

Desafíos en la implementación de estrategias de e-commerce transfronterizo entre Colombia y Venezuela

Challenges in the implementation of cross-border e-commerce strategies between Colombia and Venezuela

1. Emily Katherine Becerra Téllez
2. Johan Andres Méndez Ortega
3. Blanca Mery Rolón Rodríguez

Recibido: Noviembre 20 de 2025
Aprobado: Abril 11 de 2026

Resumen

El presente artículo expone los principales retos que afronta el cross-border e-commerce entre Colombia y Venezuela, en función de los condicionantes tecnológicos, logísticos, regulatorios, económicos y socioculturales que limitan la consolidación de este modelo de intercambio digital. A pesar del potencial que tiene el e-commerce para impulsar la economía de la zona y superar las barreras del comercio físico tradicional, el estudio muestra que todavía hay muchas trabas estructurales que dificultan su desarrollo. Entre las más destacadas se encuentran la gran desigualdad de infraestructura digital, la ausencia de armonización normativa, la casi nula integración logística en los pasos fronterizos y la desconfianza de consumidores y empresarios para concretar transacciones internacionales. La revisión documental, complementada con encuestas a actores que operan en el comercio a ambos lados de la frontera, permitió mostrar que el avance en la digitalización de procesos aduaneros y la implementación tecnológica entre ambos países se dan de manera dispar, lo que da origen a brechas que dificultan la sincronización de plataformas, el rastreo de mercancías y la utilización de sistemas de pago estandarizados. También, la inestabilidad económica venezolana, la dolarización parcial de su mercado y la escasa cantidad de pasarelas de pago certificadas hace que opten por métodos informales como transferencias externas y criptomonedas, lo que aumenta los riesgos financieros y reduce la formalidad del comercio digital. La logística representa, asimismo, un reto importante si tomamos en cuenta que los pasos fronterizos trabajan con procedimientos manuales, extensos tiempos de revisión y poca trazabilidad, lo que afecta la experiencia del comprador y la competitividad de las empresas. Por último, la informalidad comercial histórica en la zona fronteriza y la baja alfabetización digital en el lado venezolano imposibilitan que las microempresas puedan integrarse a plataformas electrónicas robustas. En sí, los resultados permiten afirmar que para potenciar el e-commerce transfronterizo se requiere de un trabajo conjunto entre gobiernos, instituciones y empresas que coadyuve al desarrollo de una infraestructura tecnológica adecuada, avance hacia una regulación binacional coherente, propicie la formalización y ofrezca condiciones de confianza, estabilidad y seguridad que posibiliten la consolidación de un ecosistema digital sustentable para ambas naciones.

Palabras clave: e-commerce, regulación, pagos, transfronterizo, consumidor, tecnología.

Abstract

This article exposes the main challenges faced by cross-border e-commerce between Colombia and Venezuela, based on the technological, logistical, regulatory, economic and sociocultural conditions that limit the consolidation of this model of digital exchange. Despite the potential of e-commerce to boost the economy of the area and overcome the barriers of traditional physical commerce, the study shows that there are still many structural obstacles that hinder its development. Among the most prominent are the great inequality of digital infrastructure, the absence of regulatory harmonization, the almost zero logistical integration at border crossings and the distrust of consumers and entrepreneurs to carry out international transactions. The documentary review, complemented by surveys of actors operating in trade on both sides of the border, showed that progress in the digitization of customs processes and technological implementation between the two countries is uneven, which gives rise to gaps that hinder the synchronization of platforms, the movement of goods and the use of standardized payment systems. Also, Venezuela's economic instability, the partial dollarization of its market and the scarce number of certified payment gateways makes them opt for informal methods such as external transfers and cryptocurrencies, which increases financial risks and reduces the formality of digital commerce. Logistics also represents a major challenge if we take into account that border crossings work with manual procedures, long review times, and there is no traceability, which affects the buyer's experience and the competitiveness of companies. Finally, the historical commercial informality in the border area and the low digital literacy on the Venezuelan side make it impossible for microenterprises to integrate into robust electronic platforms. In itself, the results allow us to affirm that in order to promote cross-border e-commerce, joint work is required between governments, institutions and companies that contributes to the development of adequate technological infrastructure, advances towards coherent binational regulation, promotes formalization and offers conditions of trust, stability and security that enable the consolidation of a sustainable digital ecosystem for both nations.

