

**EL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL INTERNACIONAL Y EN COLOMBIA**

**OSCAR DAVID PARDO CASTILLO**

**Documento Minor presentado como requisito parcial para optar al  
Título de Administrador de Empresas**

**Asesor:**

**Raúl AcostaMesa**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
MINOR EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

## CONTENIDO

	<b>Páginas</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>1. ENFOQUE TEÓRICO Y CONCEPTUAL</b>	
1.1 Nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las condiciones para comercio electrónico.	<b>3</b>
1.2 Aspectos que caracterizan al comercio electrónico a nivel internacional	<b>5</b>
1.3 Condiciones de TIC y el comercio electrónico en Colombia.	<b>7</b>
<b>2. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA</b>	<b>9</b>
2.1 Alcances de actividades o modalidades de comercio electrónico en Colombia.	<b>12</b>
2.2 Cobertura de servicios y transacciones de comercio electrónico.	<b>15</b>
<b>3. CONCLUSIONES</b>	<b>19</b>
<b>4. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>21</b>

## **RESUMEN**

El presente artículo hace referencia a una temática de gran importancia en la actualidad para las Economías Internacionales y especialmente la colombiana, el Comercio Electrónico. El comercio electrónico se ha convertido hoy en día en un instrumento vital para el crecimiento de la economía global, el impulso que tiene el E-Commerce en todas las economías, depende en gran medida de la cobertura de servicios tecnológicos y de comunicaciones, todas las economías están siendo transformadas por esta nueva revolución tecnológica, la Era de las Tecnologías de la información y la comunicación.

Por tal motivo se plantea en este artículo académico, conocer y determinar el impacto de las TIC en términos de Comercio Electrónico y todo lo que implica este concepto, como por ejemplo la cobertura en servicios de internet, redes telefónicas etc, en el desarrollo y evolución de las Economías Internacionales y la economía de Colombia.

**Palabras claves:** Comercio Electrónico, Economía internacional, Economía Colombiana. Cobertura de redes tecnológicas y de comunicaciones, Internet.

## **ABSTRAC**

The present article at present makes reference to thematic of a great importance for the International Economies and especially Colombian, E-Commerce. The electronic commerce has become at present a vital instrument for the growth of the global economy, the impulse that has the E-Commerce in all the economies, depends to a great extent on the cover of technological services and of communications, all the economies are being transformed by this new technological revolution, the Era of the Technologies of the information and the communication. By such reason one considers in this academic article, to know and to determine the impact of the TIC in terms of Electronic Commerce and everything what implies east concept, like for example the

cover in services of Internet, wire nets etc., in the development and evolution of the International Economies and the Colombian economy.

**KEY WORDS:**Electronic commerce, international Economy, Colombian Economy. Cover of technological networks and communications, Internet.

## INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información y la comunicación y en especial el comercio electrónico, son consideradas en la actualidad una de las herramientas más fuertes para entrar a competir en los mercados internacionales, la implementación de las TIC'S en algunas áreas específicas ha permitido mejorar el suministro de bienes y servicios esenciales, procesos educativos, innovación en el sector de la salud entre otros; pero, lo más importante es que han permitido aumentar el número de oportunidades en el desarrollo tantonacional como internacional.

Las empresas y los consumidores tienen la necesidad de formar parte del mundo cibernético y participar en la economía digital; la implementación del comercio electrónico en la economía global y en la economía colombiana, es de gran importancia porque ha permitido reducir los costos comerciales, disminuir los trámites aduaneros e inclusive mejorar la velocidad de las transacciones económicas en todo el mundo.

No es un enigma que las economías están siendo impactadas por el fenómeno de la globalización, los recientes avances del sector de tecnologías y comunicaciones digitales en el mundo y en Colombia, han permitido eliminar algunas fronteras en la economía, como por ejemplo se puede cerrar un negocio millonario con solo hacer un *click*, sin importar el lugar o la distancia en que nos encontremos, en este moderno contexto global el conocimiento se convertirá en el elemento más trascendental para las economías productivas, y solo aquellos países que inviertan en el desarrollo del conocimiento tendrán probablemente un futuro muy exitoso.

El internet y el *e-commerce*, son dos conceptos que van de la mano y la parecer son la combinación perfecta, pues crean eficacia en algunos sectores económicos y además juegan un papel muy importante para los consumidores, ya que en la actualidad gracias a estas dos herramientas se pueden realizar transacciones, transmisiones de datos, etc., con una mayor fluidez.

Aunque Colombia aun esta muy lejos de Brasil en términos de ventas en línea, la venta a través de la web de tecnología, tiquetes aéreos, boleterías, entre otros, está impulsando y fortaleciendo el crecimiento de este segmento de mercado, lo que nos sugiere que a pesar de que Brasil, Chile, Venezuela y Argentina nos llevan cierta ventaja, la brecha cada vez se esta haciendo mas pequeña.

Algunas empresas como Falabella y Éxito están invirtiendo en la creación de plataformas que faciliten la interacción con el cliente de una manera más fácil, rápida y segura, dichas empresas en sus sitios virtuales contienen *link*'s a través de los cuales se pueden realizar pagos y acceder a descuentos especiales.

En el presente documento se hace un análisis cualitativo y cuantitativo,recogiendo fundamentalmente los datos de observación directa de uso de TIC y comercio electrónico, con una serie de informes y estudios complementarios, con el objetivo de mostrar la importancia del comercio electrónico para el desarrollo económico en el mundo y en nuestro país.

## **1. ENFOQUE TEÓRICO Y CONCEPTUAL**

### **1.1. Nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y las condiciones para comercio electrónico.**

Las tecnologías de la información y la comunicación facilitan y soportan la transmisión, procesamiento y difusión de la información de manera instantánea. Las TIC permiten optimizar el manejo de la información y el desarrollo de la comunicación, lo que facilita, a su vez, un mayor aprendizaje y la generación de conocimiento.<sup>1</sup>

Actualmente el uso de estas tecnologías a nivel internacional y especialmente en Colombia, toca todos los ámbitos de la actividad humana, tales como el hogar, el trabajo, las formas de enseñanza-aprendizaje, las relaciones entre los ciudadanos y el Estado – y no sólo para trámites- y las relaciones entre las organizaciones y sus clientes, las modalidades para comprar y vender, el acceso a los servicios sociales básicos como salud, educación, etc., y las relaciones sociales entre personas de cualquier parte del mundo mediante redes sociales – Facebook y Twitter, por ejemplo, entre otros.

