



Universidad Tecnológica de Panamá
Facultad de Ingeniería de Sistemas Computacionales

Presentación 1
Comercio Electrónico

Nombres
Jesus Delgado 8-942-347
Yurianys Soto 3-743-331
Edgar Mora 8-955-756

Grupo
1LS241

Facilitador Erick Agrazal

I Semestre 2025

Índice

Índice.....	2
Introducción.....	3
Comercio electrónico.....	4
Tipos:	5
Características que marcan la transición de comercio normal al comercio electrónico	7
Beneficios sociales	10
Tendencias del comercio electrónico.....	11
Conclusión General	13
Conclusiones individuales	14
Bibliografía	15

Introducción

El comercio electrónico ha redefinido la forma en que las empresas interactúan con sus clientes, transformando no solo los canales de venta, sino también las estrategias de marketing, la logística y hasta la experiencia del usuario.

Este documento explora los factores clave que impulsan la transición del comercio tradicional a la digital (desde la globalización del mercado hasta la demanda de inmediatez), así como las tendencias actuales que están moldeando el futuro del sector. Analizar estos elementos es esencial para entender cómo adaptarse a un entorno donde la innovación tecnológica y las expectativas del consumidor avanzan a un ritmo sin precedentes.

Comercio electrónico

¿Qué es el comercio electrónico? El comercio electrónico es esencialmente una forma en que compramos y vendemos productos o servicios en Internet. Ya sea desde la computadora, el teléfono móvil o la tableta, esta modalidad ha cambiado por completo la forma de interactuar con tiendas y empresas.

¿Cómo funciona? Imagina estar en casa y decidir comprar una camisa. En lugar de ir a una tienda física, ingrese un sitio web o aplicación, seleccione la prenda, agregue al carrito de compras, pague en línea y lo obtendrá en la puerta de su casa en un corto tiempo.



Tipos:

Existen diferentes tipos de comercio electrónico dependiendo de quién compre y quién vende:

- B2C (Empresa a consumidor): empresas que venden directamente al consumidor, por ejemplo. Cuando compras en Amazon.
- B2B (Negocio a Negocio): Transacciones entre empresas como un fabricante que vende al distribuidor.
- C2B (consumidor a empresa) es un modelo en el que los consumidores venden sus habilidades a las empresas. Un ejemplo de C2B es: Contratar a un freelancer.
- C2C (consumidor a consumidor): personas que venden a otras personas, como en plataformas de segunda mano.



Los beneficios del comercio electrónico:

- Comodidad: puedes comprar en cualquier momento desde cualquier lugar del mundo.
- Variedad: tiene una amplia gama de productos y servicios.
- Comparación: es fácil comparar precios y propiedades entre diferentes proveedores.

Las empresas también obtienen beneficios importantes:

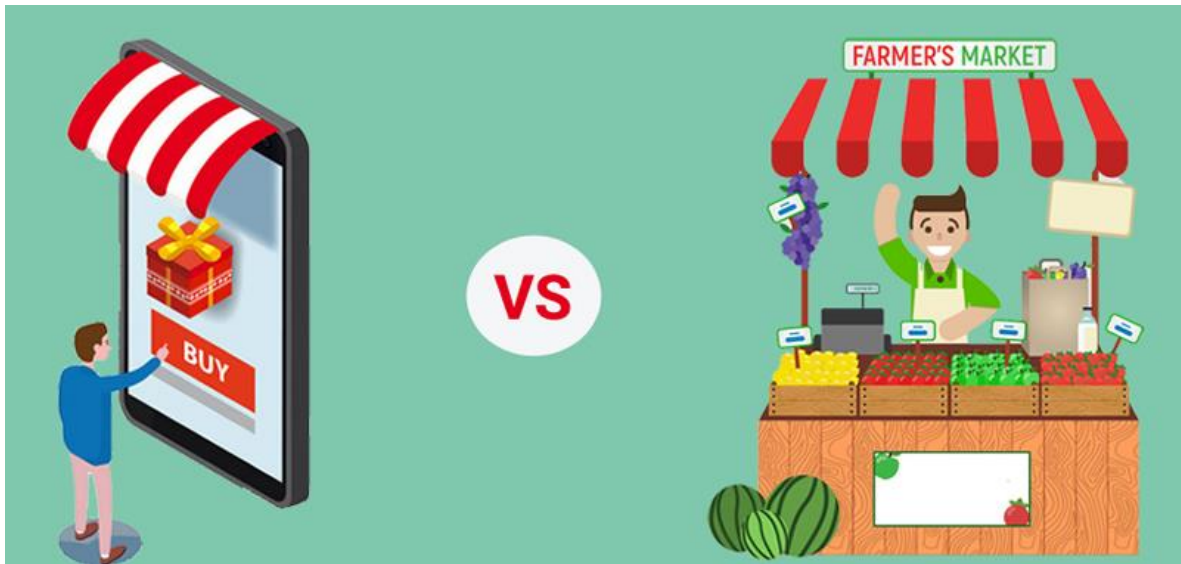
- Accesibilidad global: pueden llegar a los clientes en todo el mundo.
- Reducción de costos: menos necesidad de tiendas físicas y personales.
- Datos valiosos: acceso a la información del comportamiento del cliente para mejorar las estrategias de ventas.

