



## E-Marketplace



**I**

### OBJETIVOS

- Comprender un E-Marketplace.
- Comprender la clasificación de E-Marketplace.
- Identificar los principales E-Marketplace verticales y horizontales.



**II**

### TEMAS A TRATAR

- Introducción a E-Marketplace.
- Clasificación de E-Marketplace.
- Beneficios del E-Marketplace.
- Principales E-Marketplace.
- Condiciones y factores a tener en cuenta para elegir un E-Marketplace



**III**

### MARCO TEORICO

#### Introducción a un Marketplace

Los marketplaces surgen como consecuencia de la búsqueda de economías de escala por parte de las empresas, debido a que, gran parte del trabajo que realiza un comprador con sus proveedores, puede ser aprovechado por otros compradores; como son la creación y mantenimiento de los catálogos, la formación de proveedores en los nuevos procesos, la conexión por parte de proveedores a una única aplicación o como el mantenimiento de una infraestructura tecnológica. (Asociación Española de Comercio Electrónico (@ece), 2002).

Un marketplace o mercado digital es un punto de encuentro entre empresas compradoras y vendedoras de productos o servicios.

Los marketplaces surgen como consecuencia de la búsqueda de economías de escala por parte de las empresas, debido a que, gran parte del trabajo que realiza un comprador con sus proveedores, puede ser aprovechado por otros compradores; como son la creación y mantenimiento de los catálogos, la formación de proveedores en los nuevos procesos, la conexión por parte de proveedores a una única aplicación o como el mantenimiento de una infraestructura tecnológica.

Los e-marketplaces se pueden definir como entornos virtuales que facilitan procesos de negocio entre empresas, utilizando la tecnología para realizar transacciones, facilitar la relación entre compradores y vendedores y optimizar los gastos de gestión. El objetivo final de los e-marketplaces es la compra-venta de bienes o servicios por medios telemáticos, y el canal más frecuente es Internet.

Un e-marketplace permite múltiples formas de negociación y cierre de negocios entre los participantes, ejemplo: remates, trueque, licitaciones, cotizaciones, pedidos de precios.

En su site provee los servicios en un ambiente global de negocios que contiene diferentes funciones para:

- Administrar los aspectos aduaneros
- Tratamiento de las leyes de impuestos
- Restricciones comerciales de los diferentes países con los que se realicen intercambios comerciales
- Manejo de múltiples idiomas
- Condiciones de tratamiento del comercio internacional

## **Conceptos**

Según CECARM (2013) lo define como ...”entornos virtuales que facilitan procesos de negocio entre empresas, utilizando la tecnología para realizar transacciones, facilitar la relación entre compradores y vendedores y optimizar los gastos de gestión”.

Al respecto en el site de [top10bpm.blogspot.com](http://top10bpm.blogspot.com) (2007) ...”Este sitio está basado en un nuevo modelo en el que múltiples compradores y proveedores establecen comunidades de usuarios en la Web para intercambiar en forma dinámica productos, servicios e información con el fin de facilitar los procesos comerciales, no importando la ubicación geográfica de los mismos”.

## **Objetivo**

Según CECARM (2013):

El objetivo final de los e-marketplaces es la compra-venta de bienes o servicios por medios telemáticos, y el canal más frecuente es Internet.

## Clasificación de los e-Marketplace

Los e-marketplace se pueden clasificar de diversas maneras, pero fundamentalmente los catalogamos en función de su desarrollo y en función de su carácter.

En función de su desarrollo:

- **E-marketplace horizontal:** El marketplace horizontal desarrolla su actividad en bienes y servicios que son comprados o vendidos por sujetos pertenecientes a diferentes sectores y comunidades.
- **E-marketplace vertical:** El e-marketplace vertical está especializado en ofrecer bienes o servicios sectoriales.

En función de su carácter:

- **Público:** Es aquel al que pueden acceder diversos compradores y vendedores que cumplan unos requisitos básicos de todos conocidos.
- **Privado:** Suelen estar organizados por un único comprador o conjunto de empresas que abre el sistema a sus proveedores autorizados.

