

Beneficios generados por las TIC en el Comercio Internacional de Servicios Outsourcing en Colombia

Benefits Generated by tic in the International Trade Outsourcing Services in Colombia

Maricel Linares Giraldo* / Juan Diego Chacón** / Andrés Camilo Blanco***

Recibido: 07-05-2020 / Aceptado: 26-08-2020 / Publicado: 18-12-2020

Resumen

El comercio internacional de servicios crece de una manera acelerada en todo el mundo y más en países desarrollados, en los que las Tecnología de la Información y comunicación (TIC) presentan una ventaja competitiva frente a los que se encuentran en desarrollo. Este artículo tiene como objetivo dar a conocer los beneficios que generan las TIC en el comercio internacional de servicios outsourcing en Colombia. La metodología se encuadra en una investigación documental de tipo descriptiva. Se encontró que el uso de herramientas tecnológicas, así como presentar estrategias de *outsourcing* como respuesta, puede mejorar la competitividad de la empresa, lo que le permite incursionar en los mercados internacionales. Se concluye que para las pequeñas y medianas empresas de Colombia que puedan y quieran adaptarse a los nuevos patrones de comercio internacional existen oportunidades de competir en el mercado internacional de servicios *outsourcing* por medio de una implementación eficiente de las TIC, de lo que se obtienen beneficios y se pueden prestar servicios cada vez más sofisticados, nuevos y modernos.

Abstract

International trade in services is growing rapidly throughout the world, even more in developed countries where Information and Communication Technologies (ICT) have a competitive advantage over countries in development. This article aims to show the benefits generated by ICT in the international trade of outsourcing services in Colombia. The methodology is part of a descriptive documentary research. It was found that the use of technological tools, as well as presenting outsourcing strategies as a response, can improve

> **Palabras clave:** comercio, comercio internacional, Outsourcing, servicios, TIC

Cómo citar este artículo (APA): Linares, M., Chacón, J. y Blanco, A. (2020). Beneficios Generados por las TIC en el Comercio Internacional de Servicios Outsourcing en Colombia, *Negonotas Docentes*, (16), 37 - 47

> **Keywords:** ICT, Outsourcing, Services, Commerce, International Trade

* Magister en Gestión Humana de la Universidad de Antioquia; Especialista en Comercio Internacional de la Universidad Sergio Arboleda. Docente e Investigadora de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia. Contacto: maricellg@ufps.edu.co.

** Profesional en Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia. Contacto: juandiegocr@ufps.edu.co

*** Profesional en Comercio Internacional de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Colombia. Contacto: blancoandrescamilob@ufps.edu.co

the competitiveness of the company, to dabble in international markets. It is concluded that for small and medium-sized companies in Colombia that can, and want to adapt to new international trade patterns, there are opportunities to compete in the international market for outsourcing services, through an efficient implementation of ICT, to obtain benefits and provide increasingly sophisticated, new and modern services.

Autores: Todos los autores contribuyeron sustancialmente a la elaboración del manuscrito y a la investigación de la que se deriva. Todos los autores declaran no tener conflicto de intereses.

Introducción

La forma en que han evolucionado los servicios en el comercio internacional ha dado cuenta de qué tan grande es su importancia en la economía y el desarrollo internacional de un país. Al día de hoy, los servicios ya no se encuentran únicamente ligados al comercio de bienes, sino que existen otras variables como la tecnología, inversiones y cadenas de valor, que se consideran de gran relevancia para países que aún se encuentran en desarrollo.

El uso de herramientas tecnológicas en diferentes áreas de trabajo, estudio, investigación, entre otras, ha logrado reducir o facilitar en muchos aspectos el trabajo del hombre, al mejorar su productividad y eficiencia. Al respecto, Cano y Baena (2014) afirman que se perciben mejores resultados en eficiencia y eficacia, en la medida en que se aumenta el nivel de importancia y frecuencia de uso de las tecnologías en los procesos de negociación internacional. De este mismo modo, las tecnologías de la información y comunicación (TIC) funcionan como una herramienta que permite facilitar el acceso, emisión y tratamiento de la información, para crear distintas formas y medios de comunicación a través de herramientas tecnológicas.

