



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**  
**COMPUTACIONALES**



**Desarrollo de software 9**

**Presentación #1**

**Profesor:**  
Erick Agrazal

**Grupo:**  
1LS242

**Nombre:**

Henry Maldonado	8-997-1177
Osiris Mateo	20-70-7416
Luis Murcia	8-894-1472

**Fecha:**  
19 de abril de 2025

## Índice

### Tabla de contenido

Introducción .....	3
Contenido.....	3
Definición de negocio electrónico .....	3
Motivos para iniciar un negocio electrónico .....	4
Ampliación del mercado .....	4
Visibilidad .....	4
Relaciones Comerciales .....	5
Capacidad de respuestas .....	5
Nuevos Servicios .....	5
Reducción de costos.....	6
Otros .....	6
Conclusión .....	10
Bibliografía .....	12

## **Introducción**

En las últimas décadas, el panorama global ha sufrido una transformación profunda, en gran parte impulsada por los rápidos avances en tecnologías de información y comunicación. Este fenómeno, conocido como metamorfosis cibernética, alteró la forma en que los individuos interactúan, educan, procuran y trabajan. Uno de los sectores que más ha transformado debido a esta revolución tecnológica es el comercio, lo que lleva al advenimiento del negocio electrónico moderno que llamamos e-negocios.

El negocio electrónico ya no es exclusivo de grandes corporaciones. Los empresarios de tamaño modesto y mediano, junto con empresas en solitario, pueden fusionarse con la esfera digital a través de instrumentos fáciles de usar, prácticos y asequibles. A diferencia del comercio convencional, este modo permite operaciones sin presencia física, desprovisto de un horario fijo y caracterizado por procedimientos altamente automatizados.

¿Qué es, por qué es bueno usarlo y cómo manejarlo dentro de una empresa?. Todo esto se elaborará con una estrategia centrada en el panameño, considerando el progreso tecnológico de la nación, la situación posterior a la pandemia y los patrones de consumo de evolución. Esta sección omite intencionalmente asuntos como infraestructura, publicidad en línea, plataformas sociales y ciberseguridad, ya que se abordan en diferentes partes del esfuerzo académico.

## **Instrucciones**

Formato de documento:

- Página de presentación.
- Contenido de 10 páginas.
  - Evitar el copy-paste y/o tecnologías de asistencia artificial.
- Conclusión individual.
- Apoyarse en imágenes, tablas, etc.

Utilizar APA para las bibliografías.

Temas para presentaciones, en el documento del plan de contenido.

## **Contenido**

### **Definición de negocio electrónico**

**¿Qué es un negocio electrónico?**

El modelo de negocio electrónico es una estrategia de gestión empresarial que aprovecha las tecnologías digitales para realizar actividades comerciales. Esto abarca el marketing, la venta, la difusión y la venta postventa de los servicios de bienes y servicios. A diferencia del comercio electrónico convencional, que enfatiza principalmente en las ventas de Internet, el comercio digital abarca todas las operaciones internas y externas de la compañía facilitadas por medios electrónicos.

Turban et al. (2018) Declaran que los procedimientos comerciales mejoran a través de la tecnología de la información, la eficiencia de aumento, los beneficios del cliente y la generación de nuevas perspectivas del mercado.

Esta modalidad incluye, pero no se limita a:

- ✓ Tiendas en línea (comercio electrónico)
- ✓ Plataformas de reserva
- ✓ Aplicaciones de entrega
- ✓ Servicios digitales (como consultoría, capacitación, diseño)
- ✓ Automatización de facturación, cargos, servicio al cliente y monitoreo posterior a las ventas.

## **Motivos para iniciar un negocio electrónico**

### **Ampliación del mercado**

Un factor clave que solicita a las empresas a digitalizar sus procesos es conectarse con una audiencia más amplia sin requerir un aumento tangible en su huella. A través de plataformas en línea, redes sociales, sitios de comercio electrónico o incluso catálogos digitales en WhatsApp, un empresario puede vender sus bienes o servicios a personas en todo el país o internacionalmente.

En Panamá, los centros comerciales generalmente se centran en capitales provinciales, pero esta oportunidad permite a las empresas de ubicaciones rurales o de afuera disputar igualmente con las de las áreas más destacadas.

Además, la amalgama de los servicios de mensajería, los sistemas monetarios y las herramientas de supervisión de la cadena de suministro ha unido la división espacial, lo que hace que la ubicación sea una limitada restricción para la expansión comercial.

