

HisPaDis

Revista HisPaDis. Historia, Patrimonio, Diseño.

Quinto número: historia contemporánea y narrativas digitales.

Quinto número

¿Te gusta verte bien?
A La energía cambia

Crafters y Market Place

Educación y fotografía

Teatro y pedagogía

Metaverso

Diseño de interiores



Grupo de investigación Poetophia & Science Corp.

Año 3, Vol 01. Enero-junio 2024. ISSN: 2954-5382 (En línea).

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.5>

HISPADIS

Historia · Patrimonio · Diseño

HisPaDis

Historia · Patrimonio · Diseño.

ISSN: 2954-5382 (En línea)

Vol. 3, No. 1, enero-junio 2024

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.5>

Barranquilla, Colombia

Poetophia & Science Corp.

Publicación académica vinculada al grupo de investigación

P & Sc, categoría C en Minciencias (Colombia).

En colaboración con:

Programa de Publicidad Internacional
Escuela de Ciencias de la Comunicación e Industrias Digitales
Universidad Sergio Arboleda.

EDITORES

Jairo A. Bermúdez Castillo, Ph.D

Maristela Verástegui, Ph.D

Claudia Patricia Delgado Osorio, Mg.

Diseño editorial: Poetophia & Science Corp.



Poetophia & Science Corp.
Investigación en Artes y Humanidades

COMITÉ CIENTÍFICO:

Blas Orlando Garzón Vera, Ph.D.
Director de la Maestría en Gestión Cultural
Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

Nayibe Gutiérrez Montoya, Ph.D.
Departamento de Historia
Universidad Pablo de Olavide, España

José Rafael Salguero Rosero, Mg.
Coordinador de la Maestría en Diseño, Mención Gestión del Diseño
Universidad Nacional del Chimborazo, Ecuador

Carlos Córdoba Cely, Ph.D.
Director de la Maestría en Diseño para la Innovación Social
Universidad de Nariño, Colombia

Jorge Mario Karam Rozo, Ph.D.
Vicerrector de Investigación
Corporación Universitaria de Cataluña, Colombia

Contenido

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	11
Comunicación asertiva y técnica actoral en estudiantes universitarios: una experiencia pedagógica en la Corporación Universitaria Taller Cinco	22
Metaverso y modelos de monetización digital: aproximaciones conceptuales al entorno virtual contemporáneo	30
Estrategias extracurriculares y formación en emprendimiento en estudiantes de fotografía: estudio de caso en LCI Fundación Tecnológica.	42
Estrategias de supervisión in situ para la instalación y verificación de materiales de acabados en diseño interior	52



HISTORIA

Estudios históricos y culturales que interpretan el pasado para comprender el presente.



PATRIMONIO

Valoración, conservación y gestión del patrimonio cultural y natural.



SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

Reflexiones y propuestas para territorios resilientes y en equilibrio con la naturaleza.



ARQUITECTURA Y DISEÑO

Investigaciones y proyectos que integran espacio, función, estética e identidad.



TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Nuevas herramientas y enfoques que transforman la investigación y la práctica profesional.

Revista HisPaDis, Vol. III, No. 1, 2024-01

Editorial

Con satisfacción presentamos el quinto ejemplar de la revista *HisPaDis: Historia, Patrimonio y Diseño*, publicación que continúa consolidándose como un espacio de circulación académica para investigaciones relacionadas con diseño, industrias creativas, comunicación, patrimonio, educación y tecnologías contemporáneas. Este nuevo número representa no solamente la continuidad de un proyecto editorial independiente, sino también una etapa de transición y fortalecimiento institucional orientada hacia procesos de indexación y mayor visibilidad científica nacional e internacional.

Durante los últimos años, HisPaDis ha enfrentado múltiples retos asociados a la sostenibilidad editorial, la gestión académica y las exigencias técnicas propias de las publicaciones científicas contemporáneas. Mantener procesos de diagramación, asignación de DOI mediante Crossref, actualización de plataformas digitales y preservación de estándares editoriales en contextos de acceso abierto continúa siendo una tarea compleja para publicaciones emergentes e independientes. Sin embargo, el compromiso con nuestros autores, lectores e investigadores nos ha permitido sostener y proyectar esta iniciativa académica desde Colombia hacia escenarios internacionales.

En esta nueva etapa, HisPaDis inicia un proceso gradual de fortalecimiento editorial orientado hacia futuras convocatorias de indexación y evaluación científica. La revista ya cuenta con ISSN, registro DOI para sus artículos, visibilidad en Google Académico y presencia en la Biblioteca Nacional de Colombia. Nuestro propósito ahora consiste en consolidar criterios relacionados con periodicidad, estructura editorial, internacionalización y normalización académica, permitiendo proyectar la revista hacia nuevas bases de datos e índices especializados.

Asimismo, este volumen marca un momento importante dentro de nuestros procesos editoriales debido a la incorporación de herramientas basadas en inteligencia artificial como apoyo para tareas de revisión técnica, organización de contenidos, corrección editorial y normalización académica de algunos textos. Consideramos que el uso responsable de tecnologías de inteligencia artificial puede convertirse en una herramienta complementaria para fortalecer procesos editoriales, optimizar tiempos de trabajo y apoyar la circulación del conocimiento científico,

siempre bajo supervisión humana y criterios académicos rigurosos.

En este número, HisPaDis reúne cinco investigaciones relacionadas con industrias creativas, comunicación, emprendimiento, tecnologías digitales y diseño aplicado.

El ejemplar abre con el artículo **“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”**, de Diana Katherine Aguilera Acosta y Mixcy Cárdenas Giraldo. La investigación analiza las transformaciones que los ecosistemas digitales y el comercio electrónico han generado en las industrias creativas y culturales, particularmente en el sector de las manualidades y el gremio craft en Colombia. El estudio examina conceptos relacionados con plataformas marketplace, comercio electrónico, regulación digital y estrategias de visibilidad para emprendedores creativos, identificando oportunidades para fortalecer la comercialización de productos artesanales mediante herramientas digitales adaptadas a las dinámicas contemporáneas del mercado.

El segundo artículo, **“Comunicación asertiva y técnica actoral en estudiantes universitarios: una experiencia pedagógica en la Corporación Universitaria Taller Cinco”**, de Mario Calderón León y Katherine Hernández Zúñiga, presenta una reflexión sobre el papel de la comunicación asertiva y las herramientas provenientes de la formación actoral como estrategias pedagógicas para fortalecer competencias comunicativas, expresivas y socioemocionales en estudiantes universitarios. A partir de una experiencia académica desarrollada en la Corporación Universitaria Taller Cinco, los autores evidencian cómo los procesos de formación artística pueden contribuir al desarrollo integral de los futuros profesionales.

A continuación, Santiago Patarroyo Martínez presenta **“Metaverso y modelos de monetización digital: aproximaciones conceptuales al entorno virtual contemporáneo”**, un artículo que explora las transformaciones económicas, tecnológicas y culturales derivadas de la consolidación de entornos virtuales inmersivos. El autor examina conceptos asociados al metaverso, la Web3, los activos digitales y los nuevos modelos de generación de valor, ofreciendo una aproximación crítica a las oportunidades y desafíos que enfrentan organizaciones, marcas y creadores en los escenarios digitales emergentes.

La revista continúa con el trabajo **“Estrategias extracurriculares y formación en emprendimiento en estudiantes de fotografía: estudio de caso en LCI Fundación Tecnológica”**, de Ana C. González y Ana M. Valenzuela. Esta investigación se centra en los procesos pedagógicos y las estrategias de fortalecimiento emprendedor desarrolladas en programas académicos vinculados a las industrias creativas. El artículo analiza dinámicas extracurriculares, experiencias institucionales y mecanismos de articulación entre formación académica e inserción profesional,

evidenciando cómo las competencias emprendedoras constituyen un factor clave para la proyección laboral y el desarrollo profesional de estudiantes y egresados del campo de la fotografía. A partir de un estudio de caso realizado en LCI Fundación Tecnológica, las autoras destacan la importancia de integrar la formación creativa con herramientas de gestión, innovación y emprendimiento que respondan a las exigencias del ecosistema profesional contemporáneo.

Finalmente, Katherine Hernández Zúñiga presenta **“Estrategias de supervisión in situ para la instalación y verificación de materiales de acabados en diseño interior”**, una investigación aplicada que aborda los procesos de control, seguimiento y aseguramiento de calidad en proyectos de diseño interior. El artículo examina metodologías y procedimientos de supervisión orientados a garantizar la correcta instalación de materiales y acabados, destacando la relevancia de la gestión técnica en la ejecución de proyectos que integran criterios funcionales, estéticos y constructivos.

Este nuevo número representa un esfuerzo colectivo de autores, investigadores, docentes y colaboradores que continúan creyendo en la importancia de construir espacios alternativos para la divulgación académica y científica en América Latina. Nuestra apuesta sigue siendo la circulación abierta del conocimiento y el fortalecimiento de redes de investigación vinculadas a historia, patrimonio, diseño y creación.

Finalmente, agradecemos profundamente a quienes han acompañado el crecimiento de HisPaDis durante este proceso. Cada número publicado constituye un avance más hacia la consolidación de una revista científica emergente comprometida con la investigación, la creación y la producción de nuevo conocimiento.

Los editores:

Jairo Alfredo Bermúdez Castillo, Ph.D.

Maristela Verástegui, Ph.D.