## Beneficios del e-Marketplace

Una empresa que decida incorporarse a este sistema de compra/venta deberá conocer cuáles son los beneficios reales que le aporta. Centrándonos en aspectos más prácticos, y desde el punto de vista de una empresa exportadora, es decir, desde el vendedor, podemos entender la utilidad de los Marketplaces de la siguiente forma:

- Mejora de la comunicación y servicio al cliente.
- Transferencia de información en tiempo real con sus clientes (precios, disponibilidad, estado de los pedidos, etc.).
- Incremento del número de clientes potenciales.
- Disminución de los costes del proceso de transacción.
- Servicios centralizados de facturación, cobro, financiación y logística.
- Información sobre el comportamiento del mercado.

Pero tampoco debemos olvidar que se trata de una forma de realizar relaciones comerciales que resulta enormemente beneficiosa para los compradores. Los beneficios de los compradores en un e-marketplace son los siguientes:

- Acceso a nuevos proveedores, productos y servicios.
- Reducción de costes de la transacción mediante la automatización de proceso de compra.
- Interacción en distintos mercados virtuales.
- Reducción de las tareas administrativas y de los tiempos de la cadena de suministro.
- Optimización de los precios.
- Mejora de la comunicación con el proveedor.

## Sistemas de Venta en un e-Marketplace

Un e-Marketplace permite formas múltiples de negociación y cierre de negocios entre los participantes. Si bien se basa en un catálogo digital de productos y servicios, no está establecido a priori como se venderán estos artículos.

Comprador y vendedor tienen múltiples formas para negociar entre ellos. Podemos entender que un e-marketplace es un plataforma de software que puede ofrecer diferentes sistemas de venta, entre los que destacan los siguientes:

- Subastas (o subastas invertidas): Para relaciones one-to-many (un vendedor a muchos compradores o viceversa para las subastas invertidas). Están orientadas a ventas puntuales, stocks, pequeñas partidas o contratos de suministro a largo plazo en el caso de las subastas invertidas.
- Agregado de catálogos: Otra opción de relaciones one-to-many, en el que una multitud de catálogos pueden ser comparados por el comprador o vendedor antes de realizar el pedido.
- Lonjas (exchanges): Enfocado a relaciones many-to-many ("de muchos a muchos") en los que múltiples compradores y vendedores realizan las pujas en tiempo real.

## Principales e-Marketplace Españoles

En España, los e-marketplace se están desarrollando a una velocidad excesivamente lenta y su utilización por parte de las pequeñas y medianas empresas es todavía muy baja.



<https://marketing4ecommerce.net/top-10-de-marketplaces-en-espana/> (2017)

Rakuten, Pixmania, Zalando, FNAC, Wallapop, BuyVip, Privalia, Ofertix, Solostocks, eBay, Aliexpress, Amazon.

Veamos cuales son los principales e-marketplace públicos españoles, según el último censo de la Asociación Española de Comercio Electrónico (AECE):

NOMBRE	TIPO	SECTOR
<a href="#">ADQUIRA</a>	Horizontal	E-procurement
<a href="#">AGROCENTRAL</a>	Vertical	Alimentación
<a href="#">ALMANATURA</a>	Vertical	Farmacéutico
<a href="#">ALWAYSTONE</a>	Vertical	Piedra Natural
<a href="#">AQUANIMA</a>	Horizontal	E-procurement
<a href="#">BIZTOP</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">BRICSNET</a>	Vertical	Inmobiliario/construcción
<a href="#">CALIDALIA</a>	Vertical	Alimentación
<a href="#">CALORYFRIO</a>	Vertical	Fontanería, climatización y calefacción
<a href="#">CANALTAI</a>	Vertical	Distribucion Informatica
<a href="#">CANARYMARKET</a>	Horizontal	Regional
<a href="#">KATALYX</a>	Vertical	Construcción
<a href="#">CONSTRUPLAZA</a>	Vertical	Construcción
<a href="#">CONSTRUED</a>	Vertical	Construcción
<a href="#">CONSUMALIA</a>	Vertical	Alimentación
<a href="#">ELECPOINT</a>	Vertical	Electricidad
<a href="#">ESKYE.SOLUTIONS</a>	Vertical	Bebidas alcohólicas

