

Pág. Izquierda. Imagen decorativa. (2024). Representación creativa de ecosistema Crafters y Marketplace. [Ilustración generada mediante inteligencia artificial]. Fuente: OpenAI ChatGPT.



Ecosistema digital de la industria creativa y cultural particularmente del gremio de crafters y manualidad como posibilidad en un entorno de comercio electrónico denominado marketplace

Digital ecosystem of the creative and cultural industry, particularly the crafters' guild and crafts as a possibility in an electronic commerce environment called marketplace

Diana Katherine Aguilera Acosta
Magister en Publicidad Digital
Universidad Sergio Arboleda
aguilerakathe@gmail.com
Mixcy Cárdenas Giraldo
Magister en Publicidad digital
Universidad Sergio Arboleda
<https://orcid.org/0000-0003-1913-7632>
mixcycardenas@gmail.com

Fecha de envío: marzo 07 de 2023
Fecha de aceptación: junio 18 de 2024
Páginas: 10-20

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.139>

Resumen

Este artículo analiza la implementación de un marketplace orientado al gremio de crafters y manualidades en Colombia, a partir del estudio del ecosistema digital, las dinámicas del comercio electrónico y las estrategias de publicidad digital aplicadas a las industrias creativas y culturales. La investigación aborda conceptos relacionados con los ecosistemas digitales, sus regulaciones, factores de éxito y el uso de plataformas de comercio electrónico para la comercialización de productos artesanales y manuales. Asimismo, se examinan tendencias del mercado global de artes y manualidades, así como el crecimiento del e-commerce en Colombia. Como resultado, se identifican oportunidades para fortalecer la visibilidad y comercialización del sector craft mediante herramientas digitales y modelos de marketplace adaptados a las necesidades del mercado colombiano.

Palabras clave

Economía creativa; marketplace; comercio electrónico; ecosistemas digitales; manualidades.

Abstract

This article analyzes the implementation of a marketplace aimed at the crafters and handmade products sector in Colombia through the study of digital ecosystems, e-commerce dynamics, and digital advertising strategies applied to the creative and cultural industries. The research examines concepts related to digital ecosystems, their regulations, success factors, and the use of e-commerce platforms for the commercialization of handmade and craft products. It also explores global trends in the arts and crafts market, as well as the growth of e-commerce in Colombia. The study identifies opportunities to strengthen the visibility and commercialization of the craft sector through digital tools and marketplace models adapted to the needs of the Colombian market.

Keywords

creative economy; marketplace; e-commerce; digital ecosystems; crafts.

Introducción

La expansión del comercio electrónico y de los ecosistemas digitales ha transformado las dinámicas de comercialización de bienes y servicios en las industrias creativas y culturales. En este contexto, el sector de las manualidades y el gremio craft han encontrado nuevas oportunidades de visibilidad, circulación y crecimiento mediante el uso de plataformas digitales y modelos de marketplace orientados a públicos específicos.

En Colombia, el crecimiento del e-commerce y el fortalecimiento de las estrategias de publicidad digital han permitido que pequeños emprendedores, artesanos y creadores independientes amplíen sus posibilidades de comercialización en entornos digitales. Sin embargo, aún existen desafíos relacionados con la articulación tecnológica, la competitividad, la visibilidad de los productos y el acceso a plataformas especializadas para este sector.

El presente artículo analiza el ecosistema digital aplicado al mercado de manualidades

y artesanías, abordando aspectos relacionados con la regulación digital, los factores de éxito de los ecosistemas tecnológicos, el uso de plataformas de comercio electrónico y las dinámicas del mercado craft en Colombia. Asimismo, se examinan referentes internacionales y tendencias actuales del comercio electrónico en las industrias creativas, con el propósito de identificar oportunidades para el fortalecimiento de modelos marketplace orientados al gremio craft.

Ecosistemas digitales

Los ecosistemas digitales se han convertido en estructuras fundamentales para el desarrollo de procesos de comunicación, comercialización e interacción dentro de las industrias creativas y culturales. Su implementación permite integrar herramientas tecnológicas, plataformas de intercambio y estrategias de conectividad orientadas a optimizar la relación entre usuarios, empresas y mercados digitales.

