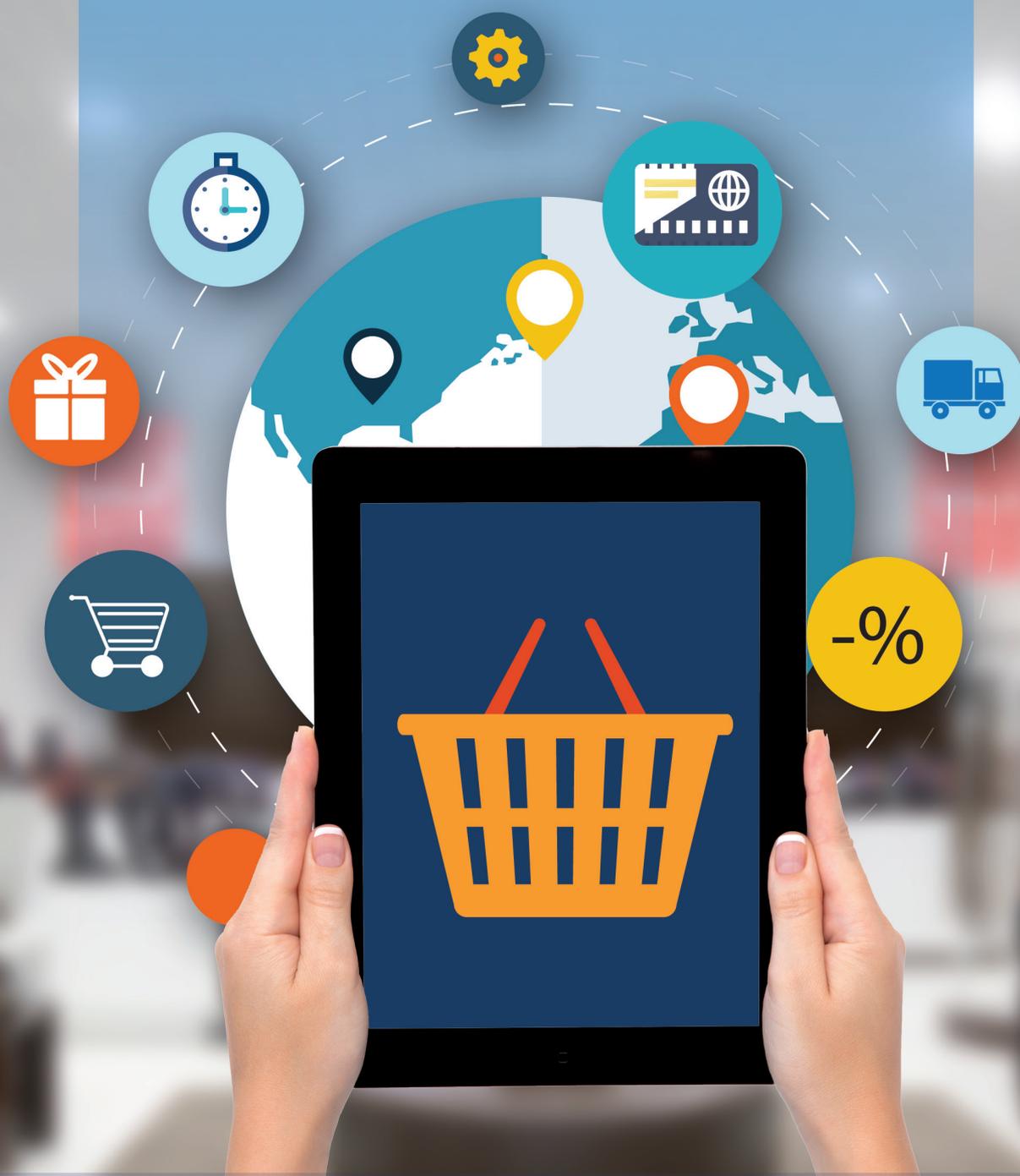
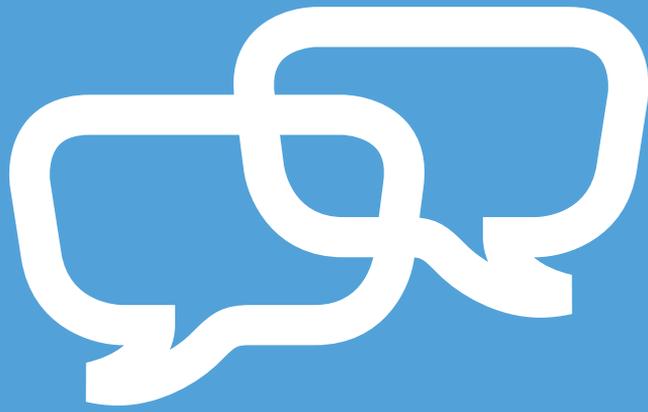


