* + Una breve descripción de la oferta de productos y/o servicios ofrecidos por su sitio. También agregar una breve descripción del público al que apunta el sitio.

1. ¿Qué productos o servicios brindará nuestro sitio? ¿Quién será nuestra audiencia objetivo? ¿Cómo ajustaremos nuestra oferta a ese público?
2. Deberán realizar una búsqueda de sitios similares, relacionados o que sean de interés:
   * Por los productos o servicios que ofrecen. **Vivino**
   * Por los clientes a los que apuntan. Catatu
   * Por la estética que presentan. vivino
   * Por las funcionalidades implementadas.

**Entregable:** En el README.md agregar un listado de al menos 5 sitios de referencia indicando brevemente por qué fueron elegidos.

Nombres: Catavino

bienvevido

Publico joven

La viciosa

La sede

**Qué es un marketplace de vinos y diferencias con tiendas online**

Tras ver lo que es un marketplace y cómo funciona, pasamos al caso concreto de un marketplace de vino y que diferencias podemos encontrar frente a una tienda online de vinos.

Un marketplace de vinos, para que lo entendáis sin muchos rodeos, sería un Amazon donde todas las tiendas sean bodegas que venden sus vinos. Sería por lo tanto un marketplace denominado de producto, ya que todas las tiendas venden el mismo producto pero de sus marcas.

Imaginaros que llegáis a una gran superficie comercial y en vez de vender todo tipo de productos, solo encontraseis vino. Pues esto es lo mismo pero en el mundo online.

Es cuando podéis preguntaros cuál sería la diferencia entre un marketplace de vino y una tienda online de vinos como las que hay en el mercado. Pues algunas diferencias las hay.

* Las acciones del equipo del marketplace van encaminadas a generar marca de este y que eso redunde en todas las tiendas online que hay dentro. Las tiendas online, como empresas que son, buscan maximizar sus ingresos, enfocando sus acciones lógicamente en aquellos productos (vinos) que interesa vender más porque hay más margen. Por lo tanto, en aquellos vinos en los que el margen sea muy reducido, puede que el interés de la tienda sea mínimo en promocionarlos.
* En un marketplace, además de la marca de él como plataforma, hay las marcas online de las diferentes tiendas, o sea, las bodegas. El marketplace no solo mira por el beneficio propio sino por el beneficio económico y generación de marca de calidad online de cada tienda, en cierto modo busca que parte del beneficio propio venga dado porque las bodegas están teniendo más beneficio y se de así una retroalimentación hacia el Marketplace.

Las tiendas online se centran en el primer objetivo, maximizar su beneficio, siendo la propia bodega en su día a día, en su comunidad online y su entorno la que genera calidad de marca que luego ayudará a vender sus productos en una tienda online.

* Y uno de los factores y diferencias más importantes radica en la gestión directa de las tiendas del marketplace. **Son las propias bodegas las que fijan los precios de venta de sus vinos, cuando los suben, cuando los bajan, si quieren realizar promociones porque sale una nueva añada y hay que deshacerse de stocks**,… En definitiva**, ellas deciden cual es el beneficio que quieren sacarle a cada producto de su tienda**. En todo momento **ellas tienen el control de su producto, de quien les compra, a qué precios**,…. En una tienda online multimarca, lo habitual es que esta le pida precios a la bodega y le añada un porcentaje de beneficio, con lo cual siempre será más caro el vino que si lo vende la bodega directamente. Además, una tienda online puede vender a otras tiendas online, lo que generará un nuevo incremento en el precio del vino del cual pierde el control y toda la información la bodega, pudiendo darse el caso de que una bodega deje a una tienda online un vino a un determinado precio y acabe vendiéndose en una segunda, tercera,… tienda online al doble del precio que lo vendió ella inicialmente.
* En una tienda online de venta directa los datos de los clientes son puramente de la tienda, mientras que en un Marketplace las bodegas que participan en el vendiendo sus vinos tienen cierto acceso a dichos clientes. Evidentemente no tienen control sobre el cliente porque es el Marketplace el que realiza la transacción, pero si tienen mecanismos para ponerse en contacto con los clientes, por ejemplo para solicitarles que valoren sus productos. Existe por tanto posibilidad de acceso al cliente final, y en función de cómo sea la política del Marketplace este acceso será de un nivel u otro.

