



## Consejo Económico y Social

Distr. general  
20 de diciembre de 2001

Original: español

---

### Comisión de Estadística

33º período de sesiones

5 a 8 de marzo de 2002

Tema 7 d) del programa provisional

**Actividades no clasificadas por sector: definición  
y medición del comercio electrónico**

### Elaboración de estadísticas de comercio electrónico

#### Nota del Secretario General

##### Adición

### La medición del Departamento Administrativo Nacional de Estadística de Colombia sobre el comercio electrónico en Colombia

#### Aspectos relacionados

1. La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones de Colombia estima que el comercio electrónico en Colombia ha crecido de una base cero en 1977 a 30 millones de dólares en 1999 y continuará creciendo hasta niveles de 370 millones de dólares en el año 2003.

2. Uno de los avances importantes que ha tenido el comercio electrónico en Colombia corresponde al aspecto normativo. La Ley 527 de 1999 (Ley de Comercio Electrónico), define y reglamenta el acceso y el uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales y establece las entidades de certificación, entre otras disposiciones.

3. Por otra parte, el Gobierno de Colombia estableció, adscrito directamente a la presidencia de la República, el programa “Agenda de conectividad: el salto a

Internet”, que corresponde a uno de los objetivos en materia de telecomunicaciones del plan nacional de desarrollo 1998-2002, “Cambio para construir la paz”.

4. Este programa busca masificar el uso de las tecnologías de la Información y con ello aumentar la competitividad del sector productivo, modernizar las instituciones públicas y de gobierno y socializar el acceso a la información.

5. El Departamento Administrativo Nacional de Estadística ha suscrito un convenio con el anterior programa y actualmente está desarrollando una investigación para la medición de las tecnologías de información y comunicaciones, en la cual esté incluida la medición del “e-commerce”.

#### Supuestos básicos de la medición

6. Como parte sustancial del modelo de medición de las tecnologías de información y comunicaciones, se contempla la producción de mediciones sobre el uso, la cobertura y el aprovechamiento del comercio electrónico en los segmentos “empresa-empresa” y “empresa-consumidor”.



7. Los supuestos del modelo se resumen en las siguientes aseveraciones en relación con el comercio electrónico:

- Existe una mayor disponibilidad y desarrollo del comercio electrónico, particularmente en el segmento de empresa-empresa. Este desarrollo ha sido motivado por la mayor comercialización internacional de bienes y servicios;
- Las plataformas tecnológicas diseñadas sobre la base de redes digitales abiertas, por ejemplo la Internet, han facilitado el desarrollo operativo de la comercialización internacional de bienes y servicios digitalizando los procedimientos;
- Existe una tendencia positiva del comercio electrónico en el país, originada por un aumento del acceso a las tecnologías de la información por parte de la comunidad en general; un crecimiento significativo del desarrollo de contenidos locales en tecnología Internet; incentivos para el desarrollo de nuevas industrias de tecnologías de la información; mayor difusión de los pagos electrónicos fomentados por el sector financiero y el Gobierno; y desarrollos tecnológicos que pueden estimular el mayor acceso a los beneficios del comercio electrónico entre empresas, entre empresas y consumidores y entre el Gobierno y la ciudadanía.

### Objetivo de la medición

8. En estas mediciones se abordará de manera preponderante el aprovechamiento y las tendencias del uso del comercio electrónico que hacen la industria (grande y mediana industria y microempresarios), el comercio (al por mayor y minorista) y las empresas de servicios.

9. Se preguntará y valorará en el desarrollo de este proyecto sobre las nuevas transacciones comerciales basadas en estas redes digitales, como son el intercambio electrónico de datos, la transferencia electrónica de fondos, la comercialización de productos con el cliente final, la comercialización de productos con la industria, los pagos “en línea”, el procesamiento de órdenes y envíos en línea y la disponibilidad de portales o sitios Web.

### Metodología

10. La metodología que empleará el Departamento para esta investigación sobre la medición de las tecno-

logías de información y comunicaciones, en la cual está incluida la medición del “e-commerce”, comprende universos de estudio a nivel censal y muestras probabilísticas de los siguientes sectores: estatal (todas las ramas del poder y entidades territoriales), manufacturero, comercio y servicios (incluidas las empresas de tecnologías de la información), Educación (primaria, secundaria, superior y no formal) y la comunidad.

11. El total de fuentes de información que serán consultadas mediante encuestas a informantes idóneos supera las 200.000; y la representatividad de los resultados será nacional. A propósito de la consulta a las fuentes, el Departamento de acuerdo con su propósito de mejoramiento continuo y aseguramiento de la calidad, con motivo de esta investigación ha adoptado un nuevo procedimiento para la captura, el procesamiento y la difusión de los resultados mediante la implantación de un sitio en la Web ([www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)).

12. Asimismo, los resultados de estas mediciones se basarán en indicadores, homologables internacionalmente, de densidad, penetración, eficiencia, calidad, innovación y mejoramiento de las TICs. Dentro de ellas, son parte integral de estas mediciones las correspondientes al “e-commerce”.

13. En el marco de este modelo es importante destacar la medición del comercio electrónico en cuanto a indicadores de intensidad de uso, volumen de transacciones y nichos de negocios, entre otros, que se obtendrán de las mediciones que tiene previsto este esquema.

14. En los instrumentos de medición que se están aplicando, se pregunta a las fuentes mencionadas, como en el caso del sector industrial que se muestra a continuación, sobre los siguientes aspectos:

¿Qué servicios Internet ha usado la empresa?

(puede marcar más de una opción)

Uso libre

Correo electrónico

Intercambio Electrónico de Datos

Transferencia electrónica de fondos

Capacitación interactiva (acceso a material en línea)

Automatización de producción

Automatización de procesos

Compra de bienes y servicios

Venta de bienes y servicios

Publicidad y Comercialización

Otro: (especifique)

15. En el sector comercio y servicios una de las valoraciones corresponde a la siguiente pregunta:

¿Qué servicios ha prestado este Web site?

(puede marcar más de una opción)

Comercialización de productos con clientes

Comercialización de productos con la industria

Pagos en línea

Procesamiento de órdenes y envíos en línea

Capacidad de ofrecer transacciones seguras

Otro: (especifique)

16. De otra parte, el Departamento actualmente ha definido tres investigaciones económicas para medir la evolución y la estructura del comercio electrónico en otras actividades en Colombia: encuesta anual de comercio, muestra mensual de comercio al por menor y encuesta de grandes almacenes e hipermercados minoristas y comercio de vehículos nuevos. Estas investigaciones complementarán en el corto plazo la medición del “e-commerce”.

---