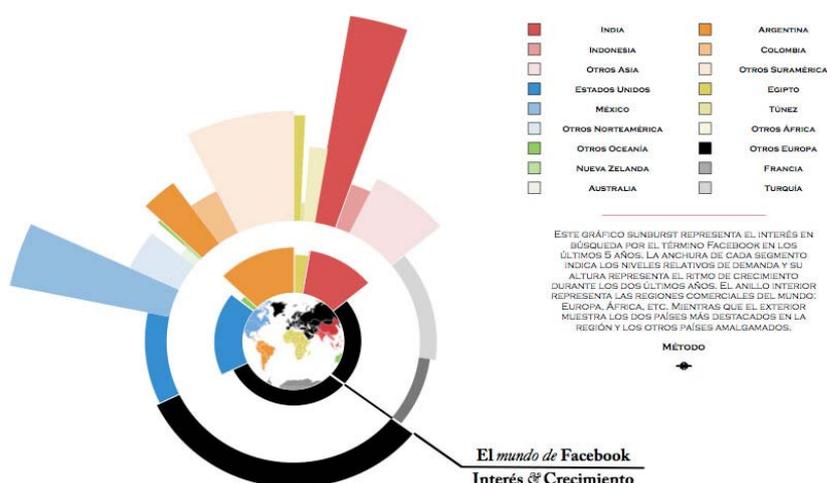
Según el estudio *Facebook: interés y crecimiento a nivel mundial (Febrero 14 de 2012)*, observamos que Argentina es el país suramericano donde Facebook ha tenido mayor penetración en los últimos años. En segundo lugar se encuentra Colombia, donde el diario El Espectador anunció la nominación del gobierno como uno de los líderes a nivel mundial en materia de poner tecnologías de la información al alcance de su población, lo que nos indica necesariamente que es el progresivo acceso de estos países al internet lo que ha generado un ensanchamiento en el número de usuarios de redes sociales, a nivel internacional el país en el que Facebook ha observado mayor

---

<sup>1</sup>Cárdenas J. Manuel (2009). ¿Cuál es la situación del comercio electrónico en Colombia? Análisis y recomendaciones para mejorar la competitividad empresarial. (p.9). Editorial Universidad Sergio Arboleda.

velocidad en crecimiento ha sido la india donde en la actualidad existen más de 40 millones de usuarios.<sup>2</sup>

**Grafico 1: Facebook: interés y crecimiento a nivel mundial**



**Fuente:** Facebook: interés y crecimiento a nivel mundial (Febrero 14 de 2012).

Dicho estudio también revela que en Suramérica hay un constante crecimiento, a pesar de que la implementación de estas aplicaciones en diferentes países de la región difiere en términos de plataforma, por ejemplo en Argentina el mercado para las aplicaciones Android parece tener más seguidores que en Colombia, donde este sector económico parece estar dominado por BlackBerry.

Entre las nuevas formas de negocios apoyados en las TIC, se destaca el comercio electrónico, el cual consiste en el intercambio de bienes y servicios apoyado en ciertos protocolos y plataformas digitales estandarizadas; según el estudio realizado por la Organización Mundial del Comercio, titulado *“Estudios Especiales, el comercio electrónico y el papel de la OMC”*, el incremento del *E-commerce* esta relacionado con la propagación y desarrollo de las TIC, por ejemplo se considera al internet como el instrumento mas importante en el desarrollo de las condiciones necesarias para la implementación del comercio vía web, ya que nos permite agilizar el intercambio

<sup>2</sup>Tomado de: Portal: <http://geektheplanet.net/6210/facebook-interes-y-crecimiento-a-nivel-mundial.xhtml>

electrónico de datos facilitando de esta manera las transacciones entre las empresas y las personas.<sup>3</sup>

## **1.2 ASPECTOS QUE CARACTERIZAN AL COMERCIO ELECTRÓNICO A NIVEL INTERNACIONAL**

Según Cárdenas (2009, 75) *“una transacción se considera comercio electrónico internacional cuando se ha celebrado a través de Internet o cualquier otra red equivalente, entre un oferente o un adquiriente con residencia en diferentes países, sin que tenga relevancia o no que la contraprestación se satisface a través de la red”*.<sup>4</sup>

La implementación de las TIC, en las actividades comerciales que se realizan a nivel internacional, favorece la superación de las barreras geofísicas en el comercio mundial e impulsa la globalización ya que favorece la participación creciente de las diferentes economías y actores económicos en el mercado mundial; la comercialización electrónica tiene una propensión a lo internacional, de tal manera que todas las actividades comerciales que se realicen en este contexto deben tener una armonización jurídica, Por consiguiente entidades internacionales como: ONU, OMC, OCDE, ICC, trabajan para superar las desigualdades entre los diferentes poderes legislativos, que crean impedimentos al comercio internacional.

Según *Everis* una empresa consultora especializada en negocios electrónicos, afirma que el comercio electrónico no se detuvo a pesar de la crisis, dicho estudio afirma que el volumen anual de ventas que se realizaron por medios electrónicos en 41 países que representan el 90 % del PIB y 75 % de la población del mundo, obtuvieron un valor de US\$ 502.100 millones de dólares.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>OMC. (1999). “Estudio especial de la OMC sobre el comercio electrónico”. Disponible en URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/ecom\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm). Organización Mundial Del Turismo. Ginebra.

<sup>4</sup>Cárdenas J. Manuel (2009). ¿Cuál es la situación del comercio electrónico en Colombia? Análisis y recomendaciones para mejorar la competitividad empresarial. (p.75). Editorial Universidad Sergio Arboleda.