Herramientas y plataformas

Hoy en día, hay muchas plataformas que facilitan las tiendas en línea como Shopify, WooCommerce o Magento. Estas herramientas permiten a las empresas crear su propia presencia en Internet de una manera simple y eficiente.

Características que marcan la transición de comercio normal al comercio electrónico

La transición de un comercio físico a uno digital no ocurre sin razón. Cuando se planifica correctamente, este cambio puede convertirse en una ventaja estratégica para cualquier negocio, optimizando procesos, ampliando su alcance y mejorando su competitividad en el mercado. Estos son algunos puntos comparando ambos tipos de comercio:



1. Interacción con el cliente

- Comercio normal: Atención cara a cara, contacto directo.
- Comercio electrónico: Atención a través de medios digitales (chat, correo, bots), sin contacto físico.

2. Alcance del mercado

- Comercio normal: Limitado geográficamente (local, regional).
- Comercio electrónico: Global o nacional, sin barreras físicas.

3. Disponibilidad

- Comercio normal: Horario limitado (horas de atención).
- Comercio electrónico: Disponible 24/7, todos los días.

4. Métodos de pago

- Comercio normal: Efectivo, tarjeta física, transferencias locales.
- Comercio electrónico: Pagos digitales (tarjetas, PayPal, criptomonedas, transferencias, billeteras electrónicas).

5. Inventario y logística

- Comercio normal: Inventario físico y ventas en tienda.
- Comercio electrónico: Inventario digital, integración con envíos y logística (dropshipping, envíos nacionales o internacionales).

6. Publicidad y marketing

- Comercio normal: Publicidad tradicional (volantes, radio, TV, vallas).
- Comercio electrónico: Marketing digital (redes sociales, SEO, Google Ads, email marketing).

7. Entrega del producto

- Comercio normal: El cliente se lleva el producto al momento.
- Comercio electrónico: Envío a domicilio o retiro en punto de entrega.

8. Análisis y datos

- Comercio normal: Datos limitados, difíciles de rastrear.
- Comercio electrónico: Métricas en tiempo real, analítica web, comportamiento del consumidor, etc.

Tabla comparativa

Característica	Comercio Tradicional	Comercio Electrónico
Interacción con el cliente	Presencial, cara a cara	En línea, mediante chats, emails, bots
Alcance del mercado	Local o regional	Global o nacional
Disponibilidad	Limitado al horario de atención	Disponible 24/7
Métodos de pago	Efectivo, tarjeta física	Digitales: PayPal, tarjetas, yappy, etc.
Inventario y logística	En tienda física	Envíos, almacenes, dropshipping
Publicidad y marketing	Medios tradicionales	Redes sociales, Google, email
Entrega del producto	Inmediata en tienda	Envío a domicilio
Análisis y datos	Poco acceso a datos	Analítica en tiempo real
Seguridad	Físicamente resguardado	Ciberseguridad, protección digital

Beneficios sociales

Cambiarse al comercio electrónico no solo trae beneficios económicos y de conveniencia para las empresas y consumidores, sino que también tiene impactos sociales positivos claros. Aquí te dejo algunos beneficios sociales destacados:

1. Acceso igualitario al mercado
2. Fomento al empleo digital
3. Educación y capacitación accesible
4. Impacto ambiental positivo (en algunos casos)
5. Inclusión financiera
6. Mejora en la calidad y transparencia del servicio



Tendencias del comercio electrónico

El ecosistema del comercio electrónico está en constante cambio y crecimiento, las empresas tienen ser creativas sobre sus diferentes estrategias digitales y cómo definir experiencias de compra dinámicas e interactivas que mejoren sus relaciones con los usuarios/clientes. En este cambio agigantado en la forma en que los clientes pueden comprar bienes y servicios, hay algunas tendencias de comercio electrónico que impactan en el mercado global y se sitúan como una opción de mejora a la experiencia digital de los usuarios:

- Inteligencia Artificial (IA)
- Realidad aumentada
- Comercio en directo
- Comercio online-to-offline
- Comercio social
- Asistentes de voz

Actualmente la teoría más estrechamente vinculada al comportamiento del comercio y los negocios electrónico, es la **Teoría de la difusión de la Innovación**, la cual fue desarrollada por **Everett Rogers** (1995). Esta teoría, desde una perspectiva sociológica, toma al usuario como elemento principal en la planificación de los servicios de información e innovación, y desarrolla los siguientes atributos:

1. **Ventajas relativas:** debe tener aspectos positivos que justifiquen su aplicación.
2. **Simple:** debe ser sencilla, entendible y aplicable, lo que facilitará su puesta en marcha.
3. **Compatibilidad:** debe convivir con sistemas ya existentes para facilitar su aplicabilidad.
4. **Análisis de Calidad:** debe ser probada, es decir, que se pueda experimentar con ella.
5. **Medición:** debe ser medible, es decir, poder medir sus resultados.