Además, las TIC han venido generando innovación, nuevos conocimientos y un impulso en los procesos de transformación tecnológica sin ningún precedente histórico durante los últimos años. Su aplicación y uso intensivo en las empresas aceleraron la economía, sociedades

y mercados (Quiroga-Parra, Torrent-Sellens y Murcia, 2017).

De acuerdo con Rocha y Echavarría (2017), las TIC son herramientas actualmente importantes para el ambiente empresarial, pues generan ventajas e ingresos a una empresa. Su uso ha ocasionado cambios notables en la eficiencia de distintas áreas de las empresas, como el almacenamiento, gestión de pedidos, existencias y transporte. De ello, se obtienen una serie de beneficios como el ahorro del tiempo, gastos, personal, entre otros. Por esta razón, las TIC son un factor clave tanto para los países desarrollados como para los países en vía de desarrollo, pues ayudan a mejorar el desempeño productivo, y, con esto, generar un crecimiento y desarrollo tanto económico como social (Gil, Ruiz y Calderón, 2009).

Según datos suministrados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE (2019), el 99,6 % de las empresas del sector de industria manufacturera registradas tienen acceso a un computador e internet; el 73,3 % de ellas poseen su propia página web y el 68,9% tenía presencia en sitios web. Además, el 99,9 % de esas empresas usó internet para enviar y recibir correos electrónicos; el 98,7 % para realizar búsquedas de información y el 96,6 % para operaciones de banca electrónica. Por otra parte, solo un 30,1 % de las empresas hizo uso del internet para vender sus productos a través de la plataforma electrónica y el 33,9 % usó la plataforma electrónica para comprar insumos.

Asimismo, el DANE (2019), destaca que, en el sector del comercio, entre las empresas activas para el año 2019 el 99,6 % tenía acceso a un computador, de las cuales el 99,5 % contaban con acceso a internet y un 57,3 % gozaban de una presencia en la red por medio de páginas webs propias. Dentro de los tipos de bienes TIC suministrados a las personas de estas empresas, se encontró que el 98,2 % correspondía a ordenadores de escritorio, un 73,9 % teléfonos móviles inteligentes y el 73,2 % computadoras portátiles. El uso del computador de escritorio, teléfonos inteligentes o computadora portátil por parte del personal para realizar su trabajo fue de un 67,4 %. Para el personal que hizo uso de estos equipos para realizar su trabajo, el 64,9 % usó internet para sus actividades laborales. También, el 18,8 % de las empresas hizo uso de internet por medio del comercio electrónico para vender productos y un 41,3 % de las empresas compraron insumos por medio de plataformas electrónicas.

Además, el DANE (2019) menciona que, en el sector de servicios, con un total de 6084 empresas activas, un 16,6 % corresponden a empresas de seguridad privada y empresas encargadas de proveer empleos; el 13,7 % a servicios de salud de carácter privado; 13,2 % a actividades técnicas, científicas y de tipo profesionales y un 56,5 % correspondió a otros servicios. En cuanto a la prestación del servicio de salud privada, educación superior, programación y transmisión al uso de un computador con acceso a internet fue del 100 %; en los otros sectores, el uso de estos fue superior al 91 %. Por otro lado, la educación superior privada, con un 100 %, y el desarrollo de softwares, hardware y procesamiento de información, con un 95,5 %, son los subsectores de las empresas que más presentan una tenencia de páginas web.

La seguridad privada y el empleo representan el menor porcentaje de empresas con páginas web,

con un 70,8 %. En cuanto al comercio electrónico, las empresas dedicadas al hospedaje tuvieron el mayor registro en la utilización de plataformas electrónicas para la venta de sus productos con un 84,0 %, seguida de estas, estuvieron las actividades de edición y agencia de viajes, con un 53,8 % y 81,1 %.