### **Visibilidad**

Un negocio en línea nunca duerme para hacerse notar. Al ser digital, lo que subes está ahí todo el día, permitiendo que la gente vea cosas, mire precios, compare opciones o compre cuando quiera.

Estar siempre visible da más chances de vender y ayuda a que la marca se vea más fuerte en internet. Aunque no estés trabajando, tener tu negocio en línea ayuda a mantener una conexión tranquila pero constante con quien podría comprarte.

En Panamá, donde todos usan el celular a cada rato, esto sirve mucho para llamar la atención de la gente cuando menos te lo esperas, como cuando viajan, descansan del trabajo o en los fines de semana.

### **Relaciones Comerciales**

El negocio en línea no solo ayuda a vender, también a cuidar al cliente como si fuera de la familia. Con aparatos raros, las empresas pueden hablarles más de cerca, saber qué les gusta comprar, mandarles ofertas solo para ellos y ver cómo les va después de comprar.

Esta forma de llevarse construye confianza y hace que amen la marca como a su equipo de fútbol. En vez de solo vender unavez, el negocio en línea busca que se queden para siempre, como amigos inseparables.

Además, se puede ser mejor amigo de los que venden cosas y de los que trabajan juntos usando sitios para charlar, papeles en la computadora, cuentas por internet y agendas que se llenan solas con los pedidos.

### **Capacidad de respuestas**

Una de las cosas geniales del mundo en línea es lo rápido que puedes hablar con otros. La gente ahora quiere que los atiendan ya mismo, de forma clara y que sirva. Las tiendas en línea dejan dar respuestas automáticas, datos bien organizados y esperas cortas.

También, con cosas como WhatsApp Business, robots que contestan mensajes, formularios como los de Google, o programas sencillos para manejar clientes (CRM), se puede tener una atención al cliente organizada, hecha a la medida y que funcione bien.

En Panamá, donde muchas compras sin papeles se hacen por redes sociales o mensajes directos, qué tan rápido atiendas puede decidir si vendes algo o el cliente se va.

### **Nuevos Servicios**

La era digital hace posible que las empresas brinden cosas y trabajos raros que serían imposibles solo en tiendas. Algunas ideas un poco locas son:

- Membresías mensuales (como té, cosas de verse bien, unirse a clubs).
- Consejos o charlas por internet.
- Apartar citas o mandar cosas cuando se necesiten.
- Clases en línea, grupos de estudio o entrenamientos.
- Vender cosas solo en digital (libros digitales, formatos, dibujos).

Esto agranda cómo se gana dinero, dejando obtener más plata sin gastar tanto en hacer el trabajo. Lo fácil que es el mundo en línea ayuda a cambiar según lo que pidan los clientes y a inventar trabajos únicos.

### **Reducción de costos**

Una cosa buena para los que empiezan con poco dinero es que el negocio online baja mucho los gastos de siempre. Algunos pagos que se pueden quitar o hacer más chicos son:

- Renta y cuidado de un lugar físico.
- Servicios como agua, luz e internet para negocios.
- Gente que atienda en persona.
- Muebles, adornos y cómo llevar las cosas en un local.

Así, hasta gente con poco puede empezar desde su casa, usando cosas gratis como listas en WhatsApp, redes sociales, apps para cobrar y mensajes.

Esta forma también es genial para ver si un negocio nuevo funciona con poco riesgo, dejando probar ideas antes de gastar más.

### **Otros**

Aquí hay algunos beneficios geniales del negocio en línea:

**Crecimiento sin fin:** el negocio puede vender más, tener más cosas o dar más servicios sin gastar el doble de lo que gastó al principio.

**Trabajo a tu manera:** te deja trabajar desde tu sillón, cuando quieras, o hasta con gente que está lejos.

**Decisiones con numeritos:** muchas páginas web te dan números y datos al instante, lo que te ayuda a planear mejor, ver si las cosas están funcionando y encontrar formas de ser aún mejor.

**Manejo total del negocio:** lo digital te deja ver todo el camino, seguir las cosas solo y equivocarte menos gracias a sistemas que lo hacen todo junto.

### **1.1.1. Gestión interna de un negocio electrónico**

La gestión interna en un negocio electrónico es un factor clave para garantizar su sostenibilidad, eficiencia y escalabilidad. Mientras que la mayoría de los recursos suelen enfocarse en el diseño de catálogos o plataformas visibles al cliente, la verdadera columna vertebral del negocio se encuentra en cómo se organiza y controla internamente.

