B2C:

* **Portal:** Un **portal** es un **sitio web que agrupa muchos servicios e información en un solo lugar**, entendiéndose como una **puerta de entrada a Internet**, o como **página de inicio**.
  + Un **portal horizontal** es un sitio que ofrece muchos servicios generales para todo tipo de usuarios, como noticias, correo y buscador. Su idea es ser la página principal con la que empezás a navegar, como MSN.
  + Un **portal vertical** o vortal está enfocado en un solo tema o sector específico, como videojuegos, medicina o educación. Un ejemplo es Steam, que se centra en juegos.
  + Un **portal de búsqueda** es un sitio que se dedica principalmente a ayudarte a encontrar información en Internet, como Google.
* **E-Tailer**: es básicamente una tienda que vende por Internet.  
  Funciona igual que una tienda física, pero en vez de ir caminando al local, accedés desde una computadora o celular.  
  No importa la hora ni el lugar: si tenés conexión, podés comprar.
  + **Comerciante** **virtual**: Es una tienda 100% online, sin locales físicos. Todo se hace por Internet: mirar, elegir, comprar y recibir en tu casa.  
    Ejemplo: Amazon, Mercado Libre.
  + **Bricks and Clicks**: Son tiendas que combinan lo físico y lo digital. Tienen locales reales, pero también venden por su página web.  
    Ejemplo: Jumbo, Coto.
  + **Comerciante por catálogo**: Es como una versión online de las tiendas por catálogo de antes. Mostrás los productos en un sitio (como si fuera un catálogo digital) y el cliente elige desde ahí.  
    Ejemplo: Adidas cuando te permite explorar el catálogo y comprar desde la web.
  + **Directo del fabricante**: El producto lo vende el mismo que lo fabrica, sin intermediarios. El fabricante abre su propia tienda online y vende directo al cliente.  
    Ejemplo: Dell o Logitech venden sus productos directamente desde su sitio oficial.
* **Proveedor de servicios:** Este modelo **ofrece servicios por Internet** que antes necesitaban contacto personal.  
  Aunque algunos servicios se terminan en el mundo real (como reparar un auto o dar un turno médico), **todo lo que se puede organizar o contratar se hace online**.  
  Ejemplos: contratar un abogado, usar almacenamiento en la nube como Dropbox, o servicios financieros digitales.

**Clave**: te dan un **servicio**, no un producto, y todo comienza en una **plataforma online**.

* **Intermediario de transacciones:** Este modelo **no vende ni compra productos o servicios**, solo ayuda a que dos partes (comprador y vendedor) **puedan hacer la operación de forma fácil y segura**.  
  El sitio cobra una **comisión por cada transacción** que se realiza.  
  Ejemplos: Booking.com (reserva de hoteles), eToro (inversiones).

**Clave**: el negocio gana plata ayudando a que otros hagan sus negocios.

* **Proveedor de comunidad:** Este modelo **crea un espacio online** donde las personas que tienen intereses parecidos pueden encontrarse, compartir e interactuar.  
  El sitio gana dinero con **publicidad**, **membresías pagas** o ventas internas.  
  Ejemplos: Facebook, Reddit.

**Clave**: lo importante es la **interacción entre usuarios**, no la venta directa de productos.

* **Creador de mercado:** Este modelo **crea una plataforma donde se encuentran compradores y vendedores**, pero a diferencia del intermediario, aquí sí suele haber **funciones integradas de pago y logística**.  
  Es más completo, tipo un “mercado online”.  
  Ejemplos: eBay, Mercado Libre.

**Clave**: el sitio ofrece un “lugar digital” para comerciar, como si fuera una feria virtual.

* **Proveedor de contenido:** Es un modelo de negocio B2C que **ofrece información o entretenimiento** a través de Internet: noticias, videos, artículos, música, consejos, deportes, etc.  
  Se gana dinero mediante **publicidad, suscripciones, contenido premium** o ventas dentro del sitio.
  + **Contenido propio:** El sitio crea su propio contenido original y **es dueño de los derechos**. Esto le da ventaja, porque nadie más puede usar ese material sin permiso. **Ejemplo:** Un diario digital como *The New York Times*, que escribe sus propias notas.
  + **Contenido sindicado:** El sitio **no crea el contenido**, sino que **lo toma de otro creador** (con permiso) para publicarlo en su propia plataforma y **llegar a más público**. **Ejemplo:** *YouTube*, cuando reproduce videos creados en otras plataformas o por creadores independientes que autorizan su difusión.
  + **Agregador web:** El sitio **busca contenido de muchas fuentes diferentes**, lo **organiza, compara o resume**, y **le agrega valor** (como filtros, precios, resúmenes, rankings, etc.). **Ejemplo:** *Shopzilla*, que toma información de miles de productos en distintas tiendas y arma comparaciones de precios para ayudarte a decidir.