NOMBRE	TIPO	SECTOR
<a href="#">ESPACIO PYME</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">HIDROWEB</a>	Vertical	Industria del agua
<a href="#">HORECA NET</a>	Vertical	Horeca
<a href="#">HOTELNET B2B</a>	Vertical	Turismo/Hotelero
<a href="#">IBERPYME</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">IBER-X</a>	Vertical	Telecomunicaciones
<a href="#">INTELOGISTICA</a>	Horizontal	Logística
<a href="#">INTEREMPRESAS</a>	Horizontal	Maquinaria Industrial
<a href="#">KETAL</a>	Vertical	Turismo/Hotelero
<a href="#">LEATHERXCHANGE</a>	Vertical	Curtidos
<a href="#">LEGAZPI</a>	Vertical	Logística
<a href="#">LOGISMARKET</a>	Vertical	Logística
<a href="#">LOGISTIC.SOLUTIONS</a>	Horizontal	Logística
<a href="#">MACHINEPOINT</a>	Vertical	Maquinaria Industrial
<a href="#">MEDICAL VIRTUAL MARKET</a>	Vertical	Suministro sanitario
<a href="#">MERCADO MARKETING</a>	Vertical	Marketing
<a href="#">MERCAEMPRESAS</a>	Horizontal	E-procurement
<a href="#">MUNDOACERO</a>	Vertical	Acero
<a href="#">OBRALIA</a>	Vertical	Construcción
<a href="#">OPCIONA</a>	Horizontal	E-procurement
<a href="#">PLAZASALUD 24</a>	Vertical	Hospitalario
<a href="#">PORTUALIA</a>	Vertical	Marítimo-portuario
<a href="#">PYMARKET</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">SANILINE</a>	Horizontal	Suministro sanitario
<a href="#">SOLOSTOCKS</a>	Horizontal	Excedentes de Sotcks
<a href="#">SALADENEGOCIOS</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">TRACTES</a>	Horizontal	Pymes
<a href="#">TRACTES CALZADO</a>	Vertical	Calzado
<a href="#">TRACTES CONSTRUCCION</a>	Vertical	Construcción
<a href="#">TRACTES JUGUETES</a>	Vertical	Juguets
<a href="#">TRACTES MODA INFANTIL</a>	Vertical	Moda
<a href="#">TRACTES MUEBLES</a>	Vertical	Madera
<a href="#">TRACTES TEXTIL</a>	Vertical	Textil

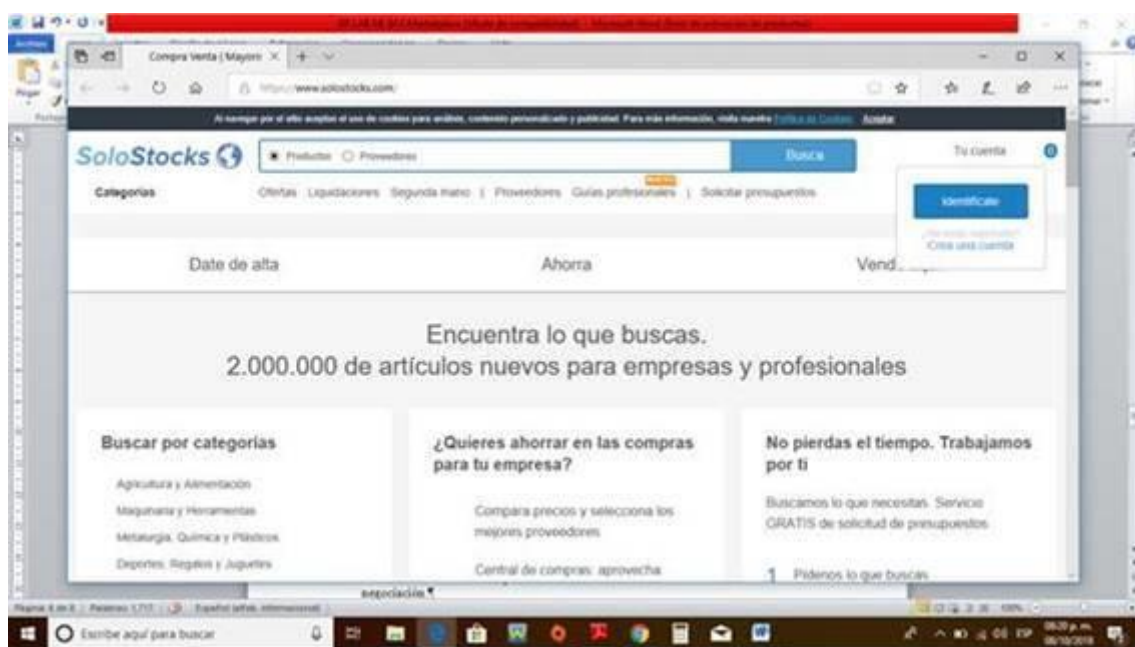
[VIAKATALYX](#)  
[WORLD FISH SITE](#)  
[WTRANSNET](#)