De acuerdo con lo anterior, las tecnologías hacen más fácil y eficiente las tareas del ser humano, pero estas requieren de ciertos factores que determinan su uso correcto y efectivo, como lo son el capital humano calificado, el desarrollo de instituciones que se dediquen al apoyo e innovación en el uso de estas herramientas y los beneficios que se obtienen a través del aprendizaje. Por esta razón, al momento de construir y analizar un índice de indicadores sobre el uso de las TIC, se debe medir el grado que tienen de preparación las empresas en el uso correcto de estas (Alderete, 2012).

Las TIC han sido base de una infraestructura con un valor agregado en cuanto a los procesos de producción y han conllevado a una formación de cadenas de valor. Por ello, muchas veces las empresas hacen uso del *outsourcing*, en la contratación de personas externas para hacerse cargo de algún tipo de actividad o producción que tienen lugar. De acuerdo con Gómez, Tomasin y Scarafia (2004), el *outsourcing*, o tercerización, se da en áreas como recursos humanos, sistemas financieros, sistemas contables, en las actividades de mercadotecnia, sistemas administrativos y comercio exterior, entre otras.

Estos autores argumentan que las actividades relacionadas con el comercio exterior se tercerizan, en las que se aplican estrategias departamentales, el plan de negocio y que deben ser acordes con la visión que tiene la empresa que terceriza, como el uso intensivo de recurso y servicios especializados. Por ello es de vital importancia saber que ya no es relevante saber qué

se produce, sino determinar las tareas que ellos desarrollan, proporcionando un valor agregado (López, Niembro, y Ramos, 2014).

La evolución que han brindado las tecnologías y la gran competencia que se han generado en distintas áreas obligan a las empresas a brindar un servicio de calidad y a crear estrategias en las que el servicio sea más eficiente. Pero cabe resaltar que los resultados podrían variar, puesto que si no se realiza un continuo seguimiento de manera efectiva a los procesos ejecutados, esto podría llegar a ser perjudicial si no se brinda seguridad en el cumplimiento requerido en las distintas áreas que ejecuten algún servicio.

Este fenómeno ha llevado a que las empresas innoven y creen estrategias que les permitan contraponerse a las necesidades existentes y, a la vez, ser más competitivos, con la ayuda de estas herramientas tecnológicas como es el outsourcing (Duque, González y García, 2014).

Metodología

La indagación se enmarca en una investigación documental de estudio comparado que, según la UPEL (2016), profundiza y amplía el conocimiento de la naturaleza del objeto de estudio, al sistematizar hallazgos siguiendo el método, desde el arqueo, recolección y categorización de fuentes de información de interés de carácter teórico y metodológico, hasta el análisis de los documentos y la presentación de los resultados encontrados.

Por ello, el presente artículo se fundamentó en trabajos de grado, repositorios de universidades y artículos de investigación científica publicados en revistas, que fueron recuperados de bases

Por esta razón las empresas se han dedicado a la búsqueda de alternativas apoyadas en las TIC para generar beneficios y eficacia, con el fin de alcanzar los objetivos planteados (Cano y Baena, 2015).

Existen beneficios generados por la buena implementación de las TIC. Pero el buen aprovechamiento de estas en todos los sectores de servicios, incluyendo el tratado en este artículo, dependen de la infraestructura tecnológica avanzada con que cuente cada país. Colombia actualmente presenta un panorama positivo, pues puede competir en precios a nivel internacional, lo que representa una oportunidad para las pequeñas y medianas empresas colombianas que prestan distintos tipos de servicios tercerización. En este orden de ideas, el presente artículo tiene como objetivo dar a conocer cuáles son los beneficios generados por las TIC en el comercio internacional de servicios tercerización en Colombia.

de datos como Scielo y Redalyc, repositorios de universidades como la Uniminuto, Universidad de la Coruña, Universidad Cooperativa de Colombia y revistas virtuales como de la Universidad Católica del Norte, Universidad Javeriana, entre otros. Se realizó una lectura comparativa de los documentos en cuestión, con base en los criterios establecidos, de modo que sea posible construir una producción científica comprensible. Las categorías que surgieron frente a la clasificación de los trabajos investigativos fueron: Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC); outsourcing (tercerización), y las TIC y su importancia en las *Business Process Outsourcing*, BPO, colombianas.

