LA EVOLUCIÓN DE LAS (TIC) ¿HA GENERADO ACEPTACION DEL E-COMMERCE EN COLOMBIA?

OSCAR EDUARDO URUEÑA QUIMBAYO

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2015

LA EVOLUCIÓN DE LAS (TIC) ¿HA GENERADO ACEPTACION DEL E-COMMERCE EN COLOMBIA?

OSCAR EDUARDO URUEÑA QUIMBAYO

MONOGRAFÍA DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2015

LA EVOLUCIÓN DE LAS (TIC) ¿HA GENERADO ACEPTACION DEL E-COMMERCE EN COLOMBIA?

AUTOR:

OSCAR EDUARDO URUEÑA QUIMBAYO

ASESOR:

DENISE BERNARDO FERREIRA

DIRECTOR:

JUDITH SALINAS GONZALES

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EMPRESARIALES

PROGRAMA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTA D.C

2015

Quiero dedicar esta monografía a todas aquellas personas que de manera directa e indirecta apoyaron mi proceso estudiantil y me acompañaron por el camino universitario, confiando en mí y en mis capacidades; a mis padres, por luchar incansablemente para que yo culminara este proceso y a mis maestros que lograron educarme como un profesional.

Contenido

RESUMEN 6
ABSTRACT 6
OBJETIVOS 7
OBJETIVO GENERAL 7
OBJETIVOS ESPECIFICOS 7
INTRODUCCIÓN 8
JUSTIFICACIÓN 9
¿QUE SON LAS (TIC)? 10
¿PARA QUE SIRVEN? 11
¿QUE ES EL E-COMMERCE? 11
TIPOS DE E-COMMERCE 12
VENTAJAS DEL E-COMMERCE 12
E-COMMERCE EN COLOMBIA 13
ACEPTACION DE E-COMMERCE EN COLOMBIA 14
CONCLUSIÓN 21
BIBLIOGRAFÍA 22

TABLA ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ranking penetración de internet 16
Ilustración 2 Total suscriptores de internet en Bogotá 18
Ilustración 3 Comercio electrónico en América Latina 19

RESUMEN

Esta monografía está dedicada al desarrollo de un estudio que busca probar de manera cualitativa y cuantitativa la evolución que han tenido las tecnologías de la información y la comunicación TIC en Colombia específicamente en Bogotá y analizar la aceptación que tiene en el año 2014 y 2015 el E-COMMERCE o el comercio electrónico para viabilizar la prestación de un servicio ON LINE. Esta idea nace después de una misión académica que realiza la universidad piloto de Colombia hacia Brasil ayudados por la UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA en la que se vivieron muchas experiencias enriquecedoras para nosotros como profesionales en negocios internacionales; una de ellas, fue la visita a las empresas SEGWARE y NEXXERA que nos abrieron los ojos a un mundo tecnológico y a la aceptación de las TIC en Florianópolis Brasil.

ABSTRACT

This monograph is dedicated to the development of a study that aims to test qualitive and quantitive way the evolution that have the technologies of information and communication ICT specifically in Colombia in Bogotá and analyze the acceptance it has in 2014 and 2015 the e-commerce or electronic commerce to make possible the provision of an on line service, this idea was born after an academic mission to Colombian carried out the Universidad Piloto for brazil helped by the UNIVERSIDADE DO SOUL OF SANTA CATARINA in which many lived enriching experience for us as professional in international business; one of them was the visit to the SEGWARE companies and

NEXXERA that opened our eyes to a technological world and the acceptance of ICT in Florianopolis brazil

