

**IV ACUERDO MARCO PARA LA COMPETITIVIDAD E
INNOVACIÓN EMPRESARIAL DE CASTILLA Y LEÓN**

MARKETPLACE

¿Qué es un Marketplace?

- ▶ Es un sitio que permite a vendedores y compradores, relacionarse para efectuar una transacción comercial. En este tipo de plataformas, los compradores y vendedores permanecen en el entorno técnico y comercial del Marketplace hasta que la transacción se finaliza.



La popularidad de este tipo de plataformas ha ido en aumento, ya que en una misma web el usuario es capaz de encontrar diferentes opciones de un mismo producto o servicio sin necesidad de desplazarse o consultar diferentes páginas web. Para una marca o empresa disponer de un marketplace supone llegar a clientes de cualquier lugar del mundo.

TIPOS DE MARKETPLACE SEGÚN EL MODELO

- **Marketplace on demand o por demanda**
Son aquellos que ofrecen sus servicios bajo la demanda inmediata del consumidor. Este modelo se caracteriza por la importancia de la plataforma, debido a que debe convencer a ambas partes del valor de la plataforma. Ejemplos: Uber y Glovo
- **Marketplace managed o administrado**
Es el online marketplace más común, en este tipo de modelo, hay un intermediario que se encarga de verificar el correcto flujo de los procesos como son la logística o el mantenimiento. De esta manera el consumidor tendrá una experiencia más satisfactoria que una compra-venta tradicional. Ejemplos: Amazon o Aliexpress
- **Marketplace community driven o por la comunidad**
Es un modelo en el que la comunidad de vendedores es independiente, pero comparten rasgos en común, como la fabricación, su filosofía de compraventa u otras características. Ejemplos: Etsy o Airbnb.
- **Marketplace vertical o de nicho**
Son aquellos que se centran en una característica, por ejemplo, un tipo de sector, un grupo demográfico, un interés o X nivel de calidad. Una de las ventajas de estos tipos de marketplaces es que te expones directamente a una audiencia concreta. Ejemplo: Etsy, es un marketplace que vende productos artesanales y productos vintage.
- **Marketplace descentralizado**
Lo diferente de este tipo de marketplace es que no existen intermediarios entre el comprador y el vendedor, ni una entidad responsable de las transacciones. Las desventajas de este tipo de tiendas es que pueden dar lugar transacciones ilícitas. Ejemplos: OpenBazaar y Opensea.
- **Marketplace SaaS**
Es un sistema o un tipo de marketplace por aplicación, en el que los vendedores pueden crear su página web. Se trata de un marketplace que requiere de mayor conocimiento técnico para acceder y para mantener tu tienda en ella. Normalmente, hay que pagar unas comisiones. Ejemplos: Shopify y Magento.

MARKETPLACES SEGÚN EL TIPO DE VENTA

- **Marketplace B2C o marketplace vertical (business to consumer)**

Un marketplace B2C vende sus productos y servicios directamente a los clientes. Muchos mercados B2C son ventanillas únicas donde los clientes pueden comprar una variedad de productos en línea. Los más populares son AliExpress, Amazon, El Corte Inglés, Zalando o eBay. Son enormes marketplaces B2C que incluyen miles de proveedores.

El Marketing B2C tiene diferentes modelos de negocio:

- Modelo de Negocio de Suscripción

En los mercados B2C, el modelo de suscripción o membresía implica cobrar una tarifa a los proveedores, mientras que el marketplace es gratuito para los clientes. Este modelo ofrece un gran comienzo para aquellos mercados en línea que planean cobrar comisiones en el futuro, pero aún no pueden lidiar con transacciones.

- Modelo de Negocio Basado en Comisiones

Existe una gran cantidad de mercados en línea B2C que utilizan las comisiones como su principal fuente de ingresos. La mayor ventaja para los propietarios es que este método es el más lucrativo ya que obtiene una parte de todo el valor que pasa a través del mercado en línea. El modelo basado en comisiones se adapta bien a los mercados B2C, que pueden llegar a cobrar un porcentaje importante de comisiones por cada transacción.

- Modelo de Negocio de Tarifas de Cotización

Además de cobrar una comisión por cada transacción, algunos mercados B2C también cobran una tarifa por publicar productos, así como la existencia de listados premium, que los vendedores pagan por una mejor visibilidad y una clasificación más alta en la búsqueda.

- **Marketplace B2B (business to business)**

Es un modelo de empresa a empresa. Conecta a las empresas en una sola plataforma, es decir, marcas, fabricantes, proveedores y mayoristas venden sus productos y servicios a otras empresas.

Es considerado como un negocio único por sus características:

- El volumen de pedidos: son excesivamente grandes y requieren cantidades mínimas de pedido para poder realizarlos; venta al por mayor.
- Flujo de pedidos: los clientes suelen tardar más en comprar y piden más información detallada a la hora de hacer la compra, esto ayuda a acelerar las próximas ventas y a conectar al comprador con el vendedor.
- Precios de productos: se basa en la relación y acuerdo entre el vendedor y comprador.