<sup>5</sup> Tomado de: Portal:<http://www.skyscraperlife.com/latin-bar/36373-comercio-electronico-evolucion-y-situacion-actual-en-latinoamerica-y-el-mundo.html>

**Tabla 1: Comercio Electrónico estimación de las ventas a consumidores**

Países	Miles de millones de dólares					% del PIB		
	2009	Var. %		Distribución		2009	Var. %	
		2008-2009	2005-2009	País	Acumulad		2008-2009	2005-2009
EE.UU.	134,9	2,0%	54,4%	26,9%		0,95%	0,02%	0,24%
Japón	51,2	4,6%	30,7%	10,2%	37,1%	1,01%	0,02%	0,15%
China	36,9	17,5%	159,7%	7,4%	44,4%	0,78%	0,05%	0,14%
Alemania	36,0	3,4%	96,3%	7,2%	51,6%	1,11%	0,16%	0,46%
Francia	28,4	4,4%	82,4%	5,7%	57,2%	1,08%	0,13%	0,35%
Reino Unido	28,1	1,1%	63,8%	5,6%	62,8%	1,28%	0,24%	0,52%
Italia	19,8	3,2%	61,6%	3,9%	66,8%	0,95%	0,12%	0,26%
Canadá	16,1	3,4%	41,3%	3,2%	70,0%	1,22%	0,18%	0,22%
España	15,2	2,2%	74,1%	3,0%	73,0%	1,06%	0,13%	0,28%
Corea	13,1	-3,7%	29,7%	2,6%	75,6%	1,63%	0,17%	0,44%
Australia	8,9	2,9%	129,9%	1,8%	77,4%	0,97%	0,11%	0,39%
India	8,8	30,8%	273,7%	1,8%	79,1%	0,71%	0,15%	0,42%
<b>Brasil</b>	<b>8,7</b>	<b>10,3%</b>	<b>254,0%</b>	<b>1,7%</b>	<b>80,9%</b>	<b>0,55%</b>	<b>0,08%</b>	<b>0,28%</b>
Rusia	7,4	4,3%	190,0%	1,5%	82,3%	0,59%	0,17%	0,26%
Suecia	5,1	-0,5%	101,6%	1,0%	83,4%	1,29%	0,21%	0,59%
Polonia	4,8	5,8%	260,7%	1,0%	84,3%	1,13%	0,27%	0,69%
Bélgica	4,7	2,5%	48,5%	0,9%	85,2%	1,02%	0,11%	0,18%
Suiza	4,1	2,1%	51,6%	0,8%	86,1%	0,84%	0,04%	0,12%
Turquía	3,6	8,6%	228,2%	0,7%	86,8%	0,61%	0,15%	0,38%
Austria	3,2	2,0%	51,4%	0,6%	87,4%	0,85%	0,10%	0,16%
Dinamarca	3,1	-0,2%	45,4%	0,6%	88,0%	1,01%	0,09%	0,18%
Hong Kong	3,0	1,2%	19,3%	0,6%	88,6%	1,45%	0,06%	0,02%
Portugal	2,7	4,4%	49,2%	0,5%	89,2%	1,21%	0,17%	0,25%
Israel	2,5	5,2%	39,7%	0,5%	89,7%	1,15%	-0,02%	-0,18%
Rep. Checa	2,1	5,2%	146,6%	0,4%	90,1%	1,12%	0,19%	0,43%
Hungría	1,7	0,3%	120,2%	0,3%	90,4%	1,39%	0,29%	0,68%
Tailandia	1,7	17,5%	508,8%	0,3%	90,7%	0,62%	0,11%	0,46%
<b>Chile</b>	<b>1,6</b>	<b>19,1%</b>	<b>363,2%</b>	<b>0,3%</b>	<b>91,1%</b>	<b>0,98%</b>	<b>0,21%</b>	<b>0,69%</b>
<b>Argentina</b>	<b>1,5</b>	<b>7,2%</b>	<b>234,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>91,4%</b>	<b>0,49%</b>	<b>0,06%</b>	<b>0,25%</b>
<b>México</b>	<b>1,4</b>	<b>1,3%</b>	<b>137,0%</b>	<b>0,3%</b>	<b>91,6%</b>	<b>0,16%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,09%</b>
Malasia	1,2	17,7%	182,8%	0,2%	91,9%	0,57%	0,12%	0,27%
Arabia Saudí	1,0	11,2%	283,7%	0,2%	92,1%	0,27%	0,07%	0,19%
Indonesia	1,0	11,0%	146,6%	0,2%	92,3%	0,19%	0,02%	0,05%
Sudáfrica	0,8	5,8%	73,6%	0,2%	92,5%	0,30%	0,02%	0,10%
Vietnam	0,7	21,4%	821,4%	0,1%	92,6%	0,79%	0,13%	0,64%
Egipto	0,7	30,8%	398,6%	0,1%	92,7%	0,39%	0,04%	0,22%
<b>Colombia</b>	<b>0,5</b>	<b>13,4%</b>	<b>398,1%</b>	<b>0,1%</b>	<b>92,8%</b>	<b>0,20%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,13%</b>
<b>Perú</b>	<b>0,4</b>	<b>17,8%</b>	<b>266,9%</b>	<b>0,1%</b>	<b>92,9%</b>	<b>0,29%</b>	<b>0,05%</b>	<b>0,17%</b>
Marruecos	0,2	2,1%	87,5%	0,0%	92,9%	0,24%	0,00%	0,04%
Nigeria	0,2	-16,2%	68,9%	0,0%	93,0%	0,13%	0,01%	0,02%
Kenya	0,1	8,2%	116,1%	0,0%	93,0%	0,18%	0,01%	0,05%
Resto del mundo	35,1	4,5%	71,6%	7,0%	100,0%	0,54%	0,08%	0,12%
<b>Volumen mundial</b>	<b>502,1</b>	<b>4,5%</b>	<b>71,6%</b>			<b>0,88%</b>	<b>0,09%</b>	<b>0,23%</b>

Fuente: everis / CELA-IESE en base a ITU, US Census Bureau, OCDE, FMI y oficinas nac. de estadís.

Según la tabla *Comercio Electrónico estimación de las ventas a consumidores*, observamos que más de la mitad de dichos países tuvieron crecimiento de un poco mas del 100% de las transacciones económicas, en los países observados en la gráfica podemos apreciar que Tailandia, Chile, Egipto, Colombia y Vietnam tiene un crecimiento superior al 350 %.

