

## Índice de Comercio Electrónico

El Reporte Económico de la Información 2015 de la UNCTAD<sup>1</sup> tiene como tema principal el comercio electrónico. Donde, se analiza en los diferentes tipos de comercio entre empresas con empresas, empresas con consumidores y consumidores entre consumidores.

A partir de ahí se crea el Índice de Comercio Electrónico (B2C E-commerce), el cual se enfoca en el comercio entre empresas y consumidores como un instrumento para medir la preparación de los países en el comercio electrónico.

**B2C E-commerce (Comercio Electrónico entre Empresas y Consumidores):** Consiste en la compra de artículos en plataformas digitales. El acceso a estas plataformas hace posibles que micro y pequeños empresarios puedan incurrir en otros mercados tanto nacionales como internacionales.

Se estimó que para el 2013 el B2C E-commerce represento US\$ 1.2 trillones.

### Metodología

El Índice de Comercio Electrónico evalúa 130 economías en 4 indicadores. Los indicadores fueron seleccionados a partir de los factores que afecta una transacción electrónica comercial. Esto abarca el acceso al internet por parte de los consumidores, la recepción de la orden por un servidor, forma de pago y la forma de entrega del pedido.

La puntuación de los indicadores es en base a 100, el único indicador normalizado fue el de la seguridad de los servidores por cada millón de personas.

Cabe destacar que el índice no considera factores exógenos como la renta, alfabetización digital ni el marco legal de los países. Porque no existe un valor numérico representativo de los mismos.

### Resultados

De manera general, la penetración de las tarjetas de crédito a la hora de hacer transacciones comerciales electrónicas presenta uno de los mayores retos. Esto se debe a la falta de métodos alternativos y más seguros para realizar los pagos, que todavía no han sido implementados.

Desempeño Mundial en el Índice de Comercio Electrónico					
Región	Porcentaje de la población que recibe los paquetes a su domicilio	Porcentaje de personas con tarjeta de crédito	Porcentaje de personas que usan el Internet	Seguridad de los servidores por cada millón de personas	Índice de Comercio Electrónico (Ranking)
África	27	4	13	43	22
Asia y Oceanía	60	14	34	57	41
Latinoamérica y el Caribe	70	12	44	67	48
Economías en transición	94	9	45	59	52
Economías desarrolladas	98	42	79	90	77

Fuente: B2C E-Commerce Index 2014, UNCTAD

<sup>1</sup> Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Latinoamérica en el Índice de Comercio Electrónico		
Rank	Economía	Puntuación
39	Chile	63.0
40	Uruguay	62.5
47	Brasil	59.5
48	Argentina	59.1
52	Costa Rica	57.6
57	Rep. Dominicana	54.5
60	México	52.8
63	Venezuela	51.0
71	Colombia	46.9
72	El Salvador	46.7
76	Ecuador	44.1
77	Guatemala	44.0
82	Perú	41.5
84	Panamá	38.6
85	Honduras	38.4
98	Nicaragua	28.6
99	Bolivia	28.1

Fuente: B2C E-Commerce Index 2014, UNCTAD

En la región de Latinoamérica, el mayor reto es conformar un sistema de entrega de las compras realizadas en línea. La realidad es que existe un problema de accesibilidad en costo-eficiencia para la población. Deficientes servicios postales, lo que hace que los usuarios incurran a compañías privadas courier para optar por servicios de entrega. Esto sin contar que se limitan el alcance de la red de entrega según la ubicación del usuario.

Los países más factibles para el comercio electrónico son: Chile, Uruguay, Brasil, Argentina, Costa Rica, República Dominicana, México y Venezuela.

La República Dominicana ocupa el 6to lugar a nivel regional, y se encuentra por encima de la media. A diferencia de sus homólogos, el reto del país recae en la seguridad de los servidores.

Por lo que, se requieren reformas que protejan al consumidor y una infraestructura en cuanto a las tecnologías de la información más seguras para los usuarios.

Economía	Porcentaje de la población que recibe los paquetes a su domicilio	Porcentaje de personas con tarjeta de crédito	Porcentaje de personas que usan el Internet	Seguridad de los servidores por cada millón de personas	Índice de Comercio Electrónico
República Dominicana	99	12.2	45	61.5	54.5
Latinoamérica y el Caribe	70	12	44	67	48

Fuente: B2C E-Commerce Index 2014, UNCTAD