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer la aceptación del E-COMMERCE en Bogotá Colombia para el año 2014 y 2015 y las oportunidades generadas para los inversionistas de américa latina y el mundo, a partir de la visita a las empresas prestadoras de servicios electrónicos en la misión académica a Brasil.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Definir que es el comercio electrónico e identificar los tipos de comercio electrónico más utilizados en Colombia.
2. Determinar la evolución y la aceptación del comercio electrónico en Colombia, basado en datos del 2014 y 2015.
3. Comparar de manera analítica la situación de comercio electrónico de Brasil con la de Colombia.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende explicar la temática de la aceptación del E-COMMERCE en Bogotá Colombia demostrando las posibilidades existentes para la prestación de un servicio electrónico, tomando como principal ventaja la evolución abismal que han tenido las (TIC) como eslabón más importante en el proceso de unificación mundial llamado globalización. Esta es una idea que nace después de una misión académica realizada por LA UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA, para hacer un diplomado de negocios y cultura en Brasil con la ayuda de la UNISUL (UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA), en el cual se generaron importantes visitas a unas de las empresas más influyentes del estado de santa Catarina específicamente en la ciudad de Florianópolis tales como SEGWARE y NEXXERA; Por lo tanto, se dará un breve recuento de la evolución y la aceptación de las TIC en Bogotá Colombia mostrando las variables cualitativas y cuantitativas más influyentes, además de algunas cifras importantes como el acceso a internet de la población, los datos históricos de compras on line, la seguridad generada por los prestadores de servicios electrónicos más reconocidos y la percepción de seguridad mostrada por los usuarios para poder tomar una decisión en cuanto a la viabilidad de la prestación del servicio electrónico que permita realizar de forma segura compras, ventas y flujo de capital entre las empresas allí existentes.

JUSTIFICACIÓN

Este trabajo se desarrolla con el objeto de dar a conocer las diferentes posibilidades de penetración de empresas prestadoras de servicios electrónicos en Bogotá Colombia teniendo en cuenta la aceptación del mercado electrónico en esta ciudad y la evolución de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Una de las principales razones para trabajar en este tema fue la visita realizada a las grandes empresas de santa Catarina tales como SEGWARE y NEXXERA en la misión académica de la universidad piloto de Colombia sostenida del 2 al 12 de noviembre del 2015 en donde se realizó un diplomado acerca de los negocios y la cultura en Brasil. Otra de las razones se encontró en la conferencia realizada por la doctora Beatrice María Zanellato, en donde se nos explicó el proceso de internacionalización de las empresas brasileñas y el fortalecimiento de las relaciones comerciales entre Colombia y Brasil, ya que esto genero ideas de creación de CLUSTER electrónicos o de la invención de una plataforma que se integre en el comercio electrónico para facilitar e incentivar el comercio seguro y el flujo de dinero aprovechando las TIC también el proceso de globalización, de la importancia y las consecuencias que trae esto para el mundo de los negocios internacionales. En último lugar pero no menos importante se encuentra la transferencia de conocimiento que se quiere brindar a cada uno de los lectores de esta monografía para que puedan observar la experiencia vivida en la visita a Brasil e incrementen su conocimiento en cuanto a temas como el comercio electrónico, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la globalización y los negocios internacionales.

¿QUE SON LAS (TIC)?

Para poder interpretar de manera correcta y acertada el objetivo principal de esta monografía es de vital importancia conocer de un modo especifico el significado de lo que son las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), es por esto que se realizó una investigación exhaustiva que arrojó como resultado lo siguiente: según la Universidad autónoma de México (UNAM) las TIC son todas aquellas herramientas y programas o aplicaciones implementadas desde el siglo XIX que se pueden utilizar para mostrar, procesar y compartir la información de manera electrónica y con procesos netamente tecnológicos que se realizan a través de equipos tales como: computadores, televisores, reproductores de audio y video, consolas de juego o teléfonos móviles; todo esto soportado directamente por la base más importante en el proceso, la internet. En la actualidad las Tecnologías de la Comunicación y la Información juegan un papel muy importante en las áreas de trabajo, educación y diversión ya que ofrecen servicios que son clave para poder realizar de manera más eficiente y efectiva cada una de estas tareas debido a que sus usos son ilimitados y se puede acceder a ellos de manera rápida y sencilla, los servicios ofrecidos son: Correo electrónico, banca online, búsqueda de información e investigaciones, descargas de música y cine, comercio electrónico entre otros. (UNAM, 2015) (comisión de regulación de comunicaciones, 2015) (mintic , 2015) (Tecnologías de la información estrategias y transformación en los negocios, 2014)

¿PARA QUE SIRVEN?

Las TIC son herramientas de uso ilimitado que generan crecimiento económico y educativo con una infinidad de funciones, entre las principales están: la diversión, la enseñanza, la comunicación entre las personas, la obtención de la información en tiempo real a escala planetaria, poder opinar sobre cualquier tema y saber la opinión de los demás, hacer más pequeña la brecha existente entre países, acercar las economías, hacer intercambio de información, agilizar los procesos entre otros; gracias a esta gran cantidad de funciones es que hoy podemos decir que los negocios y la educación están a tan solo un clic de distancia. (en tic confio , 2015) (mintic , 2015) (ministerio de educación , 2015) (microart , 2015) (Lares, 2014)

¿QUE ES EL E-COMMERCE?

