

# HISTORIA DEL INTERNET EN COLOMBIA



Llegó a Colombia por medio de Bitnet de IBM en un esfuerzo conjunto entre universidades privadas y estatales del país y apoyada por el Instituto Colombiano de Fomento para la Educación Superior IFES y TELECOM.



## OPEN WAY EDUCATION

comenzaron a operar internet en Colombia otros proveedores como IBM, OpenWay, y muchos más, que han permitido el avance de Internet en Colombia tal como lo conocemos al día de hoy, mostrando un gran crecimiento y penetración en la población.



A partir del **2006** hacen su aparición dos de las redes sociales con más seguidores y uso en Colombia, como lo son **Facebook y Twitter**



el gobierno y Ministerio de la Tecnología inicia su campaña para conectar a internet a las zonas más pobres y alejadas, el centro de los pueblos, los centros comerciales y aquellas zonas con densidad poblacional y lugares de encuentro. Estamos hablando de puntos de conexión a Internet y wifi gratis

1990

1994

1995

2000

2002-2006

2008

2013

2017



Con esfuerzo conjunto de universidades, el Estado y el sector privado se creó **Interred-Cetcol** (Red Nacional de Ciencia, Educación y Tecnología) Tras dos meses de la fundación de Cetcol, **Telecom lanzó el servicio Saitel** que permitía por 20.000 pesos mensuales la conexión de usuarios a Internet.



El gobierno colombiano a través de su Ministerio de Comunicaciones comienza en el año 2000 a gestionar el portal Colombia que le permitirá a las entidades públicas conectarse entre sí y ofrecer servicios en un futuro a los ciudadanos, como realizar trámites en línea y reclamar, enterarse de las licitaciones y convocatorias, aprender y hasta conseguir empleo.



Nace la **Cámara Colombiana de Comercio electrónico CCCE**, quien se encargará de liderar en conjunto con el Comercio la seducción y convencimiento de los clientes, de las bondades del servicio online.



el país alcanzó **28,4 millones de conexiones** a Internet, de acuerdo a cifras del mismo Ministerio TIC, de las cuales el 60% corresponden a conexiones por suscripción fija o móvil, y el restante 40% a conexiones por demanda a través de móviles o teléfonos inteligentes.