Claudia Patricia Delgado Osorio, Mg.

HISPADIS

2024-01

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

Comunicación asertiva y técnica actoral en estudiantes universitarios: una experiencia pedagógica en la Corporación Universitaria Taller Cinco

Assertive communication and acting techniques in university students: a pedagogical experience at Corporación Universitaria Taller Cinco

Mario Calderón León
 Profesor de Humanidades
 Corporación Universitaria Taller Cinco, Colombia
 Correo: mario.calderon@taller5.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.107>

Fecha de envío: marzo 30 de 2024

Fecha de aceptación: junio 15 de 2024

Páginas: 22-27

Resumen

El presente artículo analiza el uso del teatro aplicado como herramienta pedagógica para fortalecer la comunicación asertiva en estudiantes universitarios de la Corporación Universitaria Taller Cinco, Colombia. La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo y de investigación acción, utilizando técnicas como observación, entrevistas y trabajo con grupo focal. A partir de ejercicios de autoexploración emocional y técnicas actorales, se buscó fortalecer habilidades relacionadas con la expresión verbal, la empatía, el manejo escénico y la construcción de mensajes comunicativos. Los resultados evidencian que las estrategias teatrales favorecen procesos de autoconocimiento, confianza y mejoramiento progresivo de la comunicación en distintos contextos académicos y sociales.

Palabras clave

Comunicación asertiva; teatro aplicado; pedagogía; habilidades comunicativas; expresión emocional.

Abstract

This article analyzes the use of applied theater as a pedagogical tool to strengthen assertive communication skills in university students at Corporación Universitaria Taller Cinco, Colombia. The research was developed through a qualitative and action-research approach, using observation techniques, interviews, and focus groups. Through emotional self-exploration exercises and acting techniques, the study aimed to improve verbal expression, empathy, stage presence, and the construction of communicative messages. The results show that theatrical strategies contribute to processes of self-awareness, confidence building, and progressive improvement of communication skills in different academic and social contexts.

Keywords

Assertive communication; applied theater; pedagogy; communication skills; emotional expression.

Imagen decorativa. (2024).
Representación creativa de es-
tudiantes de teatro en Taller 5
[Ilustración generada mediante
inteligencia artificial]. Fuente:
OpenAI ChatGPT.



Introducción

La comunicación asertiva constituye una habilidad fundamental en los procesos de formación académica y desarrollo personal de los estudiantes universitarios. La capacidad para expresar ideas, emociones y pensamientos de manera clara, empática y efectiva favorece la interacción social, el trabajo colaborativo y la construcción de escenarios comunicativos más conscientes y participativos.

En este contexto, el teatro aplicado surge como una herramienta pedagógica que permite fortalecer habilidades relacionadas con la expresión verbal, el manejo emocional, la empatía y la construcción de mensajes comunicativos. A través de ejercicios actorales y dinámicas de exploración escénica, los estudiantes pueden desarrollar procesos de autoconocimiento y apropiación de recursos expresivos útiles para distintos contextos académicos y sociales.

El presente artículo expone una experiencia pedagógica desarrollada en la Corporación Universitaria Taller Cinco, Colombia, orientada al diseño de estrategias de aprendizaje basadas en técnicas actorales para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en estudiantes universitarios. La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo y de investigación acción, permitiendo analizar las percepciones y transformaciones generadas a partir de ejercicios de exploración emocional y comunicación escénica.

Comunicación asertiva y formación estudiantil

La comunicación asertiva desempeña un papel fundamental en los procesos de formación académica, ya que permite a los estudiantes expresar ideas, emociones y opiniones de manera clara, respetuosa y efectiva. Esta

habilidad favorece la interacción interpersonal, fortalece el trabajo colaborativo y contribuye al desarrollo de competencias sociales necesarias en distintos contextos educativos y profesionales.

En los escenarios universitarios, las dificultades relacionadas con la expresión oral, la inseguridad escénica y el manejo emocional pueden afectar los procesos de aprendizaje y participación estudiantil. En este sentido, resulta necesario implementar estrategias pedagógicas que promuevan el fortalecimiento de habilidades comunicativas desde enfoques dinámicos, participativos y experienciales.

La comunicación asertiva no se limita únicamente al acto de hablar, sino que también involucra elementos relacionados con el lenguaje corporal, la empatía, la escucha activa y la capacidad de construir mensajes adecuados según cada contexto comunicativo. Por esta razón, el desarrollo de competencias expresivas requiere procesos de autoconocimiento y apropiación emocional que permitan mejorar la relación entre el individuo y su entorno social.

Desde una perspectiva pedagógica, el fortalecimiento de la comunicación asertiva contribuye al desarrollo integral de los estudiantes, favoreciendo procesos de confianza, liderazgo y participación académica. Asimismo, permite generar escenarios de interacción más conscientes y efectivos dentro de ambientes educativos orientados al aprendizaje colaborativo y la construcción de experiencias significativas.

Teatro aplicado como herramienta pedagógica

El teatro aplicado constituye una estrategia pedagógica orientada al fortalecimiento de habilidades expresivas, emocionales y comunicativas mediante ejercicios de representación escénica, exploración corporal y construcción

de experiencias colectivas. Su implementación en contextos educativos permite desarrollar procesos de aprendizaje participativos que favorecen la creatividad, la empatía y el trabajo colaborativo.

A través de técnicas actorales, los estudiantes pueden explorar diferentes formas de comunicación verbal y no verbal, fortaleciendo aspectos relacionados con el manejo de la voz, la expresión corporal, la interpretación emocional y la interacción con el público. Estas dinámicas permiten generar espacios de reflexión y autoconocimiento que contribuyen al desarrollo de competencias comunicativas aplicables en distintos escenarios académicos y sociales.

El teatro aplicado también facilita procesos de exploración emocional que ayudan a los participantes a reconocer y expresar sentimientos, sensaciones y experiencias personales de manera consciente. Esta capacidad de identificación emocional fortalece la construcción de mensajes más claros y empáticos, favoreciendo la comunicación asertiva dentro de contextos educativos.

En el caso de esta investigación, las técnicas actorales fueron utilizadas como herramientas para promover procesos de autoexploración y apropiación expresiva en estudiantes universitarios, permitiendo analizar cómo la práctica escénica contribuye al fortalecimiento de habilidades comunicativas y al mejoramiento de la interacción interpersonal dentro del entorno académico.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo y de investigación acción, orientado al análisis de las percepciones y transformaciones generadas a partir de la aplicación de técnicas actorales en estudiantes universitarios. Este enfoque permitió comprender las experiencias de los partici-

pantes y evaluar el impacto de las estrategias pedagógicas implementadas en el fortalecimiento de la comunicación asertiva.

El estudio se realizó en la Corporación Universitaria Taller Cinco, Colombia, con la participación de un grupo focal conformado por estudiantes vinculados a actividades teatrales y procesos de formación artística. Durante el desarrollo de la investigación se implementaron ejercicios de exploración emocional, interpretación escénica y construcción de mensajes comunicativos a partir de diferentes situaciones dramáticas.

Para la recolección de información se utilizaron técnicas como observación, notas de campo, entrevistas semiestructuradas y trabajo con grupo focal. Estos instrumentos permitieron identificar percepciones relacionadas con la expresión verbal, el manejo emocional, la empatía y las habilidades comunicativas desarrolladas durante el proceso pedagógico.

La metodología aplicada se fundamentó en ejercicios teatrales orientados al reconocimiento de emociones, la construcción de atmósferas comunicativas y el fortalecimiento de recursos expresivos relacionados con la voz, el cuerpo y la interacción escénica. Asimismo, se promovieron dinámicas de autoexploración que permitieron a los estudiantes reflexionar sobre sus procesos de comunicación y apropiarse de nuevas herramientas expresivas para diferentes contextos académicos y sociales.

Los resultados obtenidos fueron organizados y analizados de manera interpretativa, permitiendo identificar aportes significativos del teatro aplicado en el fortalecimiento de la comunicación asertiva y en el desarrollo de habilidades sociales dentro del contexto universitario.

Resultados y análisis

La aplicación de técnicas actorales permitió identificar avances significativos en los procesos de comunicación de los estudiantes participantes. A través de ejercicios de exploración escénica y reconocimiento emocional, los integrantes del grupo focal fortalecieron habilidades relacionadas con la expresión verbal, la seguridad al hablar en público y la construcción de mensajes más claros y empáticos.

Uno de los principales hallazgos del estudio estuvo relacionado con el fortalecimiento de la autoconfianza y la capacidad de controlar emociones durante procesos comunicativos. Los participantes manifestaron que las dinámicas teatrales favorecieron el reconocimiento de sus capacidades expresivas y les permitieron desarrollar mayor seguridad en situaciones académicas y sociales que requerían exposición oral e interacción con otras personas.

Asimismo, las actividades de exploración emocional facilitaron procesos de empatía y escucha activa, permitiendo a los estudiantes comprender la importancia del lenguaje corporal, el tono de voz y la intención comunicativa dentro de la construcción de mensajes asertivos. Estos elementos contribuyeron al mejoramiento de la interacción interpersonal y al fortalecimiento del trabajo colaborativo dentro de los ejercicios grupales.

Otro aspecto relevante fue el reconocimiento del teatro aplicado como una herramienta pedagógica capaz de generar aprendizajes significativos desde experiencias participativas y vivenciales. Los estudiantes identificaron que las estrategias actorales favorecieron el desarrollo de habilidades útiles para contextos académicos, exposiciones orales, presentaciones públicas y procesos de interacción social.