B2C

├── **Portal**

│ ├── Portal horizontal (ej. MSN)

│ ├── Portal vertical / Vortal (ej. Steam)

│ └── Portal de búsqueda (ej. Google)

│

├── **E-Tailer**

│ ├── Comerciante virtual (ej. Amazon, Mercado Libre)

│ ├── Bricks and Clicks (ej. Jumbo, Coto)

│ ├── Comerciante por catálogo (ej. Adidas)

│ └── Directo del fabricante (ej. Dell, Logitech)

│

├── **P**roveedor de **S**ervicios

│ └── >Servicios online antes presenciales (ej. Dropbox, asistencia legal)

│

├── Intermediario de Transacciones

│ └──> Facilita operaciones entre partes, cobra comisión (ej. Booking, eToro)

│

├── **P**roveedor de **Com**unidad

│ └── >Espacio para interacción entre usuarios (ej. Facebook, Reddit)

│

├── Creador de Mercado

│ └── >Plataforma con pagos y logística para comprar/vender (ej. eBay, Mercado Libre)

│

└── **P**roveedor de **Con**tenido

├── Contenido propio (ej. The New York Times)

├── Contenido sindicado (ej. YouTube)

└── Agregador web (ej. Shopzilla)

**C2B**: Significa **Consumidor a Negocio**.  
A diferencia del clásico B2C (donde la empresa vende al cliente), en **C2B es el consumidor quien ofrece algo a la empresa**, y la empresa le paga o lo recompensa por eso.

**El Consumir ofrece:**

* **Contenidos** (como fotos, videos, reseñas)
* **Servicios** (como programar algo, testear un producto)
* **Datos personales o de consumo**
* **Tiempo** (por ejemplo, llenar encuestas)
* **Reputación o influencia** (como los influencers)
* **Ideas o diseños**

**Ejemplos:**

* Un **influencer** promociona un producto en Instagram → la empresa le paga por su alcance.
* Un **usuario deja una reseña** paga en un sitio de viajes.
* Un **fotógrafo sube imágenes a un banco de fotos** (como Shutterstock) y las empresas compran el uso de esas fotos.
* Una persona completa **encuestas online** para ayudar a empresas a conocer sus preferencias.

**🏢 Modelo B2B – Negocio a Negocio**

El modelo B2B se da cuando una empresa le vende productos o servicios a otra empresa, en lugar de hacerlo al consumidor final. Estas relaciones suelen involucrar grandes volúmenes, contratos a largo plazo o necesidades específicas. Se puede dividir en dos grandes estructuras: mercados en línea y redes industriales privadas.

**1. 🌐 Mercados en línea:** Son plataformas digitales donde muchas empresas pueden comprar y vender entre sí, de forma directa o a través de intermediarios. Estos mercados permiten agilizar las operaciones, reducir costos y ampliar la red de proveedores y clientes. Hay cuatro tipos principales:

* **E-Distributor** es un modelo donde un intermediario ofrece catálogos digitales con productos de muchos fabricantes. Las empresas compran lo que necesitan desde ese catálogo, como si fuera un “Amazon” pero para uso industrial. Los productos suelen ser artículos indirectos, como insumos de oficina o herramientas, y los precios son fijos aunque se pueden aplicar descuentos por volumen. Este modelo sirve a muchas industrias al mismo tiempo. Ejemplo: Una empresa entra a un portal y compra cartuchos de impresora y escritorios para sus oficinas.
* **E-Procurement** es similar al anterior, pero con la diferencia de que automatiza todo el proceso de compra. El sistema se encarga de generar órdenes, seguir reglas internas, validar presupuestos, y hasta procesar facturas. Se usa cuando las compras son más complejas, repetitivas o están sujetas a contratos preestablecidos. Suele integrarse con los sistemas internos de gestión de las empresas. Ejemplo: Una cadena de supermercados programa que cada sucursal reciba productos automáticamente cada mes sin tener que hacer cada pedido manualmente.
* **Intercambio** es una plataforma abierta y neutral donde múltiples empresas publican sus ofertas y buscan compradores, en un entorno más libre. No hay un único vendedor o catálogo, sino que cada empresa puede participar activamente. Se utiliza sobre todo para productos directos, que son necesarios en la producción principal, y los precios pueden negociarse. La plataforma cobra comisión por cada operación. Ejemplo: Una empresa de alimentos compra grandes cantidades de azúcar directamente a varios proveedores a través de una plataforma especializada.
* **Consorcio industrial** es parecido al intercambio, pero está formado por empresas de un mismo sector que deciden crear su propio espacio cerrado para operar entre ellas. Solo participan proveedores seleccionados y hay una colaboración estratégica que incluye compras, estandarización y gestión de la cadena de valor. Es cerrado, más formal y con reglas compartidas. Ejemplo: Varias empresas químicas crean una plataforma privada para comprar sus insumos bajo normas comunes y con integración logística.