Por otra parte, los autores Laudon y Laudon (2005, 6) señalan que el entorno de los negocios internacionales se ha alterado drásticamente por causa de dos poderosos cambios: uno el surgimiento y reforzamiento de la economía Internacional y dos, la transformación de las economías y las sociedades industriales en economías de servicio basadas en el conocimiento y la información. En este orden de ideas, la globalización de las economías Internacionales realza el valor de la información para

la empresa y permite nuevas oportunidades para los negocios. De manera que en la actualidad las nuevas TIC proporcionan la comunicación y el poder de análisis que muchas empresas requieren para llevar a cabo el comercio y administrar los negocios a escala global.<sup>6</sup>

### **1.3. CONDICIONES DE TIC Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA**

Las TIC, en Colombia han sufrido un gran avance en los últimos años, distintas partes de la economía y de la sociedad e inclusive del sector público han implementado las nuevas tecnologías en sus acciones diarias, se ha incentivado la fabricación de software a tal punto que se han alcanzado niveles altos de conocimiento que nos van a permitir tener un mejor posicionamiento en la economía internacional.

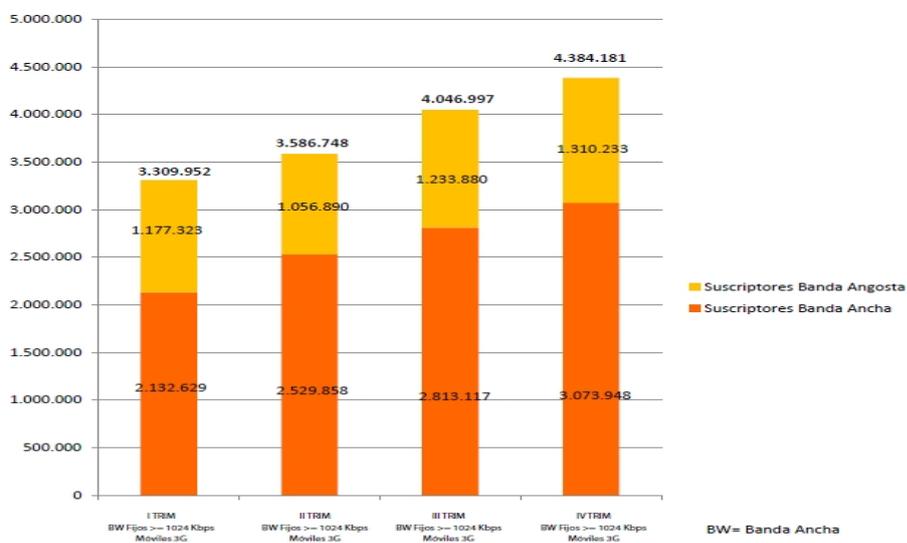
En consecuencia, estamos hablando de una evolución en el proceso de globalización en Colombia, que encuentra en las TIC un instrumento de desarrollo económico, que impacta directamente las diferentes formas de comunicaciones, la forma de hacer comercio, compra y venta, e igualmente facilita el intercambio de información en sectores como la educación, salud etc., optimizando los tramites o agilizando las transacciones electrónicas.

El ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones (Mintic) en su último informe realizado en el 2010, muestra que hubo un crecimiento de 44,14 por ciento de conexión de internet de banda ancha, lo que nos permite observar un incremento de 8,33 por ciento en suscriptores con respecto al tercer trimestre de 2010, como observamos en el grafico 1, se paso de 4.046.997 millones de suscriptores a 4.384.181 en el IV trimestre. *(Véase grafica: Suscriptores a Internet Fijo y Móvil de Banda Ancha y Banda Angosta 2010).*

---

<sup>6</sup> Consultado en: LaudonyLaudon. Administración de los sistemas de información. Organización y Tecnología (p. 6). Tercera Edición. Pearson Prentice Hall. México, D.F. 2005.

**Grafico 2: Suscriptores a Internet Fijo y Móvil de Banda Ancha y Banda Angosta 2010**



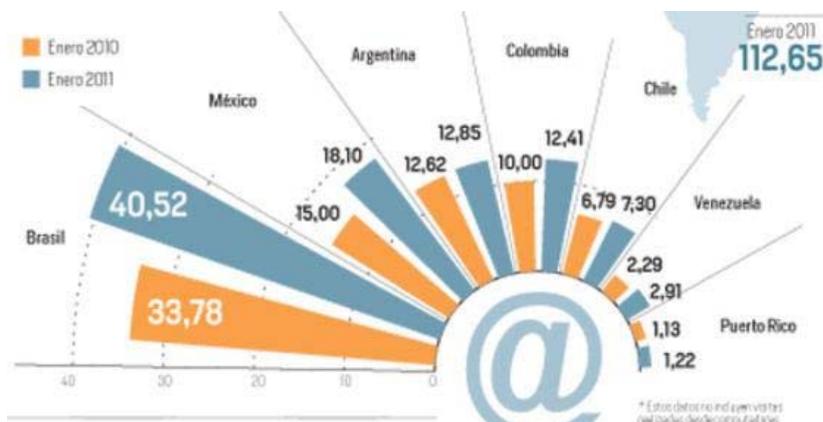
**Fuente:** Datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST.

Un estudio realizado por la firma de investigación de mercados tecnológicos comScore señala que América Latina reportó en enero pasado un crecimiento anual del 15 por ciento en la base de usuarios de Internet, al pasar de 98,1 a 112,6 millones de personas.<sup>7</sup>

El ministerio de las tecnologías de la información y las comunicaciones (Mintic), a través del Plan Nacional de TIC 2008-2019, pretende que todos los colombianos estén conectados e informados, haciendo uso eficiente y productivo de las TIC, para una mayor inclusión social y competitiva, es importante entender que los efectos de dicho Plan van mas allá de la tecnología, ya que debemos reconocer que el avance de las tecnologías de la información y la comunicación han causado una transformación en la estructura productiva y social de Colombia.

<sup>7</sup>Tomado de : Portal: <http://www.semana.com/vida-moderna/como-va-colombia-uso-tic/155094-3.aspx>

**Gráfico 3: Penetración de Internet, clave para el comercio electrónico**



**Fuente:** Periódico el tiempo/Penetración de Internet, clave para el comercio electrónico.

Según la grafica publicada por el periódico el tiempo en su artículo *Penetración de Internet, clave para el comercio electrónico*, los resultados arrojados no solo ubican a Colombia como el cuarto país con mayor número de usuarios, sino que también es el segundo país con mayor crecimiento en cobertura después de Brasil con un porcentaje de crecimiento del 24 %; podemos determinar que las oportunidades de negocios para Colombia en el mercado global, posiblemente va a crecer, recordemos que una de las condiciones que favorece la implementación del *e-commerce* es el aumento en la cobertura de internet lo que posiblemente hará aumentar las transacciones electrónicas.