De igual manera, la investigación evidenció que la comunicación asertiva puede fortalecerse mediante metodologías pedagógicas orientadas a la creatividad, la exploración emocional y la apropiación de recursos expresivos. En este sentido, el teatro aplicado se consolida como una alternativa educativa que contribuye al desarrollo integral de los estudiantes y al fortalecimiento de competencias comunicativas dentro de los escenarios universitarios.

Conclusiones

La investigación permitió evidenciar que el teatro aplicado constituye una herramienta pedagógica efectiva para el fortalecimiento de la comunicación asertiva en estudiantes universitarios. A través de ejercicios de exploración emocional, interpretación escénica y construcción de mensajes comunicativos, los participantes lograron desarrollar habilidades relacionadas con la expresión verbal, la empatía, la autoconfianza y el manejo escénico.

Los resultados obtenidos demuestran que las metodologías basadas en experiencias teatrales favorecen procesos de aprendizaje más participativos y significativos, permitiendo que los estudiantes reconozcan sus capacidades expresivas y fortalezcan sus competencias comunicativas en diferentes contextos académicos y sociales.

Asimismo, el estudio evidenció la importancia de incorporar estrategias pedagógicas innovadoras dentro de los procesos de formación universitaria, especialmente aquellas orientadas al desarrollo de habilidades blandas y competencias emocionales. La comunicación asertiva no solo mejora la interacción interpersonal, sino que también fortalece procesos de liderazgo, participación y trabajo colaborativo en escenarios educativos.

De igual manera, las dinámicas de autoexploración emocional implementadas durante

la investigación permitieron generar espacios de reflexión y apropiación consciente de recursos expresivos relacionados con la voz, el cuerpo y la construcción de mensajes comunicativos. Estos elementos contribuyen al fortalecimiento integral de los estudiantes y al mejoramiento progresivo de sus procesos de interacción social.

Finalmente, el teatro aplicado se consolida como una alternativa pedagógica que favorece el desarrollo de competencias comunicativas y emocionales dentro de la educación superior, ofreciendo herramientas útiles para enriquecer los procesos formativos y fortalecer la relación entre creatividad, aprendizaje y comunicación asertiva.

Bibliografía

- Bados López, A. (1991). *Hablar en público: Guía práctica para lograr habilidad y confianza*. Pirámide.
- Bados López, A. (2005). *Miedo a hablar en público*. Universitat de Barcelona.
- Barba, E., & Savarese, N. (1990). *El arte secreto del actor*. Artezblai.
- Castro, A. de. (2013). *Comunicación oral: Técnicas y estrategias*. Ediciones Uninorte. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=710221&lang=es&site=ehost-live>
- Colmenero, V., Caballero García, P., & Ruiz Tenedor, G. (2013). La dramatización como recurso didáctico para el desarrollo emocional: Un estudio en la etapa de educación primaria. *Revista de Investigación Educativa*, 31(2), 393–410. <https://doi.org/10.6018/rie.31.2.164501>
- Gracia, E., Ramos, J., & Moliner, C. (2014). El trabajo emocional desde una perspectiva clarificadora tras treinta años de investigación. *Universitas Psychologica*, 13(4), 1517–1519.
- Meyerhold, V. (2008). *Teoría teatral* (A. Barreno, Trad.; 8.ª ed.). Fundamentos.
- Corporación Universitaria Taller Cinco. (s.f.). *Modelo pedagógico institucional*. https://institucional.taller5.edu.co/pdfviewer/modelopedagogico/?auto_viewer=true#page=&zoom=auto&pagemode=none
- Obarrio, J. A., & Masferrer, A. (2013). *Expresión oral y proceso de aprendizaje: La importancia de la oratoria en el ámbito universitario*. Dykinson. <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/viewFile/5327/9863>
- Ruiz Rodríguez, J. A., Pedrero García, E., Corchuelo Fernández, C., & Cejudo Cortés, C. A. (2021). *Escuela de llanto y risa: Teatro, pedagogía y transformación social*. Dykinson. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2905741&lang=es&site=ehost-live>
- Sanchis-Font, R., Castro-Bleda, M.-J., Jordá-Albiñana, B., & López-Cuerva, L. (2023). Evaluación del aprendizaje en línea universitario mediante análisis de sentimiento centrado en dimensiones de experiencia de usuario. *DYNA Ingeniería e Industria*, 98(2), 147–153. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=vth&AN=162617013&lang=es&site=ehost-live>
- Soria Tomás, G. (2013). *La representación de las pasiones: Perspectivas artísticas, filosóficas y científicas*. Dykinson. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=687477&lang=es&site=ehost-live>
- Weiss, M. L. (2022). Enseñar a través de las historias. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 26(165), 246–247. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=vth&AN=158100758&lang=es&site=ehost-live>

HELSPAADIS

Historia · Patrimonio · Diseño

Cómo citar este artículo:

Calderón León, M. . (2024). Comunicación asertiva y técnica actoral en estudiantes universitarios: una experiencia pedagógica en la Corporación Universitaria Taller Cinco. HisPaDis, 3(01), 22-27. <https://hispadis.poetophiaandsciencecorp.com/index.php/hispadis/article/view/107>

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.107>

HISPADIS

2024-01

Metaverso y modelos de monetización digital: aproximaciones conceptuales al entorno virtual contemporáneo

Metaverse and digital monetization models: conceptual approaches to the contemporary virtual environment

Santiago Patarroyo Martínez
Magister en Publicidad Digital
Universidad Sergio Arboleda

Correo electrónico:

santiago.patarroyo@usa.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.108>

Fecha de envío: marzo 30 de 2024

Fecha de aceptación: junio 15 de 2024

Páginas: 30-40

Resumen

El presente artículo analiza el concepto de metaverso y su relación con los nuevos modelos de monetización digital derivados de tecnologías emergentes como blockchain, criptomonedas, NFT, Web3 y marketplaces descentralizados. La investigación aborda el impacto de estos entornos virtuales en las dinámicas de interacción entre marcas y consumidores, especialmente dentro de la industria de la moda urbana y las culturas digitales contemporáneas. Asimismo, se examinan las posibilidades de comercialización, autenticidad digital y construcción de comunidades virtuales a partir de economías descentralizadas y activos digitales. El estudio propone una aproximación conceptual al metaverso como escenario de innovación tecnológica y transformación de los modelos de negocio digitales.

Palabras clave

Metaverso; Web3; blockchain; NFT; economía digital; marketplaces descentralizados.

Abstract

This article analyzes the concept of the metaverse and its relationship with new digital monetization models derived from emerging technologies such as blockchain, cryptocurrencies, NFTs, Web3, and decentralized marketplaces. The research examines the impact of these virtual environments on the interaction dynamics between brands and consumers, especially within the urban fashion industry and contemporary digital cultures. It also explores the possibilities of commercialization, digital authenticity, and virtual community building through decentralized economies and digital assets. The study proposes a conceptual approach to the metaverse as a scenario of technological innovation and transformation of digital business models.

Keywords

Metaverse; Web3; blockchain; NFT; digital economy; decentralized marketplaces.

METAVERSO

ENTORNO VIRTUAL CONTEMPORÁNEO

MODELOS DE MONETIZACIÓN DIGITAL

NFT

VENTA DE ACTIVOS DIGITALES (NFT)

SUSCRIPCIONES

SUSCRIPCIONES

PUBLICIDAD INMERSIVA

PUBLICIDAD INMERSIVA

COMERCIO VIRTUAL

COMERCIO VIRTUAL

EXPERIENCIAS PREMIUM

EXPERIENCIAS PREMIUM

NFT



ECONOMÍA DIGITAL



INTERACCIÓN SOCIAL



ENTRETENIMIENTO



COMERCIO VIRTUAL



AVATARES



Imagen decorativa. (2024). Representación creativa del metaverso [Ilustración generada mediante inteligencia artificial]. Fuente: OpenAI ChatGPT.

Introducción

La transformación digital ha generado nuevos escenarios de interacción económica, social y cultural mediados por tecnologías emergentes como blockchain, criptomonedas, NFT y plataformas descentralizadas. En este contexto, el metaverso surge como un entorno virtual que integra experiencias inmersivas, economías digitales y nuevas formas de comunicación entre usuarios, marcas y comunidades virtuales.

El crecimiento de estos ecosistemas digitales ha permitido el desarrollo de modelos de monetización basados en activos digitales, propiedad virtual y sistemas descentralizados de intercambio, modificando las dinámicas tradicionales del comercio electrónico y de la publicidad digital. Asimismo, sectores como la moda, el entretenimiento y las industrias creativas han comenzado a explorar el potencial del metaverso como espacio de innovación, comercialización y construcción de experiencias interactivas.

El presente artículo aborda una aproximación conceptual al metaverso y a los modelos de monetización digital asociados a tecnologías como Web3, blockchain, NFT y marketplaces descentralizados. A partir de una revisión teórica y tecnológica, se analizan las principales características de estos entornos virtuales, así como sus posibilidades de aplicación dentro de las dinámicas contemporáneas de comunicación y economía digital.