Resultados

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son aquellas que proveen acceso a la información mediante las telecomunicaciones. No existe una definición única de TIC, aunque el término generalmente se acepta como todos los dispositivos, componentes de red, aplicaciones y sistemas, cuya combinación permite a personas y organizaciones interactuar en el mundo digital. Las TIC abarcan la internet, los móviles con redes inalámbricas e incluyen tecnologías como teléfonos fijos, radio y televisión.

Las TIC han impactado de manera directa en los negocios internacionales, agentes aduaneros, operadores logísticos, terminales portuarias y demás actores involucrados en la cadena de comercio internacional (Zuluaga, Cano y Montoya, 2018). En las últimas décadas, a nivel global ha crecido de manera considerable el comercio internacional de los bienes de tecnologías de la información y la comunicación, gracias a ciertos factores que han sido muy importantes para las economías de los países. Entre estos, encontramos los Tratados de Libre Comercio, TLC, ya sean regionales o bilaterales, los novedosos modelos de negocios digitales, la interconexión mundial y el desarrollo tecnológico. Esto permite a muchas empresas subcontratar servicios a los proveedores que les ofrezcan la mejor relación entre precio y calidad en cualquier parte del mundo (CEPAL, 2012).

Dichas dinámicas han beneficiado y generado el comercio de servicios, por lo que se ha optado por la deslocalización de actividades cuya realización no requiera de lugares estáticos para llevarse a cabo, por ejemplo, una negociación internacional o ejercer un trabajo para una empresa, pues la realidad actual nos muestra que es posible desempeñarnos de una manera eficiente

desde cualquier lugar, por medio de un computador. De allí que el desarrollo de procesos empresariales desde o hacia las TIC sean algunos de los servicios en los presentes mercados para los consumidores que examinan soluciones técnicas en cualquier parte del orbe en que se localicen.

En ese contexto, el comercio internacional y la implementación del marketing a través de la aplicación y uso de las tecnologías de la información y comunicación han logrado generar herramientas muy importantes y necesarias para lograr el ingreso de las empresas a mercados internacionales. Esto hace uso de conocimientos de importación, exportación, en los procesos para concretar un negocio, segmentación de mercados, marketing digital, emprendimientos y marketing internacional (Landin, 2017).

Estas implementaciones de las TIC en las empresas generan ciertos beneficios, dentro de los cuales se cuentan el mejoramiento de procesos internos, incremento en la productividad, obtención de indicadores de rendimiento, integración en el proceso de negocios y la medición de su rendimiento. De modo que el proceso de toma de decisiones, oportunidades y sincronización de información mejora considerablemente en las organizaciones (Ramírez, 2015).

Toda esta innovación tecnológica representa oportunidades para identificar y acoplarse a todos los cambios producidos por estos nuevos patrones del comercio, tanto nacional como internacional (Ponceta, 2019). Es importante resaltar que la aplicación de las TIC no garantiza el aumento en el nivel de productividad de las empresas, pues, al realizarse un cambio, se tiene que buscar la forma en que los recursos se adapten y complementen a una nueva y distinta infraestructura. También se debe buscar la forma de utilizar y encaminar los frutos obtenidos

hacia nuevos procesos productivos con mayor valor agregados y mayor eficiencia (Botello, Pedraza y Contreras, 2015).

Outsourcing

El *outsourcing*, o tercerización, es un término acuñado a finales de los años 80 para la subcontratación de los sistemas de información desde el punto de vista empresarial, para desarrollar ciertas actividades fuera de la empresa (Espino, 2003). Este autor igualmente menciona que, en el pasado, la mayoría de los servicios subcontratados hacían referencia a componentes de fabricación y a los sistemas de información, si bien en los últimos años muchas otras funciones de diferentes sectores están siendo externalizadas.

