemente caen en el ámbito de protección de la ley 22.362.

En efecto, la finalidad de la marca registrada es proteger al consumidor y, a la vez, las buenas prácticas comerciales; por un lado, la ley apunta a resguardar la función distintiva de la marca y prohíbe usos capaces de causar confusión



Ministerio Público
Procuración General de la Nación

o engaño al público, pero también propende a evitar el aprovechamiento indebido por parte de competidores desleales del prestigio de la marca costosamente adquirido (conf. FCR 62000715/2011/1/CS1, “Márquez, Oscar Julián”, del 11 de septiembre de 2018). Esos fines determinan el ámbito de la actividad infractora dentro del intercambio real de bienes y servicios, como lo sostiene la doctrina y el derecho comparado (ver Ledesma, Julio, “Derecho Penal Industrial”, Depalma, Bs As., 1987, p. 36; “Código Penal de la Nación. Comentado y Anotado”, dirigido por Andres J. D’Alessio, La Ley, Bs. As. 2005, Tomo III, pp. 687/688, 690; y, por ejemplo, Ley de Marcas de Comercio de los Estados Unidos —Lanham Act—, sección 32, que establece sanciones para el que use “en el comercio” cualquier reproducción, falsificación o copia de una marca registrada; o el artículo 274 del Código Penal español que contempla penas para el que “con fines comerciales o industriales” ofrezca, distribuya, comercialice, preste servicio o desarrolle actividades que incorporen un signo idéntico o confundible con una marca registrada).

En cambio, el caso bajo examen constituye un claro supuesto de uso no comercial, porque la conducta relacionada con la marca consistió meramente en colocar el logotipo en la imagen de perfil de WhatsApp e invocarla oralmente para engañar a la víctima acerca de su condición de representante de Mercado Libre, al solo fin de ganar su confianza e inducir la a hacer voluntariamente algo —no se sabe exactamente qué— que

posibilitó la disposición perjudicial que nunca imaginó estar realizando.

Ciertamente se trata de una estafa bajo la forma típica de engaño basado en simular una calidad, comisión o empresa. Es sabido que este tipo de fraude ligado al uso engañoso de marcas registradas por parte de personas que no son comerciantes ni pretenden ejercer intercambio comercial alguno ha incrementado en el último tiempo. Su medio ideal son las redes sociales, Marketplace, plataformas y tiendas virtuales, donde las marcas de comercio son omnipresentes a partir del auge del comercio electrónico y el marketing digital. Esta circunstancia, combinada con la relativa facilidad para copiar los elementos gráficos de la interfaz digital (logotipos, diseños de páginas web, etc.) resultó en la proliferación de maniobras como la denunciada, que nada tienen que ver con el comercio, ni siquiera en su forma reprochable de competencia desleal.

Por otra parte, esta misma proliferación ha llevado a sistemáticas campañas de difusión para concientizar a los usuarios sobre estos riesgos y recomendar hábitos para mitigarlos. Por ello, el uso de marcas registradas en este contexto tampoco puede considerarse *a priori* significativamente perjudicial para el titular del derecho, ya que el público en general no asocia estas conductas con la marca auténtica y, en particular, desde el punto de vista del damnificado, esa asociación se desvanece de inmediato; en suma, no se aprecia que conductas

Incidente n° 1—Damnificado: E , Jorge Alberto. NN s/incidente de
incompetencia
CCC 3205/2025/1/CS1



Ministerio Público
Procuración General de la Nación

como la que es objeto de la presente causa provoque riesgos de confundir, diluir o mancillar la marca.

En consecuencia, corresponde al juzgado nacional, que previno, continuar el trámite de la causa.

Buenos Aires, 11 de noviembre de 2025.

Firmado digitalmente por: CASAL
Eduardo Ezequiel
Fecha y hora: 11.11.2025 11:45:12