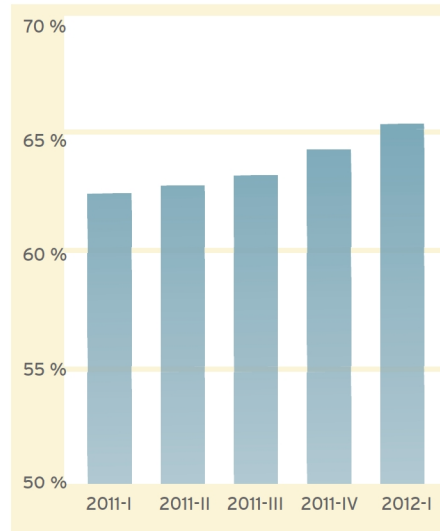


- No compartir la clave de la cuenta de ahorro y/o corriente; esta es única e intransferible.
- Realizar compra desde computadores confiables, desde la casa u oficina.
- Cambiar la clave de la cuenta de ahorros y/o corriente periódicamente.
- No utilizar la misma clave de seguridad.
- No hacer caso a correos electrónicos enviados a nombre de la entidad financiera solicitando información confidencial.

¿Cuáles son las dificultades legales, si las hay, para incentivar el comercio y los pagos electrónicos en el país?

El gobierno colombiano tiene claridad de la importancia que está tomando el comercio electrónico en otros países. Por ello está incentivando los medios electrónicos de pagos a través de programas como Go-



Las cifras de bancarización muestran el potencial de mercado en el país para utilizar servicios como el botón de pago PSE. Desde ACH Colombia, se trabaja en generar estrategias y alianzas con las entidades financieras para promover su uso entre empresas y usuarios finales.

bierno en Línea, con el fin de descongestionar sus oficinas, facilitarles la vida a los ciudadanos y modernizarse utilizando las herramientas tecnológicas.

En el tema puntual de comercio electrónico, en el 2011 se expidió la Ley 1480, o estatuto de protección al consumidor, el cual busca defenderlo frente fraudes, abusos o situaciones indeseables. Con ello se le proporciona mayor tranquilidad para comprar en línea. ■



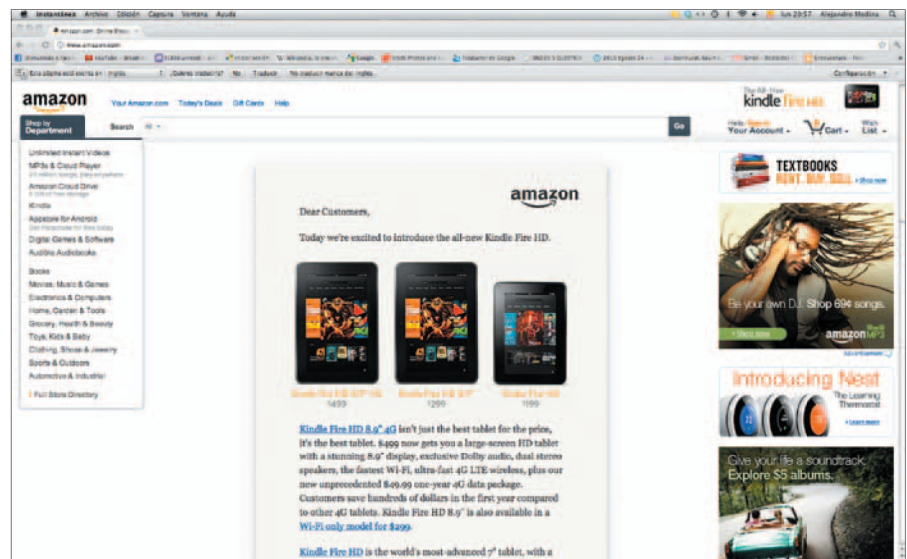
Juan Carlos Flechas

Masificar el acceso, una prioridad

Alberto Pardo, presidente de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, participó en el Foro sobre mercadeo electrónico en Colombia, el primero que hizo el DISC sobre el tema, el 18 de noviembre del 2011. En esta entrevista habla sobre los pagos digitales en la región y en Colombia.

