

# ¿Tienda virtual o marketplace? conoce las diferencias

¿Sabías que no es lo mismo vender en tu propia tienda en línea que hacerlo en un marketplace?

Aunque ambos modelos forman parte del comercio electrónico, sus diferencias técnicas, operativas y legales impactan de manera diferenciada tus costos, responsabilidades y los derechos de tus clientes.

El abogado Juan Carlos Rocha, experto en Derecho de los Negocios, te explica las claves para elegir el modelo que más le conviene a tu empresa.



## TIENDA VIRTUAL: el control total en tus manos

Una tienda virtual es tu propio canal digital de ventas, tal como si tuvieras un local en internet. Tú manejas todo el proceso comercial, desde el producto ofertado hasta las entregas.

### Elementos esenciales:

- Página principal (homepage).
- Fichas detalladas de productos o servicios.
- Carrito de compras.
- Sistema de pago seguro.

### Características clave:

- **Control total:** tú defines la oferta, los precios, las promociones, las entregas y las condiciones de venta.
- **Responsabilidad completa:** debes cumplir con las garantías, los retractos, atender las reclamaciones y realizar publicidad veraz.
- **Gestión directa:** administrar el inventario, la logística, la pasarela de pagos, la atención al cliente y el marketing digital.
- **Relación directa con el cliente:** eres el único responsable legal y comercial ante el consumidor.
- **Marco legal:** actúas como proveedor directo, lo que implica obligaciones específicas bajo la ley.

Ideal para negocios que buscan construir su marca y tener el control absoluto sobre la operación y la experiencia del cliente.

## MARKETPLACE: una vitrina compartida

Un marketplace es un tipo de portal de contacto, una plataforma que conecta a los compradores con múltiples vendedores en un mismo sitio.

### Intermediación como rasgo esencial:

- Facilita el contacto con el cliente.
- Puede procesar pagos y encargarse de las entregas.
- Puede hacer publicidad propia.

### Características clave:

- **Relación triangular:** intervienen el vendedor, el consumidor y el marketplace.
- **Responsabilidad compartida:** si el marketplace participa activamente en los pagos, la logística o la atención posventa, puede ser considerado proveedor ante la ley.
- **Gestión parcial:** el vendedor gestiona su inventario, pero la plataforma debe supervisar la legalidad y seguridad de los productos.
- **Modelo por comisión o suscripción:** el acceso a la plataforma tiene un costo, ya sea comisiones por venta o un valor fijo por suscripción, a cambio de visibilidad y acceso a más clientes.
- **Mayor competencia:** las reseñas, comparaciones y promociones cruzadas permiten al cliente elegir entre múltiples opciones.
- **Requerimientos regulatorios más complejos:** si hay intervención activa de la plataforma en las transacciones, se aplican responsabilidades legales adicionales al marketplace.

Ideal para empresas que buscan visibilidad inmediata sin necesidad de montar su propia tienda virtual; se recomienda conocer bien las condiciones contractuales de las plataformas.

*“La clave es saber a qué modelo de comercio electrónico nos enfrentamos para entender qué riesgos estamos asumiendo y cómo mitigarlos”.*

**Juan Carlos Rocha**, abogado experto en Derecho de los Negocios y formador del Campus Virtual de la Cámara de Comercio de Cali.



## Conoce los riesgos legales antes de decidir

Elegir entre una tienda virtual o un marketplace no es solo una decisión operativa o comercial, implica obligaciones legales importantes en temas como garantías, retracto, publicidad y responsabilidad por productos defectuosos.

Si quieres conocer de qué manera estas plataformas impactan tus obligaciones legales y cómo mitigar riesgos según el modelo que elijas, revive el **webinar “Diferencias entre un Comercio Electrónico y un Marketplace”** con el abogado **Juan Carlos Rocha** que tuvo lugar en el **Campus Virtual** de la Cámara de Comercio de Cali. [¡Accede a las memorias en video aquí!](#)