# MARKETPLACE

## TUS DERECHOS



**NO CLAMES,  
RECLAMA!**



Descarga nuestra APP en:



Android



Apple



## QUÉ SON LOS MARKETPLACE

Internet ha supuesto una revolución de la actividad comercial, y los consumidores son sus principales protagonistas. Una de sus infinitas posibilidades de contratación y colaboración han sido las plataformas de venta por Internet, también conocidas como *marketplace*; en realidad se trata de tiendas o escaparates *online* (también *e-marketplace*) que además de ofrecer productos o servicios propios, permiten que terceras empresas usen su plataforma como escaparate o canal de venta.

A través de estas plataformas se puede comprar todo tipo de productos (de gran consumo, para empresas o profesionales, alimentación, productos perecederos, al por mayor o al por menor, etc.), y contratar cualquier tipo de servicios ofrecidos al consumidor (alojamiento, transportes, búsqueda de empleo, servicios turísticos, etc.). Lo más característico de un *marketplace* es que el vendedor o prestador puede ser bien la propia plataforma, o bien terceras empresas que se aprovechan de la infraestructura y escaparate ya montado y conocido de dicho *marketplace*; pequeñas o nuevas empresas las aprovechan para poder llegar al gran público sin hacer costosas inversiones de publicidad. A cambio de ello, la plataforma percibe importantes comisiones por cada transacción.



Los consumidores pueden beneficiarse de este tipo de comercios en línea, pero deben conocer los distintos agentes que intervienen, los riesgos de operar en ellos y seguir unos consejos imprescindibles para minimizar los posibles riesgos. Esta guía pretende explicarlo de forma sencilla y didáctica.

## AGENTES QUE INTERVIENEN

El *marketplace* no es una tienda física: no podemos ver el producto, ni tocarlo, ni hacernos una idea exacta del color, tamaño, peso, de manera a como lo haríamos en una tienda. Pero además hay otros aspectos a tener en cuenta: quién vende el producto, dónde se encuentra, desde dónde viene y dónde está fabricado, cuál será el plazo de entrega y si tal fecha es un elemento esencial (por ejemplo, por tratarse de un regalo de cumpleaños), cuáles son los gastos de envío y los de devolución en su caso, cómo y dónde interponer una reclamación, etc.

**Explicamos quién participa en el proceso:**

- ➔ **El cliente:** es quien compra el producto o contrata el servicio. Puede ser un consumidor o una empresa, si en este último caso la contratación se integra en una actividad empresarial. El producto y el vendedor son los mismos, pero no la ley que se aplica: el consumidor tiene derechos que las empresas no tienen reconocidos.
- ➔ **La plataforma o marketplace:** es la página web desde donde se ofrece la contratación.
- ➔ **El vendedor o prestador:** es la empresa que suministra el producto o presta el servicio. Puede ser o no la propietaria de la plataforma o *marketplace*.
- ➔ **El transportista:** es la empresa que se encarga de trasladar y entregar el producto adquirido. Generalmente es el vendedor o la plataforma quienes se encargan de organizar el transporte de los productos que comercializan.
- ➔ **La pasarela de pago:** el pago puede hacerse a través de pasarelas de pago independientes (Paypal) o bien a través del terminal punto de venta virtual (TPV) proporcionado por la entidad bancaria del vendedor o la plataforma.
- ➔ **La entidad bancaria:** lo normal en este tipo de transacciones es que el pago sea mediante tarjeta; es el comprador quien ha de solicitarla a su entidad bancaria suscribiendo el correspondiente contrato.
- ➔ **Otras empresas de logística:** puede ser almacenes, agentes de aduanas, servicios técnicos, etc.

Cada agente tiene sus propias obligaciones y su propio nivel de responsabilidad.



## DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

Por el solo hecho de adquirir un producto en un marketplace el consumidor no tiene menos derechos, pero sí puede ver dificultado su derecho a reclamar en caso de que necesite hacerlo; la existencia de múltiples agentes puede invitar al prestador o vendedor a desatender al cliente, quien además puede verse enredado en una reclamación mucho más compleja que si se tratase de una compraventa presencial en una tienda tradicional. Por ejemplo: se contrata un apartamento a través de una plataforma y al entregarse está inhabitable por sujeción, ¿se reclama al propietario del apartamento que no está presencialmente?, ¿a la plataforma, con quien solo es posible un contacto online?; u, otro caso: si el producto llega golpeado y al reclamarlo la plataforma remite al vendedor, y el vendedor a la empresa transportista, ¿a quién debe reclamar el consumidor?