Por último en el apartado de diferencias entre marketplace de vino y tienda online, comentamos la diferencia entre el primero y la propia tienda online de la bodega. En ese caso fijan su precio las bodegas siempre, tiene el control de a quién venden y de su marca online. En este caso, la diferencia radica en los recursos que necesita tener a disposición la bodega de su tienda: coste anual de mantenimiento (alojamiento, dominios, …), recursos humanos que tiene en plantilla que debe dedicar a la tienda online, realización de acciones comerciales, campañas publicitarias y demás acciones de marketing para promocionar su tienda y que le suponen tiempo y dinero el realizarlas. Si la suma de todos estos costes es menor de lo que le cobra en porcentaje sobre ventas el marketplace, sin duda la mejor opción para la bodega es la de tener su propia tienda. Si no es el caso, el marketplace de vino puede ser su mejor opción ya que, el montar la bodega su propia tienda online tiene ya un coste considerable, mantenerla abierta igual, así como gestionarla. Deberá de calcular las ventas que espera tener, cuál es su beneficio y en cuanto tiempo recupera la inversión inicial y el coste de mantenerla abierta. En el marketplace realmente tiene coste si vende, lo cual no es un coste, sino una merma del beneficio. Mientras más venda más gana, pero nunca pierde si no vende, mientras que en su propia tienda online si puede perder y mucho si no vende. Es cuestión de hacer números.

Otro aspecto a tener en cuenta entre vender a través de un Marketplace y hacerlo  mediante una tienda propia de la bodega, es que en este último caso, si vendemos a través de nuestra tienda, somos los responsables de la parte transaccional, es decir de toda la gestión del cobro. En este caso las tiendas tienen que tener integradas las pasarelas de pago de los diferentes proveedores, bancos, paypal, Amazon pay, etc, con el sobre esfuerzo de controlar las transacciones realizadas en todas ellas, y de mantenerlas frente a actualizaciones técnicas. Además está el control del fraude, no olvidemos la problemática de las tarjetas falsas, robadas o de países poco frecuentes como la zona de Europa del este. Las tiendas antes de enviar la mercancía tienen que controlar que las compras realizadas se hayan realizado con una tarjeta valida que no sea sospechosa, ya que en caso de problemas es más que seguro que su banco no responda, asumiendo la perdida. Todas la tiendas de cierto volumen tienen todos los años un porcentaje, mayor o menor, de compras fraudulentas. En un Marketplace en cambio la gestión del pago la realiza la plataforma y a los vendedores, a las bodegas, se les liquida sus pagos, a final de mes, despreocupándose por completo de toda la problemática de pagos descrita anteriormente. Otro aspecto a contemplar en la gestión del cobro son las comisiones de todos los proveedores de pago, empleando nuestra tienda somos nosotros las que las asumimos, mientras que en un Marketplace es el Marketplace el que las asume en su margen y teniendo en cuenta que el volumen que este genera es mucho mayor por el volumen de ventas global, también las comisiones y condiciones que puede obtener son más ventosas de las que pudiese obtener una tienda por si misma.un marketplace?

El vino es muchísimo más que solo una gran etiqueta; se trata de la experiencia y de la comunidad y, por supuesto, de qué contiene la botella. Vivino puede ayudarte con eso. Como el mercado de vinos en línea más grande y la aplicación de vinos más descargada del mundo, la comunidad de Vivino está conformada por millones de bebedores de vinos de todo el mundo que se reúnen para hacer que comprar el vino perfecto sea simple, fácil y divertido. Vivino usa datos obtenidos colectivamente para personalizar las recomendaciones de vinos de manera que cada integrante de la comunidad se sienta confiado con sus elecciones de vinos. Creada para todas las personas que disfrutan del vino, desde los curiosos a los entusiastas, la aplicación de Vivino está disponible gratis tanto para dispositivos Android como Apple.

CataTú es una gran mercado online de productos gastronómicos, principalmente vino, que engloba bodegas y productores de todas las [denominaciones de origen, vinos de la tierra y pagos que existen en España](https://catatu.es/blog/diferencias-denominaciones-origen-pagos-vinos-la-tierra/).

En CataTú ponemos en contacto a los consumidores, directamente con los productores, para que puedan comprar y conocer sus productos como si visitaran las propias [bodegas, almazaras, queserías…](https://catatu.es/bodegas/)