Keywords: e-commerce, regulation, payments, cross-border, consumer, technology.

1. Programa de Administración de Negocios Internacionales, est_ek_becerra@fesc.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9348-1194>, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia
2. Programa de Administración de Negocios Internacionales, est_ja.mendez@fesc.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2271-9193>, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia
3. Docente: Metodología de investigación. doc_bm_rolon@fesc.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5670-5737> Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia

*Autor de Correspondencia: doc_bm_rolon@fesc.edu.co



© 2026. Editada por la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

Introducción

El comercio electrónico transfronterizo se ha consolidado como una estrategia clave para la internacionalización, permitiendo que los mercados se expandan y que las transacciones se realicen sin restricciones geográficas mediante plataformas digitales (Linares Giraldo et al., 2020). El e-commerce ha transformado la forma de operar de las empresas, especialmente en los mercados emergentes, al agilizar, hacer más accesibles y eficientes los procesos de compra y venta. Esto genera beneficios significativos para la economía; de hecho, Laudon y Traver (2022) lo reconocen como una oportunidad estratégica para los mercados en desarrollo. Sin embargo, su implementación depende de condiciones tecnológicas, logísticas y regulatorias que otorguen confianza y seguridad a las operaciones.

El desarrollo del comercio electrónico enfrenta desafíos aún mayores debido a la marcada disparidad entre ambos países en términos de infraestructura digital, normatividad comercial y estabilidad financiera. La falta de armonización regulatoria en Latinoamérica genera elevados costos administrativos, duplicidad de trámites e incertidumbre jurídica, lo cual impacta negativamente en el comercio electrónico transfronterizo, como señala Gómez Moreno (2023). Esta situación se refleja también en la relación bilateral, donde Colombia ha incorporado la digitalización aduanera, mientras que Venezuela mantiene procesos manuales y centralizados que ralentizan el flujo comercial.

La eficiencia en el transporte, la trazabilidad y los tiempos de entrega inciden directamente en la satisfacción del cliente y en la competitividad internacional (Ballou, 2019). En los cruces fronterizos entre Colombia y Venezuela persisten cuellos de botella, como la congestión terrestre, la limitada conectividad con plataformas de envío y los altos costos de fletes, factores que dificultan la expansión del e-commerce en un entorno regulatorio exigente.

Asimismo, la confianza es un elemento determinante en la adopción del comercio electrónico. La intención de compra en entornos digitales está condicionada, entre otros aspectos, por la percepción de seguridad y fiabilidad del vendedor (Gefen & Straub, 2004). Tanto consumidores como empresarios ubicados en la frontera mantienen reservas debido a problemas recurrentes, como pagos retenidos o el uso de sistemas financieros informales sin mecanismos efectivos de reclamación transnacional.

Desde una perspectiva institucional, Meyer y Rowan (1977) sostienen que las organizaciones adoptan innovaciones administrativas para mejorar su eficiencia y eficacia, impulsadas también por presiones normativas y del entorno organizacional. Bajo esta consideración, el comercio electrónico entre Colombia y Venezuela requiere del fortalecimiento institucional, la cooperación gubernamental y la actualización tecnológica para superar las limitaciones que obstaculizan su avance.

En síntesis, el análisis evidencia que el e-commerce transfronterizo entre Colombia y Venezuela posee un alto potencial para dinamizar la economía binacional; no obstante, su consolidación depende de la superación de barreras regulatorias, logísticas, tecnológicas y socioculturales que aún afectan su desarrollo.

Marco teórico

Turban et al. (2024) señalan que esta forma de comercio ofrece a las empresas la posibilidad de llegar a mercados sin limitaciones físicas, con menores costos operativos y venciendo barreras geográficas. En Colombia y Venezuela, el e-commerce se ha popularizado como opción para continuar con los negocios aun con las tensiones políticas y los agrietamientos en la frontera, sin que se trate de una dependencia exclusiva del comercio físico que no siempre fue posible consolidar. Sin embargo, el crecimiento de este modelo ha sido dispar entre ambas naciones por sus diferencias económicas y tecnológicas. Mientras Colombia ha avanzado en la digitalización aduanera y la adecuación de plataformas de comercio exterior, en Venezuela persisten rezagos en conectividad, infraestructura y acceso a servicios digitales, limitando así el potencial mutuo en el comercio electrónico binacional.