### Conozcamos los derechos más importantes:

**DERECHO DE INFORMACIÓN PREVIA.** El vendedor que utilice un marketplace y ofrezca la venta de sus productos o la contratación de sus servicios a través de Internet debe dar información de:

- ➔ Su identidad (nombre y dirección completa).
- ➔ Características esenciales del bien o servicio, precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando incrementos (por ejemplo, gastos de transporte) y descuentos, en su caso.
- ➔ Procedimientos de pago, plazos de entrega o ejecución del contrato y tratamiento de las reclamaciones.
- ➔ Existencia de un derecho de desistimiento, cuando proceda.

Una vez aceptada la contratación, el comercio debe confirmárselo al consumidor en un plazo no superior a las 24 horas.



**GARANTÍA.** El comprador de un producto tiene un periodo mínimo de dos años de garantía contados desde la fecha de entrega; el plazo podrá reducirse a un año en caso de artículos de segunda mano. Durante ese plazo tiene derecho a que el producto sea conforme con el contrato, pudiendo solicitar su reparación, su sustitución, la devolución del dinero o una rebaja en el precio, según cada caso. Debe tenerse en cuenta que se presume que la falta de conformidad ya existía cuando se entregó el producto si esta se aparece en los seis primeros meses tras la compra.

En caso de que reclamar al vendedor resulte muy gravoso para el comprador, puede dirigir la reclamación al fabricante.

**DERECHO DE DESISTIMIENTO.** Casi todas las compras realizadas por Internet disfrutan del llamado derecho de desistimiento: es la posibilidad que tiene el consumidor de devolver el producto y recuperar el dinero pagado. Para ejercer este derecho, el consumidor, en plazo no superior a 14 días hábiles desde la recepción o contratación, debe hacérselo saber al vendedor por cualquier medio admitido en derecho. Generalmente, los marketplace disponen de mecanismos habilitados para que a través de la propia plataforma se ejercite este derecho; si el consumidor recibe confirmación, aunque sea por medios electrónicos, puede entenderse que es un medio suficiente y no ha de hacerlo por burofax, carta certificada u otro medio igual de dificultoso. La propia plataforma suele facilitar instrucciones para gestionar la devolución física del producto, y si no se indicase lo contrario previamente en el contrato, el consumidor no tiene que asumir los gastos de mensajería para la devolución.

El derecho de desistimiento no está reconocido para determinadas contrataciones, como es el caso, entre otros, de:

- Contratos de prestación de servicios completamente ejecutada.
- Contratación con precios sujetos a fluctuaciones.
- Compra de bienes personalizados o confeccionados conforme a las especificaciones del comprador.
- Compra de bienes que puedan deteriorarse o caducar con rapidez.
- Bienes que por haber sido desprecintados no sean aptos para ser devueltos por salud o higiene.
- Contratación de servicios de transporte de bienes o personas.
- Contratación de servicios de alojamiento distinto del de vivienda.

**DERECHO DE RECLAMACIÓN.** El consumidor siempre puede reclamar, tenga o no razón, o su queja sea más o menos viable. Puede canalizarla por cualquier medio admitido en derecho. Las plataformas marketplace suelen disponer de canales de comunicación con los clientes para dejar constancia de cualquier incidencia, siendo que la normativa española obliga a dar respuesta en plazo no superior a los 30 días.

Reclamar a entidades sin sede en España, o más aún fuera de la Unión Europea, puede ser muy dificultoso para el cliente. En el caso de que la empresa esté ubicada en la Unión Europea, el cliente puede acudir al Centro Europeo del Consumidor (<http://www.cec-msssi.es>) para facilitar el trámite.