## **2. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA.**

Las ventas y las transacciones realizadas a través de internet son una realidad en Colombia, las tiendas virtuales y las transferencias electrónicas, hace mucho tiempo están presentes en nuestras redes, en nuestro país en el año de 1995 contábamos con 50.000 usuarios de internet, en el año 2000 eran aproximadamente 1.000.000 de suscriptores, y ya en la actualidad sobrepasamos los 4.384.181 millones de suscriptores, los que nos sugiere que los esfuerzos realizados por los gobiernos

recientes en materia de cobertura de redes no ha sido en vano, por dicharazón Colombia se perfila como uno de los países con mayor crecimiento en el continente americano en la implementación de medios tecnológicos e informáticos lo que le permite competir de manera efectiva y activa en los procesos comerciales internacionales.

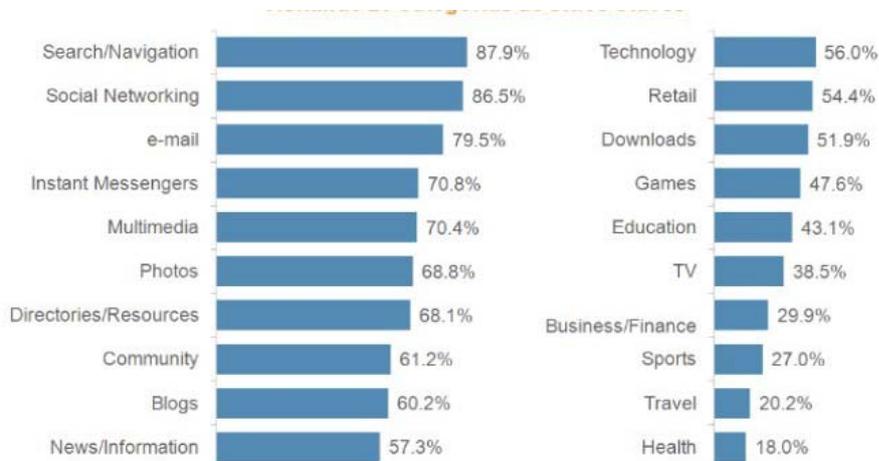
El desarrollo de tecnologías de información y comunicación en Colombia, han representado un desafío para el sistema jurídico nacional, ya que estos deben responder eficazmente a las nuevas exigencias que trae consigo el concepto de globalización, el crecimiento tecnológico en términos de *e-commerce* propiciado el desarrollo de todos los sectores tanto económicos como sociales, lo que hace obligatorio adecuar los regímenes nacionales a los internacionales con el fin de no crear un choque legislativo que impida o entorpezca los procesos comerciales electrónicos.

A pesar de que el crecimiento de la implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en Colombia es una realidad, el informe realizado por la firma consultora *comscore* muestra que los colombianos utilizan mas el internet para entretenimiento y relaciones sociales que para productividad y educación, sin embargo en la investigación 'El estado de Internet en Colombia', realizado por la firma consultora *comScore*, se observó que 11,8 millones de colombianos se conectaron a Internet en septiembre de 2010 (el mes en el que se recogió la información). Esta cifra se incrementó en un 31% frente al mismo período del año pasado, lo que marca el mayor crecimiento en la región, obsérvese en la siguiente grafica<sup>8</sup>:

---

<sup>8</sup> Consultado en: Portal :<http://www.enter.co/internet/comscore-presento-su-radiografia-de-internet-en-colombia>

**Grafico 4: Porcentaje de la Población de Internet Colombiana  
Visitando 20 Categorías de Sitios Claves**



**Fuente:**comScore, "El estado de Internet en Colombia".

Adjuntamente, el balance de las firmas consultoras *Everis* y *Cela-iese Business School*, muestra que Colombia es el líder incuestionable en el número de usuarios de internet por cada 1.000 habitantes, en el que alcanza 483, por encima del promedio de la región que se ubica en 375 y de países como Brasil (420) y Chile (467), así como el porcentaje de crecimiento de dominios de internet registrados, pasando de 1 por cada 1.000 habitantes en el tercer trimestre de 2009, a 50 en el mismo periodo del año anterior.<sup>9</sup>

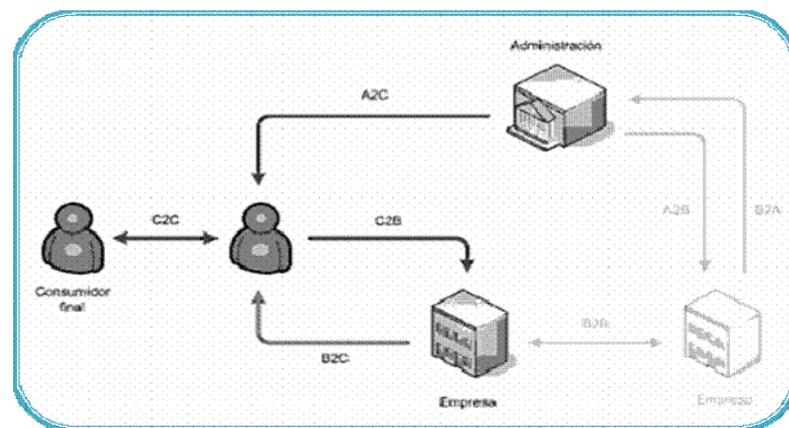
<sup>9</sup> Consultado en:

Portal:[www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en\\_colombia\\_crecio\\_el\\_comercio\\_electronico\\_en\\_2011/en\\_colombia\\_crecio\\_el\\_comercio\\_electronico\\_en\\_2011.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en_colombia_crecio_el_comercio_electronico_en_2011/en_colombia_crecio_el_comercio_electronico_en_2011.asp)

## 2.1. ALCANCES DE ACTIVIDADES O MODALIDADES DE COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA

El concepto de comercio electrónico comprende cuatro tipos de modalidades que relacionan a las empresas con los consumidores, que son: Negocio a Negocio (NAN), Consumidor a Consumidor (CAC), Consumidor a Negocio (CAN)<sup>10</sup>.

