

Estrategias de Transformación Digital para el acceso al Comercio Internacional en Empresas Emergentes Colombianas

Nombres y apellidos

Angie Estheyfer Pérez Sierra

Código estudiantil: 201712083680

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar el título de:
Especialista en Dirección De Marketing Digital

Tutor(es):

Yolanda Sampayo Vega

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general analizar las tácticas de digitalización implementadas por startups colombianas para mejorar su acceso al comercio internacional y aumentar su competitividad en mercados globales. Para alcanzar este propósito, se empleó un enfoque metodológico mixto con diseño no experimental y alcance exploratorio-descriptivo, utilizando la revisión documental como técnica principal. El estudio se centró en el análisis de casos relevantes y fuentes secundarias confiables, abarcando experiencias exitosas en la adopción de tecnologías digitales como la inteligencia artificial, el comercio electrónico, los sistemas ERP y las plataformas en la nube. Los resultados evidencian que el 76 % de las startups analizadas ha iniciado procesos de transformación digital, destacando la implementación de comercio electrónico (65 %) y tecnologías basadas en inteligencia artificial (58 %). Empresas como EatCloud, Datup, Vueltap y Whale and Jaguar son ejemplos del impacto de estas herramientas en la escalabilidad de modelos de negocio y en su acceso a mercados internacionales. Asimismo, se identificaron factores facilitadores como el acompañamiento institucional (MinTIC, iNNpulsa, ProColombia) y la existencia de incubadoras de innovación, aunque persisten obstáculos como la escasa formación en

competencias digitales (37 %), la resistencia organizacional al cambio (62 %) y la brecha urbano-rural en infraestructura tecnológica. A partir de los hallazgos, se proponen estrategias para optimizar la transformación digital: reforzar la formación en talento digital, fomentar una cultura organizacional pro-innovación, promover alianzas estratégicas con incubadoras y startups internacionales, y avanzar en la simplificación del entorno normativo. En conclusión, la digitalización no solo representa una vía para fortalecer la competitividad de las startups colombianas, sino que también contribuye al desarrollo económico sostenible del país, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8 y 9 de la Agenda 2030.

Palabras Claves: Transformación digital, Startups colombianas, Comercio internacional, Competitividad empresarial e Internacionalización

Abstract

The overall objective of this research is to analyze the digitization tactics implemented by Colombian startups to improve their access to international trade and increase their competitiveness in global markets. To achieve this purpose, a mixed methodological approach with a non-experimental design and exploratory-descriptive scope was used, employing document review as the main technique. The study focused on the analysis of relevant cases and reliable secondary sources, covering successful experiences in the adoption of digital technologies such as artificial intelligence, e-commerce, ERP systems, and cloud platforms. The results show that 76% of the startups analyzed have initiated digital transformation processes, highlighting the implementation of e-commerce (65%) and artificial intelligence-based technologies (58%). Companies such as EatCloud, Datup, Vueltap, and Whale and Jaguar are examples of the impact of these tools on the scalability of business models and their access to international markets. Likewise, facilitating factors such as institutional support (MinTIC, iNNpulsa, ProColombia) and the existence of innovation incubators were identified, although obstacles such as poor training in digital skills (37%), organizational resistance to change (62%), and the urban-rural gap in technological infrastructure persist. Based on the findings, strategies are proposed to optimize digital transformation: strengthening training in

digital talent, fostering a pro-innovation organizational culture, promoting strategic alliances with international incubators and startups, and advancing the simplification of the regulatory environment. In conclusion, digitization not only represents a way to strengthen the competitiveness of Colombian startups, but also contributes to the country's sustainable economic development, aligning with Sustainable Development Goals 8 and 9 of the 2030 Agenda.

Keywords: Digital transformation, Colombian startups, International trade, Business competitiveness, and Internationalization

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bavaria. (s.f.). Landing LG | Co Bav Soy Tienda - Bavaria. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <https://emprendedores.bavaria.co/>

Blank, S. (2013). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. K & S Ranch.

Blank, S., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. K & S Ranch.

Capgemini Colombia. (2025). El factor cultural se confirma como el principal obstáculo a la transformación digital: el 62 % de las empresas lo corrobora. <https://www.capgemini.com/co-es/news/press-releases/el-factor-cultural-se-confirma-como-el-principal-obstaculo-a-la-transformacion-digital-el-62-de-las-empresas-lo-corrobora/>

CEPAL. (2020). Transformación digital de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en América Latina: Acelerando la innovación en tiempos

de crisis. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46057-transformacion-digital-mipymes-america-latina-acelerando-la-innovacion-tiempos>

CEPAL. (2023). Perspectivas del comercio internacional de América Latina y el Caribe 2023. Naciones Unidas. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48552-perspectivas-comercio-internacional-america-latina-caribe-2023>

Churchill, N. C., & Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30–50.

