

Casos reales en la agenda ISIS

Temas como mercadeo, seguridad y acceso a los pagos electrónicos han sido tratados en los foros organizados por el Departamento. Todos ellos configuran los retos de Colombia para ponerse a la par de otros países de la región.



En Colombia hay 11.000 cajeros automáticos y 1.032 municipios.

La tecnología para hacer pagos electrónicos está inventada. Hay tarjetas débito y crédito, botones de pago, transferencias bancarias, corresponsales no bancarios y pagos móviles, entre muchas posibilidades. Sin embargo, masificar el servicio es un desafío para un país como el nuestro, con 1.032 municipios, donde la bancarización alcanza al 45 % de los habitantes, hay 5,7 millones de tarjetas de crédito para una población económicamente activa de 23 millones de personas, 150.000 datáfonos, 11.000 cajeros automáticos y 23.000 corresponsales no bancarios.

Estas cifras hicieron parte de la ponencia de Juan Carlos Flechas, vicepresidente



Los loteros emplean dispositivos móviles para sus ventas.

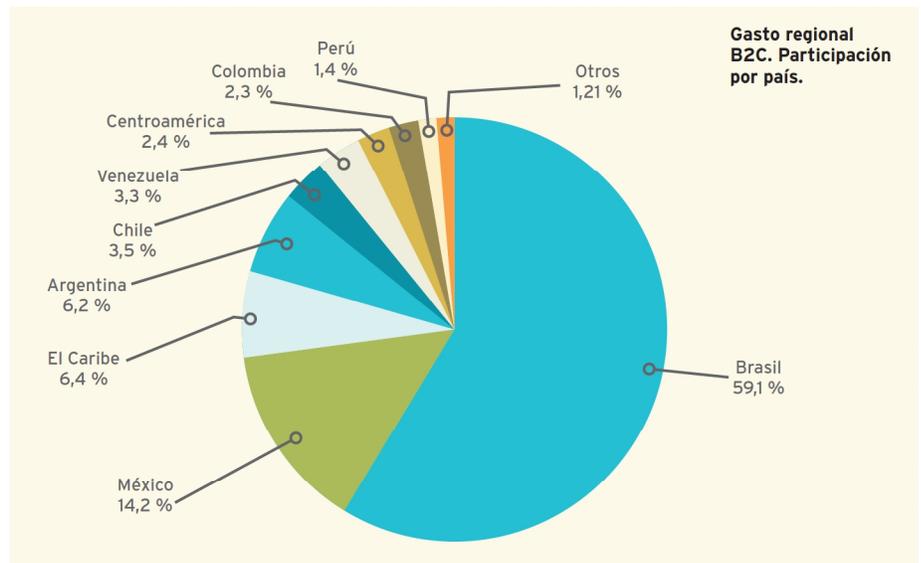
de ACH Colombia y presidente de la Comisión de Pagos de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, en el 2º Foro de Comercio Electrónico: Evolución y Desafíos de los Pagos Electrónicos en Colombia, que tuvo lugar el 5 de junio pasado. A su juicio, los datos evidencian múltiples oportunidades de crecimiento que de-

ben ser impulsadas por el Gobierno, los empresarios y los proveedores para conseguir que los pagos sean seguros, económicos y masivos. Estas incluyen otras alternativas como eliminar el 4 x 1.000 o la retención en la fuente para pagos electrónicos. Un complemento de su visión se publica en una entrevista en la página 20.

Son varias las acciones emprendidas para que la gente, aun sin tener vínculos con la banca, pueda hacer pagos electrónicos, por ejemplo desde sus dispositivos móviles. Ese es, precisamente, el esfuerzo de la empresa de telecomunicaciones Tigo por lograr autorización del Gobierno para captar fondos, de modo que sus clientes puedan hacer giros y pagos y dispongan de una especie de billetera electrónica móvil. La iniciativa fue presentada por Elkin Cubides en el 2º Foro.

En ese encuentro también se expuso el caso de Avianca, la compañía colombiana con mayor volumen de ventas por internet, con 10.000 transacciones diarias. Julio César Munive Ramírez, director de Comercio Electrónico de AviancaTaca, afirmó que es vital conocer a los clientes para ofrecerles distintas alternativas de pagos electrónicos, pues han tenido casos como el de Perú donde mucha gente hace el proceso en internet, pero prefiere pagar en el banco. También es importante aliarse con firmas que estén más avanzadas para ofrecer mejor servicio, porque este genera lealtad y confianza.

A su turno, el ingeniero industrial Bernardo Vanegas, director de Operaciones de Buscapé Company para América Latina, destacó que en el 2011 las compras B2C (empresa a cliente) en el país alcanzaron los 998 millones de dólares, sin incluir los paquetes turísticos de Avianca, mientras que las de Brasil llegaron a



Fuente: América Economía Intelligence.

25.000 millones de dólares y las de México a 6.000 millones de dólares. “Colombia es el más pequeñito de los grandes y el más grande de los pequeñitos”, afirmó al enfatizar que las oportunidades son muchas pero hay que vencer limitantes como la escasa oferta nacional en la red (la tercera parte o menos de las compras son locales y la mayor parte se hace en sitios de Estados Unidos).

El debate apenas comienza porque en la medida en que el acceso a internet se masifique, los usuarios se familiaricen con las nuevas formas de pago y aparezcan otras alternativas surgirán más interrogantes. Desde los Foros ISIS sobre comercio electrónico, el DISC quiere avivarlo. ■



Los panelistas del 2º Foro de comercio electrónico: evolución y desafíos de los pagos electrónicos en Colombia. De izquierda a derecha: Juan Carlos Flechas, Bernardo Vanegas, Elkin Cubides, Julio César Munive y Guillermo Angarita.

Más información: <http://sistemas.uniandes.edu.co/~foros/category/e-commerce/> y en <http://forosisis.uniandes.edu.co/>

La seguridad, un objetivo conjunto

Tres de cada cuatro personas que han sido objeto de fraudes en internet no vuelven a comprar en ese comercio sostuvo Guillermo Angarita, gerente de IQ (Information Quality), al referirse a la importancia de cumplir con estándares de seguridad para generar confianza entre los clientes y evitar efectos adversos para los prestadores del servicio.

Entre ellas están las certificaciones PCI, las llamadas de verificación pre y posventa y el uso de indicadores de que la información está encriptada como las direcciones electrónicas que comienzan con https o la imagen con un candado cerrado en la página donde se realizan las transacciones.

El ingeniero de sistemas Angarita y otros participantes en el 2º Foro sobre comercio electrónico organizado por el DISC coin-

cidieron en que la desconfianza es una barrera para impulsar el sector y resaltaron que casi siempre es el comercio y no el cliente el que asume las pérdidas ocasionadas por los fraudes.

Julio César Munive, de AviancaTaca, explicó que es imposible alcanzar 0 % en acciones fraudulentas y 100 % de éxito en las transacciones, pero es posible mantener el delito en 1 % o menos. Una acción que contribuye a ese objetivo es crear cultura entre los usuarios para que reconozcan los sitios seguros. Pero también deben educarlos para que si se comete un ilícito con sus tarjetas o cuentas bancarias entiendan que este no lo hizo el vendedor, sino que probablemente se generó en una compra anterior y el banco puede tardar hasta tres meses en reembolsarles el dinero.

“Cuando preguntan si los medios son seguros en Colombia, con toda tranquilidad digo que sí. De lo contrario no tendríamos estos crecimientos” concluyó Juan Carlos Flechas, de ACH Colombia.