Definición de ecosistema digital

Un ecosistema digital es un sistema interconectado de componentes tecnológicos diseñado para satisfacer necesidades específicas, mejorar la eficiencia, fomentar la innovación y generar ventajas competitivas. Según la Cámara de Comercio de Cali (2020), un ecosistema digital corresponde al conjunto de herramientas y tácticas digitales que trabajan de manera articulada con el propósito de desarrollar oportunidades comerciales y generar ventas.

La transformación digital ha evidenciado la importancia de implementar estrategias que permitan fortalecer la interacción entre usuarios y marcas, optimizando procesos de comercialización y comunicación en entornos virtuales. En este sentido, los ecosistemas digitales facilitan la adaptación de las organizaciones a contextos tecnológicos en constante evolución, permitiendo ofrecer soluciones más integrales y accesibles para los consumidores.

Los ecosistemas locales

Los ecosistemas digitales locales hacen referencia a programas, aplicaciones y sistemas instalados directamente en los equipos o servidores de una organización, permitiendo la interacción y gestión de información dentro de un entorno específico. Este tipo de ecosistema requiere procesos constantes de administración, mantenimiento y actualización para garantizar su correcto funcionamiento.

De acuerdo con la Universidad Europea (2023), los ecosistemas locales se caracterizan por operar principalmente desde infraestructuras internas, limitando en algunos casos el acceso remoto a la información desde otros dispositivos o ubicaciones externas. Aunque ofrecen un mayor control sobre los datos y procesos tecnológicos, también demandan mayores recursos técnicos y operativos para su sostenimiento.

En el contexto empresarial, estos ecosistemas han sido utilizados tradicionalmente para la gestión de información institucional, almacenamiento de datos y administración de procesos internos. Sin embargo, la evolución de las tecnologías digitales ha impulsado la transición hacia modelos más flexibles y conectados, como los ecosistemas basados en la nube.

Los ecosistemas basados en la nube

Los ecosistemas digitales basados en la nube corresponden a plataformas, aplicaciones y servicios alojados en servidores externos, permitiendo el acceso remoto a la información y a los recursos digitales desde diferentes dispositivos conectados a Internet. Este modelo se ha consolidado como una de las principales alternativas tecnológicas para empresas y organizaciones debido a su flexibilidad, capacidad de almacenamiento y facilidad de actualización.

Según la Universidad Europea (2023), los ecosistemas en la nube permiten optimizar procesos de gestión y comunicación, ya que las plataformas pueden actualizarse automáticamente y facilitar el acceso compartido a la información en tiempo real. Asimismo, ofrecen ventajas relacionadas con la generación de copias de seguridad, escalabilidad y reducción de costos operativos asociados al mantenimiento de infraestructuras físicas.

En el ámbito del comercio electrónico y de las industrias creativas, los ecosistemas basados en la nube favorecen la integración de plataformas de marketplace, redes sociales, herramientas de publicidad digital y sistemas de gestión de clientes, permitiendo una mayor interacción entre usuarios, emprendedores y consumidores dentro de entornos digitales dinámicos y conectados.

Regulación del ecosistema digital

El crecimiento de los ecosistemas digitales y de las plataformas de comercio electrónico ha generado nuevos desafíos relacionados con la regulación, la protección de datos y la competitividad en los entornos digitales. En este contexto, resulta fundamental establecer lineamientos que garanticen la transparencia, la seguridad de la información y la igualdad de condiciones entre los diferentes actores que participan en el ecosistema digital.

Según Jorge Pérez Martínez, la regulación de los ecosistemas digitales debe fundamentarse en principios orientados a proteger los derechos de los usuarios y garantizar un funcionamiento equilibrado de las plataformas tecnológicas. Entre estos principios se destaca la neutralidad de la red, entendida como la necesidad de tratar el tráfico digital de manera igualitaria, sin discriminación por tipo de contenido, procedencia o servicio.