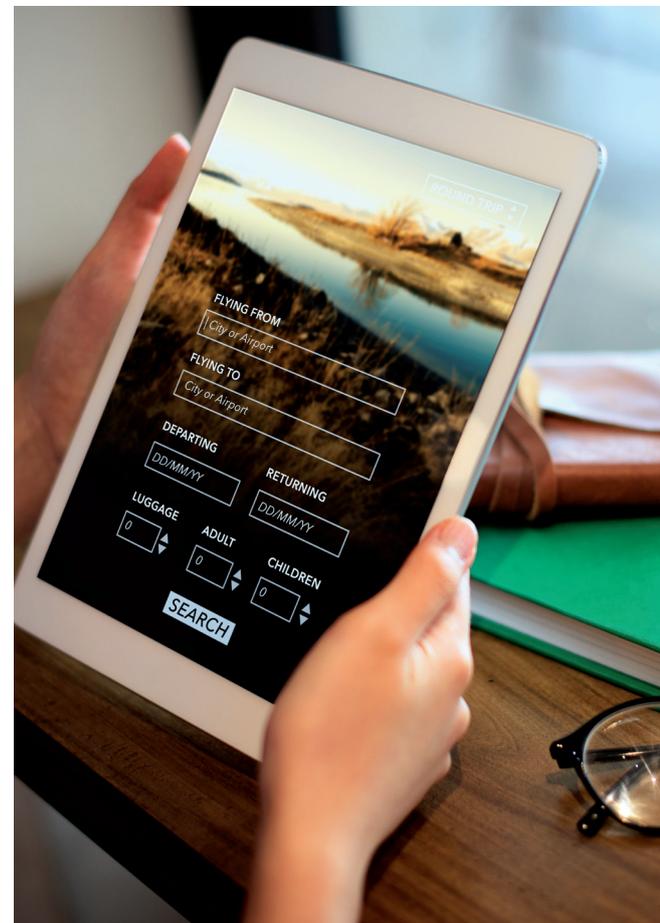
## SECTORES ESPECÍFICOS

Los marketplace han tenido un gran desarrollo en aquellos sectores en los que la tecnología más ha podido ayudar. Uno de ellos ha sido el comercio minorista y de productos tecnológicos (Amazon, Fnac, Ebay, Privalia/Vente Privée), aunque también han transformado determinados sectores como el del alojamiento turístico (Airbnb, Home Away, Booking) y el de transporte de pasajeros (Uber, Cabify). Veamos algunos detalles.

### TRANSPORTE DE VIAJEROS.



Es un sector muy regulado, en el que, al menos en España, las comunidades autónomas y los ayuntamientos deben dar licencias o permisos para que el empresario o profesional pueda prestar servicio. En la actualidad el transporte de personas en vehículos turismo solo puede realizarse por vehículos autotaxi o vehículos de alquiler con conductor que dispongan de autorización habilitante. Según los condicionados de dos de las principales compañías (Uber y Cabify), su cometido se limita a facilitar el contacto con un transportista, eximiéndose de las responsabilidades propias del transportista. Esto anterior no dispensa por sí solo de responsabilidad a la plataforma, toda vez que es quien organiza la prestación del servicio, cobra el importe, facilita las aplicaciones de soporte, etc.





## ALQUILER DE VIVIENDA Y ALQUILER DE VIVIENDA VACACIONAL.

El alojamiento también ha sido un sector muy desarrollado a través de los marketplaces. Las tradicionales inmobiliarias, con un ámbito de actuación más localizado, han visto cómo aprovechaban para su actividad plataformas, particulares y las propias inmobiliarias para abrir la oferta a interesados no solo de cualquier provincia sino incluso a nivel internacional. Debe distinguirse no obstante el alquiler de vivienda para uso residencial del alquiler de vivienda para uso turístico.

El alquiler para uso residencial tiene como finalidad satisfacer la necesidad de vivienda permanente del inquilino. El arrendamiento está sujeto a las reglas de la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos, que establece, por ejemplo, la prórroga obligatoria hasta un mínimo de 5 años, 7 si el arrendador es persona jurídica. En todo caso, la publicidad de estos alojamientos debe informar del etiquetado energético del inmueble; y, si la oferta la realiza una empresa inmobiliaria en el marco de su actividad empresarial, debe ofrecer una información mínima, como los planos del inmueble, metros útiles, descripción general del edificio, materiales e instrucciones, entre otros extremos.

El alquiler para uso turístico exige cumplir requisitos adicionales, como disponer de la correspondiente autorización emitida por las comunidades autónomas, así como cumplir los requisitos municipales, en su caso, aprobados. Estas viviendas turísticas estarían en competencia con los hoteles, pues estarían destinadas a satisfacer el alojamiento temporal del consumidor.

Los marketplaces también son un punto de conexión para la oferta y demanda de vivienda ocasional no turística, como son los pisos de estudiante o traslado laboral por cortos periodos de tiempo (meses, periodo escolar, etc.).



## VENTA/REVENTA DE ENTRADAS O TIQUETS.

La reventa de entradas para espectáculos también se ha visto copada por los marketplaces. En la actualidad existe múltiple problemática con la adquisición de entradas para este tipo de eventos (deportivos, culturales, musicales, etc.), dado que existen casos de alteraciones en el precio tras compras masivas o acopio especulativo de entradas, fraudes por venta de entradas falsificadas o inexistentes, etc.