Definiendo el metaverso

El metaverso corresponde a un entorno digital tridimensional e inmersivo donde los usuarios interactúan mediante representaciones virtuales, integrando experiencias sociales, comerciales, recreativas y económicas dentro de espacios digitales interconec-

tados. Su desarrollo ha sido posible gracias a la convergencia de tecnologías como realidad virtual, realidad aumentada, blockchain, inteligencia artificial y sistemas de conectividad digital.

Según Vega (2023), el metaverso funciona como un espacio virtual en el que los usuarios pueden crear avatares personalizados, participar en experiencias compartidas y desarrollar procesos de interacción mediante herramientas de comunicación como texto, voz y video. Estos entornos permiten la exploración de nuevas dinámicas de socialización y comercialización dentro de ecosistemas digitales inmersivos.

Aunque frecuentemente se habla del metaverso como un único espacio digital, en realidad existen múltiples plataformas y universos virtuales con características y funciones específicas. De acuerdo con Wonderman-Thompson (2021), estos espacios evolucionan constantemente hacia modelos más interconectados, donde las experiencias físicas y digitales tienden a integrarse progresivamente.

El crecimiento del metaverso también ha transformado las dinámicas de consumo y comportamiento digital. Los usuarios no solo participan como consumidores de contenido, sino también como creadores, coleccionistas y actores activos dentro de economías virtuales sustentadas en activos digitales y sistemas de monetización descentralizados.

Asimismo, el interés empresarial y financiero alrededor del metaverso ha incrementado significativamente durante los últimos años. Empresas tecnológicas, industrias creativas y marcas globales han comenzado a desarr-

ollar estrategias orientadas a la construcción de experiencias virtuales, comercialización de activos digitales y fortalecimiento de comunidades en entornos inmersivos.

Tipologías de metaverso

El metaverso no corresponde a una única plataforma o entorno homogéneo, sino a un conjunto de espacios virtuales con diferentes estructuras tecnológicas, dinámicas de interacción y modelos de gestión. Estas diferencias permiten identificar distintas tipologías de metaverso según el nivel de control, descentralización y participación de los usuarios dentro de los ecosistemas digitales.

De manera general, los metaversos pueden clasificarse en modelos centralizados y descentralizados. Ambos comparten características relacionadas con la interacción virtual y la construcción de experiencias digitales; sin embargo, presentan diferencias significativas en aspectos como la propiedad de los activos digitales, la gobernanza y el control de la información.

Metaversos centralizados

Los metaversos centralizados corresponden a entornos virtuales administrados por una entidad principal, como empresas tecnológicas o desarrolladores privados. En este modelo, la infraestructura, las políticas de funcionamiento y la gestión de los activos digitales dependen de plataformas específicas que regulan la experiencia de los usuarios.

Este tipo de metaverso permite ofrecer experiencias más controladas y organizadas, facilitando la integración de servicios, actividades comerciales y dinámicas de entretenimiento dentro de un mismo entorno digital. Asimismo, las plataformas centralizadas suelen implementar sistemas internos de monetización mediante la venta de bienes virtuales,

suscripciones y servicios digitales.

No obstante, estos modelos también generan debates relacionados con la privacidad, el control de los datos y la propiedad de los activos digitales, debido a que las decisiones y regulaciones son determinadas principalmente por la entidad administradora del ecosistema virtual.

Metaversos descentralizados

Los metaversos descentralizados se fundamentan en tecnologías blockchain y modelos de gobernanza distribuidos que permiten a los usuarios participar de manera más activa en la administración y construcción del ecosistema digital. En estos entornos, los activos virtuales pueden pertenecer directamente a los usuarios mediante sistemas de autenticación y propiedad digital sustentados en NFT y contratos inteligentes.

La descentralización favorece procesos de transparencia, autonomía y participación comunitaria, permitiendo que los usuarios interactúen sin depender completamente de una autoridad central. Además, estos ecosistemas promueven nuevas formas de economía digital basadas en criptomonedas, finanzas descentralizadas (DeFi) y marketplaces digitales interoperables.

Sin embargo, los metaversos descentralizados también enfrentan desafíos relacionados con la escalabilidad tecnológica, la seguridad digital y la adopción masiva por parte de usuarios que aún no poseen conocimientos técnicos avanzados sobre blockchain y economías digitales.

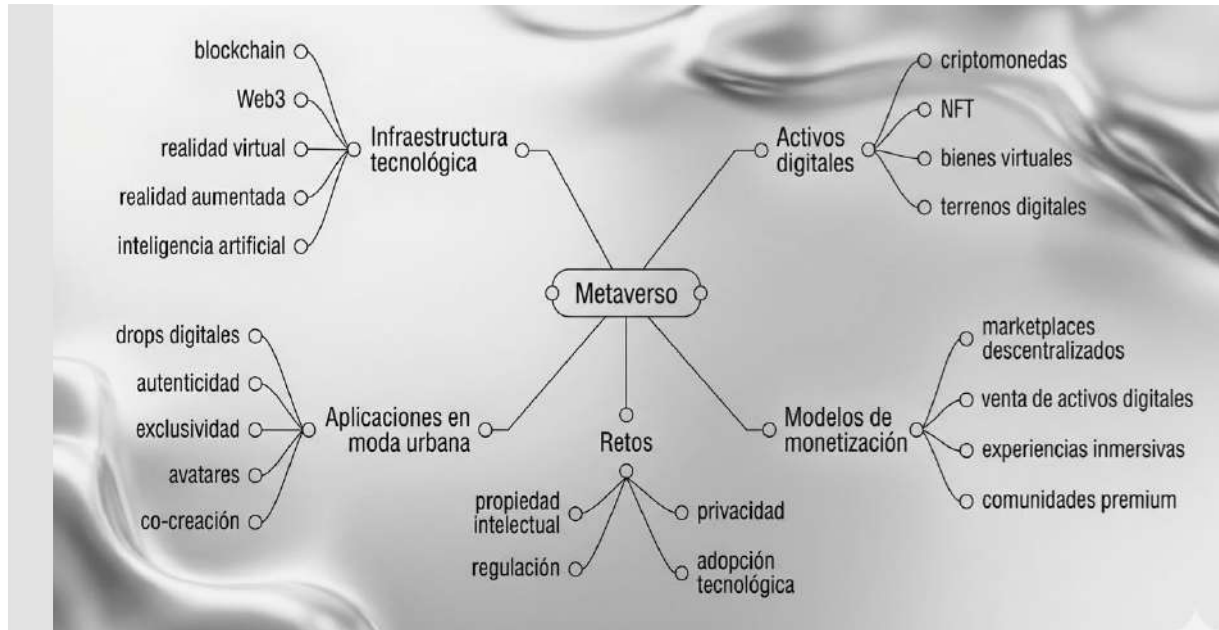


Figura 1 (2024). Ecosistema Conceptual del metaverso y modelos de monetización digital. [Ilustración Gráfica]. Bogotá. Fuente: NanoBanana, Gemini.

Blockchain y economía digital

El desarrollo del metaverso y de los entornos virtuales inmersivos se encuentra estrechamente relacionado con la evolución de la tecnología blockchain y los nuevos modelos de economía digital descentralizada. Estas herramientas tecnológicas permiten registrar, autenticar y transferir activos digitales de manera segura, transparente y sin necesidad de intermediarios tradicionales.

La tecnología blockchain funciona como un sistema descentralizado de almacenamiento y validación de información compuesto por bloques enlazados criptográficamente. Cada bloque contiene registros verificables de transacciones y eventos digitales, lo que dificulta la alteración o manipulación de los datos almacenados.

Uno de los principales aportes de blockchain consiste en la eliminación de intermediarios dentro de los procesos de intercambio

digital, permitiendo que las transacciones sean verificadas colectivamente por los participantes de la red. Esta característica ha favorecido el surgimiento de nuevas dinámicas económicas basadas en la descentralización, la transparencia y la autonomía de los usuarios.

Asimismo, blockchain ha impulsado el desarrollo de sistemas financieros descentralizados conocidos como DeFi (Decentralized Finance), los cuales permiten realizar operaciones económicas mediante contratos inteligentes y plataformas digitales interoperables. Estos mecanismos facilitan procesos relacionados con pagos, intercambio de activos digitales, autenticación de propiedad y monetización de bienes virtuales dentro del metaverso.

La evolución de blockchain también ha permitido el crecimiento de aplicaciones descentralizadas o DApps, programas digitales que operan mediante contratos inteligentes y funcionan sin depender completamente de servidores centralizados. Estas herramientas amplían las posibilidades de interacción y comercialización dentro de los ecosistemas virtuales contemporáneos.

En consecuencia, blockchain se consolida

como una de las principales infraestructuras tecnológicas para el desarrollo de economías digitales inmersivas, proporcionando mecanismos de confianza, autenticidad y descentralización fundamentales para la expansión del metaverso y de los nuevos modelos de negocio digitales.

Criptomonedas y activos digitales

Las criptomonedas representan uno de los principales componentes de la economía digital contemporánea y desempeñan un papel fundamental dentro de los entornos virtuales asociados al metaverso. Estos activos digitales funcionan mediante sistemas descentralizados basados en blockchain, permitiendo realizar transacciones seguras sin la intervención de entidades financieras tradicionales (Ogilvy Consulting, 2022).

A diferencia de las monedas convencionales, las criptomonedas operan a través de redes distribuidas donde las transacciones son verificadas colectivamente por los participantes del sistema. Este modelo favorece procesos de transparencia, seguridad y reducción de intermediarios dentro de las dinámicas económicas digitales. Según Ogilvy Consulting (2022), las cadenas de bloques permiten optimizar procesos financieros mediante mecanismos descentralizados sustentados en contratos inteligentes y validación colectiva de información.