Un gran pilar en las tendencias del comercio electrónico son los Marketplace, o tiendas online. Estas plataformas como: Amazon o eBay, permiten reunir en un mismo entorno digital una amplia variedad de productos y personal capacitado para atender las necesidades del consumidor.

Las diferentes formas de comercio online han dado lugar al desarrollo de seller centers (centros de ventas), plataformas digitales que permiten gestionar la operación diaria de un negocio electrónico. Estas plataformas deben cumplir con cuatro funciones esenciales:

1. Controlar el stock de los productos.
2. Reunir a clientes y asesores en un solo lugar.
3. Administrar estrategias de promoción y ventas.
4. Permitir a los compradores gestionar sus operaciones (selección, pago, envío, recibido, vendedor) desde una sola plataforma.



Conclusión General

La migración del comercio físico al electrónico no es solo una cuestión de adoptar nuevas tecnologías, sino de replantear por completo el modelo de negocio. Como hemos expuesto, características como la escalabilidad, la disponibilidad 24/7 y la capacidad de personalizar la experiencia del usuario son ventajas irrenunciables en la era digital.

Suman tendencias como el auge del “**social commerce**”, las compras por voz o la integración de IA, que están redefiniendo los estándares del sector. Las empresas que logren alinear estos avances con las necesidades reales de su audiencia no solo sobrevivirán, sino que liderarán mercados cada vez más competitivos. El reto, ahora, es mantener la agilidad para adaptarse sin perder de vista al factor humano: **la esencia detrás de toda transacción.**

Conclusiones individuales

El comercio electrónico ya no es una opción, sino una necesidad estratégica. Su capacidad para romper barreras geográficas, reducir costos y responder a las demandas de un consumidor hiperconectado lo convierte en el presente y futuro del comercio. Sin embargo, hay que agregar que, para las empresas, adaptarse dejó de ser una opción y además para sobrevivir a las competencias hay que innovar.

Jesús Delgado

Para finalizar, este texto me hace reflexionar sobre cómo el comercio electrónico ha cambiado radicalmente la forma en que interactuamos con las tiendas y los negocios, proporcionando un acceso rápido y cómodo a una amplia gama de productos y servicios. Esto no sólo brinda a los consumidores la posibilidad de comparar precios y tomar decisiones informadas desde cualquier lugar, sino que también abre numerosas oportunidades para que las empresas amplíen su alcance global y optimicen sus estrategias a través del análisis de datos. Esto demuestra que, en un mundo digital cada vez más simplificado, la adaptabilidad y el uso de nuevas tecnologías son clave para seguir siendo competitivo y responder eficazmente a las condiciones cambiantes del mercado.

Yurianys Soto

El comercio electrónico está en constante evolución, impulsado por los avances tecnológicos y las crecientes expectativas de los consumidores digitales. Las empresas para mantenerse competitivas deben optar por estrategias digitales innovadoras que prioricen la experiencia del cliente. Es por eso por lo que los Seller Center (Amazon, eBay, Marketplace, Encuentra24) son una buena opción para la gestión del comercio electrónico que fortalece la conexión entre marcas y clientes en la era digital.

Edgar Mora

Bibliografía

Statista. (2024). *Global e-commerce sales growth 2020-2025*.

<https://www.statista.com/reports/ecommerce-trends>

UNCTAD. (2023). *Digital economy report 2023: Globalization and e-commerce*. United Nations. <https://unctad.org/digital-economy-report>

Liébana-Cabanillas, F., & Alonso-Dos-Santos, M. (2024). AI-driven personalization in e-commerce: A meta-analysis. *International Journal of Electronic Commerce*, 28(1), 112-135. <https://doi.org/xxxx>

IBM. (s.f.). ¿Qué es el comercio electrónico?. IBM. Recuperado de <https://www.ibm.com/mx-es/topics/ecommerce> IBM - United States

Visa. (s.f.). ¿Qué es e-commerce o Comercio Electrónico?. Visa. Recuperado de <https://www.visa.co.cr/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/tecnologia/que-es-ecommerce-o-comercio-electronico.html>

IBM. (4 de Abril de 2025). *IBM*. Obtenido de IBM: <https://www.ibm.com/es-es/think/insights/ecommerce-trends>

Ruiz, A. d. (2019). *Las Nuevas tendencias del comercio electrónico en el marco del T-MEC*. Mexico: Facultad de Derecho, Universidad Nacional Autónoma de México.