Consejo Colombiano de Comercio Exterior – CCCE. (2025, febrero 11). Análisis sobre el índice de políticas para PyMEs. CCCE. <https://ccce.org.co/noticias/8996/>

Correa, J. (2024, 5 de diciembre). Jorge Correa, el emprendedor que tiende puentes tecnológicos para erradicar el hambre. *El País*. <https://elpais.com/america-colombia/branded/los-lideres-de-colombia/2024-12-05/jorge-correa-el-emprendedor-que-tiende-puentes-tecnologicos-para-erradicar-el-hambre.html>
elpais.com

EatCloud. (s.f.). Quiénes somos. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <https://www.eatcloud.com/quienes-somos/eatcloud.com>

El Colombiano. (2024). Programa de Bavaria mejoró las ventas de las tiendas de barrio, ¿qué hizo la cervecería?. <https://www.elcolombiano.com/negocios/programa-emprendedores-de-bavaria-mejora-las-venta-de-tenderos-de-barrio-EL24588491>

Fitzgerald, M., Kruschwitz, N., Bonnet, D., & Welch, M. (2014). Embracing digital technology: A new strategic imperative. *MIT Sloan Management Review*, 55(2), 1–12. <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracing-digital-technology/>

Gaitán, C. (2024, 10 de diciembre). Carolina Gaitán: conectar a la industria textil para volverla más justa. El País. <https://elpais.com/america-colombia/branded/los-lideres-de-colombia/2024-12-10/carolina-gaitan-conectar-a-la-industria-textil-para-volverla-mas-justa.html>

GEM – Global Entrepreneurship Monitor. (2022). Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report. London Business School. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20212022-global-report>

GEM Colombia. (2022). Informe Global Entrepreneurship Monitor Colombia 2022. Universidad del Norte. <https://gemcolombia.org>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

iAvanza. (2025). La inteligencia artificial, un potenciador del comercio entre Colombia y el mundo. https://www.iavanza.co/blog/la-inteligencia-artificial-un-potenciador-del-comercio-entre-colombia-y-el?utm_source=chatgpt.com

Impacto TIC. (2023). Transformación digital en Colombia. Situación actual. <https://impactotic.co/innovacion/transformacion-digital/transformacion-digital-en-colombia-implicaciones-y-perspectivas/>

Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D., & Buckley, N. (2015). Strategy, not technology, drives digital transformation. MIT Sloan Management Review and Deloitte University Press. <https://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/>

Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2021). *International economics: Theory and policy* (11th ed.). Pearson.

La Cortesana. (s.f.). Instructor - La Cortesana. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <https://lacortesana.com/instructor-2/adminlacortesana/>

Laboratoria. (s.f.). Laboratoria. Recuperado el 7 de junio de 2025, de <https://www.laboratoria.la/>

Microsoft Latinoamérica. (2025). 2 de cada 3 MiPymes en Colombia ya usan IA. https://news.microsoft.com/es-xl/2-de-cada-3-mipymes-en-colombia-ya-usan-inteligencia-artificial-para-ganar-productividad-asegurar-continuidad-y-mejorar-el-servicio-revela-estudio-de-microsoft/?utm_source=chatgpt.com

MinTIC. (2023). *Estrategia Nacional Digital 2023–2026*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-334120_recurso_1.

OCDE – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2020). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>

OCDE. (2022). *Digital transformation in SMEs*. OECD Digital Economy Papers (No. 346). <https://doi.org/10.1787/bdb9256a-en>

OECD. (2022). *Global Connectivity Report 2022*. ITU/OECD. <https://doi.org/10.1787/781185b1-en>

Ortiz, D. (2024, 5 de diciembre). David Ortiz: el visionario que transformó una empresa familiar en un gigante tecnológico con más de un millón de clientes. El

País. <https://elpais.com/america-colombia/branded/los-lideres-de-colombia/2024-12-05/david-ortiz-el-visionario-que-transformo-una-empresa-familiar-en-un-gigante-tecnologico-con-mas-de-un-millon-de-clientes.html>

Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Quimis Sandoya, J. J., Ortega Franco, J. J., Castro Landirez, M. S., Cárdenas Ochoa, G. E., Zambrano Mendía, K. A., & Macías Armendáriz, E. G. (2024). Transformación digital en las pymes: Retos y estrategias para la competitividad empresarial. *Revista Científica Multidisciplinar G-Nerando*, 5(2), 2399–2415. <https://doi.org/10.60100/rcmg.v5i2.373>

Ricardo, D. (1817). *On the principles of political economy and taxation*. John Murray.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Publishing Group.

Rodríguez, H. (2024, 28 de mayo). El 66 % de las fintech colombianas usan inteligencia artificial. *Portafolio*. <https://www.portafolio.co/tecnologia/el-66-de-las-fintech-colombianas-usan-inteligencia-artificial-finnovista-fintech-radar-colombia-605620>

Schallmo, D., Williams, C. A., & Boardman, L. (2017). Digital transformation of business models—Best practice, enablers, and roadmap. *International Journal of Innovation Management*, 21(08), 1740014. <https://doi.org/10.1142/S136391961740014X>

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2011). *Digital transformation: A roadmap for billion-dollar organizations*. MIT Center for Digital Business. <https://www.capgemini.com/wp->

content/uploads/2017/07/Digital_Transformation_A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf

WTO – World Trade Organization. (2020). World trade report 2020: Government policies to promote innovation in the digital age.
https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr20_e/wtr20_e.pdf