Ya teniendo claro lo que son las TIC y su uso entramos a mirar de forma detallada lo que es el E-COMMERCE o comercio electrónico; es por esto que se realizó un estudio en varios sitios web y una publicación en un blog llamado visa donde enuncia: el comercio electrónico, consiste en la oferta, demanda, distribución, compra, venta, marketing y suministros de información de diferentes productos o servicios a través de plataformas o portales manejados por el internet. El crecimiento de este tipo de comercio ha sido desmedido por lo que todas las empresas sin importar su tamaño han optado por usar las nuevas tecnologías para ofertar sus productos y así mismo hacer sus negocios en lugar en el que se tiene acceso las 24 horas del día; esto con el fin de mantenerse activos y al ritmo del mercado. La incorporación de este novedoso método de compras permite que todos los

clientes y los usuarios accedan de manera rápida desde cualquier parte del mundo a una infinidad de productos y servicios, por lo que se dice que esto revoluciono totalmente la forma de hacer negocios, ahora todo está a tan solo un clic. En Colombia existe un ente privado que se encarga de educar, promover y divulgar el comercio electrónico; además de hacer seguimiento al régimen jurídico de las ventas en línea en Colombia, prestar protección al consumidor en línea y manejar la parte de la propiedad intelectual en proyectos TIC (Camara Colombiana de Comercio Electronico, 2015) (ANE, 2015) (Torres, 2014)

TIPOS DE E-COMMERCE

- B2C (BUSSINES TO CONSUMER) esta modalidad de comercio electrónico es prestada por las empresas que intentan vender sus productos al público en general.
- B2B (BUSSINES TO BUSSINES) esta modalidad de comercio electrónico es prestada por las empresas que intentan hacer negocios entre ellas.
- B2G (BUSSINES TO GOVERMENT) esta modalidad de comercio electrónico es prestada por las empresas que hacen negocios directamente con las instituciones del gobierno.
- C2C (COSTUMERS TO COSTUMERS) esta modalidad de comercio electrónico es prestado por los consumidores que ofrecen y demandan productos entre ellos mismos.

VENTAJAS DEL E-COMMERCE

- ✓ Expandir la base de clientes al entrar en un mercado mucho más amplio, debido a que cualquier persona puede comprar y pagar un producto desde cualquier parte del mundo

- ✓ Extender el horario de oferta de sus productos las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año.
- ✓ Incrementación de la ventaja competitiva y de la eficiencia con la que se realizan los tramites de compra, venta y pago de los productos.
- ✓ Amplia reducción de costos en campos como la administración y el capital.
- ✓ Mejorar la comunicación entre la empresa y los clientes, siendo más eficientes para resolver dudas y satisfacer necesidades.
- ✓ Efectividad total en las campañas publicitarias realizadas por las empresas.

(visa, 2015)

E-COMMERCE EN COLOMBIA

Es muy importante saber que está pasando en el mundo y especialmente en Colombia en cuanto al tema del comercio electrónico, por esto se tuvo en cuenta un estudio realizado por (cultura E) en donde se evidencio que: las compras ON LINE o en internet han generado siempre grandes oportunidades tanto para ofertantes como para demandantes o para usuarios y consumidores, por lo que sus capacidades se han extendido enormemente alrededor del mundo y Colombia no es a excepción, las posibilidades de compra en la red han crecido de un modo tan eficaz que para muchos de los colombianos la inseguridad que se sentía en la red ha pasado a un segundo plano, hoy ya es parte de la historia. En tan solo

un año las cifras de los consumidores electrónicos del país ha pasado de los 120 000 usuarios con movimientos de dinero de 200 millones de dólares a superar la gran cifra de los 3500 millones de dólares, demostrando de este modo la gran acogida que se ha tenido, la aceptación y la evolución del comercio electrónico. Pero no todo puede ser bueno, aunque las oportunidades han crecido y los consumidores se han adaptado a este tipo de comercio, el panorama que hoy vive Colombia no es el ideal. Aún existen grandes irregularidades en la unificación de un comercio manejado por el internet debido a que la oferta existente de lugares habilitados para comprar y pagar en línea sigue siendo escasa además la poca accesibilidad a internet en algunos lugares de Colombia complica la masificación del E-COMMERCE. Este atraso combinado con la ausencia de plataformas de pago en línea ha llevado a las empresas que usan este tipo de comercio a usar medios de pago como una consignación bancaria que se envía por fax para luego entregar el producto lo cual no es el objetivo esperado. En Colombia predomina el tipo de comercio C2C COSTUMER TO COSTUMER, también conocida dentro de la red como subastas. Esta información proviene de firmas como EMARKETER Y LATIN TRADE. (cultura E, 2015) (camara de comercio electronico , 2015)