**2. 🔗 Redes industriales privadas**: Son redes creadas específicamente para coordinar la comunicación y operación entre una empresa y sus socios comerciales, sin usar plataformas públicas. Dentro de esa categoría, existen **dos tipos de redes según quién las crea y cómo se usan**:

1. **Firma individual** → red hecha y usada por una sola empresa con sus proveedores.
2. **Nivel industrial** → red compartida por varias empresas de una misma industria.

* **Firma individual** se da cuando una sola empresa, generalmente grande, crea su propia red privada digital para conectarse con proveedores clave. Esta red permite automatizar pedidos, coordinar entregas, monitorear inventarios y simplificar la gestión de pagos. Tiene un costo alto de implementación, pero permite total control y eficiencia. Ejemplo: Walmart tiene su propia red para interactuar con miles de proveedores y controlar toda su logística sin intermediarios.
* **Nivel industrial** ocurre cuando varias empresas del mismo sector se agrupan para crear una red compartida. Esta red busca mejorar la comunicación, estandarizar datos y coordinar procesos comunes. Todos los participantes aportan al mantenimiento de la red y la utilizan para intercambiar información, sincronizar catálogos o coordinar entregas. Ejemplo: 1SYNC permite a muchas empresas de consumo masivo compartir datos de productos con sus socios de forma estandarizada.

**🧍‍♂️🧍‍♀️ C2C – Consumer to Consumer (Consumidor a Consumidor)**

Este modelo se da cuando **una persona le vende directamente a otra persona**, sin que haya una empresa tradicional de por medio. Sin embargo, esto se hace **a través de una plataforma** (como un sitio web) que facilita el encuentro entre ambos.

Por ejemplo: eBay o MercadoLibre permiten que cualquier usuario publique un producto y otro lo compre. La plataforma ayuda con el proceso de publicación, pago, reputación y logística, pero no vende ni compra nada directamente.

**Modelo de ingresos:** estas plataformas **ganan dinero cobrando comisiones** por cada transacción.

**🔁 P2P – Peer to Peer (Igual a Igual)**

P2P significa "de persona a persona", pero a diferencia del C2C, **no se trata de vender productos**, sino de **compartir archivos, servicios o recursos digitales** sin necesidad de un servidor central. La tecnología conecta directamente a los usuarios.

Por ejemplo: aplicaciones como **Kazaa** o **Cloudmark** permiten que los usuarios compartan archivos o servicios (como antivirus o protección de correo). No hay intermediarios centralizados.

Aunque algunos modelos han sido usados ilegalmente (por compartir música con derechos de autor), también se han desarrollado usos legales como el de Cloudmark, que protege correos electrónicos mediante redes colaborativas.

**Modelo de ingresos:** pueden obtener ingresos por **suscripciones, publicidad o pagos por servicios premium**.

**📱 m-commerce – Mobile Commerce (Comercio móvil)**

El m-commerce es **una extensión del comercio electrónico**, pero a través de **dispositivos móviles** como celulares o tablets. No es un tipo de relación nueva (como B2C o C2C), sino una **forma en la que se realiza la transacción**.

Este modelo **permite comprar o vender desde cualquier lugar y en cualquier momento**, gracias a redes móviles como 3G, 4G o WiFi. También se usa para pagos móviles, reservas, escaneo de QR, etc.

Por ejemplo: cuando usás **MercadoPago desde tu celular para pagar**, o cuando comprás un producto desde la app de Amazon, estás usando m-commerce.

**Modelo de ingresos:** se genera por la **venta de productos o servicios**, igual que en el comercio tradicional, pero adaptado al entorno móvil.

🧠 Resumen comparativo:

| **Modelo** | **¿Qué es?** | **Ejemplo** | **Ingreso principal** |
| --- | --- | --- | --- |
| C2C | Venta entre consumidores usando una plataforma | eBay, MercadoLibre | Comisiones por transacción |
| P2P | Intercambio de archivos/recursos entre usuarios | Kazaa, Cloudmark | Suscripción, publicidad, pagos |
| m-commerce | Comercio electrónico desde dispositivos móviles | Apps como Amazon, PayPal Mobile | Venta de productos o servicios |