

Polémica con Mercado Libre: denuncian diferencia de precios según el comprador

10/03/2026



Una discusión inesperada sobre los precios en el comercio electrónico puso a **Mercado Libre** en el centro de un debate que crece en redes sociales. Todo comenzó con la publicación de usuarios que afirmaron haber detectado **diferencias de precio para un mismo producto**. El valor que se muestra cambiaría, debido a algunos criterios que la plataforma tiene en cuenta, y que generó malestar entre los usuarios.

Un episodio denunciado públicamente despertó sospechas sobre el uso de **sistemas de precios personalizados**, una práctica basada en algoritmos que ajustan el valor de un producto según datos del usuario. La controversia abrió preguntas sobre la **transparencia en las plataformas digitales** y el rol de la inteligencia artificial en el comercio.

Aunque la empresa todavía no difundió una explicación técnica

detallada sobre los casos mencionados, la discusión ya supera el episodio puntual. Especialistas en consumo digital advierten que la combinación entre **datos, algoritmos y comportamiento emocional del comprador** define gran parte de las decisiones en el comercio online actual. Es decir que los valores que Mercado Libre ofrece, depende de la cuenta, el dispositivo o el historial de navegación del usuario.

La sospecha sobre precios distintos para un mismo producto

La polémica comenzó con comparaciones simples. Usuarios de redes sociales observaron un mismo artículo desde **distintas cuentas y dispositivos** y registraron diferencias en el precio publicado. Las capturas de pantalla circularon con rapidez y alimentaron la sospecha de que la plataforma podría aplicar **precios dinámicos personalizados**.



La polémica en redes sociales puso a Mercado Libre bajo la lupa por la posibilidad de que los precios cambien según el perfil del comprador.

Según versiones difundidas por medios digitales, el sistema

podría analizar variables del comprador. Entre ellas aparecen **historial de compras, frecuencia de uso, ubicación o suscripciones a servicios premium**, como Meli+. Con esos datos, el algoritmo estimaría cuánto está dispuesto a pagar cada usuario.

El mecanismo no resulta nuevo en el mundo digital. Aerolíneas y aplicaciones de transporte utilizan modelos similares para ajustar valores en tiempo real. Sin embargo, su presencia en **plataformas de comercio minorista** despierta más cuestionamientos.

La razón es simple: el consumidor espera que el precio de un producto sea igual para todos en el mismo momento. Cuando surge la sospecha de que el valor cambia según el perfil del comprador, aparece la sensación de **desigualdad en el acceso a la oferta**.

Algunos analistas sostienen que este modelo de segmentación apunta a **maximizar ingresos mediante inteligencia artificial**. El algoritmo identifica comportamientos, detecta urgencia de compra y adapta el precio al perfil del usuario.

Una práctica que generó malestar: ¿Es legal?

La discusión no solo se mueve en el terreno tecnológico. También abre interrogantes sobre **derechos del consumidor**. La legislación argentina establece límites frente a prácticas de discriminación arbitraria en precios.

La **Ley de Defensa del Consumidor** exige transparencia en las condiciones de venta y protege el acceso equitativo a bienes y servicios.



El problema surge cuando el ajuste de precios ocurre dentro de un sistema automatizado. En ese escenario, demostrar una discriminación concreta resulta complejo. El algoritmo opera sobre grandes volúmenes de datos y sus decisiones no siempre resultan visibles para el usuario.

En este contexto aparece un **vacío de interpretación jurídica**. El comercio digital avanza con rapidez y la regulación se adapta con más lentitud.

Hasta el momento, la empresa no difundió una explicación oficial sobre los casos mencionados en redes. La falta de una respuesta detallada alimenta la discusión pública. Muchos usuarios comenzaron a probar estrategias simples para comprobar los valores: navegar en **modo incógnito**, utilizar cuentas distintas o comparar precios desde otros dispositivos.

La práctica refleja una preocupación creciente entre compradores digitales: saber si los **precios** en pantalla representa realmente **la mejor oferta disponible**.

Fuente: La Mañana de Neuquén.