Otro aspecto relevante corresponde a la competencia dentro del ecosistema digital, especialmente frente al surgimiento de nuevas plataformas tecnológicas que transforman los modelos tradicionales de comunicación y comercialización. Un ejemplo de ello es la sustitución progresiva de los mensajes de texto convencionales por aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, las cuales han modificado las dinámicas de interacción digital y consumo tecnológico.

Asimismo, el crecimiento del big data y de la publicidad segmentada ha incrementado la importancia de la protección de datos y de los derechos de los usuarios dentro de los entornos digitales. La recopilación y análisis de información permiten personalizar experiencias y estrategias publicitarias; sin embargo, también generan retos relacionados con la privacidad, el uso ético de los datos y la seguridad de la información.

En consecuencia, la regulación de los ecosistemas digitales representa un elemento fundamental para el desarrollo sostenible del comercio electrónico y de las industrias creativas, promoviendo entornos digitales más seguros, transparentes y accesibles para usuarios, emprendedores y organizaciones.

Características y factores de éxito de los ecosistemas digitales

Los ecosistemas digitales se caracterizan por integrar múltiples servicios, plataformas y actores tecnológicos dentro de entornos interconectados que favorecen la interacción, el intercambio de información y la generación de valor. Su crecimiento ha permitido transformar las dinámicas de comunicación, comercialización y consumo en distintos sectores económicos y culturales.

De acuerdo con Urbiola, de BBVA Research, los ecosistemas digitales poseen características que fortalecen su capacidad de expansión y posicionamiento. En primer lugar, el aumento de conexiones entre usuarios, productos y servicios incrementa el valor del ecosistema, generando mayores niveles de interacción y participación. En segundo lugar, estos ecosistemas facilitan la incorporación de nuevos servicios y productos provenientes de diferentes industrias y mercados. Finalmente, la capacidad de recopilar y analizar grandes volúmenes de datos permite optimizar la experiencia de los usuarios y mejorar continuamente los servicios ofrecidos.

El éxito de un ecosistema digital depende también de diversos factores estratégicos relacionados con la planificación, la innovación y la colaboración entre actores tecnológicos. Boston Consulting Group (2019) identifica aspectos fundamentales como el diseño de una propuesta de valor sólida, la construcción de una base estable de usuarios y la generación de alianzas estratégicas con socios provenientes de diferentes sectores económicos.

Asimismo, los ecosistemas digitales exitosos suelen contar con una amplia cobertura geográfica y una capacidad de adaptación constante frente a los cambios tecnológicos y las necesidades de los consumidores. La colaboración entre empresas, desarrolladores y plataformas digitales se convierte en un elemento esencial para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de estos entornos.

Empresas como Amazon, Apple, Google, Microsoft y Uber representan ejemplos de ecosistemas digitales consolidados, caracterizados por integrar múltiples servicios, plataformas y tecnologías orientadas a optimizar la experiencia del usuario y ampliar sus oportunidades de interacción y consumo dentro del entorno digital.

Plataformas de comercio electrónico

El comercio electrónico se ha consolidado como una de las principales herramientas para la comercialización de productos y servicios en entornos digitales, permitiendo la interacción entre empresas, emprendedores y consumidores mediante plataformas tecnológicas accesibles y dinámicas. Su crecimiento ha transformado las formas tradicionales de compra y venta, favoreciendo procesos más ágiles, globales e interconectados.

Las plataformas de comercio electrónico permiten gestionar procesos relacionados con la promoción de productos, transacciones digitales, sistemas de pago y distribución de bienes y servicios. Según García (2020), el e-commerce abarca diversos modelos de negocio que responden a las necesidades de diferentes sectores económicos y tipos de consumidores.

Modelos de negocio digitales

Dentro del comercio electrónico existen múltiples modelos de negocio orientados a facilitar la comercialización digital. Entre los más utilizados se encuentran el modelo Business to Consumer (B2C), en el cual las empresas venden directamente al consumidor final; los sistemas de suscripción; los modelos freemium; el dropshipping; las plataformas de afiliados; y los esquemas Consumer to Consumer (C2C), que permiten transacciones directas entre usuarios.

Asimismo, el modelo Business to Business (B2B) facilita la comercialización de productos y servicios entre empresas, mientras que la fabricación bajo demanda y el crowdfunding representan alternativas digitales orientadas a la personalización de productos y financiación colectiva de proyectos.