Por otra parte, Bedoya-Gómez (2018) refiere que el “outsourcing (también denominado tercerización, subcontratación o externalización) es el proceso de contratación de un tercero para que realice una actividad del negocio que, por diferentes razones, no se lleva a cabo de manera interna” (p. 113). Mientras que para White y Barry (2003) la tercerización es una relación contractual entre un proveedor externo y una empresa, en la que el proveedor asume el trabajo de una o más funciones que conciernen a la empresa.

Los servicios tercerizados se encuentran delegados en procesos de negocios en distintas industrias. De acuerdo con Ospina y Duque (2014), la estrategia empresarial de *outsourcing* (externalización o tercerización), concebida como un proceso económico, aprovecha las diferentes ventajas competitivas de otras empresas, ya sea en el mismo país o en otro.

Los tipos de tercerización se clasifican en las áreas de la empresa en las que se puede recibir apoyo externo. A continuación, se enlistan los tipos más comunes (Almanza y Archundia, 2015) estos son: tercerización de sistemas financieros,

de sistemas contables, de sistemas Informáticos, en el área de Recursos Humanos, así como, de los sistemas administrativos y actividades secundarias. De allí que la empresa deba prepararse para los cambios que surjan al asumir este reto (Martínez, Reyes, Inela y Olarte, 2018). A través de la tercerización se identificaron aquellas tareas internas que se podrían externalizar, con el fin de reducir el trabajo interno (Angües, 2015). En el caso particular de Colombia, los procesos de globalización económica le han generado a las empresas un notable crecimiento y mejora continua, a la vez que las hacen más competitivas. Con la implementación de la tercerización en el país, el sector de los servicios se fortaleció al punto de ser una fuente de desarrollo que impactó de manera positiva y favorable, puesto que garantiza un valor agregado en las actividades desarrolladas y así generar una ampliación empresarial gracias a que su capital humano, que cuenta con una excelente cualificación (Orozco y Pérez, 2020)

Por otro lado, cabe resaltar que, a pesar de que en Colombia el sector BPO (*Business process outsourcing*) aún es pequeño, ha venido presentando un alto desarrollo, tanto así que el Gobierno Nacional decidió añadirlo al Plan de Transformación del país, con la finalidad de potenciar el sector y aprovechar el capital humano con el que cuenta. Uno de los sectores estratégicos que se aprovechó, teniendo en cuenta lo antes dicho, son las ventajas que han traído los TLC al sector. Uno de los principales acuerdos que ayudó a impulsar la implementación del servicio fue el de Colombia- Estados Unidos, con el que se crearon estrategias para aprovechar los recursos humanos con los que cuenta (Corzo, 2016).

El outsourcing internacional le genera a las empresas una reducción de costos de producción, al facilitarles la compra de los insumos necesarios y a un menor costo por parte de proveedores extranjeros. Esto se explica porque también

ellos pagarían salarios más bajos en un país como Colombia, que está en vía de desarrollo, a diferencia de países desarrollados que disfrutan de una tecnología superior (Garcilazo, 2012).

Más allá de las ventajas que prestan estas herramientas de outsourcing, este fenómeno ha permitido la innovación de sus productos y así mismo desarrollar productos nuevos. Esto se debe al ahorro que tendrían en aspectos como el reclutamiento de personal, selecciones y capacitaciones, que correrían por cuenta de la empresa contratada (Kinney Plaza, Guzmán Soria, & de la Garza Carranza, 2015). Es por eso que el outsourcing ha hecho que muchas empresas se puedan desenvolver por ellas mismas tomando la iniciativa en proyectos que tal vez no hubiese podido desarrollar por su propia cuenta (Hidalgo, 2019).

Entre los tipos de tercerización se El *off-shoring*, el *in-house*, el *co-sourcing* colaborativo y, por último, el *outsourcing off-side*, un servicio brindado en las instalaciones de la empresa que vende este servicio, para diferentes empresas que buscan reducir costos y un trabajo más eficiente.