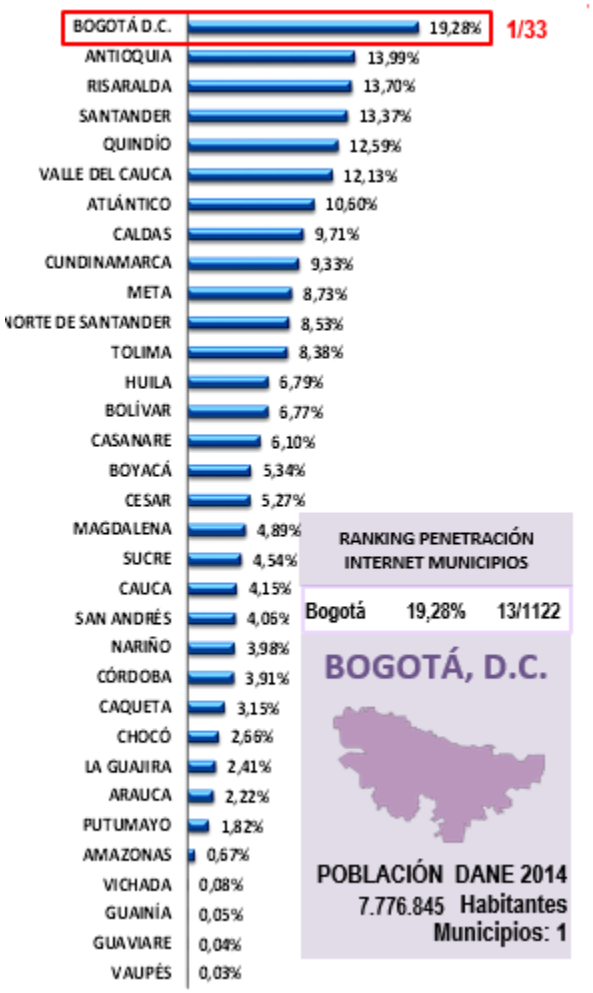
ACEPTACION DE E-COMMERCE EN COLOMBIA

Colombia es un país que se ha caracterizado por tener un desarrollo lento y paulatino, entrando a la era de la globalización un poco tarde y con muchas dificultades; esto, en todos los aspectos tanto económicos como políticos y tecnológicos, pero en los últimos años Colombia ha dado un salto impresionante en cuanto a su aceptación al comercio electrónico y las nuevas tecnologías o al menos así lo demostró la firma PAYU LATAM en su último estudio donde dejo en evidencia que este país obtuvo un crecimiento que rompió cualquier

esquema y cualquier pronóstico. Durante el año 2014 el comercio electrónico en Colombia creció muy por encima de lo esperado debido a que registro un aumento del 41,3 % esto quiere decir que en tan solo un año el flujo de dinero por acciones realizadas a través del comercio electrónico aumento en 900 millones de dólares, lo que demuestra claramente que con el pasar de los años el E-COMMERCE se vuelve cada vez más atractivo y menos riesgoso para la población colombiana; aunque aún falta mucho camino por recorrer debido a que los productos más demandados por los colombianos en el periodo en cuestión fueron tiquetes aéreos, artículos electrónicos, cupones, reservas hoteleras y ropa y calzado, si se tiene en cuenta que el mercado electrónico presenta un sinfín de oportunidades de compra a tan solo un clic, es claro notar que a Colombia le falta mucho por evolucionar pero que va por un buen camino. Lo mismo sucede con los modos de pago empleados por los usuarios colombianos debido a que solo se usan tres medios de pago que son: con un 55% las tarjetas de crédito, en un 34% pagos en efectivo en puntos autorizados y 11% pagos realizados por medio de débito a cuentas corrientes, dejando a un lado las billeteras virtuales, PAYPAL, SAGEPAY entre otros. Los lugares con más aceptación y con más flujo de capital por concepto de comercio electrónico son Bogotá, Medellín y Cali. Según las proyecciones estimadas para el 2015 el crecimiento esperado para el comercio electrónico en Colombia es del 40 % o un poco más; todo esto basado en la entrada masiva de celulares inteligentes y la llegada de nuevos actores a esta industria. Y si a esto se le suma la ley de inclusión financiera firmada en el 2014 que es aquella que abre directamente las puertas para que cada vez más habitantes de Colombia estén en condiciones de bancarizarse y así mismo puedan contar con un medio de pago electrónico que les permita acceder a las ventajas que ofrece el E-COMMERCE. (Human Level, 2015) (El Tiempo, 2015) (Estrategias web, 2015) (Cifras MINTIC, 2015). (DANE, 2015)