La diversidad de modelos digitales demuestra la capacidad del comercio electrónico para adaptarse a diferentes dinámicas de mercado y necesidades de consumo, permitiendo a emprendedores y organizaciones ampliar sus oportunidades de crecimiento en entornos digitales.

Marketplace

El marketplace constituye una plataforma digital que reúne múltiples vendedores y compradores dentro de un mismo entorno virtual, facilitando la promoción, comercialización y adquisición de productos y servicios. Este modelo funciona como intermediario tecnológico, ofreciendo herramientas para la gestión de perfiles, catálogos, pagos electrónicos y procesos de interacción entre usuarios.

Según Somalo y Renaud (2019), uno de los principales atractivos del marketplace radica

en la posibilidad de centralizar una amplia oferta de productos y vendedores en un mismo espacio digital, facilitando la experiencia de compra y ampliando las oportunidades de visibilidad comercial para los emprendedores.

En el caso de las industrias creativas y del gremio craft, los marketplace representan una alternativa estratégica para fortalecer la comercialización de productos artesanales y manualidades, permitiendo conectar a pequeños productores y creadores con audiencias más amplias dentro del entorno digital.

Comercio electrónico global del mercado de artes y manualidades

El crecimiento del comercio electrónico ha favorecido la expansión del mercado global de artes y manualidades, permitiendo que artistas, artesanos y creadores independientes comercialicen sus productos mediante plataformas digitales especializadas. Este fenómeno ha incrementado la visibilidad internacional del sector craft y ha fortalecido nuevas dinámicas de consumo orientadas a productos personalizados y elaborados de manera artesanal.

Plataformas como Amazon, Etsy y eBay han facilitado la circulación de productos relacionados con las artes y manualidades, conectando vendedores y consumidores en diferentes regiones del mundo. De acuerdo con HTF Market Intelligence (2022), el mercado global de artes y manualidades presenta un crecimiento sostenido impulsado por categorías como pintura, dibujo, costura, crochet, scrapbooking y manualidades decorativas.

Asimismo, Globe Newswire (2022) señala que el mercado mundial de artes y manualidades podría alcanzar cifras significativas de crecimiento durante los próximos años, especialmente en regiones como América del Norte y Europa, donde existe una alta demanda de productos creativos y personalizados.

El crecimiento del sector también ha impulsado procesos de transformación digital dentro de empresas especializadas en manualidades. Un ejemplo de ello es Michaels Stores, considerada una de las principales cadenas de artes y manualidades en América del Norte, la cual ha fortalecido sus estrategias de comercio electrónico mediante la implementación de marketplace y sistemas de integración digital orientados a vendedores especializados.

La incorporación de herramientas tecnológicas, sistemas de logística digital y plataformas de pago electrónico ha permitido ampliar las oportunidades de comercialización para emprendedores y pequeñas empresas del sector creativo. Sin embargo, también persisten desafíos relacionados con la disponibilidad de materiales, la competitividad internacional y las transformaciones constantes en los hábitos de consumo digital.

En este contexto, el comercio electrónico representa una oportunidad estratégica para fortalecer la presencia y sostenibilidad del mercado de artes y manualidades, favoreciendo la conexión entre creadores, plataformas digitales y consumidores dentro de ecosistemas comerciales globalizados.

El gremio craft y las manualidades

El gremio craft se encuentra conformado por creadores, artesanos y emprendedores dedicados a la elaboración de productos manuales y artesanales mediante técnicas tradicionales y contemporáneas. Este sector hace parte de las industrias creativas y culturales, destacándose por la producción de objetos personalizados, el trabajo manual y la incorporación de procesos creativos orientados a la innovación y la expresión artística.

Los denominados crafters desarrollan actividades relacionadas con disciplinas como costura, tejido, cerámica, bisutería, carpintería, decoración y otras prácticas asociadas a

la creación manual. Su trabajo se caracteriza por la elaboración de productos únicos o de producción limitada, así como por el interés en preservar procesos de creación más personalizados y sostenibles frente a los modelos de producción masiva.

