

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
COMPUTACIONALES

PRESENTACIÓN #1
Tipos de comercio electrónico

DOCENTE:

Erick Agrazal

INTEGRANTE(S):

Miguel Bolaños 20-53-5333

Víctor González 8-936-1476

Kevin Castillo 8-928-820

FECHA

17/04/2025

INTRODUCCION

En los últimos años, el comercio electrónico se ha convertido en una parte esencial de nuestras vidas. Ya sea que compremos ropa desde nuestro celular, paguemos servicios en línea o incluso gestionemos un negocio completamente digital, estamos siendo parte de una transformación profunda en la forma en que las personas y las organizaciones se relacionan comercialmente. Esta evolución ha dado lugar a distintos tipos de comercio electrónico, cada uno con características particulares que responden a diferentes necesidades y contextos.

No todos los intercambios digitales son iguales. Algunas plataformas están diseñadas para que empresas vendan directamente a consumidores; otras facilitan negocios entre compañías; e incluso existen sistemas pensados para conectar al ciudadano con instituciones gubernamentales. Entender estas diferencias no es solo un ejercicio teórico, sino una herramienta práctica para emprendedores, profesionales del marketing, desarrolladores o cualquier persona que quiera participar activamente en el mundo digital.

Explorar los tipos de comercio electrónico nos permite ver con más claridad el panorama actual del mercado en línea y nos prepara para tomar decisiones más informadas. Al conocer cómo funcionan estas dinámicas, podemos identificar oportunidades, mejorar la experiencia del usuario y adaptarnos mejor a las exigencias de un entorno cada vez más conectado y competitivo.

1. Comercio electrónico B2B (Business to Business)

El modelo de comercio electrónico B2B se refiere a las transacciones que se realizan entre dos empresas a través de plataformas digitales. A diferencia de otros tipos de comercio donde el consumidor final es el usuario principal, en este caso, el intercambio de bienes o servicios ocurre entre organizaciones. Esto puede incluir desde la compra

de materias primas, la contratación de servicios tecnológicos, hasta la subcontratación de procesos operativos.

Por ejemplo, una agencia de marketing digital que ofrece sus servicios a otras empresas para mejorar su presencia en línea está operando bajo un modelo B2B. Este tipo de comercio es fundamental en la cadena de suministro, ya que muchas empresas necesitan productos o servicios de otras para poder ofrecer su propuesta final al consumidor. Un caso concreto podría ser el de una plataforma de soluciones de pago en línea, que permite a negocios gestionar sus ventas digitales, ayudándoles así a operar un modelo B2C de manera eficiente.

El comercio B2B se caracteriza por ciclos de venta más largos, relaciones comerciales duraderas y, a menudo, contratos más complejos. También suele implicar un mayor volumen de ventas por transacción en comparación con el comercio minorista.

2. Comercio electrónico B2C (Business to Consumer)

El modelo B2C es probablemente el más conocido por el público general, ya que es el que vivimos en nuestro día a día como consumidores. En este tipo de comercio electrónico, las empresas venden directamente sus productos o servicios a los usuarios finales a través de medios digitales, como tiendas en línea o aplicaciones móviles.

Desde comprar ropa o electrodomésticos, hasta contratar servicios como suscripciones de streaming o comida a domicilio, todo esto forma parte del ecosistema B2C. Empresas como Amazon, Mercado Libre, Netflix o incluso tiendas locales con presencia digital, están dentro de este modelo.

Una de las grandes ventajas del B2C es su capacidad de ofrecer una experiencia personalizada al cliente. Gracias al uso de herramientas como inteligencia artificial, análisis de datos y campañas de marketing digital, las empresas pueden entender mejor las preferencias de sus usuarios y adaptar sus ofertas en consecuencia. Este modelo destaca por su dinamismo, rapidez y fuerte orientación al consumidor.