La tercerización *off-side* presta uno de los servicios más eficaces, ya que uno de sus procesos es la estandarización de algunos métodos para iniciar la fase preliminar en la organización. Esto puede generar un crecimiento en temas de infraestructura con el objetivo de acaparar a nuevos clientes y así mismo aumentar su personal. Las empresas que prestan este servicio deben contar con los recursos físicos, un buen material tecnológico y completo para ofrecer un servicio más eficiente. Además, deben contar con un área de trabajo adecuada y un personal profesional calificado para la prestación de este servicio. La empresa también cumple con una función muy importante, a saber, realizar un permanente seguimiento y monitoreo en las actividades

realizadas, para así lograr resultados positivos y beneficiosos con el objetivo de que los resultados adquiridos le ayuden a conseguir nuevos clientes (Martínez, Reyes, Inela y Olarte, 2018).

Muchos empresarios requieren de manera apresurada la tercerización, ya que es una estrategia de negocio que mira los retos que tendrá a futuro, tanto la empresa contratante como la empresa contratada. Por lo tanto, esta se ve como una herramienta atractiva, puesto que maximiza los beneficios al tiempo que reduce costos. Esto les genera un valor agregado y la empresa, por consiguiente, rompe barreras en la tercerización, con el fin de que su producto o servicio sea de la calidad deseada.

Las TIC y su importancia en las BPO colombianas

Para las compañías de BPO colombianas existe un mercado objetivo enfocado en servicios de investigación y desarrollo, ingeniería y servicios de TI y BPO. Para lograr estos objetivos, Colombia y sus empresas deben contar con ciertos recursos o factores, entre los cuales se encuentra tener una infraestructura avanzada para implementar de manera óptima las herramientas tecnológicas TIC, que beneficiarán las exportaciones de estos servicios de una manera más eficiente y eficaz hacia sus mercados objetivos, así como una calidad en mano de obra, disponibilidad y bilingüismo.

Estados Unidos, Chile, España, Argentina y México se encuentran entre los principales destinos de exportación de estos servicios. Además, Colombia cuenta con una de cinco cables submarinos, que logran una conexión de 550 Gbps; y una ventaja en cuanto a ubicación geográfica estratégica, al situarse en medio de cinco zonas horarias, lo que permite competir a nivel internacional en precios (Procolombia, s. f.).

El BPO terceriza los procesos de negocios, entendido como una delegación de procesos en los que se hace un uso intensivo de las TIC a proveedores externos. Colombia se convierte en un país atractivo para inversión extranjera en estos sectores, al ser un destino propicio para localizar servicios globales. Todo esto se debe a que cuenta con una gran disponibilidad de talento

humano calificado, climas de negocios favorables y costos que pueden competir en el mercado internacional, lo cual podrá permitir que se consolide como una plataforma de exportación de servicios cada vez más actualizados y con novedosas y mejores tecnologías (Asociación Colombiana de BPO, s. f.).

Discusión

En el presente artículo se logró identificar que la implementación de las TIC en las empresas genera beneficios que mejoran no solo la productividad y la eficiencia interna de estas, sino que también las hace más competitivas. Las empresas utilizan el acceso a internet en pro del mejoramiento de su gestión y reducción de costos, lo que trae una eficiencia tanto administrativa como operativa. La fidelización de clientes o mejoramiento de la atención que se presta a clientes actuales es otro de los beneficios que surgen del aprovechamiento de las TIC, pues son utilizadas para mejorar el servicio prestado, disminuir tiempos de entrega y desplazamientos. La definición de nuevos mercados y oportunidades de negocio genera innovación y extiende la participación en los mercados por medio de la red, ya que esta permite el crecimiento de la empresa, la amplitud de coberturas y tener comunicación directa con clientes potenciales (Tarazona, 2018).

El uso de las TIC por parte de las pequeñas y medianas empresas de distintos sectores de servicios en Colombia no solo depende del empresario; existen actualmente brechas digitales en el país que generan incertidumbres y temores a los emprendedores e incluso falta información sobre la correcta aplicación de las herramientas tecnológicas. El cambio en una empresa conlleva a la necesidad de adaptarse. Pero es complejo para una pyme salir de su zona de confort, pues las variantes resultan incómodas y son vistas como dificultades en sus procesos.