A continuación, se exploran tres áreas estratégicas fundamentales: inventario, talento humano y atención al cliente.

#### **1.1.1.1. Control de inventario digital**

En el comercio electrónico, la sincronización entre lo que se ofrece en línea y lo que realmente está disponible es vital. Un error común en muchos emprendimientos es publicitar productos agotados o no tener claridad sobre el stock real, lo que genera decepción en el cliente, pérdida de ventas y una mala reputación digital.

#### **Retos frecuentes:**

- Falta de actualización diaria del stock.
- No separar inventario para ventas digitales y físicas.
- Desorganización al momento de realizar envíos.

#### **Buenas prácticas:**

- Uso de herramientas simples como Google Sheets, aplicaciones móviles como Sortly, Zoho Inventory, o incluso formularios de Google.
- Revisión periódica del inventario (mínimo semanal).
- Integración, cuando es posible, con plataformas de pago y pedidos para automatizar entradas y salidas.

#### **Aplicación en Panamá:**

Muchos pequeños comercios (ropa, cosméticos, snacks artesanales) comenzaron a llevar su inventario digital desde la pandemia, apoyándose en Excel o cuadernos digitalizados. Aunque rudimentarios, estos métodos han permitido sostener operaciones con bajo margen de error.

#### **1.1.1.2. Talento humano digital**

En un entorno digital, el talento humano adquiere nuevas funciones y habilidades. Ya no se trata solo de vender: se requiere una combinación de conocimientos técnicos, comunicacionales y administrativos para mantener la operación fluida.

**Perfiles necesarios:**

- Atención al cliente en línea (WhatsApp, Instagram, correo).
- Carga de productos y contenidos visuales.
- Gestión de pedidos, cobros y logística de entrega.
- Administración básica (precios, políticas, mensajes automáticos).

**Retos comunes:**

- Falta de capacitación digital.
- Desconocimiento del lenguaje comercial virtual.
- Dificultad para delegar o formalizar funciones.

**Soluciones posibles:**

- Capacitar al equipo (o a uno mismo) en el uso de plataformas gratuitas: Canva, WhatsApp Business, Google Forms, plataformas de cobro.
- Dividir tareas por roles, aunque el equipo sea pequeño.
- Aprovechar alianzas con jóvenes o freelancers que dominan el entorno digital.

**Realidad en Panamá:**

En muchas microempresas panameñas, la digitalización ha sido liderada por los hijos o familiares jóvenes que asumen el rol de “encargado digital” mientras el resto se enfoca en la producción o logística. Este modelo ha demostrado ser funcional y adaptable en contextos familiares.

**1.1.1.3. Atención al cliente digital**

La atención al cliente es el puente entre la oferta digital y la confianza del consumidor. En el mundo electrónico, los usuarios esperan rapidez, claridad y amabilidad, y tienen más poder de decisión y reclamo gracias a las redes sociales y los sistemas de evaluación pública.

**Elementos clave:**

- Tiempo de respuesta corto.
- Información clara (precios, tiempos, devoluciones).
- Múltiples canales de atención (WhatsApp, Instagram, correo, formularios).
- Seguimiento posterior a la venta.

**Riesgos comunes:**

- Ignorar o retrasar respuestas.



- Falta de plantillas o mensajes organizados.
- Promesas no cumplidas o mal gestionadas (como entregas o productos equivocados).

**Recomendaciones prácticas:**

- Establecer horarios de atención digital visibles.
- Crear respuestas automáticas o prediseñadas según escenarios.
- Usar herramientas como WhatsApp Business, que permiten mensajes programados, etiquetas y catálogos.

**Enfoque local:**

Negocios panameños exitosos han mejorado su servicio al cliente digital simplemente implementando tiempos de respuesta máximos (ej. 30 minutos), políticas de cambio visibles, y lenguaje cercano pero profesional. Estas acciones elevan la percepción de confianza y aumentan la probabilidad de recompra.

**Conexión entre las tres áreas**

La efectividad de un negocio electrónico depende de que estas tres áreas trabajen en conjunto:

- Un inventario bien gestionado permite ofrecer lo que realmente se tiene.
- Un equipo capacitado puede mantener el ritmo del negocio y adaptarse.
- Una atención al cliente bien diseñada transforma una venta en una relación de largo plazo.