En el contexto del metaverso, las criptomonedas facilitan la compra, venta e intercambio de bienes y servicios virtuales, así como la monetización de activos digitales dentro de plataformas inmersivas. Los usuarios pueden utilizar estos sistemas para adquirir artículos virtuales, participar en economías digitales y desarrollar procesos comerciales dentro de comunidades interconectadas. De acuerdo con Wonderman-Thompson (2021), las economías descentralizadas permitirán el desarrollo

de nuevas formas de interacción comercial y creación de valor dentro de los ecosistemas virtuales.

Asimismo, el crecimiento de las criptomonedas ha impulsado nuevas formas de interacción económica relacionadas con inversiones digitales, sistemas de pago descentralizados y mecanismos de autenticación financiera en espacios virtuales. McKinsey & Company (2023) señala que los entornos digitales inmersivos representan oportunidades crecientes para la expansión de economías basadas en activos virtuales y experiencias digitales compartidas.

Por otra parte, los activos digitales abarcan una amplia variedad de elementos virtuales que pueden poseer valor económico y simbólico dentro de los ecosistemas digitales. Entre ellos se encuentran monedas virtuales, NFT, bienes digitales coleccionables, terrenos virtuales, objetos de videojuegos y productos asociados a experiencias inmersivas.

En este sentido, las criptomonedas y los activos digitales se consolidan como elementos fundamentales para el funcionamiento económico del metaverso, permitiendo el desarrollo de nuevas formas de monetización, intercambio y participación dentro de los entornos digitales contemporáneos.

NFTs y autenticidad digital

Los tokens no fungibles o NFT (Non-Fungible Tokens) representan uno de los desarrollos más relevantes dentro de la economía digital contemporánea y del ecosistema del metaverso. Estos activos digitales funcionan mediante tecnología blockchain y permiten certificar la autenticidad, propiedad y singularidad de elementos virtuales dentro de entornos digitales descentralizados.

A diferencia de las criptomonedas tradicionales, los NFT no son intercambiables entre sí

debido a que cada activo posee características únicas registradas mediante contratos inteligentes en la cadena de bloques. Según Ogilvy Consulting (2022), los NFT almacenan metadatos que permiten autenticar activos digitales específicos, generando un historial verificable de propiedad y transacciones dentro del ecosistema blockchain.

La implementación de NFT ha transformado las dinámicas de propiedad digital en ámbitos relacionados con arte, videojuegos, música, moda y bienes virtuales. Estos activos permiten que los usuarios posean artículos digitales exclusivos, facilitando procesos de comercialización y monetización dentro de plataformas inmersivas y marketplaces descentralizados.

De acuerdo con CB Insights (2022), una de las principales características de los NFT corresponde a su interoperabilidad, permitiendo que los activos digitales puedan circular entre distintos ecosistemas virtuales y plataformas digitales. Asimismo, la naturaleza inmutable de blockchain garantiza la autenticidad y originalidad de los activos registrados, fortaleciendo la confianza dentro de los procesos de intercambio digital.

En el contexto de la industria de la moda y las culturas digitales contemporáneas, los NFT han permitido la creación de nuevas estrategias de interacción entre marcas y consumidores. McKinsey & Company (2023) señala que estos activos digitales favorecen la construcción de comunidades virtuales y el desarrollo de experiencias exclusivas asociadas a productos físicos y digitales.

Asimismo, los NFT desempeñan un papel fundamental dentro del metaverso al permitir la comercialización de bienes virtuales como obras de arte digitales, artículos de colección, accesorios para avatares y terrenos digitales. Estas dinámicas han impulsado nuevas formas

de economía creativa basadas en autenticidad digital, exclusividad y participación dentro de comunidades virtuales interconectadas.

En consecuencia, los NFT se consolidan como herramientas clave para la construcción de modelos de monetización digital y sistemas de propiedad virtual dentro de los ecosistemas descentralizados contemporáneos.

Web3 y ecosistemas descentralizados

La evolución de Internet ha propiciado el surgimiento de nuevos modelos de interacción digital orientados hacia la descentralización, la interoperabilidad y el control de los datos por parte de los usuarios. En este contexto surge la Web3, considerada una nueva etapa del ecosistema digital sustentada en tecnologías blockchain, contratos inteligentes y sistemas descentralizados de participación e intercambio.

De acuerdo con Wonderman-Thompson (2021), la Web3 representa una transformación conceptual de Internet al promover ecosistemas digitales donde los usuarios poseen una mayor autonomía sobre sus activos, identidades y procesos de interacción dentro de plataformas virtuales. Este modelo busca reducir la dependencia de intermediarios centralizados y fortalecer dinámicas colaborativas sustentadas en tecnologías descentralizadas.

A diferencia de modelos anteriores de conectividad digital, la Web3 incorpora mecanismos que permiten la integración de economías virtuales, aplicaciones descentralizadas (DApps), NFT y criptomonedas dentro de ecosistemas interoperables. Estas herramientas facilitan la construcción de experiencias digitales más inmersivas y participativas dentro del metaverso y de otros espacios virtuales contemporáneos.

Asimismo, la Web3 favorece el desarrollo de nuevas formas de comercialización e interacción entre marcas y usuarios. En el caso de la industria de la moda urbana y las culturas digitales, estos ecosistemas permiten generar comunidades virtuales basadas en autenticidad digital, experiencias inmersivas y participación activa de los consumidores dentro de procesos creativos y comerciales.

La descentralización promovida por la Web3 también impulsa nuevas dinámicas relacionadas con gobernanza digital, privacidad y propiedad de los activos virtuales. Los usuarios pueden participar en procesos de toma de decisiones, intercambio económico y construcción colectiva de contenido dentro de plataformas sustentadas en blockchain y sistemas distribuidos.

En consecuencia, la Web3 se consolida como una de las principales infraestructuras conceptuales y tecnológicas para el desarrollo del metaverso, permitiendo la expansión de ecosistemas digitales descentralizados orientados a nuevas formas de interacción, monetización y construcción de experiencias virtuales.

Marketplaces descentralizados

Los marketplaces descentralizados corresponden a plataformas digitales que permiten el intercambio de activos virtuales entre usuarios sin depender de intermediarios centralizados. Estas plataformas funcionan mediante tecnología blockchain, garantizando procesos de autenticidad, trazabilidad y transparencia dentro de las transacciones digitales.

De acuerdo con el artículo, estos marketplaces facilitan la comercialización de criptomonedas, NFT, obras de arte digitales, objetos virtuales y diferentes tipos de activos digitales únicos, fortaleciendo nuevas dinámicas

económicas dentro de los ecosistemas descentralizados contemporáneos. La descentralización permite que los usuarios mantengan mayor control sobre sus activos y operaciones digitales.

Según Vega (2023), este tipo de plataformas promueve modelos de interacción sustentados en autonomía, propiedad digital y participación activa de las comunidades virtuales dentro de los procesos de intercambio y comercialización.

Entre las principales características de los marketplaces descentralizados se encuentran la transparencia de las transacciones, la interoperabilidad de activos digitales y la eliminación de intermediarios tradicionales. Gracias a blockchain, los usuarios pueden verificar el historial de propiedad y autenticidad de los activos digitales registrados dentro de estas plataformas.

Uno de los ejemplos más representativos corresponde a OpenSea, plataforma especializada en la compra, venta y exploración de NFT. Según elEconomista.es (2021), OpenSea alcanzó un importante crecimiento dentro del ecosistema blockchain, consolidándose como uno de los marketplaces más relevantes para la circulación de activos digitales y coleccionables virtuales.

Asimismo, los marketplaces descentralizados han generado nuevas oportunidades para artistas, diseñadores, marcas y creadores digitales, permitiendo monetizar contenidos virtuales y construir comunidades alrededor de experiencias digitales inmersivas. En el caso de las industrias creativas y de la moda digital, estas plataformas facilitan procesos de comercialización basados en exclusividad, autenticidad y participación comunitaria.

En consecuencia, los marketplaces descentralizados representan uno de los principales motores de la economía digital contemporánea, promoviendo nuevas formas de intercambio, propiedad y monetización dentro de los ecosistemas virtuales asociados al metaverso y la Web3.

Propiedad intelectual en el metaverso

El crecimiento del metaverso y de los ecosistemas digitales inmersivos ha generado nuevos desafíos relacionados con la protección de la propiedad intelectual, especialmente frente a la circulación de activos virtuales, contenidos digitales y procesos de comercialización descentralizada. En estos entornos virtuales, conceptos como autoría, autenticidad y propiedad adquieren nuevas dimensiones debido a la interacción entre tecnologías blockchain, NFT y plataformas digitales interconectadas.

De acuerdo con Castro Acuña (2023), uno de los principales retos consiste en garantizar mecanismos de protección para marcas, obras digitales y activos virtuales dentro de escenarios donde las dinámicas de intercambio superan las fronteras físicas y territoriales tradicionales.

Asimismo, el artículo señala que la protección de activos digitales requiere considerar aspectos relacionados con licencias de uso, monitoreo de marcas, autenticidad de contenidos y derechos asociados a procesos de comercialización dentro de Internet y plataformas inmersivas. Estas dinámicas resultan fundamentales para empresas y creadores que buscan posicionar productos y servicios dentro del metaverso.