Una estrategia que podrían implementar las pymes en el correcto uso de las tecnologías de información y la comunicación es contar con personal capacitado que conozca claramente las estrategias que tiene la empresa y los objetivos por alcanzar, para tener la capacidad de tomar decisiones que lleven al cumplimiento de aquellos.

La inversión de las empresas en tecnologías de la comunicación e información debe ir de la mano con los cuadros de mando integral de la empresa, pues por medio de la TIC se pueden generar indicadores que permiten tomar acciones que corrijan y prevengan de forma oportuna y de esta manera garantizar una buena prestación de servicio al cliente. Con ello se minimizan los costos relacionados a las áreas de supervisión de personal y creando una ventaja competitiva (Rocha y Echavarría, 2017).

Colombia se ha venido abriendo a mercados internacionales con el fin de promover la inversión extranjera del servicio BPO, dado que dicho servicio llega a brindar a las empresas beneficios, a la par que aumenta la exportación del servicio. La finalidad de Colombia es impulsar y fortalecer el comercio internacional de servicios, implementando estrategias como los TLC, acuerdos de asociación económica y plan vallejo de servicios, entre otros (Gómez, 2018).

Conclusiones

Las empresas colombianas de servicios que logren adaptarse a los nuevos patrones de comercio internacional e implementar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) obtendrán beneficios que mejorarán internamente su eficiencia y competitividad. Con ello se puede acceder a mercados internacionales, mediante la prestación de servicios que tengan cada vez una mayor sofisticación e incorporen tecnologías nuevas y modernas.

Las empresas que ofrecen el servicio outsourcing han tenido que crear estrategias y especializarse adecuadamente, ya que eso las ha llevado a tener reconocimiento regional y es un sector que

seguirá aplicando cambios y mejoras tecnológicas convenientes, para que este servicio llegue a ser uno de los más importantes en la comercialización internacional de Colombia.

Se logró identificar que las empresas prestadoras de servicios outsourcing no van a mejorar su competitividad y eficiencia con la sola aplicación de las tecnologías de la información y comunicación. Además de su aplicación, se debe contar con un capital humano profesional especializado y entrenado para manejarlas. Así mismo, deben existir instituciones de innovación y desarrollo tecnológico que puedan ofrecer su conocimiento en la aplicación y uso de las tecnologías.

Referencias

- Alderete, M. V. (2012). Medición de las tecnologías de la información y la comunicación en empresas de servicios de Colombia. *Cuad. admon. ser. organ*, 39-62.
- Almanza, M. y Archundia, E. (2015). El *outsourcing* y la planeación fiscal en México. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1452/index.htm>
- Angües, P. (2015). *Análisis del Outsourcing como estrategia de gestión empresarial* (tesis de grado), Universidad de la Coruña, La Coruña.
- Asociación Colombiana de BPO. (s. f.). Sector de tercerización de procesos de negocio. Recuperado de <https://www.bpro.org/que-es-el-sector-bpo>
- Bedoya-Gómez, D. C. (2018). Outsourcing: Beneficios vs. riesgos, *Revista Perspectiva Empresarial*, 5(2), 101-112. DOI: 10.16967/rpe.v5n2a7
- Botello, H., Pedraza, A. y Contreras, O. (2015). Análisis empresarial de la influencia de las TIC en el desempeño de las empresas de servicios en Colombia, *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 2(45), 3-15.
- Cano, J. y Baena, J. (2015). Impacto de las tecnologías de información y comunicación en el desempeño de la negociación internacional, *Revista Brasileira de Gestão De Negócios*, 17(54), 751-768. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v17i54.1901> .