Existen varios tipos de modelos para los negocios que se dedican a vender por B2B:

- Marketplaces B2B verticales: están especializados en una sola categoría de productos.

- Marketplaces B2B horizontales: venden productos y servicios de diferentes tipos, atendiendo a las necesidades de los compradores en varios sectores.
- Marketplaces B2B locales: abastecen únicamente a su mercado local.
- Marketplaces B2B globales: no tienen límites geográficos.
- Comisiones Marketplace B2B: por cada pedido que recibe un vendedor de la plataforma paga un porcentaje como comisión a los operadores del mercado.
- Suscripciones Marketplace B2B: método que cobra una tarifa de membresía a los vendedores para que puedan usar su plataforma para los negocios.

Las grandes empresas suelen aplicar este modelo para obtener una mayor rentabilidad. Algunos ejemplos de marketplace B2B: Alibaba, SoloStocks

- **Marketplace C2C (customer to customer)**

Un mercado de cliente a cliente (C2C) conecta a las personas con necesidades, gustos e ingresos similares para compartir productos y servicios entre sí. El concepto de este tipo de mercado es que los clientes puedan compartir productos o servicios a cambio de dinero u otros productos y servicios. Este modelo de Marketplace presenta un ciclo de ventas más corto y una duración promedio de relación en comparación con los modelos B2B y B2C.

Los modelos de negocio C2C son:

- **Modelo de Negocio Promociones Pagadas**
Los usuarios pueden promocionar sus productos o servicios pagando una tarifa en el mercado. Este método funciona perfectamente con los mercados C2C centrados en el producto, en los que la atención del cliente se centra en el producto, no en el proveedor.
- **Anuncios**
Con este modelo, los terceros pueden publicar anuncios para promocionar sus productos y servicios en el mercado.

Ejemplos de marketplace C2C: Wallapop, Vinted, Airbnb, Udemy

DIFERENCIAS ENTRE NEGOCIOS B2C Y B2B		
	B2C	B2B
Tipo de producto	Satisfacción personal.	Desarrollo empresarial.
Tipo de público	Consumidor final.	Empresas.
Decisión de compra	Individual.	Equipo de decisión estratégica.
Personalización	Genérica.	Adaptación para cada cliente.
Precio	General para todos los consumidores	Dependiente del tipo de cliente.

VENTAJAS DE COMPRAR EN UN MARKETPLACE

- **Todo en uno**
Tienen una gran variedad de productos de diferentes marcas, ofrecidos todos en un mismo sitio, donde se pueden comparar características y precios fácil y rápidamente desde una única plataforma.
- **Mayor transparencia**
Disponen de información acerca de la disponibilidad de los productos y el stock en tiempo real, lo cual permite tomar decisiones de compra más acertadas.
- **Precios competitivos**
En estas plataformas se realizan numerosas ofertas y promociones, por eso los usuarios esperan encontrar precios más competitivos que en la propia tienda online de una marca concreta.
- **Agilidad en los envíos**
Debido al volumen de ventas que tienen, acostumbran a tener acuerdos muy competitivos con empresas de paquetería, lo que abarata el coste del envío, que en muchos casos es gratuito.
- **Muchas opiniones sobre los productos**
Al haber más volumen de tráfico, existen más comentarios sobre los productos comprados en la plataforma, y esta información es muy útil y valorada para el futuro comprador.
- **Productos disponibles 24 horas**
Se da la posibilidad de comprar a cualquier hora del día, sin limitación de horarios y sin los problemas de la diferencia horaria del comercio internacional.



VENTAJAS E INCONVENIENTES DE VENDER EN UN MARKETPLACE

Ventajas y desventajas de un Marketplace



Ventajas

- Acceso a un gran público
- No necesitas tener tu propia tienda online
- Mayor credibilidad y confianza en tu marca
- Permite la venta internacional



Desventajas

- Reducción de márgenes de venta
- Demora en los pagos
- Dificultad para diferenciarte de la competencia
- La competencia justo al lado
- Los clientes no son tuyos

Conociendo las características de los marketplaces, así como las ventajas e inconvenientes de estar en ellos, se puede deducir cuándo puede interesar que los productos se vendan en este tipo de plataformas:

- Cuando la marca está empezando y generar ingresos sea la máxima prioridad.
- Cuando no se tenga todavía el propio ecommerce, puede servir como plataforma transitoria hasta tener recursos para montar la propia infraestructura.
- Cuando se quiera liberar de stock de productos o bien como canal adicional de productos que no se quieren ofrecer en la propia plataforma.
- Cuando se quiera vender en el extranjero sin montar toda la infraestructura o bien para hacer pruebas de aceptación de los productos en el extranjero.