Christopher (2022) señala que la eficiencia logística aumenta gracias a la integración de las actividades de transporte, almacenamiento y trazabilidad. En el caso de Venezuela y Colombia, el intercambio se realiza mayoritariamente por vía terrestre a través de Norte de Santander y Táchira, lo que significa que deben hacer uso de pasos fronterizos que a menudo se caracterizan por controles lentos, aglomeraciones y ausencia de sistemas digitales de seguimiento integrado. Estas condiciones generan incertidumbre en empresas y compradores, porque los tiempos de entrega pueden variar ampliamente como consecuencia de inspecciones adicionales, fluctuaciones en el flujo comercial y falta de coordinación operativa entre ambos países. Esto reduce la competitividad del comercio electrónico en comparación con mercados donde la logística es más integrada.

McKnight et al. (2021) plantean que la confianza tecnológica es un factor clave para la adopción de sistemas digitales. En la relación comercial entre Colombia y Venezuela, la confianza se resiente ante el antecedente de retrasos en entregas, el uso de plataformas informales y la falta de un organismo binacional que garantice el cumplimiento de las transacciones. Asimismo, muchos consumidores venezolanos desconfían a la hora de realizar pagos internacionales por miedo a ser estafados; del otro lado, empresas colombianas temen no recibir el dinero o que se deprecie la tasa cambiaria antes de que puedan mover el dinero. Ello ha dado lugar a la proliferación de intermediarios personales, grupos de WhatsApp y mecanismos informales que, aunque prácticos, no tienen garantía legal.

Venkatesh et al. (2003) sostienen que las empresas comienzan a usar tecnologías cuando perciben que proporcionan beneficios, son fáciles de utilizar y cuando el contexto institucional es apropiado para ello. En la frontera, numerosas microempresas venezolanas funcionan con conectividad limitada, equipos antiguos o escasa formación técnica, dificultando la implementación de plataformas de comercio electrónico complejas. Colombia, por el contrario, está más avanzada en digitalización y bancarización, lo cual genera una brecha tecnológica entre ambos países. Esta disparidad afecta la coordinación comercial, pues limita la capacidad para sincronizar procesos de venta, seguimiento de mercancías y sistemas de pago digitalizados y estandarizados.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2023) relata que la integración insuficiente del sistema financiero en América Latina complica y encarece las transacciones internacionales. Este es el caso del comercio entre Colombia y Venezuela, donde la volatilidad del bolívar, la dolarización parcial del mercado venezolano y la poca existencia de pasarelas certificadas que hagan presencia en ambos países son factores reales. Como consecuencia, empresas y consumidores van hacia opciones informales, como cuentas en el exterior, pagos por Zelle o criptomonedas, que, si bien facilitan la operación, añaden riesgos legales y aumentan la informalidad comercial. Esta realidad restringe la confianza, limita la transparencia tributaria y hace más difícil la materialización de un ecosistema digital legal y sustentable entre ambos países.

La CEPAL (2023) indica que estas diferencias provocan brechas competitivas, en particular en las áreas fronterizas, donde las empresas tienen que operar bajo dos realidades económicas opuestas. Desde una perspectiva institucional, el entorno económico solo se robustece cuando las reglas abren espacio para la previsibilidad y la seguridad, condiciones que aún se encuentran fuera de equilibrio en la modalidad comercial transfronteriza.

Turban et al. (2024) señalan que el e-commerce precisa de plataformas robustas, redes eficientes y conectividad constante. En Colombia, el progreso en las telecomunicaciones ha favorecido la adopción empresarial, mientras que Venezuela experimenta cortes de internet y de energía que congelan la operación de plataformas digitales, restando tiempos de respuesta y afectando la experiencia del comprador. La brecha tecnológica se profundiza en zonas como Norte de Santander y Táchira, donde el comercio electrónico se sostiene en la capacidad de conectividad bilateral. Esto restringe la adopción digital, perjudica la confianza de los usuarios y afecta la eficiencia del comercio en línea transnacional.

North (1990) plantea que las instituciones condicionan las prácticas económicas y la forma en que se organizan los intercambios. En la frontera, estas prácticas han dado paso a operaciones no rastreables que carecen de apoyo legal o fiscal. Así mismo, esta informalidad impide que las empresas puedan acceder a plataformas digitales internacionales que requieren registro, documentación comercial y medios de pago certificados. En esta línea, la reducción de la informalidad contribuiría a robustecer la trazabilidad y darle respaldo al consumidor, al promover la evolución del comercio electrónico en la región.