Para poder realizar un análisis reflexivo y analítico es de vital importancia conocer a fondo las cifras y los datos más importantes en cuanto a la aceptación, la penetración y el uso del internet y de las TIC en Bogotá y en cada una de las ciudades más importantes de Colombia; y así, poder realizar una comparación analítica que arroje resultados confiables y que nos ayude a cumplir el objetivo propuesto en el trabajo en cuestión. Es por esto, que a continuación se presentan las siguientes tablas.

Ilustración 1 Ranking penetración de internet



(mintic estadisticas, 2015) (DANE, 2015)

Como se puede apreciar en la gráfica anterior la tasa de penetración de internet más alta en Colombia se ubica en la ciudad de Bogotá alcanzado una cifra record en el 2014 con un porcentaje de 19,28 % demostrando así la capacidad de la ciudadanía Bogotana para adquirir las tic y aceptar el E-COMMERCE, también cabe mencionar que esto representa un mercado muy atractivo para los prestadores de servicios electrónicos y para todos aquellos ofertantes de la web debido a que con el pasar de los años los usuarios y compradores ON LINE serán más.

Ilustración 2 Total suscriptores de internet en Bogotá

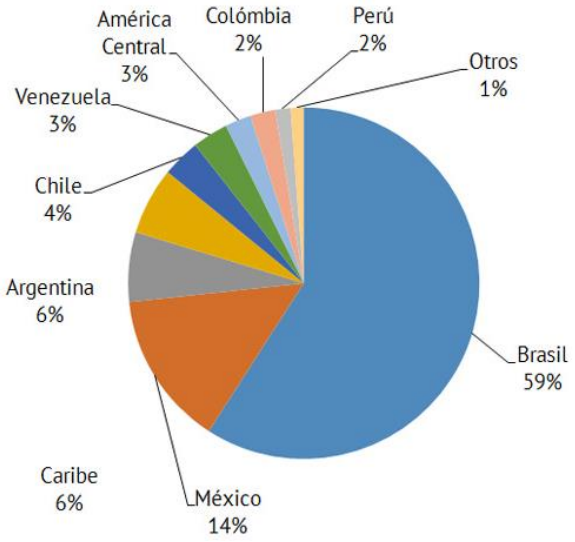
TRIMESTRE	BANDA ANCHA	BANDA ANGOSTA	TOTAL
2010-1T	786.931	28.274	815.205
2010-2T	824.305	28.066	852.371
2010-3T	770.790	99.792	870.582
2010-4T	787.559	102.899	890.458
2011-1T	772.364	170.017	942.381
2011-2T	917.111	75.912	993.023
2011-3T	997.031	35.610	1.032.641
2011-4T	1.026.814	28.980	1.055.794
2012-1T	920.748	177.704	1.098.452
2012-2T	1.088.930	17.057	1.105.987
2012-3T	1.150.020	16.005	1.166.025
2012-4T	1.191.318	12.498	1.203.816
2013-1T	1.254.292	7.915	1.262.207
2013-2T	1.292.204	5.975	1.298.179
2013-3T	1.317.743	6.728	1.324.471
2013-4T	1.328.984	6.663	1.335.647
2014-1T	1.389.148	6.083	1.395.231
2014-2T	1.390.443	47.377	1.437.820
2014-3T	1.468.253	2.912	1.471.165
2014-4T	1.493.435	5.825	1.499.260
2015-1T	1.526.465	5.114	1.531.579

(mintic estadisticas , 2015) (DANE, 2015)