La relación entre el movimiento Arts and Crafts y el gremio craft contemporáneo se evidencia en la valoración de la artesanía, el diseño y la calidad de los procesos manuales. Ambos enfoques comparten el interés por resaltar la creatividad, la autenticidad y la importancia de la producción artesanal como expresión cultural y artística.

En Colombia, el gremio craft ha experimentado un crecimiento significativo gracias al fortalecimiento de los entornos digitales y las plataformas de comercio electrónico, permitiendo que pequeños emprendedores y creadores independientes amplíen sus canales de comercialización y visibilidad en mercados nacionales e internacionales.

Artesanía y manualidad

La diferenciación entre artesanía y manualidad resulta fundamental para comprender las dinámicas del mercado craft y las posibilidades de comercialización dentro de plataformas digitales. Aunque ambos conceptos se relacionan con procesos de creación manual, presentan diferencias asociadas a sus métodos de producción, niveles de transformación y vínculos culturales.

De acuerdo con FONART (2015), la artesanía corresponde a la producción manual de objetos elaborados mediante técnicas tradicionales y conocimientos culturales transmitidos generacionalmente. Los productos artesanales suelen poseer un valor simbólico, cultural y artístico asociado a las identidades y tradiciones de una comunidad específica.

Por su parte, las manualidades se relacionan

con procesos de creación que utilizan materiales previamente transformados o industrializados, permitiendo una mayor flexibilidad en técnicas, estilos y aplicaciones creativas. Este tipo de producción abarca actividades como decoración, bisutería, repujado, trabajos en papel y proyectos textiles, entre otros.

La flexibilidad y diversidad de las manualidades han favorecido su crecimiento dentro de plataformas de comercio electrónico y marketplace, permitiendo la participación de creadores independientes, pequeños emprendimientos y comunidades digitales interesadas en productos personalizados y creativos.

Comercio electrónico de manualidades en Colombia

En los últimos años, el comercio electrónico en Colombia ha presentado un crecimiento significativo, impulsado por el aumento en el acceso a Internet, el uso de dispositivos móviles y la transformación de los hábitos de consumo digital. Este contexto ha favorecido la expansión de plataformas de venta en línea y el fortalecimiento de estrategias de comercialización digital en diferentes sectores económicos, incluyendo el mercado de manualidades y productos artesanales.

El desarrollo del e-commerce ha permitido que pequeños emprendedores, creadores independientes y negocios relacionados con las industrias creativas amplíen sus canales de distribución y alcancen nuevos públicos mediante plataformas digitales y redes sociales. Asimismo, las estrategias de publicidad digital han facilitado la segmentación de audiencias y la promoción de productos especializados orientados a nichos específicos de consumidores.

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (2023), las transacciones de comercio electrónico en Colombia evidenciaron un importante creci-

miento durante 2022, consolidando el entorno digital como uno de los principales escenarios para el desarrollo comercial y empresarial del país.

El fortalecimiento de plataformas de marketplace y tiendas virtuales ha permitido que el sector de manualidades incremente su presencia dentro del comercio electrónico nacional, generando nuevas oportunidades de visibilidad y sostenibilidad económica para artesanos y manualistas. Además, la incorporación de herramientas tecnológicas y estrategias de marketing digital ha favorecido procesos de innovación en la comercialización de productos creativos y personalizados.

No obstante, el crecimiento del comercio electrónico también plantea desafíos relacionados con la competitividad digital, la confianza en las transacciones en línea, la logística de distribución y el acceso equitativo a herramientas tecnológicas. En este sentido, resulta fundamental fortalecer procesos de capacitación digital y estrategias de adaptación tecnológica que permitan consolidar el desarrollo del sector craft dentro de los entornos digitales contemporáneos.

Por otra parte, el comercio electrónico en Colombia se encuentra regulado por diferentes normativas orientadas a proteger los derechos de consumidores y usuarios digitales. Entre ellas se destaca la Ley 527 de 1999, relacionada con el uso de mensajes electrónicos y firmas digitales, así como la Ley 1480 de 2011, correspondiente al Estatuto del Consumidor, que establece lineamientos para las relaciones comerciales dentro de entornos digitales.

