

Crecimiento del comercio Electrónico en Colombia en los años 2002 A 2009

Master's Project BUS5400

Por

Eduardo Corredor Torres

Edna Viviana Toro Narváez

Master Of Business Administration

UNAD Florida

Enero de 2009

**CONTENIDO**

	<b>Pág.</b>
<b>Introducción</b>	
<b>1. Capítulo 1. Problema de Investigación</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Problema de Investigación</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Definición de Términos</b>	<b>6</b>
<b>2. Capítulo 2. Revisión de Literatura</b>	<b>8</b>
<b>3. Capítulo 3. Metodología</b>	<b>14</b>
<b>3.1. Tipo de Estudio</b>	<b>14</b>
<b>3.2. Variables</b>	<b>14</b>
<b>3.3 Participantes</b>	<b>15</b>
<b>3.4. Instrumentos</b>	<b>15</b>
<b>3.5. Método de Análisis de Datos</b>	<b>15</b>
<b>4. Capítulo 4. Resultados del Análisis de Datos</b>	<b>16</b>
<b>5. Capítulo 5. Discusión, Conclusiones y Recomendaciones</b>	<b>27</b>
<b>Referencias</b>	<b>33</b>

## Figures

Figura 1. Comercio electronico para el medio ambiente	19
Figura 2. Penetración de usuarios en internet por cada 100 habitantes en la region de 2008.	20
Figura 3. Distribución de los gastos en el comercio electrónico como una media de edad	21

## **Introducción**

El presente trabajo está inmerso dentro de la línea de investigación del e-commerce, la cual está dentro de las líneas de investigación sugeridas por la UNAD Florida, en este orden de ideas, se pretende investigar como el e-commerce ha sido una oportunidad para incrementar la productividad y la competitividad de diversos sectores de la Economía y el bienestar de la población, demostrar como Colombia ha dado un lugar muy importante y prioritario al comercio Electrónico mostrándose como motor de crecimiento en los diversos tratados de libre comercio, teniendo en cuenta que actualmente Colombia tiene vigencia el tratado de libre comercio con Chile, Triangulo Norte y México, en proceso de ratificación el TLC con USA, Canadá y EFTA y negociaciones del TLC con la Unión Europea (Documento CONPES Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia).

Estudios del Banco Mundial sobre el desarrollo económico informan que la diferencia de los países desarrollados de los no desarrollados no es solamente el capital también son los conocimientos. Las Tics y las comunicaciones son fundamentales para hacer un uso eficiente de la información, permitiendo que su uso masivo desarrolle un entorno económico atractivo, facilitando la participación de la sociedad colombiana en la e-economía constituyendo un factor importante en el crecimiento económico. Colombia ha facilitado todas las vías posibles para impulsar la actividad económica nacional, a través del e-commerce.

Actualmente existe un gran número de empresas colombianas con páginas en internet, la gran mayoría de ellas manejan sus ventas utilizando el e-commerce, aunque se presentan barreras, las cuales se presentan en el desarrollo de esta investigación.

## Capítulo 1

### 1.1 Problema de Investigación

El tema propuesto se enmarca dentro del área de investigación de Business Administration y dentro de la línea de investigación de e-commerce, debido a que se toma como referente un periodo de tiempo comprendido entre los años 2002 a 2009, tiempo dentro del cual según consultas preliminares se tiene que el desarrollo y crecimiento de esta opción de comercio ha alcanzado unos avances significativos a tal punto que si bien es cierto no ha sustituido notoriamente el comercio tradicional, si ha permitido que el avance y crecimiento del comercio se realice a través de este medio y en mayor medida para comercializar productos y/o servicios que van surgiendo en el mercado.

En sí, el e-commerce ha alcanzado y esta logrando unos niveles muy importantes y en consecuencia se ha considerado de importancia académica, estadística y para efectos comerciales llegar a determinar con precisión cuales son esos elementos y niveles en términos económicos que el e-commerce a alcanzado en el periodo que se investiga, ello servirá como referente para otros estudios y en un momento determinado como elemento básico para identificar tendencias.

Como integrantes de la comunidad académica de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia -UNAD- nos corresponde liderar y desarrollar investigaciones sobre temas de impacto y que correspondan a hechos que estén ocurriendo y más aun que deban ocurrir como opción al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades a las cuales nos debemos.

El e-commerce se realiza utilizando los medios y herramientas dadas por la TICs, campos en los cuales como institución somos líderes en su utilización para efectos del proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal forma que una investigación en este campo, además de demostrar un desarrollo significativo, evidencia de que manera el e-commerce se ha convertido en un medio para comercializar bienes y/o servicios con grandes bondades como lo son la oportunidad, variedad, bajos costos y confiabilidad.

Con esta investigación de igual manera, se permitirá hacer una ordenación, compilación y presentación de información que facilite los procesos de consulta académica y de fuente de información para otros estudios por parte de instituciones y personas que en general requieran de este tipo de informaciones.

Resulta factible y necesario realizar esta investigación por cuanto se dan elementos básicos como el de ser realizada por académicos con formación, habilidades y experiencia en áreas administrativas, de comercio y de manejo de las TICs y por que contaremos con el respaldo institucional de la UNAD. Como lo es con la asesoría y orientación de tutores expertos en investigación, en comercio y negocios internacionales, en uso y utilidad de las tecnologías, entre otras.

Las fuentes de consulta previstas corresponde en gran medida a instituciones de carácter público quienes siguiendo unos procedimientos nos suministrarán información que requiramos; de igual manera consultaremos información que posean entidades académicas, gremiales que posean información o que en el mejor de los casos realicen transacciones comerciales mediante el e-commerce.

Otro elemento básico es que el tema es relativamente novedoso y por consiguiente de interés académico y de interés comercial.

Colombia viene superando barreras en infraestructura de conectividad, sin embargo se requiere mejorar la subutilización que se viene dando a las Tic's y reconocer la importancia de articular sus agentes, especialmente los servicios de logística, a pesar de existir diversas iniciativas normativas y de políticas entorno al E-Commerce, su desarrollo es bajo si se tiene en cuenta la participación del gasto en comercio electrónico como % del PIB que países como Chile presentan 0,43% , Brasil 0,38%, Venezuela 0,36%, Argentina 0,30%, Perú 0,21, Mexico 0,16, Colombia 0,12% y Ecuador 0,02% <sup>1</sup>, lo cual representa un costo de oportunidad basado en el aprovechamiento de las TIC en términos de crecimiento económico y competitividad.

## 1.2 Definición de términos

**E-Commerce:** El término "comercio electrónico" se refiere a la venta de productos y servicios por Internet. Actualmente, este segmento presenta el crecimiento más acelerado de la economía. Gracias al costo mínimo que implica, hasta la empresa más pequeña puede llegar a clientes de todo el mundo con sus productos y mensajes. En la actualidad, más de 250 millones de personas en todo el mundo utilizan Internet.<http://www.myownbusiness.org/espanol/s9/index.html>

**Tecnologías de Información y Comunicación (Tic's):** Las TIC son definidas por la Ley 1341 de 2009 como el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, video e imágenes, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento,

---

<sup>1</sup> Fuente: America Economía Intelligence,2008.

almacenamiento, transmisión de información como: voz, dato, texto (Documento CONPES Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia).

**Servicios de Logística:** Estos servicios están enfocados a la planificación de ordenes, pedidos de materias primas, gestión del espacio de almacenamiento e inventario), como al exterior como son los relacionados con la gestión y distribución de productos) de las empresas (Documento CONPES Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia).

**Seguridad Informática:** La seguridad informática es una disciplina que se relaciona a diversas técnicas, aplicaciones y dispositivos encargados de asegurar la integridad y privacidad de la información de un sistema informático y sus usuarios .Técnicamente es imposible lograr un sistema informático ciento por ciento seguro, pero buenas medidas de seguridad evitan daños y problemas que pueden ocasionar intrusos. ( [www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar))

**Propiedad Intelectual:** Esta corresponde a los derechos reconocidos por la Ley, que resultan de la actividad intelectual en campos artísticos, literarios, científicos e industriales dentro de lo cual se encuentra derecho de autor (obras literarias, artísticas y científicas), los derechos conexos (interpretaciones, ejecución, fonogramas y emisiones de los organismos de radiodifusión) y propiedad industrial (patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales e indicaciones geográficas) (Documento CONPES Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia).



## Capítulo 2

### Revisión de la Literatura

La actividad comercial, se desarrolla y realiza dentro de unos marcos legales que en cumplimiento de sus funciones legales corresponde elaborar y hacer cumplir al estado a través de sus gobernantes mediante la expedición de actos administrativos, los cuales adquieren el carácter de obligatorios para las personas naturales o jurídicas que estemos dentro del ámbito de aplicación de dicha normatividad.

De acuerdo a consultas bibliográficas, se estableció que para el gobierno colombiano la actividad comercial mediante la utilización de las Tics adquirió interés significativo a partir del año 1999, lo cual se evidencia en que precisamente en el periodo en referencia se expide la Ley 527 de 18 de agosto de 1999. por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Respecto al e-commerce y dentro del ámbito de la ley 527/99 (Marín & Salazar, 2005) afirman El comercio electrónico por tanto se refiere a todas las transacciones comerciales realizadas o basadas en sistemas electrónicos de procesamiento y transmisión de información, especialmente EDI (literal e Art. 2 ley 527/99 se refiere al intercambio electrónico de datos), e Internet. El comercio electrónico es un área que actualmente esta experimentando gran crecimiento y significancia jurídica. Esta revolucionando y cambiando los hábitos comerciales en forma de realizar negocios y ha sido considerado como un electo esencial para el crecimiento económico mundial. La Economía bajo el contexto de la sociedad de la información esta basada en un potencial del crecimiento de la productividad sin

precedentes como resultado de la extensión de los usos del Internet a toda clase de empresas y en operaciones de toda índole, así, por ejemplo, expertos y entidades como la organización mundial del comercio OMC, creen que el crecimiento mundial del comercio electrónico ascenderá a US\$700 en el 2008. La ley 527 de comercio electrónico no solo regula algunos aspectos sobre el mismo, sino que contiene los postulados fundamentales que sirven de eje o soporte jurídico para la realización de toda actividad por medios electrónicos, ya sea de los particulares, el estado, los jueces, y demás actores intervinientes en la sociedad. La ley 527 de 1999 establece los procedimientos y principios básicos que dotan al empleo de los avances tecnológicos de información de la certeza jurídica requerida en cualquier actividad.

