

Comercio electrónico será el 3 por ciento del PIB

Regulación y conectividad, dos de los retos que enfrenta Colombia para llegar a ese punto.

El comercio electrónico es, de acuerdo con los expertos en la materia, uno de los negocios con mejor proyección hacia el futuro. Y no es para menos, pues de acuerdo con las cifras divulgadas por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCEC), al cierre de este año ese mercado valdrá cerca de 2.200 millones de dólares en el país, lo que representará un crecimiento del 45 por ciento frente al 2012, una cifra que consolida la evolución a pasos agigantados que ha tenido el tema en los últimos años.

Pero eso no es todo, pues aunque en el momento el uso de las plataformas virtuales sigue siendo relativamente pequeño frente a los mecanismos tradicionales para la comercialización y pago de productos y servicios, el hecho de que Colombia superara los 7,5 millones de suscriptores a internet durante el primer trimestre del año (según cifras de MinTic) y que, de acuerdo con Comscore, el 66 por ciento de la audiencia de este medio en el país tenga entre 15 y 34 años, también brindan buenas perspectivas para lo que vendrá.

“Más o menos para el 2019, el 50 por ciento de las transacciones globales serán en digital. Seguramente para el 2033 esta cifra rondará el 100 por ciento”, proyectó Alberto Pardo, presidente de la CCE, a la vez que dijo que el gran reto será que la regulación evolucione de manera acorde para una favorable tanto

a los compradores como a los vendedores, además de seguir fortaleciendo la conectividad del país.

Si todo sigue por este camino, Pardo considera que “fácilmente puede representar entre 2 y 3 puntos del Producto Interno Bruto del país”.

Entre los factores que favorecerán la generalización del comercio electrónico en el país como el medio de pago generalizado está el incremento en la penetración de las plataformas móviles. De acuerdo con cifras provistas por GFK, solo durante el primer semestre del 2013, las ventas de teléfonos inteligentes se incrementaron 73 por ciento frente al mismo periodo del 2012 y las de tabletas 315 por ciento.

Por esta razón, Andrés Julián Gómez Montes, director de la firma Consultoría 360°, considera que habrá convergencia entre el mundo físico y virtual mediante tecnologías como la *Near Field Communication* (NFC) que ya está integrada en algunos modelos de gama alta que se comercializan en el mercado pero que en ese momento podrían ser tan cotidianas como lo son los plásticos hoy día. “En ese momento cualquier persona podrá entrar a una tienda y realizar su pago sin necesidad de llevar efectivo consigo, incluso en la base de la pirámide”, señaló el experto.

“Habrá muchos negocios virtuales. Esta es una industria transversal a toda la economía y como las empresas pueden hacerlo también entre ellas a todas les servirá”, concluyó el experto.

POBLACIÓN JOVEN, LA MAYOR AUDIENCIA
El 66% de quienes navegan en Colombia tienen entre 15 y 34 años.

CONSUMIDORES EXIGENTES, LA TENDENCIA

El aumento en la oferta y el flujo de información hará que los compradores sean cada vez más exigentes, por lo que la personalización de la oferta y el valor agregado se convertirán en protagonistas.



“Más o menos para el 2019, el 50 por ciento de las transacciones globales serán en digital”.

PUBLICIDAD, LA GRAN BENEFICIADA

De acuerdo con cifras divulgadas por el Interactive Advertising Bureau (IAB) en Colombia, durante el primer trimestre del año, la inversión publicitaria en internet llegó a 37.332 millones de pesos (excluyendo *content marketing*), lo que representó un crecimiento del 30 por ciento

“En ese momento cualquier persona podrá entrar a una tienda y realizar su pago sin necesidad de llevar efectivo”.

frente a la cifra alcanzada durante el mismo periodo del año anterior.

Si este mercado sigue evolucionando de esta manera, Olga Britto, directora ejecutiva del IAB en el país, asegura que la publicidad *online* debería abarcar el mayor porcentaje de la torta publicitaria de la nación dentro de dos décadas.

“En el 2033, la publicidad digital debería abarcar el 45 por ciento de la torta publicitaria del país”.

“En el 2012 representábamos más o menos el 7 por ciento de la torta, tenemos la apuesta de ser el 10 por ciento al 2015. Entonces, en el 2033 si no estamos ya en el 45 por ciento, creo que sería muy extraño. Estaríamos en la misma posición que tiene televisión actualmente en el mercado colombiano”, calculó la directiva.

Tecnologías como la NFC reducirán el uso del efectivo a su mínimo exponente.

Seguridad, el gran reto del negocio

En un mundo hiperconectado, donde el dinero viajará de manera más frecuente por las autopistas virtuales que físicas, los delincuentes se encontrarán en cualquier parte del mundo, lo que convertirá a la seguridad en uno de los más grandes desafíos que deberá afrontar el 'e-commerce' a

lo largo de su historia. De acuerdo con Roberto Martínez, analista de Malware de Kaspersky Lab, “el malware será una de las principales amenazas de ese momento”, motivo por el cual es importante trabajar en construir una cultura de la seguridad por parte de los consumidores.