3. Los infoproductos

Los infoproductos digitales son productos de formación distribuidos por Internet, creados a partir del conocimiento o experiencia de un profesional. Su objetivo es resolver un problema o cubrir una necesidad del cliente mediante contenidos de valor.

Se han vuelto populares gracias a ventajas como:

- Generación de ingresos pasivos.

- Automatización en la entrega, por ejemplo mediante email marketing.
- Posibilidad de abordar nichos de formación poco cubiertos por la educación tradicional.

Tipos de infoproductos más comunes:

- Guías o manuales en PDF: formato simple, ideal como material gratuito o “lead magnet” para captar correos electrónicos.
- Libros electrónicos (eBooks): formato más extenso y profesional, fácil de distribuir y leer en cualquier dispositivo.
- Estos productos representan una gran oportunidad dentro del marketing digital y el negocio basado en el conocimiento.

4. Comercio electrónico D2C (Direct to Consumer)

El modelo D2C permite a las marcas vender directamente a los consumidores a través de canales digitales, eliminando intermediarios. Esto brinda mayor control sobre los procesos comerciales, la distribución y la relación con el cliente.

Aunque no es un concepto nuevo, el modelo D2C tuvo un gran impulso durante la pandemia de 2020, cuando muchas tiendas físicas cerraron y los marketplaces se vieron saturados. Esto llevó a que los consumidores comenzaran a comprar directamente desde las plataformas de sus marcas favoritas.

El crecimiento del D2C es evidente, especialmente en Estados Unidos, donde las ventas en 2021 alcanzaron los 21.250 millones de dólares, triplicando las cifras de años anteriores. A nivel global, se estima que el 40% de las compras en los próximos cinco años provendrán de marcas que venden directamente.

Ventajas del modelo D2C:

- Mayor margen de ganancia: Al eliminar intermediarios, las marcas pueden obtener más beneficios por cada venta.
- Precios más bajos: Gracias a los márgenes más altos, muchas marcas reducen los precios para los consumidores.
- Mejor experiencia para el cliente: Se ofrecen envíos rápidos, políticas de devolución simples y una experiencia más personalizada.

5. Comercio electrónico C2B (Consumer to Business)

El modelo C2B (de consumidor a negocio) se basa en que el cliente toma la iniciativa en la transacción, proponiendo condiciones o colaborando directamente en la creación del producto o servicio, en lugar de aceptar una oferta fija de la empresa.

Este modelo es común en sectores como el ocio y el turismo. Por ejemplo, un usuario puede proponer cuánto está dispuesto a pagar por un vuelo o una noche de hotel, y las empresas pueden decidir si aceptan esa oferta.

El crecimiento del modelo C2B ha sido impulsado por el uso masivo de plataformas digitales como blogs, redes sociales, podcasts y videos, donde los consumidores tienen un papel más activo y pueden influir directamente en las marcas.

Características	principales	del	modelo	C2B:
<ul style="list-style-type: none">• Alta participación del consumidor en el proceso de oferta.• Comunicación bidireccional entre empresa y cliente.• Servicios y productos adaptados mediante consumo colaborativo.• Segmentación más precisa del mercado.• Relación más cercana y recíproca entre marca y consumidor.				

Este modelo representa un cambio en la dinámica tradicional del mercado, poniendo al cliente en el centro del proceso de valor y aprovechando las herramientas digitales para potenciar su voz y participación.

6. Modelo C2C (Consumer to Consumer)

El modelo de negocio C2C se basa en transacciones entre consumidores, donde uno vende un bien o servicio y otro lo adquiere, generalmente a través de plataformas digitales que facilitan este intercambio. Este modelo ha crecido con fuerza gracias al comercio electrónico y la economía colaborativa.

¿Cómo funciona?

En C2C, los consumidores se conectan a través de intermediarios como plataformas online (eBay, Amazon Marketplace, Facebook Marketplace, Vinted, Wallapop), que permiten vender y comprar productos, muchos de ellos de segunda mano o difíciles de encontrar en el mercado tradicional B2C.