Una de las variables más influyentes en la aceptación de las TIC y el E-COMMERCE es la cantidad de suscriptores a internet y cómo podemos apreciar en la gráfica anterior, el crecimiento de esta cifra para Bogotá Colombia ha sido paulatino más no insignificante ya que en los últimos 5 años ha dado un giro de 360 grados entrando a la era de la tecnología y a la de la globalización. Hoy Bogotá cuenta con un poco más de 1 531 000 suscriptores a internet claro está, que estos son los puntos de acceso a internet, pero, por cada punto de internet hay 3 o 4 personas que lo usan lo cual incrementan significativamente el número de habitantes con acceso y uso constante de internet, haciendo mucho más atractivo el mercado potencial para cualquier tipo de inversionista de la era digital.

La situación E-COMMERCE en Colombia desglosa un panorama poco satisfactorio si se compara con países desarrollados o con aquellos generadores de tecnología como Brasil

que es el cuarto mayor mercado de comercio en internet del mundo contando con la gran cifra de 120 millones de suscriptores a internet lo cual quiere decir que mas del 50 % de la población tiene acceso a internet y usa los beneficios de las tic y el comercio electrónico, según América Economía intelligencebrasil representa el 60 % del comercio electrónico de América latina.



(PAGBRASIL, 2015)

Ilustración 3 Comercio electrónico en América Latina

Además de esto, la brecha existente entre Colombia y Brasil en cuanto a mercado electrónico es abismal debido a que en Brasil para el año 2014 había más de 57 millones de compradores ON LINE realizando movimientos de dinero superiores a los 13 mil millones de dólares estadounidenses o 36 mil millones de reales brasileros y con un fuerte crecimiento del sector en un 24%. (PAGBRASIL, 2015) más sin embargo la ciudad de Bogotá está demostrando la capacidad que tiene para adentrarse en el mundo tecnológico y empezar a hacer parte de la era digital y de la globalización; los empresarios colombianos ya han perdido todos aquellos miedos que existían por la falta de seguridad informática de hace algunos años, hoy todos entran en el ámbito internacional sacando provecho de la

evolución abismal que han tenido las tecnologías de la información y la comunicación, la aceptación del comercio electrónico es otro de los fuertes de Bogotá Colombia debido a que han superado las expectativas y todas las cifras históricas y en tan solo un año han aumentado casi en un 50 % la cantidad de usuarios, suscriptores, compradores y vendedores on line. Un mercado potencial de más de 1 530 000 usuarios en una ciudad como Bogotá es algo bastante atractivo para los prestadores de servicios electrónicos. Gracias a todos los estudios realizados y ya mencionados anteriormente se puede determinar que este mercado crece cada vez más y que año a año aumentan las cifras de los países que nos tienen en el punto de la mira para realizar negocios; tanto de materias primas para la fabricación de tecnología, como de los proveedores de telefonía móvil, computadores, televisores inteligentes y a su vez los prestadores de servicios electrónicos y los usuarios de compra y venta ON LINE. Los pronósticos para el sector TIC son buenos y ambiciosos ya que esperan un crecimiento estable de la aceptación y del consumo de las nuevas tecnologías, formando nuevos mercados para todos aquellos actores entrantes que se aprovechan de la era tecnológica y de la evolución de las tecnologías de la información para ayudar en el proceso de globalización y hacer que Colombia sea fuerte en un ámbito internacional en el área del comercio electrónico.

CONCLUSIÓN

El objetivo propuesto se concluye satisfactoriamente ya que el estudio realizado muestra un panorama general de la evolución que han tenido las tic en Colombia con el pasar de los años y a su vez la aceptación del comercio electrónico que como se pudo notar a creciendo constantemente y con cifras que rompen los esquemas de todos los pronósticos; también, muestra claramente un panorama general de todas las oportunidades de inversión que este mercado genera para las empresas prestadoras de servicios como las visitadas en la misión académica hacia Brasil. Cabe destacar que Bogotá Colombia es un mercado potencial muy bueno y atractivo que tiene movimientos de dinero superiores a los 3500 millones de dólares esto nada más por concepto de las transacciones realizadas en comercio electrónico; además de esto, cabe destacar que los dos últimos años han mostrado un crecimiento inigualable y se pronostica que siga creciendo al mismo ritmo, por lo que se espera que este mercado sea el principal captador de inversión extranjera directa. También se demostró que era cierto todo aquello que decía aquel gran inventor NIKOLA TESLA quien en 1930 pronostico el futuro de las tecnologías de las conexiones inalámbricas de la interconexión y hasta del tamaño de los celulares lo cual genera grandes expectativas para saber qué pasará en 50 años o en 70 y así mismo todos nosotros como profesionales en negocios internacionales empezar a ser proactivos y a prepararnos para todo lo que puede ocurrir en el futuro. Gracias a la investigación exhaustiva realizada se logró incrementar el conocimiento en cuanto a temas de tecnologías de la información y la comunicación y de comercio electrónico; además, de mejorar la capacidad de investigación y de análisis cualitativo y cuantitativo para la toma de decisiones de manera acertada, también se pudo enriquecer enormemente las competencias como profesional en negocios internacionales al