**Grafico 5: Cuatro Categorías del Comercio Electrónico**



**Fuente:** La Nueva Era del Comercio: El Comercio Electrónico. Las TIC al servicio de la Gestión Empresarial, 2005.

**Negocio a negocio o B2B** Negocio a negocio o **B2B**: Son los negocios de Comercio realizados entre Empresas. Contratos. Algunas de las ventajas que aporta el B2B para los compradores son:

- ✓ Posibilidad de recibir mayor número de ofertas.
- ✓ Despersionalización de la compra con lo que se evitan posibles tratos de favor.

<sup>10</sup> Consultado en: Rayport. J, y Jaworsky. B. (2003). *E- Commerce*. (p. 6). México: Mac Graw Hill

- ✓ Abaratamiento del proceso: menos visitas comerciales, proceso de negociación más rápido, etc. Por tanto, los compradores pueden pedir una reducción de precios en virtud del menor coste de gestión.

**Negocio a consumidor o B2C:** comercio electrónico que realizan las empresas con los particulares. Potencialmente, tiene un gran recorrido a largo plazo y en la actualidad se va asentando en sectores como la distribución alimentaria. Así, las grandes cadenas de supermercados e hipermercados ya disponen en sus portales de aplicaciones de venta a través de internet.

**Consumidor a consumidor o C2C:** este modelo se refiere al intercambio entre individuos entre sí ya sea con ayuda o no de una tercera parte o entidad involucrada que brinde la infraestructura, las políticas de intercambio y facilitar tareas afines a esta actividad, dentro de esta modalidad están por ejemplo: MSN.com, mercadolibre.com, alibaba.com, Facebook.com etc.

**Consumidor a negocio o C2B:** Los consumidores pueden unirse para formar grupos de compradores y presentarse como tal a los negocios en una relación de consumidor a negocio.

Según datos suministrados por el Sistema de pagos en línea *PagosOnline*, los consumidores Colombianos confían más en empresas virtuales del exterior, debido a que tienen un portafolio mucho más variada, de acuerdo con este estudio 9 de cada 10 transacciones que se realizan vía web son con sitios del exterior: Amazon.com, Alibaba.com, principalmente sitios con direcciones IP ubicadas en Estados Unidos.<sup>11</sup>

Decisiones tomadas por algunas empresas Colombianas como Éxito y Falabella, nos llevan a pensar que seguramente las perspectivas de compras van a cambiar, dichas

---

<sup>11</sup>Consultado en: Portal: <http://www.enter.co/internet/este-es-el-panorama-del-comercio-electronico-en-colombia>

organizaciones lanzaron al mercado sus plataformas de pagos en línea, ampliando las opciones a nivel local e impulsando el crecimiento de la economía electrónica.

La meta en este sentido es incrementar de manera muy amplia el Mercado B2C, de Consumidor a Negocio, esta modalidad género alrededor de 435 millones dólares de según un estudio de América Economía Intelligence y Visa, se espera que durante los años próximos la tendencia sea a el aumento y supere las expectativas de crecimiento e ingresos del 2008 y 2009, se pretende que del año 2010 en adelante el comercio electrónico en Colombia deje ganancias iguales o superiores a los 600 millones de dólares.

**Tabla 2: E-Consumo Total Latinoamérica**

Países/bloques seleccionados  
B2C en millones de US\$  
Fuente: AméricaEconomía Intelligence

	2005	2006	2007	2008	2009
BRASIL	2.269,9	3.540,5	4.898,7	8.572,6	13.230,4
MÉXICO	567,1	867,6	1.377,0	2.010,0	2.624,9
CHILE	242,8	471,8	687,5	919,5	1.027,9
VENEZUELA	253,4	489,6	821,5	787,8	906,1
ARGENTINA	240,9	378,1	561,5	732,8	875,0
EL CARIBE	387,0	565,0	660,0	754,9	868,1
CENTROAMÉRICA	189,2	359,9	499,0	563,9	637,2
PUERTO RICO	344,0	384,3	445,0	489,8	587,8
COLOMBIA	150,3	175,0	201,3	301,9	435,0
PERÚ	109,1	145,5	218,2	250,9	276,0
OTROS	131,3	164,8	203,0	260,9	306,5
A. LAT. + CARIBE	4.885,0	7.542,1	10.572,5	15.645,0	21.774,9

Fuente: AmericaEconomíaIntelligence.

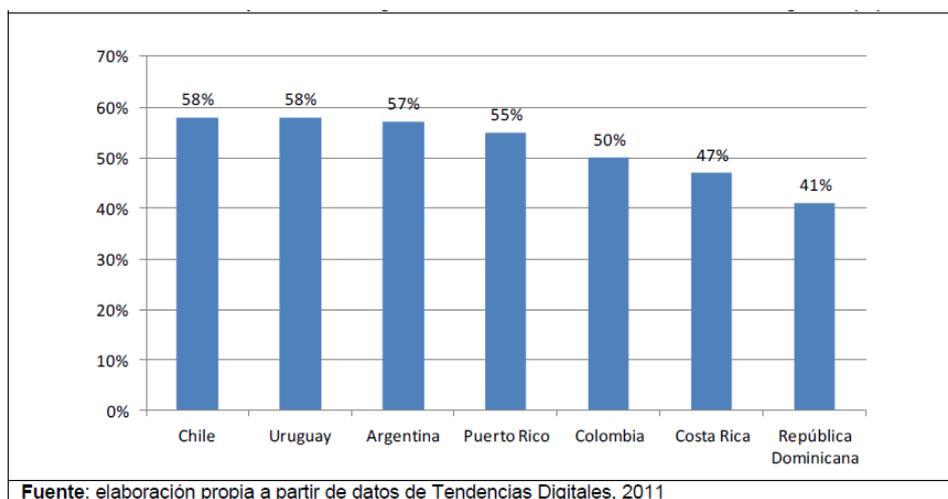
Los países seleccionados en dicha investigación, muestran un crecimiento de año a año, lo que significa que el implemento del internet como herramientas para realizar *e-commerce* va en aumento, aunque en Colombia el aumento de las redes y sistemas de pagos online ha aumentado en los últimos años, aun existe una brecha muy distante con países suramericanos como: Brasil, Chile, Venezuela, que han aumento

su cobertura y diversificado sus portafolios a los consumidores no solo locales sino extranjeros.