Ejemplos comunes:

- eBay: subastas o compras directas entre usuarios.
- Facebook Marketplace: ventas informales entre usuarios locales.
- Vinted / Wallapop: venta de productos de segunda mano.

Ventajas del modelo C2C:

- Acceso a productos únicos o descatalogados.
- Precios más bajos por la competencia directa entre usuarios.
- Costes reducidos para los vendedores.
- Ampliación del mercado a nivel global.

Este modelo transforma al consumidor en protagonista del proceso comercial, apoyándose en tecnologías digitales que conectan directamente a personas con intereses comunes.

7. Comercio electrónico G2C

Cuando hablamos de comercio electrónico G2C (Gobierno a Ciudadano), nos referimos

a los servicios y productos que el gobierno pone a disposición de los ciudadanos a través de internet.

Esto puede sonar muy formal, pero en la vida diaria es más común de lo que parece. Por ejemplo, cuando pagas tus impuestos por internet, sacas una licencia en línea o haces un trámite desde la comodidad de tu casa, estás interactuando con un modelo G2C.

Incluso, hay ocasiones donde el gobierno vende cosas que ya no necesita, como muebles de oficina o equipos, y lo hace a través de plataformas en línea.

Algunos ejemplos en los que se emplean este tipo de comercio electrónico son:

- El pago de trámites gubernamentales en línea.
- Comprar una licencia por Internet.
- El pago de impuestos por medio un sitio web.

Dirección General de Ingresos (DGI) – e-Tax 2.0

La DGI ofrece la plataforma e-Tax 2.0, que permite a los contribuyentes panameños realizar diversas gestiones fiscales en línea, como:

- Presentación de declaraciones de impuestos.
- Pago de tributos.
- Consulta de saldos y estados de cuenta.

Autoridad del Tránsito y Transporte Terrestre (ATTT)

La ATTT proporciona servicios en línea que permiten a los ciudadanos:

- Pagar multas de tránsito.
- Renovar licencias de conducir.
- Consultar infracciones y puntos acumulados.

Estas funcionalidades agilizan los trámites relacionados con el tránsito y reducen las filas en las oficinas.

Caja de Seguro Social (CSS)

La CSS ha implementado plataformas digitales que permiten a los asegurados:

- Solicitar citas médicas.
- Consultar historial de aportes.
- Acceder a resultados de exámenes médicos.

Estas herramientas mejoran la accesibilidad a los servicios de salud y optimizan la gestión del sistema de seguridad social.

Tribunal Electoral de Panamá

El Tribunal Electoral ofrece servicios en línea como:

- Solicitud de cédulas de identidad.
- Actualización de datos personales.
- Consulta del padrón electoral.

8. Comercio electrónico *dropshipping* (o modelo de negocio de reventa)

El dropshipping es perfecto para quien quiere tener una tienda online sin tener productos almacenados.

Imagina que abres una tienda en línea y vendes, por ejemplo, relojes o ropa. Cuando alguien te compra, tú no envías nada. Quien realmente lo hace es tu proveedor (que puede estar en China, EE.UU. o incluso Panamá).

Tú te encargas de hacer que la gente vea el producto y compre. El proveedor hace el resto: envía el paquete y hasta atiende al cliente si hay problemas. Es una forma de emprender con poca inversión.

9. Comercio electrónico de Marketplace

El modelo de ecommerce conocido como Marketplace es uno de los tipos de comercio electrónico más populares, en este se crea una plataforma para conectar a los vendedores de terceros con los clientes.

La empresa propietaria de la plataforma se encarga de procesar los pagos y gestionar el servicio de atención al cliente, mientras que el vendedor gestiona el inventario, el envío y la promoción del producto.

Uno de los ejemplos más claros de comercio electrónico de marketplace es Amazon, un comercio electrónico donde diferentes vendedores pueden vender sus productos en la misma plataforma.