Horizontal	Gestión cadena de suministro
Vertical	Comercialización productos del mar
Vertical	Transporte de mercancías

Así también visitar a los siguientes e-marketplaces por ejemplo:

### Horizontales

Aquanima: <https://www.aquanima.com/>  
Interempresas: <http://www.interempresas.net/PrimeraPagina/>  
Logistic Solutions: <http://www.logistic-solutions.com/>  
Mercaempresas: <http://mercaempresas.pymes.com/>  
Solostocks: [www.solostocks.com](http://www.solostocks.com)  
Alibaba: [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)  
MERCADO LIBRE - <http://www.solostocks.com/>  
PYME SALADE NEGOCIOS - <http://saladenegocios.com/>



### Verticales

Agrocentral: <http://www.agrocentral.com/>  
CaloryFrio: <https://www.caloryfrio.com/>  
Hidroweb: <http://www.hidroweb.com/>  
Construplaza: [www.construplaza.com](http://www.construplaza.com)  
LOGISTIC MARKET – <https://www.logismarket.pe/>

### Condiciones y Factores a tener en cuenta para elegir un e-Marketplace

A pesar de que existen multitud de razones para utilizar los e-marketplace como herramientas de venta, no todos funcionan como deberían. Para que una iniciativa de este tipo tenga éxito se deben tener en cuenta una serie de condiciones, que podemos resumir en:

- Un mediador o árbitro que dilucide eventuales contradicciones en la negociación.
- Demanda por mayor seguridad sobre la solidez de proveedores.
- Poca fidelidad de marca o falta de una solución completa y necesidad de intermediarios.
- Profundo conocimiento de la industria. Proveer servicios, manejar a los clientes, conocerse entre sí y tener una óptima relación con otros actores.
- Fragmentación de mercado que garantice el flujo financiero y que cuente con un gran número de intermediarios.
- Generar la mayor cantidad de participantes.
- órdenes de compras frecuentes o conocidas.
- Capacidad excesiva, que permita un esquema de intercambio de bienes y/o servicios en el caso de exceso de inventario.

Por tanto, antes de adherirse a un marketplace, una empresa debe tener en cuenta algunos factores, como garantías de seguridad y privacidad que ofrezca en las transacciones, la facilidad de integración con las aplicaciones propias, los servicios diferenciales propios del marketplace y la adecuación de las herramientas de comercio electrónico a los procesos comerciales de la empresa.



## IV

(La práctica tiene una duración de 02 horas)

## ACTIVIDADES

1. En la siguiente ruta url, deberá visualizar el video que explica el uso del E- marketplace de CECARM:  
[http://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=t2xfRN8EUV0#at=119](http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=t2xfRN8EUV0#at=119)
2. Revise la página que menciona el video: <http://todotextil.com/index.ihtml>



3. Investigue cuatro E-Marketplace verticales y cuatro e-marketplace horizontales, elija uno de cada tipo e indique ventajas, desventajas, características, factores y otros de las empresas que lo usan y de ser posible obtener un simulador o demo.
4. Efectuar los print screen necesarios para elaborar el entregable de la práctica en un documento Word. Considerar que debe efectuar los Print Screen de lo que está haciendo como respaldo de lo trabajado en su informe.
5. Verificar la grabación en el medio de almacenamiento.
6. Enviar el entregable digital.



**V**

---

## **EJERCICIOS RESUELTOS**

- Busque en internet bajo las palabras clave "e-Marketplace horizontal de xxxxxx" y "e-Marketplace vertical de yyyyyy" (xxxxxx y yyyyyy representan la categoría de producto o línea o giro del e-marketplace que se desea trabajar, por ejemplo – envases - ) de ello seleccione uno de cada tipo (horizontal y vertical) y describalos.



**VI**

---

## **EJERCICIOS PROPUESTOS**

- De los e-marketplaces encontrados, haga una comparación de los e-marketplace horizontales versus los e-marketplace verticales.



**VII**

---

## **CUESTIONARIO**

1. ¿Qué es un e-marketplace?
2. ¿Cuál es la clasificación de los e-marketplace?
3. ¿Cuáles son los beneficios del e-marketplace?
4. ¿Cuáles son las diferentes sistemas de venta que ofrece un e-marketplace?
5. Mencione los 10 principales e-marketplace que según su criterio son los mejores dentro de los analizados resultado de su búsqueda.