## 2.2. COBERTURA DE SERVICIOS Y TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

De acuerdo con el informe realizado por la firma Tendencias Digitales, se ha incrementado la cobertura de servicio de internet, solo Latinoamérica sumo 218.935.287 usuarios de internet, esto se refleja en una penetración del 37% con un aumento del 9 % con respecto al año 2010 cuando se registraron 200 millones de usuarios.<sup>12</sup>

**Grafico 6: Los Líderes en la penetración regional de internet de acuerdo Tendencias digitales (%)**



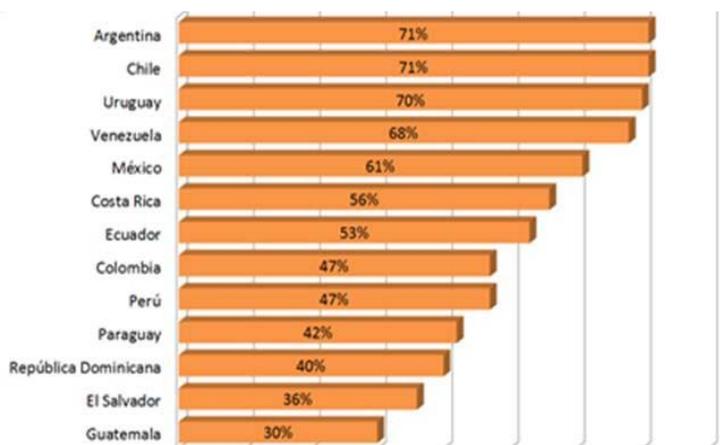
Chile con 58%, Uruguay (58%) y Argentina (57%) son los países con mayor penetración del servicio en la región, seguidos de Puerto Rico (55%), Colombia (50%), Costa Rica (47%)y República Dominicana (41%), todo la región latinoamericana representa el 8% de los habitantes del planeta y el 10 % de usuarios de internet a nivel mundial, Por otro parte, en el año 2011 se observo un incremento

<sup>12</sup>Consultado en: Portal: [http://www.n-economia.com/informes\\_neconomia/pdf/panorama\\_tic\\_latam/Panorama\\_TIC\\_LATAM\\_mar12.pdf](http://www.n-economia.com/informes_neconomia/pdf/panorama_tic_latam/Panorama_TIC_LATAM_mar12.pdf)

de las transacciones virtuales, E-Commerce, Banca electrónica, Gobierno en línea y reservas de turismo.

Según información publicada por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico el día 15 de marzo de 2012, una encuesta realizada en Latinoamérica por la firma Tendencias Digitales, afirma que aproximadamente el 60 % de los usuarios de internet realizan transacciones a través de la web, específicamente se reporta que el 59 % registraron compras por internet durante el último año, dicha encuesta no tuvo en cuenta los internautas de Brasil, ya que se considera el mercado de E-commerce más grande de toda América Latina, la siguiente gráfica mide las costumbres de los internautas en mercados grandes como: Argentina, México, Colombia y Chile.<sup>13</sup>

**Gráfico 7: Porcentaje de Internautas que realizaron transacciones por internet**



**Fuente:** Tendencias globales, Porcentaje de internautas que realizaron transacciones por internet.

La encuesta también revela que el mercado de *e-commerce* en Argentina aumentó alrededor del 50 %, mientras que la CCCE proyectó un crecimiento de 100 % del *e-commerce* para Colombia en el año 2012, según las cifras de la gráfica con un 71 %

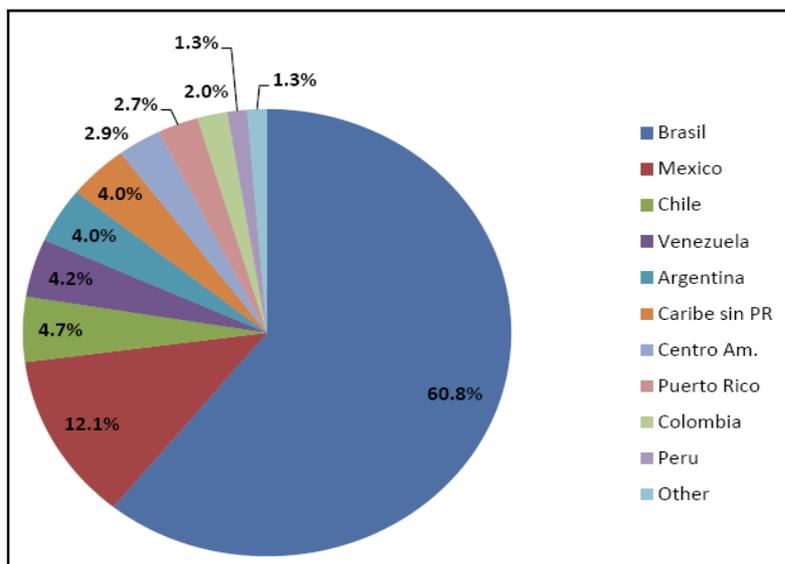
<sup>13</sup><http://www.cce.org.co/index.php/noticias/147-casi-el-60-por-ciento-de-los-internautas-latinoamericanos-compran-por-internet>

Argentina y Chile le llevan ventaja a los demás países en el sistema de pagos en línea.

Según un artículo publicado en la Web oficial de la CCCE, Colombia se encuentra rezagada en cultura de transacciones online, si bien se han realizado mejoras en las plataformas para que las personas puedan hacer sus pagos virtuales, aun existe una brecha con Países como Chile, México y Brasil; En el estudio Government E-paymentsAdoptionRanking 2011 (Gear-2011), que analizó el desempeño de 62 países del mundo en mejoras para realizar pagos tributarios en línea, Colombia ocupó la posición 41 de la clasificación.

Las tendencias de las TIC y *e-commerce* que apreciamos no solo en Colombia sino también en la Economía Internacional, van a incrementarse con el pasar de los años, cada día aumenta mas la cobertura en servicios de telefonía móvil, internet banda ancha, nuevos portales de pagos online etc., y todos estos en su conjunto fortalecen el desarrollo de la economía en general.

**Grafico 8: El comercio electrónico por país de la región.**



Fuente: AméricaEconomíaIntelligence

Según AméricaEconomíaIntelligence, el liderazgo en e-commerce no se debe tanto al tamaño de los países si no al desarrollo en cuanto a infraestructura (crecimiento económico); adopción de tecnología (la mayor disponibilidad de banda ancha); entregas de bienes y servicios; patrones de compras; la cultura, la banca y la penetración de tarjetas de crédito.