10. Modelo de comercio electrónico por suscripción

Un modelo de comercio electrónico por suscripción es el tipo de negocio en el que los clientes pagan una cuota mensual, semanal o cada cierto periodo de tiempo para tener acceso a un determinado número de beneficios.

Este tipo de comercio electrónico suele utilizarse para productos o servicios digitales, pero también hay productos físicos que siguen este mismo modelo.

Netflix es el ejemplo más grande y claro una plataforma de comercio electrónico por suscripción que ofrece variedad de contenido audiovisual como películas o series por un precio mensual.

Esta empresa es de las principales que popularizó este modelo, ya que fue pionera en implementarlo en el mundo digital.

Netflix no es el único "grande" usando este modelo de negocio, algunos otros serían HBO (actualmente llamado max), Disney, Paramount+ etc.

Conclusiones

Miguel Bolaños

En lo personal, conocer los distintos tipos de comercio electrónico me hizo ver lo amplio y diverso que es el mundo digital. No se trata solo de comprar en línea, sino de entender cómo empresas, personas e incluso gobiernos se conectan para intercambiar valor. Cada modelo tiene su propio propósito y oportunidades, y comprenderlos nos ayuda a tomar decisiones más informadas, ya sea como consumidores, emprendedores o desarrolladores. Al final, el e-commerce no es solo una tendencia, sino una herramienta que sigue transformando la forma en que vivimos y hacemos negocios.

Kevin Castillo

El modelo D2C y C2B, junto con el auge de los infoproductos digitales, reflejan cómo la tecnología ha redefinido la forma de crear, vender y consumir valor. En el D2C, las marcas conectan directamente con sus clientes, mejorando la experiencia y aumentando sus márgenes. En el C2B, el consumidor toma un rol activo, proponiendo condiciones o colaborando en el producto. Por su parte, los infoproductos digitales han abierto la puerta a modelos de negocio basados en el conocimiento, donde cualquier profesional puede compartir su experiencia y generar ingresos pasivos. Estos enfoques impulsan un comercio más personalizado, dinámico y accesible, donde el software y las plataformas digitales juegan un rol clave.

Víctor González

Hoy en día, el comercio electrónico está más presente en nuestra vida de lo que muchas veces notamos. Desde pagar impuestos en línea hasta ver una serie en Netflix o comprar un producto por Instagram, todos estamos interactuando con distintos modelos de e-commerce sin darnos cuenta.

Cada tipo de comercio electrónico ya sea G2C, dropshipping, marketplace o por suscripción cumple una función específica, adaptándose a diferentes necesidades,

unos facilitan trámites con el gobierno, otros permiten emprender sin grandes inversiones, y algunos nos ofrecen comodidad a cambio de una tarifa mensual.

En el caso de Panamá, ya podemos ver cómo el gobierno y los emprendedores han empezado a aprovechar la tecnología para brindar servicios más eficientes, accesibles y personalizados. Lo importante es seguir adaptándonos, porque este mundo digital no para de crecer como siempre digo la tecnología no es estática, si no dinámica.

Bibliografía

- Iol, R. (2025, 6 marzo). *Cosa significa C2C: i vantaggi e gli esempi*. Blog Italiaonline.
<https://www.italiaonline.it/risorse/cosa-significa-c2c-i-vantaggi-e-gli-esempi-5266>
- Peiró, R. (2022, 24 noviembre). *Consumer to business (C2B) - Definición, qué es y concepto* | *Economipedia*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/consumer-to-business-c2b.html>
- Lobato, R. G. (2024, 27 septiembre). *Los 12 tipos de comercio electrónico que existen: Características y ejemplos*. Aprendamos Marketing.
<https://aprendamosmarketing.com/tipos-de-comercio-electronico/>
- Polanco, K. (2024, 22 noviembre). 15 tipos de comercio electrónico: descubre el ideal para tu negocio. *Blog del E-commerce*. <https://www.tiendanube.com/blog/tipos-de-comercio-electronico-ejemplos/>