En consecuencia, el comercio electrónico representa una oportunidad estratégica para fortalecer la comercialización de manualidades y productos creativos en Colombia, permitiendo integrar herramientas digitales,

modelos de marketplace y estrategias de publicidad orientadas al crecimiento de las industrias creativas y culturales.

Conclusiones

El desarrollo de los ecosistemas digitales y el crecimiento del comercio electrónico han transformado las dinámicas de comercialización dentro de las industrias creativas y culturales, generando nuevas oportunidades para el fortalecimiento del gremio craft y del sector de manualidades en Colombia. La implementación de plataformas digitales y modelos de marketplace ha permitido ampliar la visibilidad de artesanos, creadores y pequeños emprendedores, favoreciendo su conexión con audiencias más amplias dentro de entornos virtuales.

El análisis realizado evidencia que los ecosistemas digitales no solo facilitan procesos de interacción y comercialización, sino que también contribuyen al fortalecimiento de estrategias de innovación, posicionamiento y competitividad dentro de los mercados creativos contemporáneos. Asimismo, factores como la conectividad, la integración tecnológica y el uso de herramientas de publicidad digital resultan fundamentales para la consolidación de proyectos orientados al comercio electrónico.

De igual manera, el crecimiento del mercado global de artes y manualidades demuestra el potencial económico y cultural del sector craft, especialmente en contextos donde las plataformas digitales permiten optimizar procesos de comercialización y distribución de productos personalizados y artesanales.

Sin embargo, persisten desafíos relacionados con la regulación digital, la protección de datos, la competitividad tecnológica

y el acceso a herramientas digitales por parte de pequeños productores y emprendedores. En este sentido, resulta necesario fortalecer procesos de formación, apropiación tecnológica y adaptación digital que permitan garantizar la sostenibilidad y el crecimiento del sector dentro de los nuevos escenarios comerciales.

Finalmente, el comercio electrónico y los modelos de marketplace representan una alternativa estratégica para impulsar el desarrollo de las industrias creativas y culturales en Colombia, promoviendo espacios digitales que favorezcan la innovación, la circulación de productos artesanales y la consolidación de nuevas oportunidades económicas para el gremio craft.

Referencias

- Bastón, R., Facundo, A., & Hernández, V. (2021). *Ecommerce: Cómo montar una tienda online... ¡y que venda!*. Alfaomega.
- Berger, R. (2016). *España 4.0: El reto de la transformación digital de la economía*. Madrid, España. <https://robertoranz.com/2016/05/23/espana-4-0-el-reto-de-la-trasformacion-digital/>
- Boston Consulting Group. (2019, junio 26). What does a successful digital ecosystem look like? <https://www.bcg.com/publications/2019/what-does-successful-digital-ecosystem-look-like>
- Cámara de Comercio de Cali. (2020). *Ecosistema digital*. <https://www.ccc.org.co/inc/uploads/2020/12/Formato-3-Ecosistema-Digital.pdf>
- Charan, R., & Yang, J. (2019). *The Amazon management system: The ultimate digital business engine that creates extraordinary value for both customers and shareholders*. Ideapress Publishing.
- Congreso de Colombia. (1999). Ley 527 de 1999. Secretaría del Senado. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0527_1999.html
- Correa, J. F., Cardona, J. C., Galviz, D. F., Caycedo, V. M., & García, J. (2020). *Evolución del ecommerce en Colombia*. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Digital Commerce 360. (2023, marzo 6). Michaels is the latest retailer to add a third-party marketplace. <https://www.digitalcommerce360.com/2023/03/06/michaels-is-the-latest-retailer-to-add-a-third-party-marketplace/>
- Especialdirectivos.es. (2021, julio). ¿Cómo generar confianza en una tienda online para aumentar las ventas? <https://www.especialdirectivos.es/>
- Federal Communications Commission. (2015). *Protecting and promoting the open internet*. https://docs.fcc.gov/public/attachments/FCC-15-24A1_Rcd.pdf
- FONART. (2015). *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.
- Función Pública. (1993, abril 5). *Normativa colombiana*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1348>
- Función Pública. (2009, diciembre 30). *Normativa colombiana*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38901>
- Función Pública. (2011, abril 12). *Ley 1480 de 2011*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>
- García, W. F. (2020). *Plataformas digitales 2020*. Ecoe Ediciones. https://www.google.com.co/books/edition/PLATAFORMAS_DIGITALES_2020/P3rtDwAAQBAJ
- Globe Newswire. (2022, enero 17). *Global arts and crafts market to reach USD 59,460 million by 2027*. <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2022/01/17/2367957/0/en/Global-Arts-and-Crafts-Market-to-Rreach-USD-59460-million-by-2027-Industry-Size-Types-Applications-Manufacturers-Research-Report-by-Absolute-Reports.html>
- Globe Newswire. (2023, febrero 27). *Michaels expands online assortment with new third-party marketplace*. <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2023/02/27/2616056/33221/en/Michaels-Expands-Online-Assortment-with-New-Third-Party-Marketplace.html>
- Gloria Arguello Carreño, C. Q. (2014). *Fortalecimiento y desarrollo de la actividad artesanal en la ciudad de Bogotá. Primera fase*. Alcaldía Mayor