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2012). 30 años de Integración Comercial en la ALADI. Recuperado de http://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Documentos_Sin_Codigos/Caja_061_004.pdf
- Corzo, E. (2016). *Análisis estratégico del sector BPO & O a través de los beneficios del TLC Colombia – Estados Unidos para su internacionalización* (trabajo de grado) Universidad Piloto de Colombia, Bogotá D. C.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (DANE). (27 de diciembre de 2019). Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en empresas. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_empresas_2018.pdf
- Duque, J., González, C. y García, M. (2014). Outsourcing y Business Process Outsourcing desde la Teoría Económica de la Agencia, *Entramado*, 10(1), 12-29.
- Espino, T. (2003). El outsourcing y su influencia en los objetivos de la estrategia de operaciones. Una aplicación empírica, *Cuadernos de Gestión*, 3(1-2), 83-99.
- Garcilazo, S. (2012). *El outsourcing en el desempeño de las exportaciones de las empresas*, *Contaduría y Administración*, 57(2), 135-158.
- Gil, I., Ruiz, M. y Calderón, H. (2009). La influencia de las TIC en la satisfacción del cliente en el comercio minorista, *Cuadernos de Administración*, 22(39), 59-73.
- Gómez, S. (2018). *Exportaciones de servicios call center-bogotá en el marco del tlc colombia-estados unidos durante el período 2013-2017* (trabajo de grado), Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá.
- Gómez, E., Tomasin, D. y Scarafia, I. (2004) *Outsourcing del comercio exterior* (tesis de grado). Universidad Abierta Internacional, Rosario, Argentina.
- Hidalgo, A. (2019). El outsourcing como estrategia competitiva de la empresa, *Revista Cultural del Ateneo de Cádiz*, (19), 15-29.
- Kinney Plaza, C., Guzmán Soria, E., & de la Garza Carranza, M. T. (2015). Minimización de costos con el uso de outsourcing en el área de sistemas de información de una empresa de autotransportes. *Revista RAITES*, 1(2), 63-80. <http://www.itc.mx/ojs/index.php/raites/article/view/144/142>
- Landin, S. (2017). *Marketing, Comercio Internacional y las TIC's*. Machala: UTMACH, 2018.
- López, A., Niembro, A. y Ramos, D. (2014). La competitividad de América Latina en el comercio de servicios basados en el conocimiento. *Revista CEPAL*, 113, 24-41.

- Martínez, K., Reyes, C., Inela, J. y Olarte, E. (2018). Plan de negocios para determinar la viabilidad de una empresa de administración delegada. Recuperado de https://repository.unimnuto.edu/bitstream/10656/6965/1/TA_MartinezCipaconYerley_2018.pdf
- Ospina, A. y Duque, C. (2014). Externalización de la Información Tecnológica, Externalización del Proceso de Negociación, y Externalización del Proceso del Conocimiento, *Páginas: Revista académica e institucional de la UCPR*, 96, 177-192.
- Orozco Cárdenas, L. M., y Pérez Molina, S. (2020). *Outsourcing y tercerización de servicios profesionales contables en Colombia: Un análisis a partir del panorama de globalización y la implementación de la normatividad internacional* (trabajo de grado), Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, Medellín.
- Poncela, M. (8 de febrero de 2019). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del comercio internacional. Recuperado de <https://atcee.es/impacto-de-las-tecnologias-digitales-en-la-transformacion-del-comercio-internacional/>
- Procolombia. (s.f.). BPO. Recuperado de <https://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/servicios/bpo>
- Quiroga-Parra, D., Torrent-Sellens, J. y Murcia, C. (2017). Usos de las TIC en América Latina: una caracterización, *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 289-305. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000200289>
- Ramírez, D. (mayo de 2015). La importancia de las TIC en el negocio. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/277404875_La_importancia_de_las_TIC_en_el_negocio
- Rocha, J. y Echavarría, S. (2017). Importancia de las T.I.C.s en el ambiente empresarial (tesis de grado) Universidad de la Salle, Bogotá.
- Tarazona, B. E. (2018). Las TIC en las empresas. *Revista Digital Clic*, 4.
- UPEL (2016). *Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales*. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- White, R. y Barry, J. (2003). *Manual Del Outsourcing: Guía Completa de Externalización de Actividades Empresariales para Ganar Competitividad*. Editores: Gestión 2000. España
- Zuluaga, M., Cano, J. y Montoya, P. (2018). Gestión logística en el sector textil-confección en Colombia: retos y oportunidades de mejora para la competitividad. *Clío América*, 12(23), 98-108. <https://doi.org/10.21676/23897848.2621>