En la actualidad no existe una regulación específica para este tipo de actividad, lo que redundará en que se comentan abusos.





## CONSEJOS Y ADVERTENCIAS



- El uso de marketplaces como plataformas de compra o contratación, por muy conocidos/as que sean, no debe ser motivo para bajar el nivel de atención que debe tener todo consumidor precavido.

- Es especialmente importante comprobar la identidad del vendedor. Es frecuente que el vendedor o el prestador no sea la propia plataforma, con lo que puede no contarse con la misma confianza que la que llevó a contratar a través de la misma.

- También es muy importante comprobar la identidad del vendedor, pues ello afecta tanto por las vías de reclamación como por los derechos del comprador. Si el vendedor está fuera de España la reclamación puede ser muy difícil en caso de no se acepten las legítimas pretensiones del consumidor. Por otro lado, si el vendedor es un particular que actúa al margen de su actividad empresarial o profesional, no está obligado a facilitar los dos años de garantía legal.

- El solo hecho de que el vendedor no sea la propia plataforma o marketplace no significa que no debamos, llegado el caso, reclamar a la propia plataforma. Desde luego deben usarse los medios que para ello el marketplace ponga a disposición del usuario. Debe tenerse en cuenta que las plataformas retrasan el pago (incluso durante meses) a los vendedores externos precisamente para aplicar las garantías o reclamaciones que en su caso puedan existir.

- Debe tenerse especial cautela con las falsificaciones: además de suponer un perjuicio económico para el comprador y para el titular de la propiedad industrial o intelectual afectada, en ocasiones puede suponer un peligro para la salud y seguridad de los consumidores.

- La compra a través de marketplaces debe ser responsable: a pesar de que ofrece un catálogo enorme de productos, puede incitar a la compra compulsiva o de productos no necesarios, y genera o puede generar una huella ambiental importante derivada del transporte del producto adquirido.



- Es aconsejable la comprobación de la identidad del vendedor en los registros que a tal efecto pueden existir, así como verificar la identidad de la propia plataforma (en ocasiones hay suplantaciones provenientes de enlaces o *links* muy similares). La ley española obliga a que el vendedor y el titular del servicio de la sociedad de la información se identifique con su nombre, domicilio y número de identificación fiscal, al menos.

- Buscar opiniones de otros compradores también puede ser de utilidad, sobre todo cuando son adecuadamente filtrados por un interesado que sea capaz de detectar las opiniones verdaderas de las falsas o inducidas.

- No dude, incluso antes de la compra si las circunstancias lo aconsejan, en pedir información adicional al vendedor o a la plataforma, tanto de su propia identidad como características adicionales del producto en que se tenga interés; por ejemplo, del etiquetado obligatorio, que ofrece información sobre el vendedor y el primer importador en la Unión Europea, componentes o ingredientes y lugar de fabricación, en su caso.

- El comprador que no haya organizado el transporte no responde por posibles daños del producto. Antes de aceptar un paquete compruebe que externamente no tiene golpes; rechace los que estén indebidamente embalados, manipulados o conservados. No admita una exención de responsabilidad bajo el argumento de que la culpa del defecto es una inadecuada manipulación del transportista.

- Algunos sectores como el inmobiliario (Idealista, Pisos.com, Fotocasa entre muchos otros) o el de vehículos o artículos de segunda mano (Coches.net, Milanuncios o Wallapop), son habitualmente utilizados por particulares. Preste especial atención a las ofertas y evite, en lo posible, pagos anticipados. Tenga en cuenta que si el vendedor es un particular el comprador no ostenta la condición de consumidor y, con ello, carece de importantes derechos.

- Como siempre, en caso de duda consulte a su asociación de consumidores; podrán asesorarle sobre la información disponible en registros públicos y sobre la operativa a seguir antes y después de cualquier incidencia, así como tramitar o informar de las vías de reclamación.





2019

Más información en nuestra web

[www.noclamesreclama.org](http://www.noclamesreclama.org)

Y en nuestra app RECLAMA



Android



Apple

Síguenos también en:

Redes sociales

Facebook: [noclamesreclama](https://www.facebook.com/noclamesreclama)

Twitter: [@NOCLAMESRECLAMA](https://twitter.com/NOCLAMESRECLAMA)

Youtube: [noclamesreclama](https://www.youtube.com/noclamesreclama)

[info@noclamesreclama.org](mailto:info@noclamesreclama.org)



[www.ceu.es](http://www.ceu.es)

El presente proyecto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social / Dirección General de Consumo, siendo su contenido responsabilidad exclusiva de CECU.