Este reconocimiento jurídico de los mensajes de datos, es, tal vez, el principal logro de la ley. Así las cosas, desde el punto de vista jurídico un mensaje de datos debe ser tratado que un mensaje escrito en papel, por lo tanto, cuando cualquier norma requiera que la información conste por escrito ese requisito quedara satisfecho con un mensaje de datos siempre y cuando la información que este contiene sea accesible para su posterior consulta. (Art. 8).

En síntesis, Colombia cuenta ya con un marco jurídico que permitiría afrontar las nuevas prácticas para superar las costumbres de lápiz y papel que han imperado por varios siglos en el país, con consecuencias jurídicas diversas y una dimensión impensable hace unos años.

Con base en lo anterior y de acuerdo a experiencia laboral, la entrada en funcionamiento de la firma digital fue un hecho materializado, caso específico el referido a la presentación y firma de declaraciones tributarias para la DIAN, entidad que puso en funcionamiento el denominado programa MUISCA aplicativo que además de lo anterior, pretendió y así lo ha logrado hacer

una adecuada y eficiente administración y control de contribuyentes y de tributos. En cuanto a comercio electrónico que ocurrió en los siguientes 5 años de expedida la ley de comercio electrónico como le llamo el legislador. Al respecto (Pérez, 2005) hace un análisis de cómo ha sido el desarrollo de la ley en referencia y al respecto afirma. “Ley de Comercio Electrónico, cinco años y no se aplica”. El pasado 18 de agosto de 2004 entró en vigencia la Ley 527 de 1999 o Ley de Comercio Electrónico, pero reposa silenciosa en los Códigos y no se pone en práctica. Esta ley compendia una normatividad proactiva para asegurar y proteger jurídicamente la información digital. Su aplicación no depende de una entidad rectora o de supervisión, sino del uso que hagan de ella los usuarios de la información electrónica. Ente sentido es tan importante preguntarnos por qué no tiene mayor aplicación en Colombia, la Ley 527 de 1999, en las empresas y en el Estado.

De otro lado, son escasas por no decir que inexistentes, las sentencias o providencias referidas a la validez o alcance probatorio de la información electrónica o de los mensajes de datos en casos particulares y que desarrollen los principios y reglas de la Ley 527. En el Estado, no tiene mayor aplicación la Ley 527, entre otras, porque no se ha adoptado un reglamento que establezca las reglas de validez de los mensajes de datos y las firmas electrónicas que se utilizan al interior de la administración pública. Porque en diferentes niveles del Estado, se siguen adelantando discusiones de nunca acabar sobre el modelo de certificación digital más conveniente para el sector público. Porque el Decreto 1747 de 2000, que reglamentó la Ley 527, estableció restricciones legales para el uso de certificados electrónicos en ambientes cerrados. Este decreto está en mora de ser revisado y ajustado a las realidades del mundo tecnológico y a la dinámica de los negocios electrónicos.

Porque nuestros jueces y servidores públicos después de cinco años de vigencia de la ley y a casi diez del comienzo de la masificación de Internet, siguen sitiados por la cultura del papel y de las firmas manuscritas.

En auto 2475 de noviembre de 2003, de la Superintendencia de Industria y Comercio, esta entidad expresó que: "es importante anotar que los correos electrónicos anexados a la demanda no pueden ser tenidos como prueba en este estado del proceso, porque se trata de documentos privados, no auténticos, pues no existe certeza acerca de quién los elaboró, toda vez que no están manuscritos ni firmados". La Superintendencia cuando emitió este auto realizó una interpretación restrictiva del artículo 7 de la Ley 527 de 1999, que no define la firma electrónica en los términos y con las características de una firma manuscrita. En conclusión, el argumento tan reiterado en foros gremiales y académicos en el sentido de que Colombia fue uno de los primeros países del mundo en adoptar una Ley de Comercio Electrónico, se quedó en argumento y no se materializó en certeza y seguridad jurídica.

El pasado 9 de noviembre, el Consejo Nacional de Política Económica y Social, Conpes, la máxima autoridad de planeación en Colombia y que se desempeña como organismo asesor del Gobierno colombiano en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social, plasmó los "Lineamientos de Política para el Desarrollo e Impulso del Comercio Electrónico en Colombia" en el documento CONPES 3620.

Un plan de acción necesario para generar en todos los sectores el interés debido para que finalmente despegue el comercio electrónico en Colombia, y que tiene como objetivo principal

“crear el ambiente y las condiciones propicias para promover el desarrollo de comercio electrónico como un elemento generador de competitividad empresarial, crecimiento económico y bienestar general”. Teniendo en cuenta que aún cuando en Colombia la Ley 527 de 1999 – mal llamada ley de comercio electrónico- define el comercio electrónico como toda relación de índole comercial, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos o cualquier medio similar, este tipo de comercio se ha visto rezagado en comparación con otros países latinoamericanos.

El CONPES inicia su estudio resaltando la importancia del comercio electrónico en la competitividad, y resalta la necesidad de generar confianza en los usuarios por medio de desarrollos en seguridad, propiedad intelectual y régimen de impuestos. En su diagnóstico del entorno actual, señala que de acuerdo con el DANE, en el 2008 en Colombia sólo el 10,9% de los usuarios de Internet utilizaron Internet para realizar banca electrónica, el 5,9% para comprar bienes y servicios y el 3,2% para transacciones con el Gobierno; por su parte, de acuerdo al estudio “Informe sobre comercio electrónico (B2C) en América Latina” 2008, en Colombia el gasto de comercio electrónico B2C representa tan sólo el 0,12% del PIB, por debajo del promedio latinoamericano.

Por otra parte, se indica que Colombia mostró un crecimiento en la presencia de mercados electrónicos dedicados al B2C y B2B, al pasar de 70 tiendas virtuales en agosto de 2007 a 430 en junio de 2008, de acuerdo con cifras presentadas por la industria. Por su parte, el documento señala como una barrera importante en el desarrollo del comercio electrónico la baja penetración de computadores, aún cuando el Gobierno Nacional estableció la exención de IVA desde el año 2006 para computadores de bajo costo, que ha tenido un impacto positivo en la

tasa, pasando del 5,8% en el 2006 al 12,8% en junio de 2009. Otro punto débil identificado es que si bien en Colombia se han implementado sistemas de información que recolectan, agrupan y analizan precios, su difusión a través de una plataforma de fácil acceso a los consumidores no es amplia.

Así, se identifican tres (3) ejes problemáticos en el documento: i) debilidades en percepción y aprovechamiento del comercio electrónico, ii) debilidades en el entorno normativo y existencia de barreras regulatorias y iii) limitada oferta de servicios por parte de los agentes que hacen parte de la cadena de valor del comercio electrónico. En cuanto a las debilidades en percepción y aprovechamiento del comercio electrónico, el CONPES señala que a través del Plan Nacional de TIC, se ha venido desarrollando estrategias para la apropiación y el uso adecuado de estas tecnologías.

En este sentido, el proceso de consolidación del programa Gobierno en Línea constituye un esfuerzo orientado a este logro, así como los programas Compartel para MiPymes, MiPyme Digital, la formación en TIC para empresarios, los talleres de alfabetización digital y el programa Ciudadano Digital. En cuanto al sector empresarial, se encuentra que desconocen en gran parte las ventajas de la incorporación de estrategias de comercialización basadas en TIC. En efecto, el 58% de las empresas medianas con acceso a Internet no consideran importante tener una estrategia corporativa para las actividades comerciales realizadas por Internet, pues desconocen las ventajas que les representa su implementación, situación que se acentúa en las pequeñas empresas, de las cuales el 63% expresan esta posición.

## **Capítulo 3**

### **3.1 Metodología**

La metodología de investigación diseñada tiene como eje central de la misma el conocer, valorar, describir y analizar las motivaciones, los hábitos, la normatividad existente y su aplicación al realizar operaciones e-commerce.

### **3.2 Tipo de Estudio**

El tipo de investigación será de carácter cualitativa: Histórica y exploratoria, ya que es necesario conocer los sucesos del pasado, para analizar la relación de dichos sucesos con otros eventos de la época y con hechos presentes, buscando una explicación entendiendo el pasado y la relación que éste tiene con el presente y el futuro.

Contamos con algunos conocimientos y habilidades que se han adquirido en nuestros ejercicios como docentes en una metodología virtual y en nuestras experiencias como usuarios del e-commerce. El proceso investigativo será descrito como el acto de nosotros como investigadores delimitando un problema, obteniendo información pertinente, clasificarla, procesarla y con base en ello presentar una síntesis aunada a una opinión de los investigadores.

Como investigadores fundamentaremos el conocimiento de las corrientes interpretativas, la información disponible, en elementos semejantes si éstos existen, identificando así las respuestas más plausibles a la pregunta de investigación a la cual estamos enfocados, posteriormente no dedicaremos a recoger evidencias y datos que permitan conocer y presentar unos resultados de la investigación realizada.

### **3.3 Participantes**

Para el desarrollo de la presente investigación y dado el carácter de cualitativa: Histórica y exploratoria, los protagonistas o participantes son los integrantes del grupo investigador, quienes apoyados en las orientaciones del directos de la investigación, obtendrán información de fuentes primarias y/o secundarias de la cual una vez procesada, presentaran los resultados en documento de manera sintetizada junto con las opiniones formadas fruto de la labor investigativa.

### **3.4 Instrumentos**

Como ya hemos expuesto con anterioridad nuestra metodología congrega técnicas cualitativas y que implican obtener una información de fuentes primarias y secundarias, procesarla y presentarla sintetizada junto con aporte del grupo investigador.

### **3.5 Método de Análisis de Datos**

El instrumental para el tratamiento de la información es el siguiente:

El cuestionario se analiza con el programa para análisis cuantitativos es el de un software estadístico ejemplo el (SPSS versión 10.0. El cuestionario administrado tiene 52 preguntas).

Para el análisis de datos cualitativos se utilizara uno de los programas o aplicativos que para tal fin están diseñados.



## Capítulo 4

### Resultados del Análisis de Datos

A través del comercio electrónico el significado de las fronteras geográficas pierde relevancia, gracias al uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). En Colombia el aprovechamiento del comercio electrónico no es el mejor, a pesar de avances en indicadores de acceso a infraestructura de comunicaciones. El 44% de la población tiene acceso y son usuarios de Internet y se ha llegado a 93.1 líneas móviles por cada 100 habitantes, mientras que se presenta una bancarización del 55.5% de la población adulta. Dado lo anterior, es necesario crear un ambiente propicio para promover el desarrollo de comercio electrónico como un elemento generador de competitividad empresarial, de crecimiento económico y bienestar general.

#### a. Antecedentes Jurídicos

Colombia presenta un importante desarrollo normativo al ser pionero a nivel latinoamericano en contar con una ley que referencia el comercio electrónico y la firma electrónica, e involucra el principio de equivalencia funcional en las operaciones que se hacen por estos medios - Ley 527 de 1999<sup>2</sup>. Dicha ley introduce las bases de la validez jurídica y probatoria de los mensajes de datos, los requisitos particulares para la autorización de las entidades de certificación, además de otorgar la facultad a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para la autorización de la actividad de dichas entidades en el territorio nacional.

Por otra parte, en términos de protección de datos, la Ley 1266 de 2008 regula el derecho fundamental al habeas data, consagrado en el artículo 15 de la Constitución Política de Colombia,

en relación con la información financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países.

Por su parte, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD<sup>5</sup> por sus siglas en inglés), a mediados de 2009 estableció recomendaciones para el comercio electrónico en países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). En este sentido, el país ha reconocido la importancia del comercio electrónico como motor de crecimiento en diversos tratados de libre comercio<sup>7</sup>, en los que se establecen las mismas reglas aplicables

## **B. Antecedentes de Política**

El Plan Nacional de Desarrollo 2006 – 2010 “Estado Comunitario: Desarrollo para Todos” adoptado mediante Ley 1151 de 2007, definió como prioridad el desarrollo de las transacciones electrónicas en aras de brindar mayor eficiencia y transparencia en los mercados. En este mismo sentido, y siguiendo los lineamientos del documento Colombia Visión 2019 II Centenario<sup>10</sup>, el Ministerio de TIC formuló el Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Plan Nacional de TIC): Colombia en Línea con el Futuro 2008-2019, en donde se reconoce la importancia del comercio electrónico para la comunidad, las empresas y el Gobierno.

El documento Conpes 3249<sup>15</sup>, recomendó el desarrollo del Sistema Integral de Contratación Electrónica SICE como una herramienta tecnológica que integra los sistemas de información existentes y opera como sistema de información para la vigilancia de la contratación estatal. Por último, el Decreto 1151 de 2008, que reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005, contiene

lineamientos para facilitar las relaciones de los particulares con la Administración Pública y define las fases de Gobierno en Línea para consolidar una política de e-democracia

De acuerdo con la Comunidad Europea<sup>16</sup> se considera como comercio electrónico: el pedido electrónico de bienes y servicios que se entregan a través de canales tradicionales como el correo o los servicios de mensajería (comercio electrónico indirecto); el pedido en línea; el pago y la entrega de bienes y servicios intangibles, como programas informáticos, revistas electrónicas, servicios recreativos y de información (comercio electrónico directo); las transferencias electrónicas de fondos; la compra y venta de acciones; los conocimientos de embarque; las subastas comerciales; los diseños y proyectos conjuntos; la prestación de servicios en línea; la contratación pública; la comercialización directa al consumidor y los servicios posventa.

De esta manera, el comercio electrónico puede adelantarse a través de los diferentes agentes que intervienen:

- i. Comercio Electrónico entre Empresas (B2B, por sus siglas en inglés): Configura la relación comercial entre empresas.
- ii. Comercio Electrónico entre Empresas y Consumidores (B2C, por sus siglas en inglés): Se enmarca entre las empresas y el consumidor final, donde este último puede obtener información, interactuar y en algunas ocasiones realizar pagos en línea.
- iii. Comercio Electrónico entre Empresas y Gobierno (B2G, por sus siglas en inglés), y entre Consumidores y Gobierno (C2G, por sus siglas en inglés): En este tipo de comercio, el Gobierno busca mejorar su relación con los ciudadanos y las empresas mediante una oferta de bienes y servicios por vía electrónica que incluyen compras públicas, trámites y pagos.

- iv. Comercio Electrónico entre Consumidores (C2C, por sus siglas en inglés): En éste intervienen sólo consumidores o personas naturales.

En desarrollo de lo anterior, se identifica que un entorno óptimo de comercio electrónico debe complementar dos aspectos fundamentales: i) una adecuada cobertura y acceso a la infraestructura de comunicaciones<sup>19</sup> y ii) un marco regulatorio y normativo claro y neutral, que facilite la interacción de los agentes de la cadena como las empresas, consumidores y operadores de logística.

**Figura 1. Elementos y entorno del comercio electrónico**



Fuente: (Documento CONPES Consejo Nacional de Política Económica y Social República de Colombia, Pag.8).

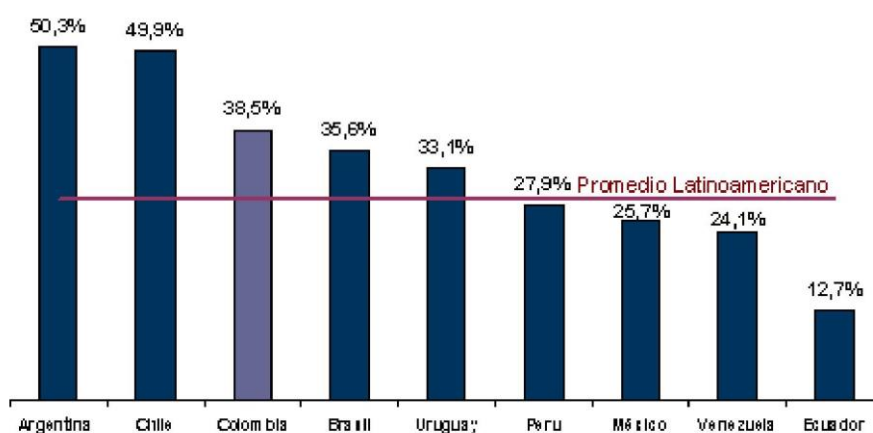
### **Competitividad**

### **Crecimiento Económico**

Fuente: Elaboración DNP

En materia de impuestos, en la actualidad se abordan desde dos perspectivas a nivel mundial: i) establecer un régimen especial aplicable del impuesto de valor agregado a algunos servicios prestados por vía electrónica<sup>21</sup>, y no discriminación entre el comercio convencional y el comercio electrónico. cadena corre por cuenta de los operadores logísticos<sup>22</sup>, pues con la aplicación de servicios diseñados para el comercio electrónico logran generar mayor credibilidad.

**Figura 2. Penetración de Usuarios de Internet por cada 100 habitantes en la región 2008**



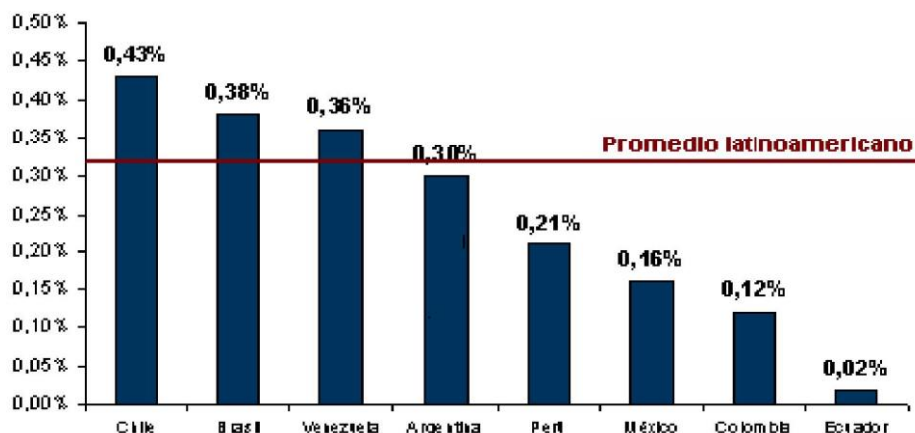
Fuente: Internet Worldstat, CRC, Cofetel. Fuente: DANE – Gran Encuesta Integrada de Hogares, CETIC – Pesquisa de TIC.

Sin embargo en la modalidad B2C, de manera indicativa y a pesar de no tener estudios complementarios de la competencia, de acuerdo al estudio “Informe sobre comercio electrónico (B2C) en América Latina” 2008, en Colombia el gasto de comercio electrónico B2C representa tan sólo el 0,12% del PIB, por debajo del promedio latinoamericano<sup>37</sup>. En cuanto a las ventas a nivel latinoamericano a través de comercio electrónico, el gasto total B2C ascendió a USD\$10.908 millones. Bajo esta premisa, un bajo aprovechamiento de comercio electrónico implicaría

mayores costos para la economía colombiana, lo cual configura pérdidas a nivel de competitividad.

En cuanto a las compras por Internet no se tiene información del total negociado a nivel latinoamericano. Sin embargo en la modalidad B2C, de manera indicativa y a pesar de no tener estudios complementarios de la competencia, de acuerdo al estudio “Informe sobre comercio electrónico (B2C) en América Latina” 2008, en Colombia el gasto de comercio electrónico B2C representa tan sólo el 0,12% del PIB, por debajo del promedio latinoamericano<sup>37</sup>. (Figura 3).

**Figura 3. Participación del gasto en comercio electrónico como % del PIB**



Fuente: América Economía Intelligence, 2008

A pesar de lo anterior, las cifras de usos y aprovechamiento en Colombia y su comparación con otros países de América Latina podrían ser mejores. De acuerdo con el DANE<sup>32</sup>, en el 2008 en Colombia sólo el 10,9% de los usuarios de Internet lo utilizaron para realizar banca electrónica, el

5,9% para comprar bienes y servicios y el 3,2% para transacciones con el Gobierno, lo cual es relativamente bajo comparado con Brasil, líder actual de la región<sup>33</sup> ver cuadro 1.

<b>Cuadro 1. Utilización de Internet 2008</b>		
	<b>% Usuarios Internet</b>	
	<b>Colombia</b>	<b>Brasil</b>
Compra de productos o servicios	5,9	17
Banca Electrónica	10,9	15 <sup>34</sup>
Transacciones con el Gobierno <sup>35</sup>	3,2	25 <sup>36</sup>

Fuente: DANE – Gran Encuesta Integrada de Hogares, CETIC – Pesquisa de TIC.

**Cuadro 1. Utilización de Internet 2008**

Fuente: DANE – Gran Encuesta Integrada de Hogares, CETIC – Pesquisa de TIC.

En cuanto a las compras por Internet no se tiene información del total negociado a nivel latinoamericano. Sin embargo en la modalidad B2C, de manera indicativa y a pesar de no tener estudios complementarios de la competencia, de acuerdo al estudio “Informe sobre comercio electrónico (B2C) en América Latina” 2008, en Colombia el gasto de comercio electrónico B2C representa tan sólo el 0,12% del PIB, por debajo del promedio latinoamericano<sup>37</sup>. (Figura 3).

**Ejes Problemáticos:** Se identifican tres (3) ejes problemáticos: i) debilidades en percepción y aprovechamiento del comercio electrónico, ii) debilidades en el entorno normativo y existencia de barreras regulatorias y iii) limitada oferta de servicios por parte de los agentes que hacen parte de la cadena de valor del comercio electrónico.

**Debilidades en la percepción y aprovechamiento del comercio electrónico:** A través del Plan Nacional de TIC, se han venido desarrollando estrategias para la apropiación y el uso adecuado de estas tecnologías. Al respecto, se ha considerado por parte del Departamento Nacional de Planeación a través del Programa

Actualmente, 156 trámites y 221 servicios de la administración pública nacional se pueden hacer totalmente en línea. Todo esto ha posibilitado el desarrollo de trámites más ágiles en materia de comercio exterior y contratación pública, entre los cuales se destacan cadenas de trámites como la Ventanilla Única de Comercio Exterior, el Sistema Electrónico para la Contratación Pública<sup>46</sup> y el Sistema Centralizado de Consultas de Información.

Gobierno en Línea contempla cinco fases: Información, interacción, transacción, transformación y democracia. Debilidades en normatividad específica y existencia de barreras regulatorias

Aunque el desarrollo normativo existente permite el aprovechamiento de los medios electrónicos, se han identificado obstáculos, desconocimiento de las normas y algunos vacíos que generan desconfianza en la utilización del comercio electrónico, en particular, lo relacionado a protección al consumidor, seguridad, derecho de autor en el entorno digital y protección de datos personales. La firma electrónica es un género que incluye la firma digital.

En Colombia, la firma electrónica es reconocida por la ley para la identificación de empresas y ciudadanos por medios electrónicos. La DIAN se encuentra autorizada como entidad certificadora cerrada por la Superintendencia de Industria y Comercio, para emitir certificados de firma digital que avalen las transacciones con esta entidad. Niveles reducidos de seguridad



La seguridad en el ámbito del comercio electrónico está definida en términos: i) tecnológicos y ii) normativos y regulatorios.

Limitada oferta de servicios para articular a los agentes del comercio electrónico. La deficiente oferta de servicios por parte de las empresas y de los operadores logísticos y la limitada oferta de modalidades de pago electrónico que faciliten este proceso, se presenta como una limitante para el desarrollo del comercio electrónico.

De acuerdo a la Encuesta Anual Manufacturera de 2006 del DANE, las empresas del sector comercio<sup>60</sup> presentaron una baja utilización de Internet para recibir pedidos (33,9%) y para hacerlos (45,2%). Resaltando la importancia de la logística en la cadena de valor del comercio electrónico, los factores críticos en Colombia se relacionan con la poca conciencia de distribución especializada para el comercio electrónico, políticas de mercadeo, confianza en el operador, tiempo de entrega y calidad de entrega del producto. Medios de pago electrónicos

La oferta de medios de pago electrónicos para las transacciones y transferencias de dinero entre agentes económicos y consumidores es una pieza fundamental para facilitar el comercio electrónico, lo que generalmente está asociado a niveles importantes de bancarización. Al respecto, se adelantan iniciativas para el desarrollo de servicios financieros móviles piloto, bajo diversos modelos. Adicionalmente, este programa ha consolidado redes de corresponsales no bancarios llegando a 5.198 y se cuenta con avance significativo para mejorarlo

De acuerdo a los parámetros indicados en el documento CONPES adicional a todas las consideraciones previstas para el desarrollo del comercio electrónico en Colombia, contempla los siguientes objetivos, junto a un plan de acción:

A. Objetivo Central: Promoción del comercio electrónico para contribuir a la competitividad en Colombia.

B. Objetivos de largo plazo: Una mayor apropiación de los medios electrónicos para el comercio, generará una reducción en costos y ganancias de eficiencias a lo largo de la economía, lo cual contribuirá favorablemente la competitividad del país.

C. Objetivos Específicos

Masificar el uso y aprovechamiento del comercio electrónico por parte de las empresas y el sector productivo, socializar los beneficios obtenidos en productividad y generar buenas prácticas en el uso de la herramienta.

De esta manera, en la medida que los agentes tengan conocimiento sobre los beneficios que puede generar el comercio electrónico, se consolidará un ambiente favorable y mayor confianza, lo cual a su vez permitirá el aprovechamiento de las TIC para el comercio electrónico.

En este sentido, el fortalecimiento del marco normativo y regulatorio en materia de derechos de los consumidores en un entorno digital, la facilitación de los actores para el uso de la firma y factura electrónica, la promoción de la seguridad informática, entre otros, estimulará el desarrollo de este tipo de comercio.

- Promover entre los diferentes agentes que hacen parte de la cadena de valor del comercio electrónico, la diversificación de su oferta de bienes y servicios con nuevos contenidos locales, una logística más apropiada y un mayor acceso a medios de pago electrónicos.

De esta manera, en la medida que los agentes tengan conocimiento sobre los beneficios que puede generar el comercio electrónico, se consolidará un ambiente favorable y mayor confianza, lo cual a su vez permitirá el aprovechamiento de las TIC para el comercio electrónico.

- Adaptar el marco normativo y regulatorio para promover la protección al consumidor, el uso de medios electrónicos, la seguridad informática y la competencia, así como eliminar barreras de entrada al mercado.

En este sentido, el fortalecimiento del marco normativo y regulatorio en materia de derechos de los consumidores en un entorno digital, la facilitación de los actores para el uso de la firma y factura electrónica, la promoción de la seguridad informática, entre otros, estimulará el desarrollo de este tipo de comercio.

- Promover entre los diferentes agentes que hacen parte de la cadena de valor del comercio electrónico, la diversificación de su oferta de bienes y servicios con nuevos contenidos locales, una logística más apropiada y un mayor acceso a medios de pago electrónicos.

Este objetivo permitirá que por medio de una política de contenidos digitales que promueva la utilización de páginas y portales web con propósitos de comercialización, la formulación de proyectos para la creación de mercados electrónicos en sectores de alto impacto, el fortalecimiento tecnológico del operador postal nacional y propuestas de

esquemas de banca móvil transformacional, los agentes de la cadena de valor tengan la posibilidad de encontrar su contraparte de oferta o demanda según sea el caso, aprovechando los esquemas tecnológicos para el comercio electrónico.

## Capítulo 5

### Discusión, Conclusiones y Recomendaciones

El desarrollo de la presente investigación, nos ha permitido conocer como en Colombia las actividades comerciales de bienes y servicios a la par en que se han desarrollado tecnologías e implementado medios como el del e-commerce a nivel universal, de igual manera los académicos, empresarios y gobierno cada quien en su respectivo campo han implementado los medios y herramientas que además de facilitar y promover un uso masificado, ello contribuya de manera significativo al bienestar y mejoramiento de condiciones de tiempo, seguridad, oportunidad y de costos en la realización de transacciones comerciales.

En el desarrollo de la investigación se concluyo y se presenta en este documento elementos que no dejan de preocupar por la demora en la aplicación de normatividad que facilitara el desarrollo y auge masivo del e-commerce; ello se da con la promulgación de la ley 527 de 1999 y de que manera transcurrieron 5 lustros sin que la misma se estrenara, ello significa una perdida considerable de opciones y de recursos pues bien es sabido que si en algo hay que estar al día y que dados los pasos acelerados en que las TICs evolucionan, no puede ser posible dejar tanto tiempo para que desde la responsabilidad de los entes gubernamentales se facilite la aplicación y se exija el pleno cumplimiento.

Transcurridos diez años de expedida la ley 527 de 1999, el Consejo nacional de Política Económica y Social CONPES emite el documento CONPES 3620 de fecha noviembre 9 de 2009 denominado “LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO E IMPULSO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA” documento que a nuestro juicio y

apoyados en conceptos como los del profesor Alejandro Delgado Moreno, el mismo constituye el inicio de un largo proceso al referirse al documento CONPES 3629.

A manera de conclusión, desde el punto de vista normativo general, de formación y conocimiento de las Tics y de desarrollo de transacciones comerciales mediante el e-commerce durante los 10 últimos años, Colombia ha estado a la altura de las necesidades básicas y alcanzado niveles de desarrollo en cuanto al uso de la Internet ocupando un tercer lugar en América latina, después de Argentina y Chile respectivamente, aspecto que lleva consigo la opción de realizar transacciones electrónicamente.

Como recomendaciones fundamentadas en el presente trabajo de investigación y que permitan la masificación del uso de las Tics y de realizar transacciones electrónicamente para acceder a las bondades que ello lleva consigo es la de que las instituciones educativas como lo ha venido haciendo la Universidad Abierta y a Distancia UNAD, promuevan y faciliten el aprendizaje y dominio de las TICs. Tanto en aspectos académicos, formativos y sobre todo de uso como es el caso de operaciones de comercio electrónico. De igual manera es imperativo adoptar el plan de acción propuesto en el documento CONPES 3620 y que comprende:

### **Plan de Acción**

Con el propósito de generar mayor confianza en el uso y aprovechamiento del comercio electrónico, se buscará por parte de las entidades del Gobierno Nacional promover la competencia, buscar las alianzas público privadas para la apertura de nuevos mercados y la inversión, en donde

las TIC sean un pilar importante de desarrollo; fomentar la protección a los usuarios y los consumidores y brindar condiciones para que la seguridad tecnológica y normativa sea percibida por cada uno de los agentes que hacen parte de la cadena de comercio electrónico. De esta manera, se espera consolidar al comercio electrónico como una herramienta que genere mayores eficiencias en las empresas y en los procesos de los ciudadanos con el Estado, lo cual redundará en mayor competitividad y en bienestar social y económico de la población. Las acciones puntuales a desarrollar para conseguir el logro de los objetivos específicos propuestos son:

Promoción de información y fortalecimiento de preparación para el comercio electrónico

Con el ánimo de mejorar la percepción de las empresas sobre los beneficios que trae el comercio electrónico para incrementar su productividad, el Ministerio de TIC lanzará una estrategia con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT) y el SENA, a través de la cual se divulgue los beneficios que puede traer esta herramienta en las Mipymes. Este proceso considerará en su contenido la creación, desarrollo e implementación de Sitios Web y la promoción de negocios en línea tanto en el ámbito local como internacional. Esta estrategia se lanzará seis meses después de ser publicado este documento.

Adicionalmente, el Ministerio de TIC, en compañía del MCIT, a través del programa MIPYME Digital, adelantará una convocatoria exclusivamente para la promoción de proyectos que tengan como base el comercio electrónico, así como de promoción y educación a la micro, pequeña y mediana empresa en temas relacionados con comercialización de manera segura por

Internet, tanto de bienes como de servicios. Esta convocatoria se abrirá antes de seis meses después de ser aprobado el presente documento.

Por otra parte, el SENA incorporará dentro de sus programas de formación relacionados con el comercio electrónico las buenas prácticas en torno a la seguridad, mecanismos de protección de información, de protección al consumidor y las normas de derechos de autor. Para lo anterior, buscará el apoyo de entidades públicas y privadas como las Cámaras de Comercio, las Superintendencias Financiera y de Industria y Comercio, Ministerio de TIC y la Dirección Nacional de Derecho de Autor. Esta estrategia se pondrá en marcha durante los siguientes cinco meses de haber sido adoptado este documento. Por su parte y considerando que el registro del Dominio .co adelantará sus operaciones bajo nuevos lineamientos, el Ministerio de TIC adelantará una campaña de divulgación de los procedimientos para obtener los nombres de dominio dirigidos especialmente a la comunidad y las MiPymes. De esta manera se espera contar con un crecimiento del 100% doce meses después de aprobado este documento. En este mismo sentido y teniendo en cuenta que el Gobierno continúa como jalonador de uso de las aplicaciones en Internet, el Ministerio de TIC a través del programa Gobierno en Línea, automatizará en los próximos 6 meses 1 nueva cadena de trámite y lanzará una campaña a nivel nacional dirigida a los ciudadanos para el uso de dicha herramienta.

Del mismo modo, la Comisión Intersectorial de Servicio al Ciudadano establecida en el Decreto 2623 de 2009 de la cual hace parte el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, dentro de sus funciones de coordinación y orientación de las políticas y actividades del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano establecerá los principales



lineamientos para que las entidades de la Administración Pública Nacional, como parte del modelo de gestión para el servicio al ciudadano, adopten medidas conducentes a facilitar la realización de trámites electrónicos por parte de la ciudadanía.

Teniendo en cuenta la falta de información específica acerca del uso del comercio electrónico a nivel nacional, el DANE adelantará los ejercicios metodológicos y operativos que permitan implementar la medición del comercio electrónico en sus ejercicios estadísticos. Para esto, evaluará entre las alternativas la medición directa mediante uso de módulos, incluidos en sus encuestas, o también el uso intensivo de registros disponibles sobre la materia, siguiendo normatividad y parámetros internacionales que permitan su comparación. En cualquier caso, ésta inclusión se dará en el año 2011.

Considerando las asimetrías de información en la asignación de precios, resulta necesario poner a disposición de los consumidores un sistema de consulta de información sobre oferta de productos, precios, cantidades y aquellos criterios que se considere contribuyen a cerrar la brecha de información que existe entre productor y consumidor. Para esto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en coordinación con el DNP y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, pondrá a disposición de los consumidores un sistema de información que reporte la dinámica de mercados al consumidor en los diferentes canales de comercialización, y a su vez promueva el uso de las TIC como herramienta transaccional. Esta acción deberá realizarse en un plazo de doce meses a partir de la aprobación del presente documento.

Por último, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo publicará una compilación de las normas relativas al comercio electrónico y posteriormente realizará campañas de divulgación

de ésta, tanto en el sector empresarial como entre los consumidores. Esto se deberá realizar en un plazo de seis meses a partir de la aprobación del presente documento.

## Referencias

Arnal, Justo et al. (1996) *Investigación Educativa. Fundamentos y metodologías*. Edit. Labor. Barcelona .

Buendía, Leonor; Colás, Pilar y Hernández, Fuensanta (2001). *Métodos de Investigación en Psicopedagogía*. McGraw-Hill. Madrid.

Goetz, Judith y Lecompte, Margaret (1988:92-98). *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Morata, Madrid.

Jamet, Michel. (1998) Changing patterns of sporting practice in France. *Int.Rev. for the sociology of sport*, 32/2.

Rodríguez, G. Gil, J. y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga; Aljibe.

Sierra Bravo, R. (1985), *Técnicas de investigación social*. Teoría y ejercicios, Madrid: Paraninfo.

Documento CONPES Consejo nacional de Política Económica y Social República de Colombia

Departamento nacional de Planeación. No 3620 Bogotá D.C. 9 de Noviembre de 2009

Evolution of electronic commerce in Colombia in from1999 to 2009

Por

Eduardo Corredor Torres

Edna Viviana Toro Narvaez

Master of Business Administration Master Project BUS5400

UNAD Florida

January 2009

**CONTENT**

INTRODUCTION	4
Chapter 1	5
1.1 Description of the problem	5
1.2 Key Terms	7
Chapter 2	9
2.1 Literature Review	9
Chapter 3	14
3.1 Methodology	14
3.2 Type of study	14
3.3 Participant	15
3.4 Tools	15
3.5 Data Analysis Method	15
Chapter 4	16
4.1 Result of Data Analysis	16
Chapter 5	27
References	32

## Figures

Figure 1. Element and e commerce Environment	19
Figure 2. Penetration of Internet users per 100 inhabitants in the region 2008.	20
Figure 3. Distribution of Expenses in e-commerce as an average of age	21

## INTRODUCTION

This study is within the research line of the e-commerce and the research agenda suggested by U.N.A.D Florida, with that purpose in mind, we decided to investigate how the e-commerce has been an opportunity to increase productivity and competitiveness of various sectors of the economy and welfare of the population, revealing that Colombia has set a very important place and priority to electronic commerce appears as an engine of growth and as leader in various free trade agreements, taking in mind that Colombia has currently free trade agreement with Chile, Northern Triangle and Mexico, in the process of ratification of the FTA with USA, Canada, EFTA, FTA negotiations with the European Union (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia Pag.1.

The World Bank studies on the economic report that unlike developed countries with undeveloped is not only capital but also knowledge. Tics and communications are essential to make efficiently use of information, allowing their widespread use to develop an attractive economic environment, facilitating the participation of Colombian society in the e-economy as an important factor in economic development. Colombia has done all possible ways to make better domestic economic activity, through e-commerce. Nowadays, there are a large number of Colombian companies with websites; the vast majority of them manage some sales using e-commerce, although there are obstacles which are going to be analyze in conducting this research.

## Chapter 1

### 1.1 Description of the problem

The theme proposed is within the research in the area of Business Administration and the line of e-commerce, due to it is taken as a reference a period of time from years 2002 to 2009, according to the time in which preliminary consultations are developed and growth of this option trade has achieved significant advances to the point that, although it is true that has not replaced the traditional trade well, if allowed that the progress and growth of trade is carried out through this medium and greater efforts to market products and / or services that are emerging in the market.

The e-commerce has reached and is achieving an extremely importance and therefore has been considered as importance in academic level, statistical and commercial purposes come to determine precisely what those elements and levels in economic terms than the e-commerce has reached in the period under investigation, this will serve as a reference for other studies and at one time, it will be a basic element to identify new trends. As members of the academic community of the National Open University and Distance-UNAD, correspond us to lead and develop inquiries on issues of impact and corresponding to events that are happening and even more must occur as an option to improve the living conditions of communities to which we owe.

The e-commerce is realized through using the means and tools provided by TICS, field in which as institution we are leaders in its uses for purposes of teaching-learning process, accordingly a research in that site will demonstrate a significant development and illustrate how e-commerce has become a means to market goods and services with great benefits, such as opportunity, variety, low cost and reliability. Through this research, we will make an ordinance, compilation and presentation of information to facilitate the discussion processes and academic



information resource for other studies by institutions and people that generally require a lot of information.

It is necessary to conduct this research because there are basic elements by academic with good training, skills and experience in areas of administration, commerce and management of Tics and because of we will have the institutional backing of the UNAD. As it is the advice and guidance from expert tutors in research, international business and commerce, in use and usefulness of technologies, among others.

The reference sources consulted corresponds to those public institutions who following procedures provide us information we required, in the same way, we will check more information held by other academic institutions, trade associations or those make commercial trade through e-commerce. Another basic element is that the topic is relatively new and therefore of academic interest and commercial interest.

Colombia has overcome barriers in connectivity infrastructure, however it is necessary to improve the underutilization that has been giving to Tic's and recognize its the importance of organizing its institutions, particularly in logistics services, although there are various policy initiatives and policy situation E-Commerce, its development is low, if it is taking into account the participation of expense on e-commerce as % of GDP for countries like Chile have 0.43%, Brazil 0.38%, Venezuela 0.36%, Argentina 0, 30% Peru 0.21 Mexico 0.16 Colombia 0.12% and Ecuador 0.02%, which represents an cost of opportunity based on the use of TICS in terms of economic growth and competitiveness.

## 1.2 Key Terms

**E-Commerce:** "electronic commerce" refers to the sale of products and services by internet. Nowadays, this segment provides the fastest growth of the economy, with the minimum cost, even the smallest business can reach customers worldwide with its products and communication. Today, over 250 million people worldwide use Internet. [http: www.myownbusiness.org/espanol/s9/index.html](http://www.myownbusiness.org/espanol/s9/index.html)

Information and Communication Technologies (ICTs): ICTs are defined by Law 1341 of 2009 as the set of resources, tools, equipment, software, video and images, applications, networks and media that allow the compilation, processing, storage, transmission of information such as voice, data, text (Document CONPES National Council for Economic and social Republic of Colombia).

**Logistics Services:** These services are focused on the planning of orders, orders for raw materials, storage space management and inventory and outside such as those related to the management and distribution of products of enterprises (Document CONPES Council National Economic and Social Policy Republic of Colombia).

**Computer security:** Computer security is a discipline that is relates to various techniques, applications and devices responsible for ensuring the integrity and privacy of information in a computer system and its users. Technically, it's impossible to get computer system one hundred percent sure, but good security procedures must prevent damage that can cause problems of possible intruders. ([Www.alegsa.com.ar](http://www.alegsa.com.ar))

**Intellectual Property:** This corresponds to the rights recognized by law, resulting from intellectual activity in fields of art, literary, scientific and industry which is called copyright

(literary, artistic and scientific), related rights ( interpretation, performance, phonograms and broadcasts of broadcasting organizations) and industrial property (patents, utility models, industrial designs, trademarks, slogans, names and business signs and geographical indications) (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia).

## Chapter 2

### 2.1 Literature review

Commercial activity is developed and done within a legal framework in compliance with whereas their lawful duties correspond to develop and be in charge of producing and enforcing the state through their authority and issuance of administrative acts, which acquire the binding character of natural persons, legal who are within the scope of these regulations.

According to bibliographic references, it was established that for the Colombian government business through the use of ICTs acquired significant interest from the year 1999, what it is evidence that in the same period in question it was issued Law 527 of August 18<sup>th</sup>, 1999, throughout which it defines and regulates access and use of email, electronic business and digital signatures, and establishing the certification institutions and other provisions. Regarding e-commerce and within the scope of the law 527/99 (Marin & Salazar, 2005) argue that; "Electronic commerce refers to all commercial transactions are based or electronic systems for processing and transmitting of information, especially EDI (literal law 527/99 and Article 2 refers to electronic data interchange), and Internet". Electronic commerce is an area that is experiencing a great increase nowadays and legal significance and it is changing the commercial manner in the form of doing business which has been considered as an essential elect to global economic growth.

Economy under the context of the information society is based on potential productivity growth, unprecedented as a result of expansion of Internet applications to all sorts of enterprises and operations of all kinds, for example. Experts and organizations like the World Trade

Organization W.T.O believe that global growth of electronic commerce will reach \$ 700 in 2008. Law 527 of electronic commerce not only covers certain aspects of it, but contains the fundamental principles that serve as a legal support for carrying out any activity by electronic means, whether by individuals, nation, judges, and other relevant people in society.527 law of 1999 established procedures and principles which give legal requirement of security to employment of technological information activity.

This legal recognition of data messages is perhaps the main achievement of the law. So, from a legal point of view of, a data message should be concerned that a message written on paper; therefore, when any rule requires information in writing, that requirement is met by a data message provided the information contains is accessible for future reference. (Art. 8).

In short, Colombia now has a legal framework that would address the new practices to overcome habits of pen and paper that have prevailed for several centuries in the country with different legal consequences and a scale unthinkable a few years ago.

Based on the above and according to labor experience, the operation of the digital signature was a fact materialized, the specific case concerning the presentation and signing of tax returns for the DIAN, the institution that launched the program called MUISCA application that tried to make a proper and efficient administration and control of taxpayers and taxes but electronic commerce arose within 5 years of issuance of e-commerce law as It was called the government. In this sense (Perez, 2005) makes an analysis of how has been the development of law referring to that matter he said, “Electronic Commerce Act law, five years and it is not applied”. Last August 18<sup>th</sup>, 2004 came into force 527 Law of 1999 or Electronic Commerce law, but it is still in the Codes and is not applied. This law has a set of norms and proactively

to ensure legal protection of digital information. Its application depends on a governing body or supervisory board, but the users electronic information. It is also important to ask why it does not have better application in enterprises and in the State Colombia, Law 527 of 1999.

On the other hand, there are a few judgments or orders relating to the validity or scope of electronic evidence or emails to develop the principles and rules of the Law 527. In the nation there is no greater application of 527 commandments, for it has not adopted a parameter that set the regulations of validity of data messages (emails) and electronic signatures what is used within the public administration. As different stages of government, it is still a never-ending discussion over what digital certification model could be more convenient for the public sector, while 1747 Decree of 2000 which passed 527 law, established parameters in the use of electronic certificates in enclosed environments. This decree is past due to be reviewed and adjusted to the realities of the technological world and dynamics of e-business, due to our judges and government after five years of law operation are doing nothing even 10 years ago of the beginning of Internet popularization, are besieged by the culture of the paper and handwritten signatures.

In decree number 2475 from November 2003, the Superintendence of Industry and Commerce of Colombia assumed that "it is important to remind that text message is attached to the application and can not be taken as evidence in this state of the process because these documents are private, not real, because there is no certainty about who prepared, since they are not handwritten or signed". The Superintendent issued this order to hold a restrictive interpretation of 7 Article of Act 527 of 1999, which did not define the signature electronic terms and characteristics of a handwritten signature. In conclusion, the argument repeated so often in union and academic forums that Colombia was among first countries in the world to

adopt a law on Electronic Commerce remained in argument and it does not certainly materialize in legal security. Last November 9<sup>th</sup>, the highest planning authority in Colombia who serves as advisor to the Colombian government agency on all aspects of economic and social development, reflected the "Guidelines Policy, Development and Promotion of Electronic Commerce in Colombia" (CONPES 3620) the National Council on Economic and Social Policy

An action plan is necessary to put together interest in all sectors due to e-commerce finally starts in Colombia, which has as main objective to "create the environment and conditions to promoting the development of electronic commerce as originator of business competitiveness, economic growth and general wellbeing". Taking in mind that even though in Colombia 527 law of 1999, bad named -commerce law defines electronic commerce as all relationships of commercial nature, whether contractual or not, structured from the use of one or more data messages or any similar medium, this type of has been lagging in comparison to other Latin American countries. CONPES has begun a study emphasizing the importance of electronic commerce on competitiveness, and highlights the need to give confidence to users through developments in security, intellectual property and tax regime, in its diagnosis of the current environment, states that according to DANE, in 2008 only 10.9% of Internet users use Internet for electronic banking, 5.9% for buying goods and services and the remain 3.2% for transactions with the Government, according to the study "Report on electronic commerce (B2C) in Latin America" in 2008. In Colombia B2C e-commerce spending represents only 0.12% of GNP, below the Latin American average.

On the other hand, it indicates that Colombia had a growth in the presence of electronic marketplaces dedicated to B2C and B2B, going from 70 online stores in August 2007 to 430 in

June 2008, according to figures provided by industry. That document points as a major in the development of electronic commerce, the low penetration of computers, even if the national government established the exemption from I V A, since 2006 for low-cost computers, that had a positive impact on rate, going from 5.8% in 2006 to 12.8% in June 2009. Other weakness is that even in Colombia has implemented information systems that collect, combine and analyze prices, its diffusion has not been extensive to consumers through a platform of easy access to.

Thus, it has been identified 3 problems in the document: 1. weaknesses in perception and use of electronic commerce, 2. weaknesses in enabling policy and regulatory barriers and iii) limited supplies of services by agents that are part of the value succession of electronic commerce. As to perception weaknesses and use of electronic commerce, CONPES assumed that through the National ICT Plan, it has been developing strategies for control and good use of these technologies.



## **Chapter 3**

### **3.1 Methodology**

The research methodology is designed to knowing, valuing, describing and analyzing motivations, habits and existing norms and their application to e-commerce operations.

### **3.2 Type of Study**

The research is qualitative in nature - exploratory, since it is necessary to know events of the past to analyze the relationship among those which are happening nowadays, to establish relationship between past and future.

We have some knowledge and skills which have acquired in our years as teachers in a virtual methodology and our experiences as users of e-commerce. The investigative process will be described as researchers delimiting a problem, obtaining relevant information, identifying processes on what we will submit a synthesis with opinions of t investigators.

As researchers explain the importance of interpretative knowledge flows, the available information on similar items if they exist, thus identifying the most probable answers to the research question to which we are focused, later we will be dedicated to gathering evidence and data to know and reveal the results of the investigation.

### **3.3 Participant**

To conduct this study participants are the members of the research group, who supported on the direct guidance of the investigation, will obtain information from primary and / or secondary schools which once processed, submit the results in a document along with the opinions formed of the study.

### **3.4 Tools**

As we explained above the methodology is within qualitative domain and its principle aim is to obtain information from primary and secondary processing and presenting in a synthesized document along with opinions of the research group.

### **3.5 Data Analysis Method**

The instrument to analyze the information is shown follows:

Questionnaire: It was analyzed with the program for quantitative analysis which is statistical software such as (SPSS version 10.0. The questionnaire has 52 questions). To analyze of qualitative data, it was used a software or applications that are designed for that purpose.

## Chapter 4

### 4.1 Results of Data Analysis

Through electronic commerce geographical borders have lost relevance in the course of the Information Technology and Communications (ICT). In Colombia, the use of electronic commerce is not the best, despite its progress in indicators of access and communications infrastructure, 44% of the inhabitants have access to the technology and are Internet users and it reached 93.1 mobile lines per 100 inhabitants, while the banking presents a 55.5% of the adult population.

In accordance with last, it must create an environment to promote the expansion of electronic commerce as something that motivates this element of business to competitiveness, economic growth and general welfare. (Document CONPES National Council for Economic and Social of Colombian Republic

#### **Legal Background**

Colombia has a major policy development to be the pioneer in Latin America in having a law on electronic commerce and electronic signatures, which involves the principle of functional equivalence in transactions that are made by these media - Law 527 of 1992. This law introduces foundations of the legal validity and evidential weight of data messages, the particular requirements for approval of certification bodies, in addition to granting the power to the Superintendence of Industry and Commerce (SIC) for the authorization of the activity of those entities nationwide. (CONPES National Council for Economic and Social Pag.1 Colombian Republic).

Moreover, in terms of Data Protection 1266 Act of 2008 regulates the fundamental right to habeas data, as enshrined in 15 Article of the Constitution of Colombia, in relation to financial

information, credit, commercial, and service from third countries. For that, The United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, acronym in English) at the middle of 2009 established recommendations for electronic commerce in countries of the Latin American Integration Association (ALADI). In this sense, the country has recognized the importance of electronic commerce as an element of growth in various free trade agreements, which are set the same rules.

### **Policy Background**

The National Development Plan 2006 - 2010 "Community State: Development for All" adopted by law 1151 of 2007, defined a priority to develop of electronic transactions, in order to provide greater efficiency and transparency in the markets. In the same way and following the guidelines of 2019 Vision document, Colombian bicentenary, the ICT Ministry formulated the National Plan for Information Technology and Communications (National ICT Plan): Colombia Online with the Future 2008-2019, which recognize the importance of electronic commerce for the community, businesses and government. (CONPES National Council for Economic and Social Pag.3 Republic of Colombia). 3249 document (CONPES) recommended the development of the Integrated Electronic Procurement, as a technological tool integrates the existing information systems and operates as a system for government contracting observation. Finally, 1151 Decree of 2008 partially regulates law 962 of 2005 which contains guidelines to facilitate the relations of individuals and the public administration and define phases of Online Government to consolidate a policy of e-democracy. (CONPES National Council for Economic and Social Pag.5 Republic of Colombia).

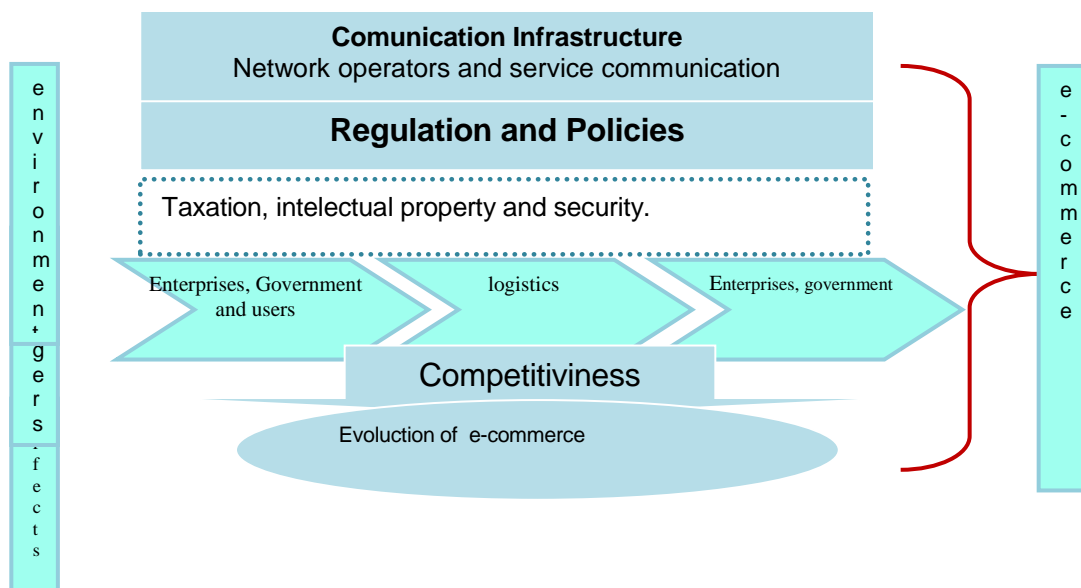
According to the European Community, it is considered as electronic commerce, electronic ordering of goods and services that are delivered through traditional channels such as mail or

courier services (indirect electronic commerce), online ordering, payment and delivery of intangible goods and services, including software, electronic journals, leisure services and information (direct e-commerce), electronic fund transfers, purchases and sale of shares, bills of lading, commercial auctions, designs and joint projects. The provision of online services, public procurement, direct consumer marketing and after sales services.

In this way, electronic commerce can be advanced through the different actors involved:

Firstly, Electronic commerce between companies (B2B, for its acronym in English): Sets the business relationship between companies and E-commerce business to consumer (B2C, by its initials in English): It is framed between businesses and final consumers, where the latter can obtain information, interact and sometimes make payments online. Electronic Commerce between business and government (B2G, for its acronym in English), and between consumers and government (C2G, by its initials in English): In this trade, the Government seeks to improve its relationship with citizens and businesses by a supply of goods and services by electronic means, including public procurement procedures and payments. Secondly, Electronic Commerce between Consumer (C2C, for its acronym in English): In this involved only consumers or individuals. Finally, it is identified that the optimum environment for electronic commerce should complement two fundamental aspects: 1) adequate coverage and access to communications infrastructure and 2) a clear regulatory framework and regulatory and neutral, to facilitate the interaction of chain actors such as businesses, consumers and logistics operators.

**Figure1. Element and e commerce Environment**



Source: (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia, p.8).

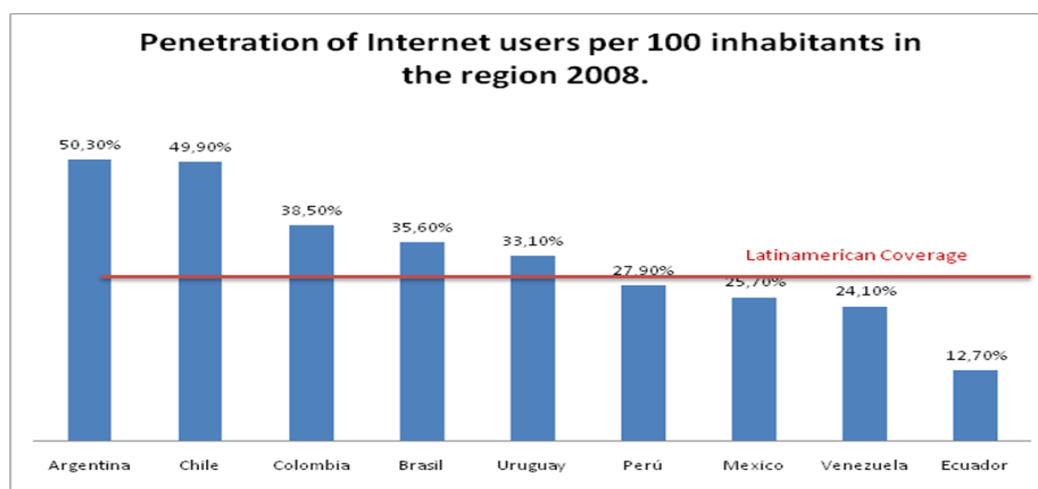
### **Competitiveness**

### **Economic Growth**

Source: DNP

That is analyzed from two perspectives of currently taxes approached, 1) establish a special regime for value added tariff to certain services supplied by electronic means, and no discrimination between conventional commerce and electronic commerce, 2) string is done by logistics operators, since the implementation of services designed e-commerce can

generate greater credibility.



**Figure 2. Penetration of Internet users per 100 inhabitants in the region 2008.**

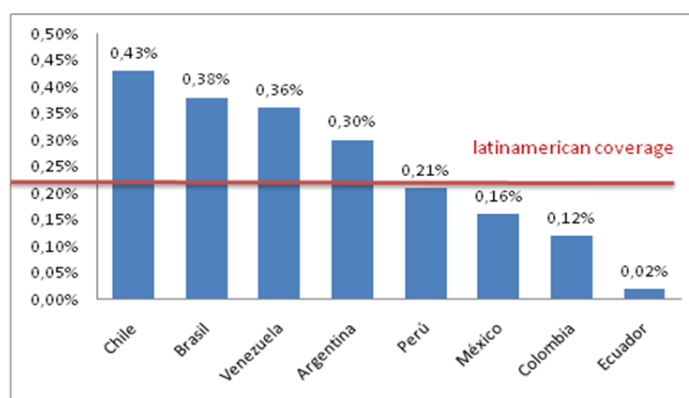
Resource: Internet World stat, CRC, Cofetel. DANE - Major Integrated Household Survey, CETIC - Research ICT.

However, B2C mode, it is an indicative manner and therefore, it does not have additional studies of competition, according to the study "Report on electronic commerce (B2C) in Latin America" 2008, in Colombia B2C e-commerce spending represents only 0.12% of GDP, below the Latin American average which expense in e-commerce an amount of \$ 10.908 million. Under this premise, a low use of electronic commerce means higher costs for Colombian economy, and a certain level of lack of competitiveness.

According to Internet shopping, there is not information of the total traded in Latin America, in B2C mode is indicated that despite of not having additional studies of competition, the study

"Report on electronic commerce (B2C) in Latin America" 2008, Colombia paid 0.12% of GDP in e-commerce r , lower than average of Latin American. (See figure 3). (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.8).

**Figure 3. Distribution of Expenses in e-commerce as an average of age**



Base: America Economic Intelligence, (2008)

Despite the above, the statistics of applications and uses of e-commerce in Colombia in comparison between other Latin American countries could be better. According to DANE, in 2009, Colombia had only 10.9% of Internet users to use it for electronic banking, 5.9% for buying goods and services and 3.2% for transactions with the Government, which was relatively low compared to Brazil, leader of the region (see Table 1). (Document CONPES, National Council for Economic and Social (Pag.9) Republic of Colombia).



<b>Table 1. Use of Internet 2008</b>		
	% use of internet ,2008	
	Colombia	Brazil
Purchase of goods or services	5,9	17
Electrónica Bank	10,9	15
Transactions with government	3,2	25
Medio: DANE-Large Integrated survey – ceitic – Research Ot itc		

According to Internet shopping, there is not information of the total traded in Latin America, in B2C mode is indicated that despite of no having additional studies of competition, the study "Report on electronic commerce (B2C) in Latin America" 2008, Colombia paid 0.12% of GDP in e-commerce , lower than average of Latin American. (See figure 3). (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.9).

Problematic Axles: We identified three (3) axis problem: 1.) weaknesses in perception and use of electronic commerce, 2.) weaknesses in enabling policy and regulatory barriers and 3.) Limited supply of services by agents that are part value chain of electronic commerce. (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.11). Weaknesses in the perception and use of electronic commerce: Through the National ICT Plan, it has been developing strategies to ownership the proper use of technologies. From those

position, it has been considered by the National Planning Department was stated the curriculum. Currently, 156 red and 221 services of the national government can be made completely online. All this has enabled the development of streamlined procedures in matters of foreign trade and government procurement, among which are highlighted as red lines the Single Window for Foreign Trade, the Electronic System for Government Procurement and Centralized System for Information Queries.

Online Government had five phases: Information, interaction, transaction, transformation and democracy. Limitation in specific regulations and regulatory barriers (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.11). Although, existing policy development that allows the use of electronic media have been identified barriers, lack of standards and a loophole that generate distrust in the use of electronic commerce, particularly as it relates to consumer protection, security, copyright in the digital environment and protection of personal data.

The electronic signature is a genus that includes the digital signature. In Colombia, the electronic signature is recognized by law for the identification of citizens and businesses electronically. DIAN is authorized as a certification authority closed to Superintendence of Industry and Commerce to issue digital signature certificates substantiating transactions with this entity. Reduced levels of insecurity.

On the other hand, Security in the area of electronic commerce is defined in terms of: 1) technological and 2) policy and regulatory. Limited joint range of services for agents in electronic commerce. The inadequate supply of services by companies and logistics operators and limited supply of electronic payment methods that facilitate this process is presented as a limiting factor for the development of electronic commerce.

According to the Annual Survey of Manufacturing( DANE, 2006). Trade sector had low use of the Internet to receive orders (33.9%) and to make them (45.2%). Highlighting the importance of logistics in the value chain of electronic commerce, the critical factors in Colombia are related to low awareness of specialist distribution for electronic commerce, marketing policies, confidence in operation, delivery time and quality of delivery product and Electronic payments.

The supply of electronic payments for transactions and money transfers between operators and consumers is a key to facilitate electronic commerce, which generally is associated with significant levels of banking. In this regard, advance efforts to develop pilot mobile financial services, under various models. Additionally, this program has established non-bank networks reaching 5198 and significant progress has improved.

In agreement to the parameters listed in the document additional CONPES all considerations planned for the development of electronic commerce in Colombia, includes the following objectives, along with a plan of action:

1. Central Objective: Promotion of electronic commerce to help competitiveness in Colombia.
2. Long-term goals: a greater ownership of electronic media for trade, generate low cost and efficiency gains throughout the economy, which will contribute positively to competitiveness.
3. Specific Objectives

Promote the use and operation of electronic commerce by businesses and the enterprises; socialize the benefits in productivity and cost of good practices of using this means. (CONPES, p.21).

Thus, agents can be aware of the benefits that generate e-commerce, so it will consolidate a supportive environment and greater confidence, which will allow the use of ICT for electronic commerce.

In this regard, strengthening the policy and regulatory framework relating to consumer rights in the digital environment, facilitating the actors to use the electronic signature and bill, cyber security promoting will stimulate development of this trade. (CONPES, page 22).

To encourage among different agents that are part of the chain value of e. commerce, the diversification of its supply of goods and services with new local content, most appropriate logistics and greater access to electronic payments. (Document, page 22).

Thus, agents can be aware of the benefits that generate e-commerce, so it will consolidate a supportive environment and greater confidence, which will allow the use of ICT for electronic commerce.

Adapt the policy and regulatory framework to support consumer protection, the use of electronic media, cyber security and competition and remove barriers to market entry. (CONPES, Page22).

In this sense, strengthening the policy and regulatory framework relating to consumer rights in the digital environment, facilitating the actors to use the electronic signature and bill, promoting cyber security, among others, stimulate development of this trade. (CONPES, page 22).

That goal will enable by means of a digital content policy that promotes the use of site and web portals for marketing purposes, the formulation of projects for the creation of electronic markets in high-impact sectors, strengthening the national postal operator technological and

proposed transformational mobile banking schemes, the officials of the value chain are able to find its counterpart in supply or demand as appropriate, taking advantage of technological schemes for electronic commerce. (CONPES, page 22).

## Chapter 5

### Discussion, Conclusions and Recommendations

The development of this research has allowed us to know commercial activities of goods and services and technologies that have been developed and implemented by e-commerce not only in Colombia but worldwide. The means have also been put into practiced by academics, entrepreneurs, business government and every person in their respective fields have adopted those tools to facilitate and promote use crowded, this contributes significantly to the welfare and improvement of conditions, safety, timeliness and cost in commercial transactions .

In the development of this research, we concluded and presented in this document elements that focused on the remains concerned about the delay in implementing of regulations that can facilitate the development and massive surge of e-commerce, which is given with the ratification of 527 law 1999 that after 5 decades and it is still lunched. This means a considerable loss of options and resources, for it is necessary to be update with accelerated pace of ICT and its evolution. It can not be possible to leave long time to facilitate the implementation and full compliance is required responsibility of government agencies to facilitate the implementation and full compliance that is required for icts.

After ten years of issuance of 527 law of 1999, the National Council for Economic and Social issues, the document (CONPES) entitled "POLICY GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT AND MOMENTUM OF ELECTRONIC COMMERCE IN COLOMBIA" that document in our sight supported our view on concepts and based on those perceptions from Professor Alejandro Delgado Moreno who commented to the document CONPES 3629.

In conclusion, from the point of view of general policy, training and knowledge of ICTs and

development of commercial transactions through e-commerce during the last 10 years. Colombia has been up to the basic needs and reached levels of development in the use of the Internet ranked. For that reason, it is third of Latin American country, after Argentina and Chile respectively.

As fundamental recommendations of this research proposal is to allows the of use of ICTs and make banking transactions to access the benefits that entails educational institutions as it has been doing the Open University and Distance UNAD, promote and facilitate the learning and mastery of ICTs. Both in academic, educational and all use such as e-commerce operations. Likewise, it is imperative to adopt the action plan proposed in 3620 and CONPES document comprising:

### **Action Plan**

With the aim of building major confidence in the use and expansion of electronic commerce will be sought by the national government institutions to promote competitiveness, public-private alliances to seek to start new markets and investment where, ICTs are going to be an important pillar of development in supporting the protection of users and consumers and provide conditions for the safety and security rules to each of the agents that are part of the chain of commerce. In this sense, we hope to strengthen electronic commerce as a tool to generate greater efficiencies in business and citizens with the state, that will generate greater competitiveness and social and economic welfare of the **population**.

Promotion of information and enhancement of training for electronic commerce

With the aim of improving responsiveness among companies about the benefits offered by electronic commerce to increase productivity. The ICT Ministry will launch a strategy supported by the Ministry of Commerce, Industry and Tourism (MCIT) and SENA, through which revealed

the benefits of e-commerce. This process will consider in content creation, development and implementation of websites and online business promotion both locally and internationally. This strategy will be launched six months after being published this document.

Additionally, the Ministry of ICT, in alliance with MCIT, through the Digital MSME program, it will hold a call exclusively for the promotion of projects that are based on electronic commerce, as well as advocacy and education to small, medium and micro enterprises on issues related to marketing on Internet safely, both in goods and services. This call will open within six months after being approved this document.

Moreover, the SENA will incorporate into their training programs related to electronic commerce best practices around security, information protection mechanisms, consumer protection and copyright rules. For this, seek support from public and private entities such as Chambers of Commerce, the Financial Superintendency of Industry and Trade and Ministry of ICT and the National Directorate of Copyright. This strategy will be launched during the next five months of this document have been adopted. For his part, and considering that registration of the domain. Co will advance their operations under new guidelines, the ICT Ministry will hold a campaign disclosure procedures for domain names specifically targeted to the community and MSMEs. Thus it is expected to have a growth of 100% twelve months after approval of this document. In this sense, taking into account that the Government continues to use as a milestone in Internet applications, the Ministry of ICT through the Government Online program, automate in the next 6 months 1 new chain of processing and launch a campaign to national level to the Citizens for the use of this tool.

In the same way, the Intersectional Commission Citizen Service established in Decree 2623 of 2009 which is part the Ministry of Information Technologies and Communications, in its



coordination and guidance of the policies and activities of the National Citizen Service will establish the main guidelines for institutions to the National Administration, as part of the management model for citizen service, adopt measures to facilitate the conduct of electronic transactions by the public.(Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.24).

Given the lack of specific information about the use of electronic commerce at the national level, DANE advance the methodological and operational exercises that enable the implementation of electronic commerce measurement in statistical exercises. For this, evaluate the alternatives to direct measurement by use of modules included in their surveys, and also the intensive use of available records on the subject, following international norms and standards to enable comparison. In any case, this inclusion will be in 2011. . (Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia p.24).

So, the information asymmetries in the pricing, it is necessary to give consumers a consultation system for information on product offerings, prices, quantities and criteria that are seen as contributing to closing the information gap between producer and consumer. For this, the Ministry of Commerce, Industry and Tourism, in coordination with the DNP and the Ministry of Agriculture and Rural Development, will provide consumers an information system to report the dynamics of consumer markets in different marketing channels , and in turn promote the use of ICT as a transactional tool. This action must be completed within twelve months from the adoption of this document.

Finally, the Ministry of Commerce, Industry and Tourism published a summary of the rules relating to electronic commerce and laterma de agreement of their campaigns, both in the

corporate sector and among consumers. This must be done within six months from the adoption of this document.

## References

Arnal, Justo et al. (1996) *Educational Research. Fundamentals and methodologies*. Edit. Labor.

Barcelona.

Buendia, Leonor. (2001); Colas, Pilar and Hernández, Fuensanta. *Research Methods in*

*Educational Psychology*. McGraw-Hill. Madrid.

Goetz, Judith and Lecompte, Margaret (1988:92-98). *Ethnography and qualitative design in*

*educational research*. Morata, Madrid.

Jamet, Michel. (1998) *Changing patterns of sporting practice in France*. *Int.Rev. for the*

*Sociology of Sport*, 32 / 2.

Rodriguez, G. Gil, J. and Garcia, E. (1996). *Qualitative research methodology*. Malaga; Aljibe.

Sierra Bravo, R. (1985), *social research techniques. Theory and exercises*, Madrid:

Auditorium.

Document CONPES National Council for Economic and Social Republic of Colombia National

Planning Department. No 3620 Bogota D.C. November 9, 2009