### 3. CONCLUSIONES

Podemos concluir tras lo expuesto a nivel general y tras el análisis cuantitativo y cualitativo realizado acerca del el comercio electrónico a nivel internacional y en Colombia que:

- ✓ El comercio electrónico y el Internet, se ha convertido en herramientas de expansión económica ya que facilitan la interacción entre la oferta y la demanda, y en una forma más específica, empresa-consumidor y viceversa. Tanto de las economías internacionales como las nacionales se espera un aumento en la tendencia de uso del internet para realizar transacciones, lo que traerá consigo un aumento en la competitividad de los diversos sectores económicos.
  
- ✓ Aunque los últimos gobiernos en Colombia se han esforzado por ampliar la cobertura de internet, todavía existe una brecha en la cultura de transacciones *online*, una gran porcentaje de los consumidores Colombianos, no se siente seguro a la hora de comprar artículos por la web, como se menciona en este documento la empresa virtual PagosOnline, aseguro en su estudio que los consumidores nacionales sienten mas confianza con empresas del extranjero y principalmente con las de Estados Unidos.
  
- ✓ Los indicadores arrojados en la Investigación de la firmas *Everis y Cella-iese Business School*, ubica a Colombia como líder indiscutible en el número de usuarios de internet, de cada 1.000 Colombianos, 483 tiene internet en sus hogares, este dato esta por encima del promedio de la región que ubica a Brasil con 420 habitantes en el segundo lugar, también cabe destacar que el liderazgo no se debe tanto al tamaño geográfico y poblacional de los países, sino que se debe a las inversiones que se realizan en infraestructura y que alcanzan a cubrir una gran porción de la población total.

- ✓ El *e-commerce* ideal para aquellas economías en las cuales se pretende mantener niveles de costos mínimos, como por ejemplo distribución y almacenamiento; según la OMC, el comercio electrónico esta siendo utilizado mayoritariamente en la modalidad de comercio electrónico de empresa a empresa, por que facilita y agiliza el flujo de datos y transacciones internas.
- ✓ El entorno de la competencia en la economía global cada vez es mayor y más fuerte, aquellos países que adopten adecuadamente las TIC, se harán mas competentes, un gran numero de empresas extranjeras y locales están incursionando en la creación de plataformas que les permitan hacer transacciones en línea con el objetivo de ganar posicionamiento y competitividad económica, aquellas empresas que no hagan uso de las TIC, en un futuro serán vitas como obsoletas.
- ✓ Colombia cuenta con un gran potencial en cuanto a comercio electrónico, debido a que las formas de pago se están masificando, de igual forma el crecimiento en acceso a red que esta experimentando nuestro país ha permitido reducir cada vez más los costos, permitiendo que los portafolios del mercado se diversifiquen.
- ✓ Faltan políticas claras y reglamentaciones más estrictas en términos de E-commerce, que permitan a los consumidores y usuarios sentirse más seguros a la hora de realizar transacciones, la implementación de dichas medidas reducirán las tramitologías y los gastos innecesarios en los que los consumidores tienden a caer.
- ✓ El impulso innovador de las TIC, ha traído como consecuencia que los sistemas legislativos tanto nacionales como internacionales se actualicen con el fin de dar respuesta a las nuevas exigencias planteadas por la globalización, en el caso específico del E-commerce se deben realizar ajustes a los regímenes para que estén acordes con los cambios socio-económicos que se presentan en la actualidad.

#### 4. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ CÁMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO. (2012). Casi el 60 por ciento de los internautas latinoamericanos compran por internet. Disponible en URL: <http://www.cce.org.co/index.php/noticias/147-casi-el-60-por-ciento-de-los-internautas-latinoamericanos-compran-por-internet>.
- ❖ CÁRDENAS J. Manuel (2009). ¿Cuál es la situación del comercio electrónico en Colombia? Análisis y recomendaciones para mejorar la competitividad empresarial. (p.5). Editorial Universidad Sergio Arboleda.
- ❖ DURAN. Martin (2012). Panorama TIC en Latinoamérica. Centro de predicción económica. (Versión electrónica) disponible en URL: [http://www.n-economia.com/informes\\_neconomia/pdf/panorama\\_tic\\_latam/Panorama\\_TIC\\_LATAM\\_mar12.pdf](http://www.n-economia.com/informes_neconomia/pdf/panorama_tic_latam/Panorama_TIC_LATAM_mar12.pdf).
- ❖ EL COLOMBIANO. (2011). En Colombia creció el comercio electrónico en el 2011. (Versión Electrónica) disponible en URL: [http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en\\_colombia\\_crecio\\_el\\_comercio\\_electronico\\_en\\_2011/en\\_colombia\\_crecio\\_el\\_comercio\\_electronico\\_en\\_2011.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/E/en_colombia_crecio_el_comercio_electronico_en_2011/en_colombia_crecio_el_comercio_electronico_en_2011.asp).
- ❖ EVERIS CONSULTORÍAS.(2009).Comercio Electrónico: Evolución y situación actual, en Latinoamérica y el mundo. (Versión Electrónica) disponible en URL: <http://www.skyscraperlife.com/latin-bar/36373-comercio-electronico-evolucion-y-situacion-actual-en-latinoamerica-y-el-mundo.html>.
- ❖ LAUDON y LAUDON. Administración de los sistemas de información. Organización y Tecnología. Tercera Edición. Pearson Prentice Hall. México, D.F. 2005.
- ❖ OMC. (1999). “Estudio especial de la OMC sobre el comercio electrónico”. Disponible en URL: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/ecom\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm). Organización Mundial Del Turismo. Ginebra.
- ❖ RAYPORT. J, y JAWORSKY. B. (2003). *E- Commerce*. (p. 6). México: Mac Graw Hill.

- ❖ REVISTA SEMANA. (Marzo 15 de 2012) ¿Cómo va Colombia en el uso de las TIC? (Versión Electrónica) disponible en URL: <http://www.semana.com/vida-moderna/como-va-colombia-uso-tic/155094-3.aspx>.
- ❖ RINCON C, Erick. Manual de derecho de comercio electrónico y de Internet. Colección Lecciones de Jurisprudencia. Centro Editorial Universidad del Rosario. Bogotá D.C. 2006.