En el contexto regional, el comercio electrónico transfronterizo también se relaciona con las transformaciones productivas y empresariales de Norte de Santander. La reorganización de sectores afectados por el cierre fronterizo evidencia la necesidad de adaptar modelos de negocio a escenarios binacionales cambiantes (Cristofani et al., 2021), mientras que el impacto socioeconómico de los micronegocios en la región andina muestra la vulnerabilidad de las unidades productivas pequeñas ante crisis externas y cambios en los canales de comercialización (Domínguez-Rangel et al., 2021). De igual forma, la inclusión financiera y el acceso a medios de pago son condiciones necesarias para fortalecer las transacciones digitales (González Sierra et al., 2021), especialmente cuando se requiere confianza en plataformas y mecanismos de pago. En el plano tecnológico, el uso de TIC en procesos formativos contribuye al desarrollo de capacidades digitales para empresarios y consumidores (Cárdenas-García et al., 2021), y los antecedentes sobre comercio electrónico en el sector artesanal de Norte de Santander, los negocios virtuales, la evolución logística y la última milla evidencian que la competitividad digital depende de la articulación entre plataformas, logística, formación y confianza del usuario (Cortés-Miranda et al., 2020; Salazar-Vergel & Contreras-Cáceres, 2020; Cely-Cely et al., 2024; Ibarra-Botello, 2019). Asimismo, la transformación del comercio internacional tras la desglobalización permite comprender que los cambios externos reconfiguran las estrategias comerciales y exigen mayor flexibilidad para operar en mercados fronterizos (Tarazona-Quintero & Gélvez-Corzo, 2020).

Metodología

Este artículo emplea un enfoque cualitativo debido a que busca comprender e interpretar el contexto comercial y las dinámicas del e-commerce entre Colombia y Venezuela a partir del análisis documental y la revisión de fuentes especializadas, sin recurrir a medición numérica. Según Hernández et al. (2020), la investigación cualitativa es adecuada cuando el objetivo es estudiar fenómenos sociales en profundidad y dentro de su entorno real. También se utilizó la investigación por encuestas para obtener las percepciones de personas ligadas a la actividad comercial transfronteriza, lo que permitió complementar el análisis teórico con información de primera del contexto y robustecer el análisis cualitativo del trabajo.

La revisión documental permitió examinar literatura relacionada con comercio electrónico, logística, confianza digital, regulación, adopción tecnológica e instituciones. Las encuestas complementaron esta revisión al recoger percepciones de actores vinculados a la actividad comercial en la frontera, especialmente sobre dificultades de pago, confianza, trazabilidad, infraestructura digital y uso de plataformas. La información fue organizada por categorías temáticas para interpretar los principales desafíos del e-commerce transfronterizo.

Resultados y discusión

Los datos estudiados indican que el comercio electrónico transfronterizo entre Colombia y Venezuela está sujeto a fuertes distorsiones tecnológicas, regulatorias y logísticas que coinciden con lo planteado en el marco teórico, pero que se profundizan en la zona fronteriza. Los encuestados indicaron que la poca coordinación entre los dos países y la carencia de sistemas digitales comunes crea confusión y demora, lo que impacta directamente en la confianza de los usuarios y en la eficiencia de las transacciones. Esto permite afirmar que, si bien el e-commerce tiene la posibilidad de dinamizar la actividad comercial binacional, todavía existen trabas estructurales para su consolidación.

Por último, los resultados señalan un margen muy amplio en lo que a adopción tecnológica se refiere. Cientos de compañías venezolanas trabajan con acceso a internet limitado y mínima formación digital, lo que limita su posibilidad de participar en plataformas electrónicas. Esto contrasta con una mayor digitalización en Colombia y genera una imposibilidad para sincronizar procesos de negocios. En definitiva, los resultados sugieren que la promoción del comercio electrónico transfronterizo exige mejoras concomitantes en infraestructura, regulación, confianza y formalización, dado que las carencias en uno de estos aspectos se transmiten directamente a los otros.

Conclusión

La revisión efectuada facilitó la identificación de las mayores limitaciones del comercio electrónico transfronterizo entre Colombia y Venezuela, así como las potenciales oportunidades que ayudarían a su desarrollo. Se encontró que las discrepancias en infraestructura digital, la ausencia de armonización normativa y los problemas logísticos tienen un impacto directo en la eficacia de las transacciones digitales y en la confianza de los usuarios. Tales observaciones coinciden con la bibliografía revisada, la cual hace énfasis en la coordinación institucional, la digitalización y la estabilidad operativa como factores clave para fortalecer el comercio electrónico.