Los NFT han desempeñado un papel relevante en este contexto debido a que permiten autenticar activos digitales mediante registros

únicos e inmutables sustentados en blockchain. Según Ogilvy Consulting (2022), estos mecanismos facilitan procesos de certificación y trazabilidad de contenidos digitales dentro de los ecosistemas descentralizados.

Sin embargo, la expansión del metaverso también plantea interrogantes relacionados con jurisdicción, regulación internacional y alcance legal de los derechos de propiedad intelectual en espacios virtuales globalizados. Castro Acuña (2023) menciona que en Colombia uno de los caminos para fortalecer esta protección corresponde a mecanismos desarrollados por la Superintendencia de Industria y Comercio, aunque el marco normativo aún se encuentra en proceso de adaptación frente a estas nuevas dinámicas digitales.

En consecuencia, la propiedad intelectual en el metaverso se consolida como un campo de análisis en constante evolución, donde convergen aspectos tecnológicos, jurídicos y económicos relacionados con la autenticidad, circulación y monetización de activos digitales dentro de los nuevos ecosistemas virtuales.

Conclusiones

El desarrollo del metaverso y de las tecnologías asociadas a la Web3 ha transformado significativamente las dinámicas de interacción, comercialización y construcción de experiencias digitales dentro de los ecosistemas contemporáneos. Tecnologías como blockchain, criptomonedas, NFT y marketplaces descentralizados han permitido la consolidación de nuevos modelos de monetización sustentados en la propiedad digital, la descentralización y la interoperabilidad de activos virtuales.

El análisis realizado evidencia que el metaverso representa un escenario de innovación



tecnológica con impacto creciente en sectores como la moda, el entretenimiento, la publicidad y las industrias creativas. De acuerdo con Wonderman-Thompson (2021) y McKinsey & Company (2023), estos entornos virtuales favorecen nuevas formas de interacción entre marcas y consumidores, permitiendo la construcción de comunidades digitales y experiencias inmersivas orientadas a la participación activa de los usuarios.

Asimismo, la implementación de tecnologías blockchain y sistemas descentralizados ha generado nuevas posibilidades para la autenticación, comercialización y circulación de activos digitales dentro del metaverso. Los NFT y las criptomonedas se consolidan como herramientas fundamentales para el desarrollo de economías virtuales basadas en transparencia, exclusividad y propiedad digital.

Sin embargo, el crecimiento de estos ecosistemas también plantea desafíos relacionados con regulación, privacidad, propiedad intelectual y accesibilidad tecnológica. La rápida evolución de los entornos digitales exige el fortalecimiento de marcos normativos y estra-

Figura 2 (2024). Representación creativa de la inmersión en el metaverso. [Ilustración Gráfica]. Bogotá. Fuente: NanoBanana, Gemini.

tegias de adaptación que permitan garantizar procesos más seguros y sostenibles dentro de las economías virtuales contemporáneas.

Finalmente, el metaverso y los modelos de monetización digital asociados a la Web3 representan una transformación significativa en la manera en que las personas interactúan, consumen contenido y generan valor dentro de los ecosistemas digitales. Su evolución continuará redefiniendo las dinámicas económicas y culturales de los entornos virtuales durante los próximos años.

Bibliografía

- Acuña Castro, J. (2023). Modelo Digital Health-tech. *HisPaDis: Historia, Patrimonio y Diseño*, 1(2). <https://doi.org/10.59989/hispadis.v1i02.70>
- Ball, M. (2022). *The metaverse: And how it will revolutionize everything*. Liveright Publishing.
- CB Insights. (2022, diciembre 14). *Qué están haciendo L'Oréal, Nike y LVMH en Web3*. CB

Insights.

Comscore. (2022). *Escucha social sobre el metaverso en Latinoamérica*. Comscore.

Castronova, E. (2005). *Synthetic worlds: The business and culture of online games*. University of Chicago Press.

elEconomista.es. (2021, diciembre 12). OpenSea, el marketplace de NFT que aspira a ser el Amazon del sector. *elEconomista.es*.

Jiménez, M. E. (2022). Davivienda, primer banco en incursionar en metaverso. *Caracol Radio*.

Lee, L.-H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., Kumar, A., Bermejo, C., & Hui, P. (2021). All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda. *Journal of Latex Class Files*, 14(8), 1–66.

McKinsey & Company. (2023). *The state of fashion 2023*. McKinsey & Company.

Mystakidis, S. (2022). Metaverse. *Encyclopedia*, 2(1), 486–497. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia2010031>

Ogilvy Consulting. (2022). *Brands, blockchains & the creation of value*. Ogilvy Consulting.

Park, S.-M., & Kim, Y.-G. (2022). A metaverse: Taxonomy, components, applications, and open challenges. *IEEE Access*, 10, 4209–4251. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3140175>

Shannon, J. (2022). *NFTs for dummies*. Wiley.

Stephenson, N. (1992). *Snow crash*. Bantam Books.

Vega, C. (2023, febrero 24). *Entrevista virtual a Carlos Vega acerca de innovación digital* (S. Patarroyo, entrevistador).

Wang, Y., Su, Z., Zhang, N., Xing, R., Liu, D., Luan, T. H., & Shen, X. (2022). A survey on metaverse: Fundamentals, security, and privacy. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 25(1), 319–352. <https://doi.org/10.1109/COMST.2022.3202047>

Wunderman Thompson. (2021). *New realities: Into the metaverse and beyond*. Wunderman Thompson Intelligence.

Cómo citar este artículo:

Patarroyo Martínez, S. (2024). Metaverso y modelos de monetización digital: aproximaciones conceptuales al entorno virtual contemporáneo. *HisPaDis*, 3(01), 30-40. <https://hispadis.poetophiaandscience-corp.com/index.php/hispadis/article/view/108>

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.108>

HISPADIS

2024-01

Estrategias extracurriculares y formación en emprendimiento en estudiantes de fotografía: estudio de caso en LCI Fundación Tecnológica

Extracurricular strategies and entrepreneurship training in photography students: a case study at LCI Fundación Tecnológica

Ana C. González

ana.gonzalezruiz@lci.edu.co

Ana M. Valenzuela

ana.valenzuela@lci.edu.co

Programa de Tecnología en Fotografía e Imagen Digital

Programa de Tecnología en Producción Fotográfica

LCI Fundación Tecnológica, Colombia

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.106>

Fecha de envío: marzo 30 de 2024

Fecha de aceptación: junio 15 de 2024

Páginas: 42-50

Resumen

El presente artículo analiza las estrategias extracurriculares orientadas al fortalecimiento de la formación en emprendimiento dentro del Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica. La investigación aborda la importancia de complementar los procesos académicos mediante actividades orientadas al desarrollo de habilidades creativas, capacidades de gestión y competencias emprendedoras aplicadas a las industrias culturales y creativas. A partir de un enfoque cualitativo y de estudio de caso, se identifican dinámicas formativas relacionadas con talleres, actividades colaborativas, proyectos de creación y espacios de articulación con el sector profesional. Los resultados evidencian que las estrategias extracurriculares favorecen el fortalecimiento de competencias asociadas al emprendimiento, la innovación y la proyección profesional de los estudiantes dentro del campo de la fotografía y la economía creativa.

Palabras clave:

Emprendimiento; fotografía; estrategias extracurriculares; industrias creativas; formación profesional.

Abstract

This article analyzes extracurricular strategies aimed at strengthening entrepreneurship training within the Photography Program at LCI Fundación Tecnológica. The research addresses the importance of complementing academic processes through activities focused on the development of creative skills, management capacities, and entrepreneurial competencies applied to the cultural and creative industries. Using a qualitative and case study approach, the study identifies educational dynamics related to workshops, collaborative activities, creative projects, and articulation spaces with the professional sector. The results show that extracurricular strategies contribute to strengthening competencies associated with entrepreneurship, innovation, and professional development within the fields of photography and the creative economy.

Key words:

Entrepreneurship; photography; extracurricular strategies; creative industries; professional training.



Imagen decorativa (2026). Representación creativa de estudiantes de fotografía. [Ilustración Gráfica]. Fuente: Chat Gpt Go.

Introducción

La formación en emprendimiento se ha convertido en un componente fundamental dentro de los procesos educativos asociados a las industrias creativas y culturales. Según Moya y Santana (2016), el emprendimiento corresponde a una capacidad orientada a la generación de iniciativas, proyectos y procesos de innovación aplicables a distintos contextos sociales y económicos.

En programas académicos relacionados con fotografía, diseño y producción visual, resulta necesario fortalecer competencias que permitan a los estudiantes desarrollar capacidades de gestión, innovación y proyección profesional dentro de contextos laborales altamente dinámicos y competitivos. En este sentido, la economía naranja ha promovido el reconocimiento de las industrias creativas como escenarios estratégicos para el desarrollo económico y cultural contemporáneo (Ministerio de Cultura, s.f.).

Las estrategias extracurriculares representan una alternativa pedagógica orientada a complementar la formación académica mediante experiencias prácticas, espacios colaborativos y dinámicas de interacción con el sector creativo y empresarial. Actividades como talleres, proyectos de creación, encuentros profesionales y ejercicios de articulación institucional favorecen el fortalecimiento de habilidades relacionadas con liderazgo, creatividad y emprendimiento.