realizar el estudio del mercado y descubrir las oportunidades generadas para los inversionistas de américa latina y el mundo.

BIBLIOGRAFÍA

(01 de diciembre de 2015). Obtenido de El Tiempo: http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/crecimiento-del-comercio-electronico-en-colombia/15119458

ANE. (2015). Obtenido de http://www.ane.gov.co/index.php/ley-de-transparencia-y-del-derecho-de-acceso-a-la-informacion.html

Camara Colombiana de Comercio Electronico. (30 de nov de 2015). Obtenido de http://ccce.org.co/preguntas-frecuentes

camara de comercio electronico . (2015). Obtenido de http://ccce.org.co/noticias

Cifras MINTIC. (2015). Obtenido de http://colombiatic.mintic.gov.co/602/w3-channel.html

comisión de regulación de comunicaciones. (2015). Obtenido de https://www.crcom.gov.co/es/pagina/conoce-tus-derechos-como-usuario

cultura E. (30 de nov de 2015). Obtenido de http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/SoyEmprendedor/Noticias/Paginas/ecommercecolombia_080606.aspx

DANE. (2015). Obtenido de https://www.dane.gov.co/index.php/tecnologia-e-innovacion-alias/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic

en tic confio . (26 de nov de 2015). Obtenido de http://www.enticconfio.gov.co/index.php/usosincreibles/item/39-%C2%BFqu%C3%A9-son-las-tic?.html

Estrategias web. (30 de noviembre de 2015). Obtenido de http://www.webstrategias.com/evolucion-del-comercio-electronico-e-commerce-en-colombia/

Human Level. (1 de diciembre de 2015). Obtenido de http://www.humanlevel.com/articulos/comercio-electronico/medios-de-pago-de-un-comercio-electronico.html

Lares, E. A. (2014). Tecnologías de la información . Bogotá: mc graw hill.

microart . (2015). Obtenido de http://www.microart.cat/que-son-las-tics-para-que-sirven/

ministerio de educación . (2015). Obtenido de http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-121099.html

ministerio de las tecnologias de la comunicacion y la informacion . (28 de nov de 2015). Obtenido de mintic: http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-6077.html

Ministerio de Tecnologias de la Información y la Comunicación. (28 de noviembre de 2015). Obtenido de http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-propertyvalue-6077.html

mintic . (2015). Obtenido de http://www.mintic.gov.co/

mintic estadisticas . (2015). Obtenido de http://estrategiaticolombia.co/estadisticas/stats.php?&pres=content&jer=2&cod=11&id=5#TTC

mintic estadisticas. (2015). Obtenido de http://estrategiaticolombia.co/estadisticas/stats.php?&pres=content&jer=2&cod=11&id=25#TTC

mintic Estadisticas. (2015). Obtenido de http://estrategiaticolombia.co/estadisticas/stats.php?&pres=content&jer=2&cod=11&id=34#TTC

PAGBRASIL. (2015). Obtenido de https://www.pagbrasil.com/pb/es/servicios/mercado-brasileno.html

Tecnologías de la información estrategias y transformación en los negocios. (2014). En d. c. karen. Bogotá: mc graw hill.

Torres, A. y. (2014). principios fundamentales del comercio electrónico . Bogotá: universidad de los andes .

UNAM. (2015). Obtenido de UNAM.

UNAM. (25 de 11 de 2015). Obtenido de UNAM: http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC

visa. (30 de nov de 2015). Obtenido de http://www.redempresariosvisa.com/Ecommerce/Article/que-es-e-commerce-o-comercio-electronico