



---

## Tras el crecimiento desorbitado del comercio online, ¿cuándo nace la responsabilidad del ‘marketplace’?

Se ha publicado mucho sobre el cambio de comportamiento de los consumidores respecto al comercio electrónico a resultas de la pandemia del COVID19. Según el Estudio Anual de eCommerce de IAB Spain, en el año 2020, en España, **ha habido 2,2 millones de nuevos compradores online**. A modo de ejemplo, Amazon y Aliexpress han tenido un crecimiento del tráfico online, en septiembre de 2020 respecto al mismo mes del año anterior, **de un 252% y 227%**, respectivamente.

Para mí, el aspecto que desde el punto de vista legal puede revestir mayor trascendencia se refiere a **la responsabilidad de los Marketplace** en relación con las transacciones que facilitan a través de sus sistemas, considerando que en su mayoría se autodenominan, y se estructuran, como entidades que ofrecen -tomando los términos utilizados por la [Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico](#) (LSSICE)-, un **servicio de alojamiento**. Lo que parafraseando al Tribunal de Justicia de la Unión Europea ([STJUE L’Oréal v.Ebay, de 12 de julio de 2011, asunto C-324/09](#)) significa que la prestación por la que cobran es “[...] un servicio en Internet que consiste en facili ...