De acuerdo con la Real Academia Española (RAE, 2020), emprender implica iniciar acciones o proyectos que requieren esfuerzo, innovación y capacidad de gestión. En este contexto, la formación emprendedora dentro de programas creativos debe orientarse no solo al desarrollo técnico, sino también al fortalecimiento de competencias estratégicas y capaci-

dades de adaptación frente a las dinámicas de los mercados culturales y digitales.

El Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica ha desarrollado diferentes estrategias orientadas al fortalecimiento de la línea de emprendimiento como parte de la formación integral de sus estudiantes. Estas iniciativas buscan promover procesos de innovación, creación de proyectos y apropiación de herramientas aplicables a los contextos contemporáneos de la economía creativa y cultural.

El presente artículo analiza las estrategias extracurriculares implementadas dentro del programa, identificando sus aportes en la formación emprendedora de los estudiantes y su incidencia en el fortalecimiento de competencias profesionales relacionadas con el campo de la fotografía y las industrias creativas.

Emprendimiento y formación en industrias creativas

El emprendimiento dentro de las industrias creativas se relaciona con la capacidad de generar proyectos innovadores a partir de procesos artísticos, culturales y comunicativos. En áreas como fotografía, diseño y producción audiovisual, el fortalecimiento de competencias emprendedoras resulta fundamental para facilitar la inserción laboral y el desarrollo de iniciativas sostenibles dentro de los mercados creativos contemporáneos.

Según Moya y Santana (2016), el emprendimiento no debe entenderse únicamente como la creación de empresas, sino también como la capacidad de identificar oportunidades, gestionar recursos y desarrollar propuestas innovadoras orientadas a la transformación social y económica.

En el contexto de la economía naranja, las industrias culturales y creativas han adquirido

un papel estratégico dentro de los procesos de desarrollo económico y generación de valor simbólico. El Ministerio de Cultura de Colombia señala que estas actividades integran creatividad, conocimiento y propiedad intelectual como elementos fundamentales para la producción de bienes y servicios culturales.

La formación académica en programas relacionados con fotografía y producción visual requiere integrar herramientas orientadas a la gestión de proyectos, construcción de marca personal, circulación de contenidos y apropiación de tecnologías digitales. Estas competencias permiten a los estudiantes fortalecer procesos de innovación y adaptación frente a las transformaciones del mercado creativo y cultural.

Asimismo, las dinámicas contemporáneas de emprendimiento creativo demandan capacidades relacionadas con trabajo colaborativo, liderazgo, pensamiento estratégico y apropiación de herramientas digitales para la promoción y comercialización de productos visuales. En este sentido, la formación emprendedora contribuye al fortalecimiento integral de los estudiantes y amplía sus posibilidades de participación dentro de la economía creativa contemporánea.

Estrategias extracurriculares en la formación profesional

Las estrategias extracurriculares constituyen herramientas pedagógicas orientadas a complementar los procesos académicos mediante experiencias de aprendizaje desarrolladas fuera de los espacios curriculares tradicionales. Estas actividades permiten fortalecer competencias profesionales, habilidades sociales y capacidades de innovación a través de dinámicas prácticas y colaborativas.

En programas relacionados con industrias creativas y producción visual, las estrategias extracurriculares favorecen procesos de articulación entre formación académica y contextos profesionales, permitiendo a los estudiantes participar en talleres, exposiciones, proyectos de creación, eventos culturales y espacios de interacción con el sector productivo.

De acuerdo con el artículo, las actividades extracurriculares implementadas dentro del Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica buscan fortalecer competencias relacionadas con emprendimiento, liderazgo y construcción de proyectos creativos, promoviendo escenarios de participación activa y apropiación de experiencias profesionales.

Asimismo, este tipo de estrategias contribuye al desarrollo de habilidades asociadas al trabajo en equipo, la comunicación y la resolución de problemas dentro de contextos creativos. Según Moya y Santana (2016), las experiencias formativas orientadas al emprendimiento deben propiciar procesos de innovación y construcción de capacidades aplicables a escenarios reales de interacción profesional.

Las dinámicas extracurriculares también permiten fortalecer la relación entre estudiantes, docentes y sector creativo, favoreciendo espacios de intercambio de conocimientos y construcción de redes colaborativas. En este sentido, la participación en proyectos y actividades complementarias amplía las posibilidades de proyección laboral y apropiación de herramientas aplicables a las industrias culturales contemporáneas.

En consecuencia, las estrategias extracurriculares representan un componente relevante dentro de la formación profesional en fotografía y producción visual, permitiendo integrar experiencias prácticas y competencias emprendedoras orientadas al fortalecimiento de perfiles creativos y profesionales dentro de

la economía cultural y digital.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque cualitativo orientado al análisis de las estrategias extracurriculares implementadas dentro de la línea de emprendimiento del Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica. El estudio buscó identificar las dinámicas formativas y los aportes de estas actividades en el fortalecimiento de competencias emprendedoras y profesionales en los estudiantes.

La metodología utilizada se fundamentó en el estudio de caso, permitiendo analizar experiencias específicas relacionadas con talleres, actividades colaborativas, proyectos de creación y espacios de articulación con el sector creativo y cultural. Este enfoque facilitó la comprensión de los procesos formativos desarrollados dentro del programa y su relación con las dinámicas contemporáneas de la economía creativa.

Para la recolección de información se emplearon técnicas de observación, revisión documental y análisis de experiencias académicas vinculadas a la línea de emprendimiento. Asimismo, se consideraron procesos de participación estudiantil y dinámicas institucionales orientadas al fortalecimiento de competencias relacionadas con innovación, liderazgo y gestión de proyectos creativos.

De acuerdo con los planteamientos sobre emprendimiento expuestos por Moya y Santana (2016), el análisis se orientó hacia la identificación de capacidades asociadas a iniciativa, creatividad y desarrollo de propuestas aplicables a contextos profesionales y culturales.

El estudio también consideró la relación entre las estrategias extracurriculares y los lineamientos de la economía naranja promo-

vidos en Colombia, entendiendo las industrias creativas como escenarios de articulación entre conocimiento, cultura e innovación.

Los resultados obtenidos fueron analizados de manera interpretativa, permitiendo identificar los principales aportes de las estrategias extracurriculares en la formación emprendedora y profesional de los estudiantes del Programa de Fotografía.

Resultados y análisis

A partir de las técnicas aplicadas para la recolección de información se identificaron diferentes dinámicas relacionadas con emprendimiento y proyección profesional de los egresados del Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica en las sedes de Bogotá y Barranquilla.

De la comunidad de egresados de los programas analizados, un total de diecinueve (19) personas respondieron el cuestionario aplicado, de las cuales tres (3) pertenecían al programa de Fotografía e Imagen Digital en Barranquilla, catorce (14) al programa de Fotografía e Imagen Digital en Bogotá y dos (2) al programa de Producción Fotográfica en Bogotá. Estos datos corresponden al 17% del total de egresados de los últimos cinco años. En la sede Barranquilla respondió el 33,3% de los egresados y en Bogotá el 16%.

En relación con la situación laboral de los egresados, los resultados evidencian que el 57,89% trabaja de manera independiente, el 15,79% se desempeña como empleado, otro 15,79% desarrolla actividades como emprendedor y el 10,53% no contaba con empleo al momento de la encuesta. Los datos indican además que todos los participantes encontraron oportunidades laborales en las ciudades donde realizaron sus estudios, principalmente Bogotá y Barranquilla.

Asimismo, el estudio permitió identificar interés por parte de los egresados en desarrollar emprendimientos relacionados con fotografía e industrias creativas. El 47,37% de los encuestados afirmó trabajar en su propia empresa, mientras que el 26,32% desarrolla actividades relacionadas con fotografía, edición, gestión cultural, fotografía de moda y fotografía social, aunque algunos reconocen no vivir completamente de estas actividades. Otro 26,32% indicó no trabajar actualmente en áreas asociadas al emprendimiento creativo.

A la pregunta sobre si habían desarrollado alguna idea de negocio relacionada con fotografía e industrias creativas, el 47,37% respondió afirmativamente, el 31,58% indicó no haberlo intentado y el 21,05% manifestó haberlo intentado sin lograr consolidarlo.

Respecto al aporte institucional en la formación emprendedora, el 31,58% de los encuestados consideró suficientes las herramientas brindadas por la institución, mientras que el 21,05% afirmó que estas fueron parcialmente suficientes y el 47,33% expresó una valoración negativa frente a este aspecto. Además, el 36,84% reconoció una incidencia positiva de la institución en su inserción laboral dentro de la industria fotográfica, el 42,11% consideró que esta incidencia fue parcial y el 21,05% manifestó no haber recibido un impacto significativo en este sentido.

Los egresados resaltaron la necesidad de fortalecer contenidos relacionados con creación de empresas, administración, relaciones públicas, manejo de clientes y comercialización de productos creativos. Asimismo, el 33% destacó la pertinencia de algunos proyectos académicos desarrollados durante el proceso formativo, especialmente en áreas relacionadas con fotografía de moda, retrato y fotografía documental.

Por otra parte, durante la investigación se identificaron veintinueve (29) empre-

dimientos formalizados y registrados ante Cámara de Comercio desarrollados por estudiantes y egresados de LCI Fundación Tecnológica. De estos casos, veinte (20) correspondían a programas de Diseño y Patronaje de Modas y Moda e Indumentaria; tres (3) al programa Técnico Profesional en Maquillaje Artístico; dos (2) a Gastronomía; dos (2) a Interiorismo Sostenible; uno (1) a Panadería y Pastelería; uno (1) a Gestión de Industrias Creativas; y uno (1) al programa de Fotografía e Imagen Digital.