de Bogotá.

Gutiérrez, G. D. (2019). El impacto del marketing digital en el mercado y comercio de las organizaciones en Colombia. Universidad Militar Nueva Granada.

HTF Market Intelligence. (2022). Arts & crafts market dynamics, size, and future growth trend 2022–2029. HTF Market Intelligence.

HubSpot. (s.f.). Cómo armar tu ecosistema digital. <https://blog.hubspot.es/marketing/como-armar-tu-ecosistema-digital>

Jorge Pérez Martínez, J. L. (s.f.). Regulación del ecosistema digital. Fundación Telefónica.

Limas, S. S. (2020). El comercio electrónico (e-commerce), un aliado. RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação, 238.

Martínez, M. (2023, marzo 7). Entrevista a artesano experto y embajador de La Gira Colombiana de la Pintura, las manualidades y el emprendimiento (M. Cárdenas, entrevistadora).

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2023, abril 24). Indicadores del comercio electrónico 2022. https://observatorioecommerce.mintic.gov.co/797/articles-275625_recurso_1.pdf

Palomino, U. C., Peñuela, U. N., Zúñiga, G. P., & Rodríguez, A. J. (2013). Pasos para crear y registrar tu empresa en Bogotá. Bogotá Emprende.

Raúl, K. (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina. Editorial Ariel; Fundación Telefónica; Editorial Planeta.

ReasonWhy. (2021, junio). Amazon, primera marca que supera medio billón en el ranking BrandZ. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/amazon-primera-marca-supera-medio-billon-ranking-brandz>

Roa, E., & Cuellar, D. (2019). Evolución del comercio electrónico en Colombia en la última década. Universidad El Bosque.

Solé Moro, M., & Campo Fernández, J. (2020). Marketing digital y dirección de e-commerce: Integración de las estrategias digitales. ESIC Editorial.

Somalo, N., & Renaud, P. (2019). Vender con éxito en Amazon. LID Editorial.

Somalo Peciña, I. (2017). El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online. ESIC Editorial.

Universidad Europea. (2023, febrero 28). La importancia del ecosistema digital. <https://universidadeuropea.com/blog/ecosistema-digital/>

Urbiola, P. (s.f.). ¿Qué son los ecosistemas digitales? [Video]. YouTube. https://youtu.be/xMGj-fHwv4qE?si=BAAgkYWrY4Aoa_HJ

Vega, M., & González, S. (2018). Los desafíos del marketing en la era digital. Pearson Educación.

Cómo citar este artículo:

Aguilera Acosta, D. K., & Cárdenas Giraldo, M. . (2024). Ecosistema digital de la industria creativa y cultural particularmente del gremio de crafters y manualidad como posibilidad en un entorno de comercio electrónico denominado marketplace. *HisPaDis*, 3(01), 10-20.
<https://hispadis.poetophiaandsciencecorp.com/index.php/hispadis/article/view/139>

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.139>

HISPADIS

2024-01