¿Cómo ha sido el crecimiento del comercio electrónico en los últimos cinco años en el mundo, en Latinoamérica y en Colombia?

Impresionante. América Latina, sin duda alguna, es el continente de mayor crecimiento porcentual de e-commerce del mundo en los últimos cinco años. ¿Por qué? Primero, porque estaba casi dormido, y como la base era muy pequeña, el aumento se nota de inmediato. Segundo, porque todas sus economías atraviesan un magnífico momento y lógicamente esto ayuda al comercio electrónico. Tercero, porque los empresarios



La mayoría de las compras de los colombianos por internet se hacen en portales extranjeros, como Amazon.

El portal de Avianca registra 10.000 transacciones diarias y en él pueden comprar clientes de todo el continente. En España ofrecerán el servicio en el 2013.

ya se dieron cuenta de que vender por internet es ventajoso y tiene sentido hacer proyectos serios para ello. Brasil, sin ninguna duda, es el país más grande, seguido por Argentina, luego Venezuela y México. Colombia ha despegado en los últimos dos años, pero aún estamos bastante lejos de ser potencia. Creo que vamos por un muy buen camino y en los próximos dos años recuperaremos lo perdido.

¿Cómo está Colombia en comercio electrónico respecto de otros países de la región?

En el 2000, éramos la tercera economía digital de LATAM, hoy somos la sexta. Esto significa que en e-commerce hay países más pequeños y con menor población de internet que lo hacen mejor. En el 2011, Colombia vendió por internet aproximadamente 1.200 millones de dólares y esperamos que este año la cifra supere los 1.600 millones.

Internet en el mundo

88 millones de dominios .COM al final del 2010

13,2 millones de dominios .NET al final del 2010

8,6 millones de dominios .ORG al final del 2010

79,2 millones de dominios por país

Fuente: Alberto Pardo, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico



“Ampliar la oferta de productos nacionales es uno de los retos inmediatos de Colombia”.

¿Cuánto han influido y cuánto van a influir las tecnologías móviles (celulares y tabletas) en la masificación del comercio electrónico en el mundo y específicamente en Colombia?

Mucho, pero aún nos falta. La mayoría de empresas todavía no venden por internet normal (web) y mucho menos lo van a hacer en el corto plazo vía mobile. Para que tengan una cifra, solo el 2 % del total del e-commerce en Estados Unidos es mobile commerce. Sin embargo esta cifra será 10 % en 2 años.

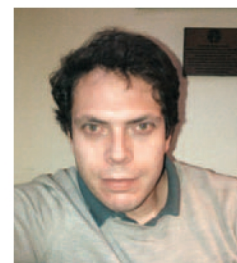
¿Cuáles son los retos de Colombia para masificar el comercio electrónico?

Tenemos varios. El primero es la masificación de la tecnología, es decir banda ancha y dispositivos de conexión para comprar. El más importante en mi criterio es

la falta de artículos a la venta; muy pocas empresas venden en internet. En cuanto más compañías ofrezcan productos, las transacciones irán creciendo y sin duda alguna esto pasará muy pronto. Hay muchas categorías aún sin explorar como el sector de la ropa, o el financiero que apenas ahora se está acomodando.

¿Cuáles son las acciones específicas más relevantes de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico para masificarlo en el país?

Nuestra función es ayudar al crecimiento de la industria. Para ello desarrollamos programas concretos como: educación en comercio electrónico en convenio con varias universidades; foros mensuales gratuitos para nuestros afiliados; legislación, participando activamente en las diferentes iniciativas gubernamentales sobre regulación, y promoción de iniciativas como la del Sello de Confianza. ■



Alberto Pardo, presidente de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico.