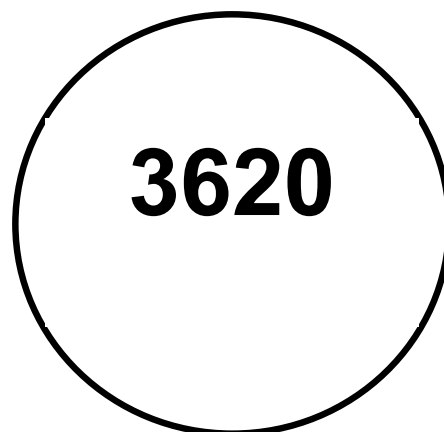


# Documento Conpes

Consejo Nacional de Política Económica y Social  
República de Colombia  
Departamento Nacional de Planeación



## **LINEAMIENTOS DE POLÍTICA PARA EL DESARROLLO E IMPULSO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN COLOMBIA**

**Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones  
Ministerio de Comercio, Industria y Turismo  
Departamento Nacional de Planeación DIES – STEL, DDE**

**Versión aprobada**

**Bogotá D.C., 9 de Noviembre de 2009**

## **Resumen**

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)<sup>1</sup>. 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.

**Clasificación: D311, C311**

**Palabras Claves:** Comercio Electrónico – Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – Banca Móvil – Servicios de Logística – Seguridad Informática - Propiedad Intelectual - Protección de los Usuarios.

---

<sup>1</sup> Las TIC son definidas por la Ley 1341 de 2009 como el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, dato, texto, video e imágenes.

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>II. ANTECEDENTES</b>	<b>1</b>
<b>III. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>4</b>
<b>IV. DIAGNÓSTICO</b>	<b>7</b>
<b>V. OBJETIVOS</b>	<b>21</b>
<b>VII. ESQUEMA DE SEGUIMIENTO DE LA POLÍTICA</b>	<b>30</b>
<b>VIII. FINANCIAMIENTO</b>	<b>30</b>
<b>IX. RECOMENDACIONES</b>	<b>30</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

Este documento somete a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social – Conpes, los Lineamientos de Política para la Promoción e Impulso del Comercio Electrónico en Colombia, como una oportunidad para incrementar la productividad y la competitividad de diversos sectores de la economía y el bienestar de la población.

## **II. ANTECEDENTES**

### *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.

Su reglamentación, en el ámbito de la firma digital, se adelantó a través del Decreto 1747 de 2000 y su desarrollo a través de la Resolución SIC 26930 de 2000<sup>3</sup>, en donde se establecen condiciones y parámetros que deben cumplir las entidades de certificación, tanto abiertas como cerradas, para efectos de autorización, vigilancia y control de sus actividades dentro del mercado digital.

En cuanto a la facilitación de transacciones comerciales y racionalización de trámites, y en el marco del Estatuto Tributario, la Ley 223 de 1995 admite la factura electrónica como documento equivalente a la factura tradicional. Con la expedición de la Ley 962 de 2005 se incorpora el principio de neutralidad tecnológica en el uso de la factura y se reglamenta su utilización a través del Decreto 1929 de 2007.

---

<sup>2</sup> Ley 527 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.

<sup>3</sup> La Resolución 26930 de 2000 se encuentra incorporada en la Circular Única SIC

En lo relacionado con los delitos informáticos, la Ley 599 de 2000, por la cual se expide el Código Penal Colombiano, reconoce el bien jurídico del derecho de autor e incorpora conductas relacionadas indirectamente con el delito informático; mientras la Ley 1273 de 2009, tipifica diversos delitos informáticos y sanciona el hurto por estos medios. 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.

Además de lo anterior, se resalta el importante desarrollo normativo para promocionar el uso de las TIC de manera transversal. La Ley 1341 de 2009 es el marco general del sector, en la cual se definen los principios y conceptos de la sociedad de la información como referente para la formulación de políticas. Por otra parte, en cuanto a incentivos para el uso del comercio electrónico, se tiene entre otros, el desarrollo del Sistema Electrónico para la Contratación Pública (SECOP), definido por la Ley 1150 de 2007, y la promoción del Teletrabajo como un instrumento de generación de empleo y autoempleo, de acuerdo a la Ley 1221 de 2008.

En materia de compromisos internacionales, se resalta la Declaración Ministerial de Doha (2001) de la OMC<sup>4</sup>, en donde se estipuló el compromiso de establecer un marco favorable al comercio electrónico en los países, la formulación de un plan de trabajo con este propósito y la no imposición de aranceles aduaneros para las transmisiones electrónicas. 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 mismo marco, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL<sup>6</sup> por sus siglas en inglés), definió lineamientos específicos para la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales.

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

---

4 Los compromisos con la OMC son de obligatorio cumplimiento para sus países miembros.

5 Brinda recomendaciones no obligatorias para el país.

6 UNCITRAL brinda recomendaciones que no son vinculantes para los países.

7 Actualmente se encuentra vigente el Tratado de Libre Comercio con Chile, Triángulo Norte y México, y en proceso de ratificación el TLC con USA, Canadá y EFTA, y en negociación el TLC con la Unión Europea.

de la Organización Mundial del Comercio (OMC)<sup>8</sup> y resaltan compromisos en materia normativa y arancelaria<sup>9</sup>.

A nivel latinoamericano, el Gobierno Nacional es signatario del Compromiso de San Salvador, aprobado en la Segunda Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe. Esta declaración comprende una serie de metas relacionadas con la construcción de un entorno propicio para las sociedades de la información, en donde se incluye el diseño y ejecución de políticas que fomenten el buen desarrollo del comercio electrónico, incluida la educación a los proveedores y consumidores sobre sus respectivos derechos y obligaciones.

### *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.

De manera complementaria, a pesar que desde el año 2000 se ha incluido el comercio electrónico como un tema transversal en las políticas de telecomunicaciones como es el caso de los documentos Conpes 3072<sup>11</sup>, 3457<sup>12</sup>, 3527<sup>13</sup> y 3547<sup>14</sup>, aún no se tienen lineamientos de política específicos en la materia.

Además de lo anterior, el Gobierno Nacional viene jugando un papel importante en la promoción de la contratación pública electrónica. 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

---

8 En el marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios – GATS.

9 Se destaca la excepción de aranceles aduaneros para los productos digitales dictada en los TLCs con USA y Chile.

10 Documento Sectorial “Avanzar hacia una sociedad mejor informada”

11 Agenda de Conectividad, 2000

12 Lineamientos de política para reformular el Programa Compartel de telecomunicaciones, 2007

13 Política Nacional de Competitividad y Productividad, 2008

14 Política Nacional Logística, 2008

15 Política de Contratación Pública para un Estado Gerencial, 2003

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.

### III. MARCO CONCEPTUAL

El comercio electrónico es una modalidad de comercio que utiliza medios electrónicos para la transacción de bienes y servicios en un mercado nacional y global, donde las fronteras geográficas pierden su significado.

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.

En Colombia, la Ley 527 de 1999 define el comercio electrónico como toda relación de índole comercial<sup>17</sup>, sea o no contractual, estructurada a partir de la utilización de uno o más mensajes de datos<sup>18</sup> o cualquier medio similar. 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. En esta modalidad se pueden dar cotizaciones, negociación y pagos por medio de redes de datos.

---

16 Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, 1997

17 “Las relaciones de índole comercial comprenden, sin limitarse a ellas, las siguientes operaciones: toda operación comercial de suministro o intercambio de bienes o servicios; todo acuerdo de distribución; toda operación de representación o mandato comercial; todo tipo de operaciones financieras, bursátiles y de seguros; de construcción de obras; de consultoría; de ingeniería; de concesión de licencias; todo acuerdo de concesión o explotación de un servicio público; de empresa conjunta y otras formas de cooperación industrial o comercial; de transporte de mercancías o de pasajeros por vía aérea, marítima y férrea, o por carretera.” (Literal b) artículo 2º, Ley 527 de 1999)

18 Entendido como “la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ópticos o similares, como pudieran ser, entre otros, el Intercambio Electrónico de Datos (EDI), Internet, el correo electrónico, el telegrama, el télex o el telefax”, (Literal a) artículo 2º, Ley 527 de 1999)

- 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.

*Elementos y entorno del comercio electrónico*

En la Figura 1 se presenta un esquema conceptual del entorno, los agentes y los efectos del comercio electrónico. 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: Elaboración DNP

<sup>19</sup> Acceso a servicios de comunicaciones como Internet de banda ancha, telefonía móvil y dispositivos (Celulares y PCs).



En cuanto al marco regulatorio, la confianza de los usuarios se fortalece principalmente, de acuerdo a los desarrollos en seguridad, propiedad intelectual y régimen de impuestos:

- La protección y seguridad se enfoca en contar con i) seguridad tecnológica y ii) seguridad normativa y regulatoria. El Parlamento Europeo ha reconocido que *“la falta de confianza en la seguridad y la protección de las transacciones y los pagos constituye el peligro más importante para el futuro del comercio electrónico”*<sup>20</sup>.
- La propiedad intelectual 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 encontramos: derecho de autor (obras literarias, artísticas y científicas), los derechos conexos (interpretaciones, ejecuciones, 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).

El paso de lo físico a lo virtual ha configurado nuevos retos a los autores y titulares de derecho de autor y prestaciones protegidas por los derechos conexos, en la medida en que es posible acceder a las obras literarias y artísticas y prestaciones de manera rápida y expedita.

- 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 ii) no discriminación entre el comercio convencional y el comercio electrónico. La primera óptica es aplicada en la Unión Europea y la segunda en Estados Unidos. Desde la segunda perspectiva, la discusión en torno a la creación de nuevos tributos específicos a esta modalidad de comercio, indica que éstos no resultan necesarios, puesto que el hecho económico es el mismo, independientemente del medio utilizado.

Por otra parte, se evidencia la importancia que tiene cada uno de estos *agentes* en el esquema de comercio electrónico. Es necesario, que las empresas incorporen las TIC en su modelo de negocios mediante estrategias que le permitan establecer una relación eficiente con sus proveedores y clientes; que los consumidores hagan un uso responsable de las TIC asegurándose de tener prácticas seguras, protegiendo su identidad y datos, y en general, buenos usos del Internet; y por último, el engranaje de la

---

20 Resolución del Parlamento Europeo sobre comercio internacional e Internet. 2009.

21 Directiva 2002/38/CE de la Comunidad Europea.

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.

Para finalizar el marco conceptual, el *crecimiento económico* está dado por la generación de oportunidades de empleo, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, así como de oportunidades para promover la competitividad, las inversiones en innovación y el crecimiento de la industria en general<sup>23</sup>. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo en lo referente a costos, el comercio electrónico trae consigo una reducción cercana al 15% para el usuario final y del 20% en el aprovisionamiento de las empresas, costos relacionados con la búsqueda, transacción, tiempo e ineficiencia en los procesos, entre otros.

#### **IV. DIAGNÓSTICO**

Colombia viene superando barreras en infraestructura de conectividad. Sin embargo requiere mejorar aspectos de aprovechamiento de las TIC y reconocer la importancia de articular sus agentes, en especial los servicios de logística<sup>24</sup>.

En lo referente a conectividad, el mundo<sup>25</sup> cuenta en la actualidad con 429,2 millones de conexiones a Internet de banda ancha, de las cuales 27,1 millones se ubican en América Latina. En materia de crecimiento de conexiones de banda ancha, el mundo registró en 2008 un crecimiento<sup>26</sup> del 25%, América Latina creció un 51.5%, mientras que Colombia alcanzó una tasa del 69,8%, lo cual representa una penetración de usuarios de Internet de 44 por cada 100 habitantes. Lo anterior clasifica al país por encima del promedio regional. (Figura 2).

---

22 Los operadores logísticos deben adaptar su modelo de negocios al comercio electrónico, tomando en cuenta sus servicios basados en TIC, sistemas integrados de información, el almacenamiento, control de inventario de mercancías, tarifas, gestión de devoluciones y rastreo del envío, entre otros.

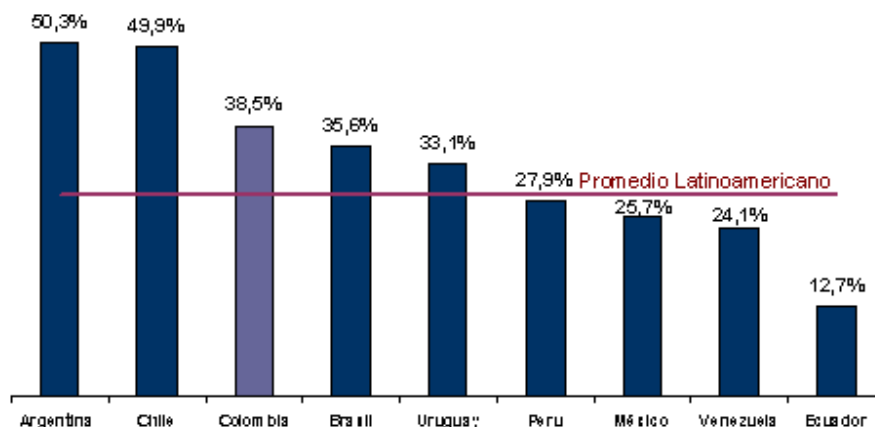
23 Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo

24 Incluye los servicios especializados tanto al interior (enfocados a la planificación de órdenes, pedidos de materias primas, gestión del espacio de almacenamiento e inventarios), como al exterior (relacionados con la gestión y distribución de productos) de las empresas.

25 Point Topic, Internet Worldstat, CRC, Cofetel Corte Marzo de 2009.

26 Tomando como base el número de conexiones del tercer trimestre de 2007.

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



Fuente: Internet Worldstat, CRC, Cofetel. Datos a diciembre de 2008

En cuanto a telefonía móvil, el avance obtenido en materia de cobertura de población ha sido igualmente significativo: Colombia llegó a los 93.1 abonados<sup>27</sup> por cada 100 habitantes en septiembre de 2009, lo cual representa un crecimiento del 12,6% en el último año. Se destaca la evolución reciente del Internet móvil, que de acuerdo al reporte trimestral de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), registró un incremento de suscriptores de Internet superior al 56% entre abril y junio de 2009.

En el entorno móvil, se resaltan las aplicaciones ofrecidas en la actualidad sobre las redes móviles de comunicaciones tales como la banca móvil. En este sentido, se aprecia el dinamismo que se está generando en el país, en cuanto a la oferta de nuevos servicios y en el papel tan importante que está presentando la penetración de los servicios de telecomunicaciones. De acuerdo con cifras de la Superintendencia Financiera<sup>28</sup>, entre enero y junio de este año se efectuaron a través de dispositivos móviles 539.575 transacciones frente a 261.241 de igual lapso del año anterior.

Teniendo en mente la masificación de las TIC, el Gobierno Nacional estableció la exención de IVA desde el año 2006 para computadores de bajo costo<sup>29</sup>, esto ha tenido un impacto positivo sobre la penetración de computadores, la cual ha evolucionado de 5,8% en el 2006 al 12,8% en junio de 2009. No obstante, aún persiste una limitada masificación de estos dispositivos, lo cual se convierte en un obstáculo para el uso de Internet a nivel unipersonal y por ende para la realización de transacciones electrónicas.

<sup>27</sup> Corresponde a líneas activas de telefonía móvil. III trimestre de 2009, SIC.

<sup>28</sup> Informe de Transacciones y Operaciones, Superfinanciera, 2008-2009

<sup>29</sup> Por debajo de 82 UVT, para 2009 el valor en pesos es de \$1.949.000. Ley 1111 de 2006.

De la misma manera, en los indicadores internacionales Colombia presentó mejoría en el 2008, aunque permanece en una posición media a nivel mundial. En materia de preparación para aprovechar las TIC en el crecimiento económico, el Índice de la Preparación para la Interconexión<sup>30</sup> clasifica a Colombia en una mejora en el ranking de países, pasando en 2007 de una posición relativa<sup>31</sup> del 52% a una del 47% en 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> (Cuadro 1):

**Cuadro 1. Utilización de Internet 2008**

	% Usuarios Internet	
	Colombia	Brasil
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.

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).

---

30 The Global Information Technology Report, Foro Económico Mundial, 2008-2009

31 Posición relativa definida como el porcentaje de países que superó a Colombia en la muestra de países de cada año en la estimación.

32 DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares 2008.

33 Indicadores Básicos de TIC, DANE, 2009.

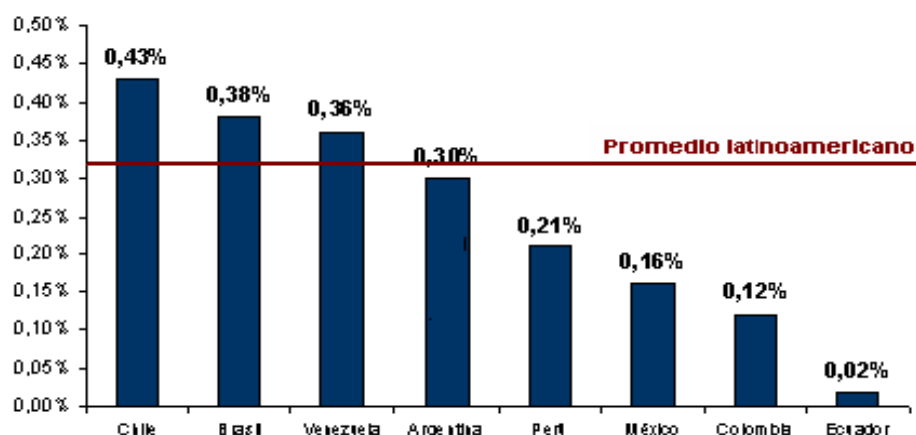
34 Pesquisa de TIC Domicilios e Usuarios, CETIC, 2008.

35 No obstante, de acuerdo con el borrador de Resultados de Monitoreo del Gobierno en Línea en Colombia 2008, el 31% de los ciudadanos manifestó haberse relacionado con el Estado a través de canales electrónicos, el 28% que realizaron algún trámite o solicitaron servicios a través de estos canales con una efectividad del 95%.

36 Ibid, base: Población mayor a 16 años.

37 En cuanto a las ventas a nivel latinoamericano a través de comercio electrónico, el gasto total B2C ascendió a USD\$10.908 millones. VISA.

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



Fuente: América Economía Intelligence, 2008

Aunque no se cuenta con cifras adicionales en temas de comercio, se puede concluir que Colombia pasa por un momento ideal para potenciar el uso y aprovechamiento de las TIC. En este sentido, el país mostró 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.

#### *A. Problema Central*

A pesar de existir diversas iniciativas normativas y de política en el país en torno al comercio electrónico, y los avances generados a nivel de infraestructura de telecomunicaciones, su desarrollo aún es bajo de acuerdo a las cifras presentadas, lo cual representa un costo de oportunidad basado en el aprovechamiento de las TIC en términos de crecimiento económico y competitividad.

#### *B. Efectos del problema central*

De acuerdo a lo reconocido por la OCDE, el comercio electrónico proporciona ganancias de eficiencia en la economía al reducir costos de intermediación. Bajo esta premisa, un bajo aprovechamiento de comercio electrónico implicaría mayores costos para la economía colombiana, lo cual configura pérdidas a nivel de competitividad.

### C. 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.

#### i. 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. 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. (Cuadro 2).

**Cuadro 2. Algunos resultados de los programas – Min TIC**

Programas	Resultados Principales	Inversión*
Agenda de Conectividad – Estrategia de Gobierno en Línea	17.351 funcionarios de Gobiernos Territoriales capacitados en Gobierno en Línea	95,5
	15.427 funcionarios públicos capacitados en apropiación de TIC	
	92 entidades del orden nacional vinculadas a la Intranet Gubernamental	
	1.097 entidades territoriales vinculadas al proyecto Gobierno en Línea Territorial	
	5 cadenas de trámites automatizadas	
Mipymes Digitales	2.223 Mipymes beneficiadas con soluciones tecnológicas de productividad	7,6
Programa Compartel	40.188 Mipymes beneficiadas con conectividad. 1.414 beneficiadas con capacitación.	17,9

Fuente: Ministerio de TIC, SIGOB corte julio de 2009  
Miles de millones de pesos 2009

Así mismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelanta proyectos que estimulan la utilización intensiva de las TIC en procesos empresariales y comercio exterior, el cual se ha promovido por la implementación de la Ventanilla Única de Comercio Exterior, cuyo número de usuarios asciende a 30.000 y registró pagos electrónicos superiores a 10 mil millones de pesos en 2008. De la misma manera, se promovió la automatización de la fuerza comercial de 200 pequeñas y medianas empresas en el Proyecto CRM-Pymes, mientras a través del Programa de Transformación Productiva se buscará mayor transformación en sectores ya establecidos en el país con estándares de clase mundial.

A pesar de estas iniciativas, de acuerdo con un estudio adelantado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP)<sup>38</sup> y los indicadores básicos de TIC del DANE<sup>39</sup>, se encuentran diferentes tipos de limitantes para el desarrollo del comercio electrónico tanto en el sector empresarial como en la comunidad en general.

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.

Esta circunstancia se refleja en parte en el rezago de número de registros de dominio<sup>40</sup> .co<sup>41</sup>. Mientras Colombia cuenta 5,8 dominios por cada 10.000 habitantes, países como Brasil ya superan 88, España 216,6 y Chile 148. Esto se debe a la falta de iniciativas y al costo del mismo, el cual también presentan diferencias marcadas en la región<sup>42</sup>. La situación no es diferente en el caso de los dominios genéricos de primer nivel<sup>43</sup>, presentando Colombia registros que no superan los 48.000, que implica 10,7 dominios por cada 10.000 habitantes, mientras que España ya supera los 270,8 y Brasil los 25,3.

Lo anterior se acentúa por la percepción general de desconfianza en el comercio electrónico e inquietudes sobre temas como la seguridad y la privacidad. Por ejemplo, en el tema de seguridad, el 20% de los usuarios de Internet de la encuesta del DNP del 2008<sup>44</sup> manifestaron que tendrían más incentivos para realizar compras por Internet si existieran mecanismos para hacer las transacciones más seguras y el 35% manifiesta que no lo hacen por desconfianza en los sistemas o formas de pago que ofrece Internet.

Adicionalmente, se parte de la premisa que la comunidad busca mayor certeza sobre resolución de conflictos y reclamaciones. Esta situación se presenta principalmente en los servicios públicos, dado que el 21,3% de los usuarios de Internet le gustaría poder generar sus reclamaciones desde la Web. Al respecto, se ha considerado por parte del Departamento Nacional de Planeación a través del Programa

---

38 Consultoría para identificar los determinantes del desarrollo del comercio electrónico en Colombia y recomendar lineamientos de política. Unión temporal Universidad Sergio Arboleda-Corporación Colombia Digital-Datexco en contrato para el DNP. 2008.

39 Módulos en la Encuesta de Calidad de Vida y Gran Encuesta de Hogares.

40 Nombre alfanumérico único utilizado para identificar un sitio web en Internet

41 Dominio de nivel superior de código de país (ccTLD) que indica que el país donde fue creado es Colombia.

42 En Colombia el registro se encuentra alrededor de USD\$ 80 y Brasil solo asciende a USD\$15

43 Estadísticas de WebHosting.Info que contemplan los TLD .com, .net, .org, .info y .biz.

44 Ibid

Nacional de Servicio al Ciudadano, que es necesario fortalecer el canal virtual de atención a la ciudadanía, tema que además ha sido señalado por el Gobierno Nacional como un objetivo transversal para incrementar la confianza de los ciudadanos en la Administración, de acuerdo con lo establecido en el Decreto 2623 de 2009 mediante el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.

En lo correspondiente al Gobierno, a través del Programa Gobierno en Línea<sup>45</sup> se ha logrado a julio de 2009 la publicación en Internet de la información de 2.240 trámites y 409 servicios en el Portal del Estado Colombiano [www.gobiernoonline.gov.co](http://www.gobiernoonline.gov.co). Actualmente, 156 trámites y 221 servicios de la administración pública nacional se pueden hacer totalmente en línea. Así mismo, se ha avanzado en la transparencia en la contratación pública con la implementación del Portal Único de Contratación [www.contratos.gov.co](http://www.contratos.gov.co), en el cual se ha publicado durante el año 2009 la información de 53.365 procesos de contratación por un valor de 22,5 billones de pesos.

Lo anterior constituye un paso más hacia el funcionamiento eficiente del Estado, prestando mejores servicios y ampliando las posibilidades de contratación mediante el aprovechamiento de las TIC. 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.

Por último, 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. El Sipsa, - Sistema de Información de Precios del Sector Agropecuario, es un servicio prestado por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, que lleva el registro de los precios de los productos agrícolas en las plazas mayoristas de las principales ciudades del país, mientras que la Confederación Colombiana de Consumidores cuenta con un sistema estadístico de información de precios de los principales productos de consumo de las familias. Sin embargo, la información obtenida por medio de los dos sistemas mencionados no es difundida de forma ágil, rápida y flexible.

---

<sup>45</sup> Gobierno en Línea contempla cinco fases: Información, interacción, transacción, transformación y democracia. En la actualidad, las entidades del orden nacional ya implementaron las dos primeras, mientras las de orden territorial la primera. Las cinco fases deberán estar implementadas el 1° de diciembre de 2010 para las entidades nacionales, y el 1° de diciembre de 2012 para las territoriales, en cumplimiento del Decreto 1151 de 2008.

<sup>46</sup> En la actualidad hay publicidad de las contrataciones estatales en cumplimiento del Decreto 2474 de 2008.



## ii. **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.

### *Vacíos en la normatividad de protección al consumidor en aspectos de comercio electrónico*

La protección al consumidor se rige por el Decreto 3466<sup>47</sup> de 1982, el cual está diseñado para el ámbito de las transacciones físicas y también se aplica al medio virtual, dando lugar a confusiones por parte de los consumidores que realizan transacciones a través de medios electrónicos. Las condiciones de compra, los medios de pago, la tecnología y la logística de un ambiente digital tienen particularidades que deberían tener un tratamiento diferencial.

Es necesario enfatizar, que en el comercio electrónico los requerimientos de protección al consumidor se relacionan de manera específica con los mecanismos de defensa en las ventas a distancia, la incertidumbre en la calidad e idoneidad de los productos, la publicidad engañosa por medios electrónicos, la responsabilidad de los agentes de la cadena y el cumplimiento de las ofertas en línea, entre otros.

Una limitación adicional a la protección al consumidor se encuentra en las transacciones transfronterizas, dado que el país no pertenece a ninguna red o convenio internacional que facilite la solución de estos conflictos.

### *Baja utilización de la firma y la factura electrónica*

La firma digital y la firma electrónica son formas de identificación personal en el contexto digital, que pueden ser empleadas para cumplir funciones de identificación, de la integridad de un mensaje de datos y el no repudio del mismo. La firma electrónica es el concepto genérico a través del cual se identifica un firmante asociado a un mensaje de datos y se entiende su aprobación al contenido del mismo, mientras la firma digital es una especie de firma electrónica<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Por el cual se dictan normas relativas a la idoneidad, la calidad, las garantías, las marcas, las leyendas, las propagandas y la fijación pública de precios de bienes y servicios, la responsabilidad de sus productores, expendedores y proveedores, y se dictan otras disposiciones.

<sup>48</sup> 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. Sin embargo, la ley sólo otorga a la firma digital<sup>49</sup> atributos jurídicos como la presunción de intención del suscriptor de acreditar el mensaje y ser vinculado al mismo. Este tipo de firma permite, en la legislación colombiana, el manejo del riesgo de suplantación de identidad y de alteración de información. Si bien, esta herramienta es reconocida en la actualidad por sus altos estándares de seguridad, puede resultar limitada en el largo plazo de acuerdo a los cambios tecnológicos y su neutralidad.

En el país, la firma digital es un procedimiento que utiliza la tecnología de Infraestructura de Clave Pública (PKI, por sus siglas en inglés<sup>50</sup>) con organismos certificadores. El uso de la firma digital ha sido obligatorio en la realización de diferentes actividades tanto en el ámbito del sector público como el privado, entre las que se encuentran el envío de información a las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera, la Superintendencia Nacional de Salud, la Superintendencia de Sociedades y a las Sociedades de Intermediación Aduaneras, Usuarios Aduaneros Permanentes y Usuarios Altamente Exportadores.

A pesar de que el país presenta una tendencia creciente en materia de certificación digital<sup>51</sup>, cabe anotar que en la actualidad existen sólo dos entidades autorizadas bajo la figura de certificación abierta, que cumplen el proceso reglamentado por el Decreto 1747 de 2000. Sin embargo, los precios registrados para obtener los certificados digitales para las personas, entidades o empresas, son considerados relativamente altos en comparación de otros países de América Latina como por ejemplo Chile<sup>52</sup>, lo cual puede representar un costo de oportunidad en materia de utilización de esta herramienta para las Mipymes.

Por otra parte, se resalta la gestión de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacional (DIAN) que ofrece la presentación de declaraciones tributarias y aduaneras, así como el diligenciamiento de recibos de pago, a través de servicios informáticos electrónicos, sin perjuicio de prever el pago por canales 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. A la fecha ha emitido 116.104 certificados.

---

49 Para su definición bajo la normatividad colombiana ver el artículo 2 de la Ley 527 de 1999.

50 Este es un conjunto de elementos que, mediante la utilización de un par de llaves criptográficas almacenadas en el certificado digital logran: identificar a quien se envía una comunicación, impedir que terceras personas puedan observar mensajes que se envían y alterar información enviada por medios electrónicos e impide la negación del envío.

51 Para el primer periodo de 2009, existían en el país 35.074 certificados digitales vigentes emitidos por medio de Certificámaras.

52 En el 2008 el valor de un certificado digital en Colombia variaba de USD\$ 270 a USD\$ 875, lo cual se contrasta por ejemplo con Chile en donde los precios oscilan entre los USD\$ 80 y USD\$ 160.

En relación con el sistema de facturación electrónica, el Gobierno Nacional ha dado un avance significativo con el Decreto 1929 de 2007<sup>53</sup> y la Resolución DIAN 14465 del mismo año. De esta manera, se pasó de un (1) autorizado para la emisión de este tipo de facturas en el período 1996-2007, a 65 en 2009 y generando 90.969 acuerdos de expedición y aceptación de facturas electrónicas entre personas naturales y jurídicas.

No obstante el incremento en el uso de la factura electrónica y con el fin de impulsar el uso masivo de la misma por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas, se encuentra la necesidad de revisar el Decreto 1929 de 2007, el cual exige la certificación del proceso de facturación con certificación ISO 9001:2000 o la norma que la sustituya o adicione. Esta medida tiene el objeto de asegurar la aplicación de los principios de autenticidad e integridad a lo largo del proceso, sin perjuicio de la posibilidad prevista de adelantar el proceso a través de terceros. Sin embargo, para medianos, pequeños y microempresarios se contabilizan costos agregados considerables que podrían representar una barrera para su uso.

#### *Niveles reducidos de seguridad*

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

Con respecto a los aspectos tecnológicos, resulta relevante que se establezcan parámetros de seguridad apropiados para el manejo de la información tanto en los sistemas de información, bases de datos y en las redes, así como para las personas jurídicas y/o naturales. De esta manera, se garantizaría estándares mínimos a nivel tecnológico que generarían confianza en las relaciones comerciales por Internet, así como buenas prácticas en el entorno Web. En este aspecto, por ejemplo la Ley 1328 de 2009 dispone que las entidades financieras deben contar con los medios electrónicos y controles idóneos para brindar eficiente seguridad a las transacciones, a la información confidencial de los consumidores financieros y a las redes que la contengan.

Por su parte, en el tema normativo y regulatorio, el Código Penal expedido con la Ley 599 de 2000<sup>54</sup> y la Ley 1273 de 2009<sup>55</sup> regulan el concepto de delito informático. La expedición de esta última ha

---

53 Deroga el Decreto 1094 de 1996 e incorpora la neutralidad tecnológica en cuanto a mecanismos, tecnología para efectos de servicios que implementen el proceso de facturación.

54 Por la cual se expide el Código Penal.

55 Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado “de la protección de la información y de los datos”- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.

configurado un avance significativo en la tipificación de esta clase de delitos. No obstante, la legislación actual no contempla delitos como la publicidad engañosa y el spam, entre otros.

Por otra parte, desde el punto de vista gubernamental, la seguridad informática en la utilización de medios electrónicos es un tema estratégico y transversal en materia de defensa, de justicia y de seguridad nacional. En este sentido, Colombia tiene compromisos internacionales para implementar nuevas prácticas en seguridad informática<sup>56</sup> y el Gobierno Nacional está en proceso de formulación de una política de ciberseguridad que incluye la respuesta efectiva al delito informático y fortalecimiento institucional y jurídico. De esta manera, el país ha avanzado en la consolidación del Equipo de Respuesta a Incidentes de Seguridad Cibernética Nacional (CSIRT), el que se constituye como parte fundamental para la investigación, prevención y atención de esta clase de delitos.

#### *Desconocimiento del derecho de autor en el entorno digital*

En materia de derecho de autor, el Gobierno Nacional cuenta con una plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la competitividad y productividad nacional, aprobado a través de documento Conpes 3533 de 2008. Adicionalmente existen importantes avances en cuanto a la normatividad aplicable en el entorno digital y a la suscripción de los principales tratados en esta materia. Este es el caso del tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI sobre Derecho de Autor y sobre Interpretación, Ejecución y Fonogramas, conocidos como los “Tratados Internet”. Estos tratados fueron adoptados en la legislación interna a través de las leyes 565 de 2000 y 545 de 1999, respectivamente, y han aclarado que en el entorno digital se aplican las normas establecidas para el entorno analógico.

No obstante, se percibe bajo conocimiento de esta normatividad y su apropiación en el nivel nacional por parte de los usuarios de la red en el entorno digital. Dado lo anterior, se encuentra una necesidad de promoción de la normativa existente y su aplicación al entorno digital.

#### *Protección de datos personales*

Por otra parte, es importante recalcar la importancia que tiene la protección de datos personales en generar confianza en los usuarios para el uso de medios electrónicos. El país cuenta con la Ley Estatutaria 1266 de 2008 sobre habeas data, la cual contiene disposiciones generales para el manejo de información

---

<sup>56</sup> Estrategia Interamericana de la OEA adoptada en el 2004 por la Asamblea General de este organismo [Resolución AG/RES 2004] para combatir las amenazas cibernéticas.

financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países relacionada con el análisis de riesgo de crédito.

De igual manera, la Ley 527 de 1999 estipuló obligaciones de protección de la información proporcionada por los suscriptores a las entidades de certificación, mientras el Decreto 1747 de 2000 estableció su obligación de protección de confidencialidad de la información, y en este sentido es la SIC la encargada de sancionar el incumplimiento de las obligaciones derivadas de la prestación del servicio.

No obstante lo anterior, se requiere revisar algunos vacíos en la responsabilidad que adquieren algunos agentes de la cadena de comercio electrónico en la manipulación y hospedaje de datos personales, así como el uso que se le da a los mismos.

#### *Dominio .co*

Por último, es preciso mencionar que la Ley 1341 de 2009 establece a cargo del Ministerio de TIC fijar las políticas de administración, mantenimiento y desarrollo del dominio .co, quien tiene la posibilidad de concesionar su promoción, administración, operación técnica y mantenimiento, entre otras, de acuerdo a la naturaleza del ccTLD.co<sup>57</sup> (por sus siglas en inglés). En este sentido, dicho Ministerio definió nuevas condiciones para su administración en el año 2009, en donde se busca promover la administración del ccTLD .co, así como la implementación del plan gradual de colocación de dominios en segundo nivel. De acuerdo a estimaciones del Ministerio de TIC, el cambio de esquema de administración podrá llevar al país a tener 200.000 dominios registrados, lo que representaría un incremento superior al 600%.

### **iii. 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.

---

<sup>57</sup> “Country Code Top Level Domain”. La terminación .co corresponde al territorio nacional de acuerdo a la norma ISO 3166-1 alpha 2.

### *Baja oferta de contenidos locales y mercados electrónicos*

El papel de los contenidos a nivel mundial es cada vez más importante. El comportamiento de los consumidores electrónicos ha cambiado en el tiempo, y de esta manera cada vez consumen más contenidos. En este sentido, una investigación de Online Publisher Association<sup>58</sup> realizada en Estados Unidos reveló que el 44% de los usuarios observa videos en línea desde su computador al menos una vez por semana y un 41% desde su dispositivo móvil. A nivel social, los contenidos pueden generar diversidad de beneficios al ser aplicados a sectores como la educación, salud y comercio, posibilitando en este sentido el e-learning, el teletrabajo, y la telemedicina, entre otros.

En Colombia, menos del 2%<sup>59</sup> de los usuarios de Internet acceden a la red para aportar contenidos, y alrededor del 19% de los consumidores electrónicos manifiestan que los contenidos ofrecidos por portales de empresas colombianas no son adecuados para realizar su compra. En este contexto resulta importante estimular la generación de contenidos locales adecuados para incrementar el consumo por medios electrónicos y la generación de conciencia del potencial existente en cuanto a demanda de los mismos y sus beneficios conexos.

### *Deficiencias en la infraestructura tecnológica y logística*

A nivel de logística, existen iniciativas privadas de operadores postales dirigidas a las empresas y la comunidad. No obstante, el estudio del DNP revela una tendencia en los hogares que realizan compras por Internet, donde el 26,6% reconoce que han tenido demora en el tiempo de entrega de las mercancías. Lo anterior refleja una debilidad en los servicios de logística para la entrega de los productos comprados en línea.

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%). Por su parte, las empresas industriales<sup>61</sup> presentaron un escenario similar, sólo el 40% recibió pedidos por este medio, mientras el 28,2% lo utilizó para hacerlos. Esta situación contrasta con el estado

---

58 Frames of Reference: Online Video Advertising, Content and Consumer Behavior, OPA, 2007

59 DNP, 2008

60 "Empresas dedicadas al comercio mayorista, minorista y de vehículos que cumplen con los parámetros de inclusión forzosa: personal mayor o igual a 20 personas y/o ventas mayores o iguales a 2.055 millones de pesos de 2006." DANE, 2006

61 "Empresas que funcionan en el país y que se definen como industriales según la CIIU rev.3 A.C. y que ocupan diez o más personas y/o registran un valor de producción superior a \$121,7 millones de pesos anuales para 2006." DANE, 2006.

de avance en Brasil<sup>62</sup> en la materia, donde para el mismo año el 53% de las empresas<sup>63</sup> realizaba pedidos y el 50% los recibía por Internet.

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. Por ejemplo, en la Encuesta Nacional de Logística que adelantó el Departamento Nacional de Planeación en el 2008, se evidencia que el 63,5% de los Proveedores Servicios Logísticos no cuentan con tecnologías transaccionales, a pesar de ser la misión de su negocio la tercerización del proceso logístico, y sólo el 18,7% manifiesta estar integrados con sistemas corporativos internos y externos.

#### *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. En Colombia, se cuenta con el 55,5% de bancarización de la población adulta, el 37,3% de la población total no tiene acceso a ningún producto financiero y el 86,8% aún no cuenta con acceso a tarjeta de crédito.

A pesar de lo anterior, la brecha existente entre la penetración bancaria y la penetración móvil es una oportunidad para el desarrollo e impulso de los servicios financieros móviles, tomando en cuenta que la penetración de celulares en los hogares con jefe de ingresos inferiores a 1,5 salarios mínimos legales vigentes supera el 77% en dicho grupo.

Al respecto, se adelantan iniciativas para el desarrollo de servicios financieros móviles piloto, bajo diversos modelos. En este sentido los usuarios de telefonía móvil pueden transferir dinero y adelantar transacciones, recargar celulares, acceder a servicios bancarios y pagar cuentas, entre otros. Este es el caso de los proyectos piloto que está liderando Bancoldex a través del Programa Banca de las Oportunidades para la apropiación de modelos de banca móvil transformacional<sup>64</sup>. Adicionalmente, este programa ha consolidado redes de corresponsales no bancarios llegando a 5.198 y se cuenta con avance

---

62 Pesquisa de TIC Empresas, CETIC, 2006

63 Empresas del segmento de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas Industria de transformación, construcción, comercio y reparaciones de automóviles, hoteles y alimentación, transporte y comunicaciones, actividades inmobiliarias, actividades cinematográficas, e instituciones financieras. CETIC, 2006

64 La Federación Nacional de Cafeteros actualmente está implementando un proyecto piloto con la cédula cafetera habilitando el acceso a servicios financieros móviles de sus afiliados. En el mundo, se destacan modelos como el WIZZIT, G-CASH, entre otros.

significativo en la definición de cuentas de ahorro electrónicas, las cuales tienen como objeto promover el acceso a los establecimientos de crédito y cooperativas a la población de menores ingresos.

De esta manera, se requiere articular las diferentes iniciativas y actores del sector bancario y de telecomunicaciones, con el objetivo de ofrecer servicios de manera masiva, así como estimular, desde el Gobierno Nacional, la creación de plataformas de pago que incentiven la competencia, disminuyan costos de utilización de canales electrónicos y generen un mayor estímulo del comercio electrónico.

## **V. OBJETIVOS**

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

Los lineamientos de política de este documento tienen 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.

*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.



- 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.

## **VI. 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:

i. **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.

## ii. **Fortalecimiento del marco normativo y regulatorio**

El ámbito de fortalecimiento del marco normativo y regulatorio requiere plantearse tanto desde el nivel nacional como el internacional.

A nivel internacional, la armonización de las reglas aplicables al comercio electrónico es una necesidad para el comercio internacional y la utilización de las comunicaciones electrónicas en los contratos internacionales con el fin de fomentar la seguridad jurídica y la previsibilidad comercial, así como para la protección del consumidor que realiza transacciones transfronterizas en el ámbito del comercio electrónico. Dado lo anterior, el Gobierno Nacional promoverá las adaptaciones del marco regulatorio y normativo que sea necesario para eliminar barreras al comercio. En este sentido, el Ministerio de Relaciones Exteriores coordinará con las entidades competentes el proceso de revisión de la pertinencia de la ratificación de la Convención de las Naciones Unidas sobre la Utilización de las Comunicaciones Electrónicas en los Contratos Internacionales de 2005.

Por su parte, a nivel nacional, la premisa es desarrollar un marco regulatorio que garantice el respeto de los derechos de los consumidores y facilite su protección en el ámbito del comercio electrónico, para así ofrecer un ambiente de confianza en las transacciones y promover su desarrollo.

#### *Diseño de un Régimen de Protección al Consumidor de Comercio Electrónico*

La protección al consumidor es fundamental bajo dos aspectos que se retroalimentan: i) un régimen claro de protección a este tipo de usuario, y ii) reglas claras que generen confianza del e-consumidor.

En este sentido, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelantará las gestiones pertinentes para incorporar el concepto de protección al consumidor de comercio electrónico en las iniciativas legislativas en curso. Así mismo, este Ministerio, con el apoyo de la SIC y la Superintendencia Financiera, adelantarán las gestiones que correspondan para definir un régimen específico de derechos de los usuarios de comercio electrónico en donde se incluyan, entre otros temas, la validez de los mensajes de datos en la transacción, y las responsabilidades de los diferentes agentes que intervienen en la cadena de valor del comercio electrónico. Esta gestión se adelantará en un máximo de dieciocho meses después de haber sido aprobado este documento.

De la misma manera, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo de la SIC y el Ministerio de Relaciones Exteriores, gestionará la participación del país en acuerdos internacionales en materia de aplicación de la ley y otras actividades de protección al consumidor, en particular la participación en la Red Internacional de Protección al Consumidor y Aplicación de la Ley. Esto con el fin de garantizar a los consumidores una protección internacional en sus transacciones electrónicas. Esta iniciativa deberá estar presentada antes de los doce meses posteriores a la aprobación de este documento.

### *Promoción y uso de la firma electrónica y de la factura electrónica*

Considerando el dinamismo de las TIC y el desarrollo del comercio electrónico en el país, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo del Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de TIC, adelantará una revisión integral de la Ley 527 de 1999 y propondrá antes de doce meses después de aprobarse este documento, un proyecto de ley que defina el régimen integral de comercio electrónico. Esta propuesta se consolidará con el objetivo de promover la neutralidad tecnológica, buscar economías de escala para la simplificación de trámites, la masificación de las TIC y propender por la protección de los usuarios, entre otros.

En este marco y teniendo en cuenta los requisitos establecidos en el Decreto 1747 de 2000 para las entidades certificadoras abiertas de firmas digitales, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el acompañamiento de la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantará:

- La definición de los atributos jurídicos de la firma electrónica con el objetivo de buscar esquemas alternativos a la firma digital. Esta actividad será finalizada a más tardar seis meses después de aprobarse este documento.
- El diseño del mecanismo para minimizar los requisitos requeridos para autorizar la actividad de las entidades de certificación y propondrá los ajustes antes de doce meses después de aprobarse este documento.

En lo relacionado con la factura electrónica, la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), en coordinación con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y con apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la Superintendencia de Industria y Comercio, flexibilizará la exigencia del certificado ISO 9001:2000 para las micro, pequeñas y medianas empresas. Para lo anterior, la DIAN adelantará dentro de los tres meses siguientes a la aprobación de este documento, los estudios tendientes a establecer la existencia y funcionalidad de mecanismos alternativos a la certificación ISO 9001: 2000, o las normas que la sustituyan o adicionen, que en todo caso garanticen la aplicación de los principios básicos de autenticidad e integridad a lo largo del proceso de facturación. Dentro de los tres meses siguientes al vencimiento del término anterior, la DIAN presentará la propuesta de modificación del Decreto 1929 de 2007 al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, entidad que adelantará el trámite respectivo dentro del mismo término.

### *Promoción de la Seguridad informática*

Considerando que la seguridad informática, tanto desde el punto de vista técnico, como normativo e institucional, es un aspecto de interés nacional que trasciende las responsabilidades en temas de informática y telecomunicaciones, además de considerarse un tema estratégico para la seguridad del país, el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República adelantará un seguimiento a la iniciativa de política y/o plan sobre ciber seguridad, que se encuentra bajo la coordinación de Comisión Intersectorial de Políticas y Gestión de Información para la Administración Pública, en los tres meses siguientes de adoptarse este documento. Para esto, convocará al Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de TIC, el Ministerio del Interior y de Justicia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Policía Nacional y la Fiscalía General de la Nación, entre otros.

Por su parte, el Departamento Administrativo de Seguridad buscará el apoyo de la Fiscalía General de la Nación, para la consolidación de las técnicas para identificar prácticas fraudulentas y diseñará un programa de sensibilización dirigido a empresas y usuarios de comercio electrónico, de tal manera que se tomen las medidas necesarias que disminuyan riesgos de fraude. Este programa iniciará su funcionamiento antes de seis meses de ser aprobado el documento.

Para lograr una adecuada seguridad en las actividades relacionadas con comercio electrónico es necesario dar continuidad a los esfuerzos previamente realizados, en particular en torno a las actividades de supervisión de la Superintendencia Financiera y la Unidad de Delitos Informáticos, así como los esfuerzos de las empresas en la adopción de sistemas seguridad de la información. En este sentido, la Superintendencia Financiera deberán reforzar su papel protagónico en la supervisión de los estándares de seguridad en las transacciones de comercio electrónico.

### *Derecho de autor*

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones promoverá, en el marco de la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual que define el documento Conpes 3533 de 2008, espacios que tengan como objeto estudiar la responsabilidad de los Proveedores de Servicios de Internet en relación con los contenidos tutelados por el derecho de autor y los derechos conexos. De esta manera, considerará la creación de espacios de trabajo en donde se busque concertar esfuerzos entre los Prestadores de Servicios de Internet, el Gobierno Nacional, los titulares de derecho de autor y derechos

conexos y los usuarios. Este acercamiento lo adelantará antes de tres meses después de crearse la Comisión mencionada.

De la misma manera y considerando el marco jurídico aplicable en Colombia en materia de derecho de autor, el Ministerio de TIC con el apoyo de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, promoverá entre los proveedores de Servicio de Internet opciones como la autorregulación y adopción de códigos deontológicos en materia de derecho de autor y derechos conexos.

#### *Protección de datos personales*

Por otra parte, considerando que la protección de datos personales es un elemento necesario para afianzar la confianza de los usuarios en los medios electrónicos y que Colombia cuenta con un marco normativo de carácter estatutario con relación a la información financiera, crediticia, comercial y de servicios, que se materializó en la Ley 1266 de 2008 de Habeas Data, el Gobierno Nacional buscará promover y aplicar dicha práctica en otros sectores, con el propósito de brindar mayor confianza a nivel nacional e internacional.

#### **iii. Promoción de la oferta de servicios por parte de los agentes que hacen parte de la cadena de comercio electrónico.**

#### *Promoción de la generación de contenidos locales*

Considerando el bajo nivel de oferta de contenidos en el país, el Ministerio de TIC incluirá dentro de la política de contenidos digitales, los incentivos pertinentes para que las empresas utilicen el comercio electrónico como plataforma de comercialización y se consolide como una de las líneas de masificación de sus respectivos productos y la utilización de las páginas y portales Web como una manera de difundir información para tal propósito.

Por otra parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo de Proexport, promoverá los beneficios y la utilización de mercados electrónicos especializados como herramienta de comercialización en sectores de alto impacto para la economía. En este contexto, se estimulará la formulación e implementación de proyectos que articulen las necesidades sectoriales de oferta y demanda de productos, bienes y servicios en estos sectores tanto a nivel nacional como a nivel regional y redes sociales que faciliten la dinámica comercial a nivel global. Igualmente, estudiará la posibilidad de incorporar módulos de formación sobre el comercio electrónico en los programas de preparación de oferta exportable.

### *Fortalecimiento de la logística en la cadena de valor del comercio electrónico.*

Considerando que uno de los agentes primordiales de la cadena de comercio electrónico son los operadores logísticos, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo promoverá la inclusión de líneas de negocio de comercio electrónico por parte de los operadores logísticos.

De igual forma, el Ministerio de TIC a través de Servicios Postales Nacionales (4-72), implementará una estrategia comercial dirigida a prestar los servicios logísticos para el desarrollo de comercio electrónico. En este sentido, implementará una estrategia que incluya productos electrónicos dentro de su portafolio, la cual estará montada antes de finalizar el 2010. Por otra parte y con el objetivo de mejorar la confianza de los usuarios, 4-72 dispondrá de un sistema de rastreo que permita hacer seguimiento a los objetos postales que se requiera. Este sistema estará implementado a más tardar en el primer semestre de 2010.

Así mismo, en el marco de la implementación del Proyecto Exportación por Envíos Postales para Mipymes (Exportafácil), Servicios Postales Nacionales (4-72) gestionará la integración de este proyecto con plataformas electrónicas de comercio exterior. Así mismo, adelantará acciones para consolidarse como el operador oficial confiable para la entrega de los diferentes productos de exportación.

### *Mejor acceso a los diferentes medios de pago*

El acceso a medios de pago electrónicos es un factor que además de mejorar la calidad de vida de la población, puede ser un catalizador de las actividades de comercio electrónico. En este sentido, se buscará la universalización del acceso a los servicios financieros móviles, como apoyo al desarrollo del comercio electrónico, promoviendo tanto el acceso a la banca tradicional como a la no tradicional. De esta manera, el Gobierno Nacional, con la compañía de aliados privados, continuará apoyando las iniciativas lideradas por el programa de Banca de Oportunidades, con métodos no tradicionales de bancarización como son los corresponsales no bancarios.

Así mismo y aprovechando la alta penetración de los servicios de telefonía móvil, el Departamento Nacional de Planeación en coordinación con el Ministerio de TIC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la Superintendencia Financiera, y el Programa de Banca de las Oportunidades, formulará una estrategia que incluya una propuesta de ajustes regulatorios y normativos que se requieran para impulsar el desarrollo de la banca



móvil en Colombia. Para esto se pondrá en discusión con el sector bancario y de los operadores de telefonía móvil celular, y acordará en los próximos doce meses, los posibles modelos de negocio a implementar.

Finalmente, tomando en cuenta la promoción de la competencia en los mercados de los servicios de pago electrónicos, el Gobierno Nacional, a través de la Superintendencia Financiera, buscará estimular desde el entorno regulatorio la creación de plataformas de pago con el objeto de profundizar la fase transaccional del comercio electrónico en nuestro país y a la vez disminuir costos de utilización de los canales electrónicos.

## **VII. ESQUEMA DE SEGUIMIENTO DE LA POLÍTICA**

Dado el carácter transversal de los lineamientos propuestos en el documento, y considerando que se tiene como premisa que el comercio electrónico impulsa la competitividad, el Ministerio de TIC a través del Plan Nacional de TIC y su Comisión Administradora convocará a cada una de las entidades responsables de las acciones recomendadas en este documento para articular las diferentes iniciativas y hacer seguimiento de las mismas, sin perjuicio de otros sistemas de seguimiento.

En este sentido, el comercio electrónico será uno de los ejes que incorpore el Plan de TIC para su promoción y se incluirá dentro de los informes que se presenten en la Comisión Administradora como en la Comisión Asesora del Plan.

## **VIII. FINANCIAMIENTO**

Los recursos para el financiamiento de las recomendaciones establecidas en este documento provendrán del presupuesto de inversión pública de cada entidad, el cual se encuentra en el marco de gasto de mediano plazo, y que será definido en el decreto de liquidación para apropiación de la vigencia 2010.

## **IX. RECOMENDACIONES**

El Ministerio de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación recomiendan al Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES:

1. Aprobar los Lineamientos de Política para el Impulso y Desarrollo del Comercio Electrónico y solicitar a las entidades pertinentes dar inicio a las actividades establecidas en el plan de acción del presente documento.
2. Solicitar al Departamento Administrativo de la Presidencia de la República adelantar un seguimiento a la iniciativa de política y/o plan sobre ciber seguridad, bajo la coordinación de Comisión Intersectorial de Políticas y Gestión de Información para la Administración Pública, en los tres meses después de adoptarse este documento. Para esto, convocará al Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de TIC, el Ministerio del Interior y de Justicia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Policía Nacional y la Fiscalía General de la Nación, entre otros.
3. Solicitar al Ministerio de TIC, lanzar 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 el comercio electrónico en las Mipymes. Esta estrategia se lanzará seis meses después de la aprobación de este documento.
4. Encargar al Ministerio de TIC, en compañía del MCIT, a través del programa MIPYME Digital, adelantar una convocatoria exclusiva para la promoción de proyectos que tengan como base el comercio electrónico. Esta convocatoria se abrirá después de seis meses de ser aprobado el presente documento.
5. Solicitar al SENA incorporar en sus programas de formación relacionados con el comercio electrónico, buenas prácticas en torno a la seguridad, los mecanismos de protección de información y 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 el documento.
6. Solicitar al DANE implementar la medición del comercio electrónico en sus ejercicios estadísticos a partir del año 2011.
7. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en coordinación con el DNP y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, elaborar una estrategia de fortalecimiento de sistemas de información que reporten la dinámica de mercados en diferentes canales de comercialización, y que además promuevan el uso de tecnologías de información y comunicaciones para la realización de transacciones. Esta acción deberá realizarse en un plazo de doce meses a partir de la aprobación del presente documento.
8. Solicitar al MCIT, con el apoyo de la SIC y la Superintendencia Financiera, adelantar las gestiones que correspondan para definir un régimen específico de derechos de los usuarios de comercio

electrónico. Este régimen se expedirá en un plazo máximo de dieciocho meses después de haber sido aprobado este documento.

9. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo del Ministerio de TIC y el DNP, adelantar una revisión integral de la Ley 527 de 1999, y proponer en un plazo de doce meses de aprobarse este documento, un proyecto de ley que defina el régimen integral de comercio electrónico.
10. Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el acompañamiento de la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantar:
  - La definición de los atributos jurídicos de la firma electrónica con el objetivo de buscar esquemas alternativos a la firma digital. Esta actividad será finalizada a más tardar seis meses después de aprobarse este documento.
  - El diseño del mecanismo para minimizar los requisitos requeridos para autorizar la actividad de las entidades de certificación y proponer los ajustes hasta doce meses después de aprobarse este documento.
11. Solicitar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), en coordinación con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y con apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantar dentro de los tres meses siguientes a la aprobación de este documento, los estudios tendientes a establecer la existencia y funcionalidad de mecanismos alternativos a la certificación ISO 9001: 2000 para las micro, pequeñas y medianas empresas, o las normas que la sustituyan o adicionen, que en todo caso garanticen la aplicación de los principios básicos de autenticidad e integridad a lo largo del proceso de facturación.
12. Solicitar a la DIAN dentro de los tres meses siguientes al vencimiento del término anterior, presentar la propuesta de modificación del Decreto 1929 de 2007 al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, entidad que adelantará el trámite respectivo dentro de este mismo término.
13. Solicitar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones promover, en el marco de la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual que define el documento Conpes 3533 de 2008, espacios que tengan como objeto estudiar la responsabilidad de los Proveedores de Servicios de Internet en relación con los contenidos tutelados por el derecho de autor y los derechos conexos. Este acercamiento lo adelantará hasta tres meses después de crearse la Comisión mencionada.
14. Encargar al Ministerio de TIC a través de Servicios Postales Nacionales (4-72), implementar una estrategia comercial dirigida a prestar los servicios logísticos para el desarrollo de comercio electrónico, además de contar con un sistema de rastreo que permita hacer seguimiento a los objetos postales que se requiera. Este sistema estará implementado a más tardar en el primer semestre de 2010.

15. Encargar al Departamento Nacional de Planeación en coordinación con el Ministerio de TIC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la Superintendencia Financiera y el Programa de Banca de las Oportunidades, la formulación de una estrategia que incluya los ajustes regulatorios y normativos que se requieran para impulsar el desarrollo de la banca móvil en Colombia. Esta labor debe desarrollarse en un plazo de doce meses a partir de la aprobación del presente documento.

Anexo.

Matriz de Recomendaciones

#O.E	Objetivo Específico	# A	Acción concreta	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Descripción del indicador	Fuente del indicador	Información del Responsable de la ejecución de la acción concreta					Línea de Base del Indicador	Fecha de la Línea Base del Indicador DD/MM/AAAA	Meta Final para el Indicador	Fecha de la Meta Final para el Indicador DD/MM/AAAA	Seguimiento en SISCONPES	Periodicidad de actualización	
								Sector	Entidad responsable de la ejecución	Cargo Responsable	Nombre del Funcionario	Correo Electrónico							Teléfono
1	Promoción de información y fortalecimiento de preparación para el comercio electrónico	3	Solicitar al Ministerio de TIC, lanzar una estrategia con el apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Servicio Nacional de Aprendizaje, a través de la cual se divulgue los beneficios que puede traer el comercio electrónico en las MIPYMES.	Porcentaje de avance en la formación y lanzamiento de la estrategia.	Porcentaje de avance.	Mide el porcentaje de avance de las estrategias formuladas e implementadas para la divulgación de los beneficios del comercio electrónico para las MIPYMES.	MINISTERIO DE TIC	Tecnologías de la información y las Comunicaciones	MINISTERIO DE TIC	Asesor en Competitividad Empresarial - Plan Nacional de TIC	Nicolás Llano Naranjo	nilano@mintic.gov.co	3443460 Ext 3057	0%	09/11/2009	100%	08/05/2010	X	Bimestral
		4	Encargar al Ministerio de TIC, en compañía del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del programa MIPYME Digital, adelantar una convocatoria exclusiva para la promoción de proyectos que tengan como base el comercio electrónico.	Número de mipymes beneficiadas con la convocatoria para proyectos de comercio electrónico.	Sumatoria acumulada.	Mide el número de mipymes beneficiadas por la convocatoria.	MINISTERIO DE TIC	Tecnologías de la información y las comunicaciones	MINISTERIO DE TIC	Asesor en Competitividad Empresarial - Plan Nacional de TIC	Nicolás Llano Naranjo	nilano@mintic.gov.co	3443460 Ext 3057	0	09/11/2009	400	08/05/2010	X	Bimestral
		5	Solicitar al Servicio Nacional de Aprendizaje incorporar en sus programas de formación relacionados con el comercio electrónico, buenas prácticas en torno a la seguridad, los mecanismos de protección de información y 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.	Porcentaje de avance en el diseño de un programa de formación titulada, relacionado con comercio electrónico, que contiene los componentes solicitados	Porcentaje	Mide el porcentaje de avance en el diseño de un programa de formación titulada que contiene componentes de buenas prácticas en torno a la seguridad, mecanismos de protección de información y de protección al consumidor y las normas de derechos de autor	SENA	Protección Social	SENA	Directora de Planeación	Juana Pérez	jmartinez@sena.edu.co	546 15 00 Extensión 12360	0%	09/11/2009	100%	08/04/2010	X	Bimestral
		6	Encargar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística el diseño de la medición del comercio electrónico en sus ejercicios estadísticos.	Porcentaje de avance en el diseño de la medición del comercio electrónico.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en el diseño de la medición del comercio electrónico	DANE	Estadística	DANE	Director Técnico de la Dirección de Metodología y Producción Estadística	Eduardo Efraín Freite Delgado	eeefreite@dane.gov.co	5978344	0%	09/11/2009	100%	31/12/2010	X	Semestral
			Encargar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística implementar la medición del comercio electrónico en sus ejercicios estadísticos.	Porcentaje de avance en la implementación y medición del comercio electrónico.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la implementación y medición del comercio electrónico	DANE	Estadística	DANE	Director Técnico de la Dirección de Metodología y Producción Estadística	Eduardo Efraín Freite Delgado	eeefreite@dane.gov.co	5978344	0%	09/11/2009	100%	31/12/2011	X	Semestral
7	Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación, y el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, elaborar una estrategia de fortalecimiento de sistemas de información que reporten la dinámica de mercados en diferentes canales de comercialización, y que además promuevan el uso de tecnologías de información y comunicaciones para la realización de transacciones.	Porcentaje de avance en la elaboración de la estrategia de fortalecimiento de sistema de información de mercados	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la ejecución de las actividades necesarias para la elaboración de la estrategia	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Comercio, industria y turismo	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Directora de Regulación	Carolina Lorduy	mlorduy@mincomercio.gov.co	6067676 ext.1347	0%	09/11/2009	100%	08/11/2010	X	Trimestral		

#O.E	Objetivo Especifico	# A	Acción concreta	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Descripción del indicador	Fuente del indicador	Información del Responsable de la ejecución de la acción concreta					Línea de Base del Indicador	Fecha de la Línea Base del Indicador DDDMMAAAA	Meta Final para el Indicador	Fecha de la Meta Final para el Indicador DDDMMAAAA	Seguimiento en SISCONPES	Periodicidad de actualización	
								Sector	Entidad responsable de la ejecución	Cargo Responsable	Nombre del Funcionario	Correo Electrónico							Teléfono
2	Fortalecimiento del marco normativo y regulatorio	2	Solicitar al Departamento Administrativo de la Presidencia de la República adelantar un seguimiento a la iniciativa de política y/o plan sobre ciberseguridad, bajo la coordinación de Comisión Intersectorial de Políticas y Gestión de Información para la Administración Pública. Para esto, convocará al Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Defensa, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de TIC, el Ministerio del Interior y de Justicia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Policía Nacional y la Fiscalía General de la Nación, entre otros.	Porcentaje de avance en el seguimiento de la iniciativa de política y/o plan de ciberseguridad	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en el seguimiento de la iniciativa de política y/o plan de ciberseguridad.	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA ALTA CONSEJERIA PARA LA COMPETITIVIDAD Y LAS REGIONES	Presidencia	DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA ALTA CONSEJERIA PARA LA COMPETITIVIDAD Y LAS REGIONES	Asesor Alto Consejero para la Competitividad y las Regiones	Jose Miguel Gonzalez	josegonzalez@presidencia.gov.co	5629300	0%	09/11/2009	100%	08/02/2010	X	Mensual
		8	Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el apoyo de la Superintendencia de Industria y Comercio y la Superintendencia Financiera, adelantar las gestiones que correspondan para definir un régimen específico de derechos de los usuarios de comercio electrónico.	Porcentaje de avance de las gestiones para definir el régimen de derechos de usuarios del comercio electrónico.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en las gestiones respectivas para definir el régimen de derechos de usuarios del comercio electrónico.	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Comercio, industria y turismo	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Directora de Regulación	Carolina Lorujy	mlorujy@mincomercio.gov.co	6067676 ext.1347	0%	09/11/2009	100%	08/05/2011	X	Trimestral
		9	Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo con el apoyo del Ministerio de TIC y el Departamento Nacional de Planeación, adelantar una revisión integral de la Ley 527 de 1999 y proponer en un plazo de doce meses de aprobarse este documento, un proyecto de ley que defina el régimen integral de comercio electrónico.	Porcentaje de avance de la revisión de la Ley 527, definición y presentación del proyecto de ley respectivo.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la revisión integral de la Ley 527, definición y presentación del proyecto de ley.	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Comercio, industria y turismo	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Directora de Regulación	Carolina Lorujy	mlorujy@mincomercio.gov.co	6067676 ext.1347	0%	09/11/2009	100%	08/11/2010	X	Trimestral
		10	Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el acompañamiento de la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantar la definición de los atributos jurídicos de la firma electrónica para buscar esquemas alternativos a la firma digital.	Porcentaje de avance en la definición de los atributos jurídicos de la firma electrónica.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la definición de los atributos jurídicos de la firma electrónica.	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Comercio, industria y turismo	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Directora de Regulación	Carolina Lorujy	mlorujy@mincomercio.gov.co	6067676 ext.1347	0%	09/11/2009	100%	08/05/2010	X	Bimestral
		10	Solicitar al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, con el acompañamiento de la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantar el diseño del mecanismo para minimizar los requisitos requeridos para autorizar la actividad de las entidades de certificación y proponer los ajustes respectivos.	Porcentaje de avance en el diseño del mecanismo para minimizar los requisitos requeridos para autorizar la actividad de las entidades de certificación.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la ejecución de las actividades necesarias para el diseño del mecanismo.	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Comercio, industria y turismo	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO	Directora de Regulación	Carolina Lorujy	mlorujy@mincomercio.gov.co	6067676 ext.1347	0%	09/11/2009	100%	08/11/2010	X	Trimestral
		11	Solicitar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, en coordinación con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público y con apoyo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la Superintendencia de Industria y Comercio, adelantar los estudios tendientes a establecer la existencia y funcionalidad de mecanismos alternativos a la certificación ISO 9001:2000 para las micro, pequeñas y medianas empresas, o las normas que la sustituyen o adicionen, que en todo caso garanticen la aplicación de los principios básicos de autenticidad e integridad a lo largo del proceso de facturación.	Porcentaje de avance en la elaboración de estudios para establecer los mecanismos alternativos a la certificación ISO 9001:2000 para el proceso de facturación de las micro, pequeñas y medianas empresas.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la elaboración de estudios para establecer los mecanismos alternativos a la certificación ISO 9001:2000 para las Mipymes para la emisión de facturas electrónicas.	DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	Hacienda	DIRECCIÓN DE IMPUESTOS Y ADUANAS NACIONALES	Directora de Gestión Organizacional de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales	Esperanza Sanchez Perez	esanchezp@dian.gov.co	3821359 - 4256420 ext. 3201	0%	09/11/2009	100%	08/02/2010	X	Mensual
		12	Solicitar a la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales dentro de los tres meses siguientes al vencimiento del término anterior, presentar la propuesta de modificación del Decreto 1929 de 2007 al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, entidad que adelantará el trámite respectivo.	Porcentaje de avance del documento de modificación del Decreto y su trámite respectivo.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la preparación y presentación del documento de modificación del Decreto.	MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	Hacienda	MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO	Viceministro de Hacienda	Natalia Salazar	nsalazar@minhacienda.gov.co	3811700 ext. 3360	0%	09/02/2010	100%	08/05/2010	X	Mensual
		13	Solicitar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones promover, en el marco de la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual que define el documento Conpes 3533 de 2008, espacios que tengan como objeto estudiar la responsabilidad de los Proveedores de Servicios de Internet en relación con los contenidos tutelados por el derecho de autor y los derechos conexos.	Porcentaje de avance en la creación de espacios de trabajo para el estudio de la responsabilidad de los Proveedores de Servicios de Internet en relación con los contenidos y el derecho de autor.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en la creación de espacios que se han creado para para el estudio de la responsabilidad de los Proveedores de Servicios de Internet en relación con los contenidos y el derecho de autor.	MINISTERIO DE TIC	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	MINISTERIO DE TIC	Director de Desarrollo del sector	Juan Manuel Roldán	jroldan@mintic.gov.co	3443460	0%	Fecha de creación de la Comisión Intersectorial de Propiedad Intelectual	100%	Tres meses a partir de la creación de la Comisión Intersectorial	X	Mensual

#O.E	Objetivo Especifico	# A	Acción concreta	Nombre del Indicador	Fórmula de cálculo	Descripción del indicador	Fuente del indicador	Información del Responsable de la ejecución de la acción concreta						Línea de Base del Indicador	Fecha de la Línea Base del Indicador DD/MM/AAAA	Meta Final para el Indicador	Fecha de la Meta Final para el Indicador DD/MM/AAAA	Seguimiento en SISCONPES	Periodicidad de actualización
								Sector	Entidad responsable de la ejecución	Cargo Responsable	Nombre del Funcionario	Correo Electrónico	Teléfono						
3	Promoción de la oferta de servicios por parte de los agentes que hacen parte de la cadena de comercio electrónico.	14	Encargar al Ministerio de TIC a través de Servicios Postales Nacionales (4-72), implementar una estrategia comercial dirigida a prestar los servicios logísticos para el desarrollo de comercio electrónico.	Porcentaje de avance en el diseño e implementación de la estrategia comercial de prestación de servicios logísticos para el desarrollo del comercio electrónico.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en el diseño e implementación de la estrategia comercial de prestación de servicios logísticos para el desarrollo del comercio electrónico.	SPN 4-72	Tecnologías de la información y las comunicaciones.	SPN 4-72	Jefe Oficina Asesora	Carlos Andres Reyes	carlos.reyes@4-72.com.co	4199292	0%	09/11/2009	100%	30/06/2010	X	Bimestral
			Encargar al Ministerio de TIC a través de Servicios Postales Nacionales (4-72) contar con un sistema de rastreo que permita hacer seguimiento a los objetos postales que se requiera.	Porcentaje de avance en el diseño e implementación del sistema de rastreo.	Porcentaje de avance.	Mide el nivel de avance en el diseño e implementación del sistema de rastreo	SPN 4-72	Tecnologías de la información y las comunicaciones.	SPN 4-72	Gerente Proyecto SIPPOST	Miguel Garcia	miguel.garcia@4-72.com.co	4199292	0%	09/11/2009	100%	30/06/2010	X	Bimestral
		Encargar al Departamento Nacional de Planeación en coordinación con el Ministerio de TIC, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, la Superintendencia Financiera y el Programa de Bancos de las Oportunidades, la formulación de una estrategia que incluya los ajustes regulatorios y normativos que se requieran para impulsar el desarrollo de la banca móvil en Colombia.	Porcentaje de avance en la formulación de la estrategia de impulso al desarrollo de la banca móvil en Colombia.	Porcentaje de avance.	Mide el avance en la formulación de la estrategia para el impulso de la banca móvil en Colombia	DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION	Planeación, Tecnologías de la información y las comunicaciones, Financiero.	DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACION	Director de Infraestructura y Energía Sostenible	Rene Alejandro Cortes	rcortes@dnpp.gov.co	3815000 Ext 1701	0%	09/11/2009	100%	08/11/2010	X	Trimestral	