Estas prácticas internas no requieren gran inversión, pero sí disciplina y visión. La gestión interna es, al final, el pilar que sostiene el crecimiento del negocio digital.

## **Conclusión**

El comercio en línea simboliza uno de los cambios más locos en el cuento del comercio, cambiando no solo cómo se vende, sino cómo se maneja, se ayuda y se habla con el cliente. Este estudio nos muestra que usarlo no es solo estar en línea, sino cambiar la empresa por dentro para que sea más rápida, viva y se adapte a lo que venga. En Panamá, esta forma ha dejado que muchos negocios chicos crezcan más, gasten menos y hagan que comprar sea más fácil y bueno, sin gastar tanto. Pero, para que un negocio en línea triunfe, el jefe debe saber usar bien lo que tiene, juntar gente que sepa de lo digital y crear planes claros para seguir adelante y crecer. Al final, el e-business no es algo de un rato ni una moda, sino una manera moderna, útil y lista de tener una empresa en este siglo.

## **Individuales**

### **Osiris Mateo**

Después de examinar la idea del negocio digital, entendí que este sistema va más allá de solo abrir una tienda virtual. Antes de hacer este trabajo, pensaba que empezar en lo digital era algo simple, creyendo que era suficiente con tener redes sociales o una web. Pero, al investigar y ver bien qué significa, noté que es un cambio grande, que pide cambiar cómo trabaja la empresa por dentro, hacer automáticos algunos procesos y decidir con cabeza usando la tecnología. Siendo estudiante de Panamá, entiendo que este sistema puede cambiar los negocios como los nuestros, donde a veces lo nuevo empieza con ideas sencillas pero útiles. Esto me anima a aprender no solo a usar lo digital, sino a pensar en cómo meterlo bien en negocios que duren.

### **Henry Maldonado**

Al indagar las razones para abrir un negocio en línea, hallé que entrar en este mundo es más accesible de lo que creía. Vi, con ejemplos, mirando alrededor y analizando el mercado de aquí, que muchos negocios web en Panamá nacieron por pura necesidad, no por tener mucho dinero. Esto cambió mi forma de ver lo difícil que es empezar algo. Noté que, si tienes una idea clara y usas bien las plataformas en línea que son gratis, puedes crear algo que sirva, que crezca y que tenga un buen efecto. Esto me ayudó a pensar más en serio en empezar mi propio negocio como algo real en mi futuro, aunque al principio no tenga mucho. Las opciones en línea están ahí, pero hay que cambiar, aprender siempre y saber bien qué quieres dar.

### **Luis Murcia**

Después de sumergirme en el conocer del negocio online, noté que el hacer del comercio electrónico no reside solo en las ventas, sino en hacer que todo siga su curso de forma armónica. Antes, subestimaba el valor del inventario, la capacitación del personal o el trato al cliente, creyendo que se solucionaban al andar. Hoy, comprendo que, sin una estructura interna sólida, las ventas pueden desmoronarse como un castillo de naipes.

Esta parte del trabajo me abrió los ojos a pensar como un gestor, sin importar el tamaño del negocio. Me enseñó algo valioso: si algún día tengo un proyecto digital, no solo lo promocionaré, sino que crearé cimientos firmes, repartiré tareas, crearé guías de respuesta y velaré por la sintonía en cada área. Ahí radica el secreto del crecimiento y la confianza en una marca.

## Bibliografía

Autoridad Nacional para la Innovación Gubernamental (AIG). (2019). *Agenda Digital Panamá 2020*. Autor. Recuperado de <https://innovacion.gob.pa/descargas/2019/12/agenda-digital-2020-visual.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2015). *Los desafíos del comercio electrónico para las PyME: Principales claves en el proceso de digitalización*. Washington, D.C.: BID. Recuperado de <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-desafios-del-comercio-electronico-para-las-PyME-Principales-claves-en-el-proceso-de-digitalizacion.pdf>

Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective* (9.<sup>a</sup> ed.). Springer.

Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME). (2023). *Entorno Virtual Emprende Digital*. Recuperado de <https://emprende.ampyme.gob.pa/>

Ministerio de Comercio e Industrias de Panamá (MICI). (2021). *DGCE – Preguntas Frecuentes*. Recuperado de <https://mici.gob.pa/dgce-preguntas-frecuentes/>