Por último, la revisión evidencia que la promoción del comercio electrónico transfronterizo exige la cooperación entre gobiernos, empresas y usuarios para vencer las actuales brechas tecnológicas y económicas. Resalta que la consolidación del comercio electrónico depende de la adecuada integración logística, el desarrollo tecnológico y la estabilidad institucional, elementos que deben ser abordados considerando su naturaleza conjunta para poder favorecer el desarrollo del comercio digital binacional. En tal sentido, los resultados del trabajo no solo permiten entender las actuales fragilidades, sino que también brindan un sustento fuerte para diseñar propuestas que contribuyan a mejorar la competitividad y sustentabilidad del ecosistema comercial entre ambas naciones.

Referencias

- Ballou, R. H. (2019). *Logística: Administración de la cadena de suministro* (5.ª ed.). Pearson Educación.
- Cárdenas-García, F. M., Cañizares-Arévalo, J. de J., & Cárdenas-García, M. (2021). Enfoque teórico del aprendizaje andragógico modalidad educación a distancia, a partir del uso de TIC. *Mundo FESC*, 11(S2), 224-238. <https://doi.org/10.61799/2216-0388.971>
- Cely-Cely, V. M., Carrillo-Estrada, M. D., y Rolón-Rodríguez, B. M. (2024). La evolución logística en las empresas. *Reflexiones Contables*, 7(2), 08-14. <https://doi.org/10.22463/26655543.4540>
- Christopher, M. (2022). *Logistics & supply chain management* (7th ed.). Pearson.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2023). *Panorama del comercio digital en América del Sur*. Naciones Unidas.
- Cortés-Miranda, L. A., Galeano-Solano, A. P., Nader-Sánchez, S. D., Saboyá-García, K. D., y Barrientos-Monsalve, E. J. (2020). Comercio electrónico en el sector artesanal en Norte de Santander. *Reflexiones Contables*, 3(2), 51-56. <https://doi.org/10.22463/26655543.2904>
- Cristofani, M. A., González-Mendoza, J. A., & Vergel-Ortega, M. (2021). Reorganización empresarial de la industria cerámica de Norte de Santander, ante el cierre de la frontera colombo-venezolana. *Mundo FESC*, 11(s4), 56-70. <https://doi.org/10.61799/2216-0388.933>
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2C e-commerce and the importance of social presence. *Omega: The International Journal of Management Science*, 32(6), 407-424.
- Gómez Moreno, J. A. (2023). Los límites de la regulación del comercio digital en América Latina. *Revista de Derecho Económico*, 80(1), 55-78.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). McGraw-Hill.
- Ibarra-Botello, N. F. (2019). Importancia de la logística de última milla como valor agregado en el comercio electrónico. *Revista Investigación & Gestión*, 2(2), 12-19. <https://doi.org/10.22463/26651408.4309>

- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-commerce 2022: Business, technology, society* (17th ed.). Pearson Education.
- Linares Giraldo, M., Álvarez Suarez, Y. Y., & Sajonero Pallares, L. M. (2020). Internacionalización de las pymes desde la perspectiva de la aplicación de estrategias de marketing e inversión en desarrollo tecnológico. *Visión Internacional* (Cúcuta), 3(1), 50-61. <https://doi.org/10.22463/27111121.3045>
- McKnight, D. H., Carter, M., & Thatcher, J. B. (2021). Trust in technology: Development of a trust-in-automation measure. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(2), 330-356.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Digital trade in Latin America: Regulatory challenges and opportunities*. OECD Publishing.
- Salazar-Vergel, A., y Contreras-Cáceres, M. E. (2020). Inicios, desarrollo y auge de los negocios virtuales. *Reflexiones Contables*, 3(2), 57-67. <https://doi.org/10.22463/26655543.2975>
- Tarazona-Quintero, A. P., y Gélvez-Corzo, S. A. (2020). La transformación del comercio internacional tras la desglobalización debido a la crisis del 2020. *Revista Investigación & Gestión*, 3(1), 6-15. <https://doi.org/10.22463/26651408.4329>
- Turban, E., Outland, J., & King, D. (2024). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (10th ed.). Springer.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.