Adicionalmente, el estudio permitió reconocer iniciativas institucionales orientadas al fortalecimiento del emprendimiento, como el Consultorio de Emprendimiento de LCI (CELCI) y el concurso de Emprendimiento Innovativo desarrollado junto a entidades nacionales e internacionales. Estas estrategias buscaron brindar acompañamiento, fortalecimiento y formalización a proyectos desarrollados por estudiantes y egresados.

Conclusiones

La investigación permitió identificar la importancia de fortalecer las estrategias extracurriculares orientadas al emprendimiento dentro del Programa de Fotografía de LCI Fundación Tecnológica, especialmente mediante actividades prácticas, procesos de acompañamiento y articulación con el sector creativo y empresarial. Los resultados evidencian que muchos estudiantes y egresados desarrollan iniciativas relacionadas con fotografía e industrias creativas, aunque gran parte de estos proyectos no alcanzan procesos de formalización empresarial.

El estudio demostró que la mayoría de los egresados encuestados se desempeña laboralmente de manera independiente dentro de áreas relacionadas con fotografía, producción visual y economía creativa, evidenciando

la necesidad de fortalecer competencias asociadas a administración, gestión empresarial, relaciones públicas y comercialización de servicios creativos.

Asimismo, la investigación permitió reconocer el valor de las estrategias institucionales orientadas al fortalecimiento del emprendimiento, como el Consultorio de Emprendimiento de LCI (CELCI) y los concursos de innovación y emprendimiento desarrollados en articulación con entidades nacionales e internacionales. Estas iniciativas contribuyen al acompañamiento y fortalecimiento de proyectos desarrollados por estudiantes y egresados, aunque algunos participantes manifestaron desconocimiento sobre la existencia de ciertos programas institucionales.

De igual manera, el análisis evidenció la necesidad de consolidar estrategias pedagógicas orientadas a la formalización de emprendimientos creativos, permitiendo que los estudiantes comprendan la importancia del registro mercantil, la legalización de proyectos y el acceso a beneficios relacionados con las políticas públicas de emprendimiento y economía naranja en Colombia.

La investigación también permitió reconocer la incidencia de factores públicos y normativos como la Ley 1014 de 2006, la Ley 1780 de 2016 y la Ley 1834 de 2017, las cuales promueven el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento y el desarrollo de industrias creativas y culturales en el país.

Finalmente, las estrategias extracurriculares se consolidan como herramientas relevantes para fortalecer la formación integral de los estudiantes de fotografía, favoreciendo procesos de innovación, creación de redes colaborativas y desarrollo de competencias aplicables a los contextos contemporáneos de la economía creativa y cultural.

Referencias

Alarcón, L. (2014). *Diagnóstico de competencias y motivación laboral de los trabajadores de mampostería en obras mayores a 1000 m² en la ciudad de Bogotá* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].

Argüelles Pabón, D. C. (2011). A model for the formation of human talent in the XXI century organization. *Revista EAN*, (71), 148–161. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-81602011000200010

Bilanakos, C., Heywood, J. S., Sessions, J., & Theodoropoulos, N. (2018). Does demand for product quality increase worker training? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 155, 159–177. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.08.018>

Botero Botero, L. F. (2002). *Análisis de rendimientos y consumos de mano de obra en la construcción*.

CAFASUR. (2020). *Aportes parafiscales*.

CAMACOL & McKinsey & Company. (2017). *Una apuesta en construcción: Mayor productividad, menores riesgos*.

CAMACOL-SENA. (2015). *Proyecto de investigación del sector de la construcción de edificaciones en Colombia*.

Campos, M. (2020). *La supervisión técnica en proyectos de construcción de edificaciones según normativa sismo resistente colombiana* [Trabajo de especialización, Fundación Universidad de América].

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.

Escallón, A. E. (2016). Las empresas y el desarrollo de capital humano. *La Silla Vacía*. <https://lasillavacia.com/silla-llena/red-de-la-educaci-n/historia/las-empresas-y-el-desarrollo-de-capital-humano-55577>

Espinosa-Garza, G., Loera-Hernández, I., & Antonyan, N. (2017). Increase of productivi-

ty through the study of work activities in the construction sector. *Procedia Manufacturing*, 13, 1003–1010. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.100>

Gerencie.com. (2020). *Contrato de trabajo verbal*. <https://www.gerencie.com>

González, J., & Moreno, C. (2016). *Relación de rendimiento de mano de obra entre la Hacienda Peñalisa y proyectos de grado de la Universidad Piloto de Colombia* [Tesis de pregrado, Universidad Piloto de Colombia].

González, M. V., & P. Edésio, A. (2009). *Capacitación en obra para obtener la polivalencia de los operarios y verificación de sus efectos en la construcción civil*.

Guzmán Cañón, J. A. (2019). *Planteamiento de alternativas para la reutilización del drywall como residuo de construcción y demolición (RCD) en Colombia* [Tesis de grado, Universidad de La Salle].

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.

Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14.ª ed.). McGraw-Hill.

Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*.

Kumar, R. (2011). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners* (3rd ed.). Sage Publications.

ManpowerGroup. (2013). *El resurgimiento de la escasez de talento*.

Melo, J., Ortega, J., Pinzón, J., & Romero, L. (2015). *Estudio y análisis de los factores que generan reclamaciones de posventa en la construcción de vivienda multifamiliar* [Trabajo de especialización, Universidad Santo Tomás].

Moreno, J., Robayo, L., & Castro, J. (2014). *Productividad, eficiencia y sus factores explicativos en el sector de la construcción en Colombia*.

Padilla Rivera, D. (2012). *Diseño de un programa de capacitación para trabajadores no calificados en la industria de la construcción* [Tesis de grado, Universidad Católica de Ecuador].

Perdomo, C., & Mendoza, E. (2019). *Proyecto de capacitación para personal de obra* [Trabajo de grado, Universidad Piloto de Colombia].

Pérez, C., Pinilla, J., Herrera, J., Jaramillo, J., Cortés, M., & Ibáñez, M. (2017). *Evaluación proyecto de inversión Multiobras Sistema Dry-wall LTDA* [Trabajo de especialización, Universidad Piloto de Colombia].

Prieto, M. (2015). *Evaluación de riesgos en el sector de la construcción: Un estudio integral de una empresa* [Trabajo de maestría, Universidad Miguel Hernández].

Reason, J. (2003). Human error: Models and management. *BMJ*, 320(7237), 768–770.

Saavedra, J. E., & Medina, C. (2012). *Formación para el trabajo en Colombia*.

Sánchez, R. A. S. (2014). *Formación para el trabajo*. Universidad Militar Nueva Granada.

SENA. (2019). *Plan institucional de capacitación*.

Shehata, M. E., & El-Gohary, K. M. (2011). Towards improving construction labor productivity and projects' performance. *Alexandria Engineering Journal*, 50(4), 321–330. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2012.02.001>

Sierra, J. A. B. (2009). *Análisis organizacional de la dinámica interna de las empresas constructoras destacadas del eje cafetero* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].

Snyman, T., & Smallwood, J. (2017). Improving productivity in the business of construction. *Procedia Engineering*, 182, 651–657. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.175>

Soto, D. (2014). *Plan de gestión de calidad*

de la construcción de muro de drywall. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Taboada, J., Alcántara, V., Lovera, D., Santos, R., & Diego, J. (2011). Detección de interferencias e incompatibilidades en el diseño de proyectos de edificaciones usando tecnologías BIM.

USG. (2000). *The gypsum construction handbook* (Edición en español).

Valenzuela, G. F. L. (2017). *Desempeño laboral en el cumplimiento de objetivos de los responsables técnicos en las obras públicas de la Provincia de Huaraz* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].

Vanguardia. (2016). Construcción industrializada va a paso lento en Colombia. *Vanguardia*.

Villarreal Larrinaga, O., & Landeta Rodríguez, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 31–52. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60033-1](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60033-1)

Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed., Vol. 5). Sage Publications.

Cómo citar este artículo:

González, A. C. ., & Valenzuela, A. M. . (2024). Estrategias extracurriculares y formación en emprendimiento en estudiantes de fotografía: estudio de caso en LCI Fundación Tecnológica. *HisPaDis*, 3(01), 42-50. <https://hispadis.poetophiaandsciencecorp.com/index.php/hispadis/article/view/106>

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.106>

HISPADIS

2024-01

Estrategias de supervisión in situ para la instalación y verificación de materiales de acabados en diseño interior

In situ supervision strategies for the installation and verification of finishing materials in interior design

Katherin Johana Hernández Zúñiga

Magister en Construcción

Corporación Universitaria Taller 5

Correo:

katherin.hernandez@taller5.edu.co

katha.hernandez90@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.140>

Fecha de envío: marzo 30 de 2024

Fecha de aceptación: junio 15 de 2024

Páginas: 52-60

Resumen:

El presente artículo analiza la importancia de la supervisión técnica y el seguimiento in situ en los procesos de instalación y verificación de materiales para acabados en proyectos de diseño interior. La investigación aborda estrategias orientadas al control de calidad, la coordinación de procesos constructivos y la prevención de errores durante la ejecución de obras, considerando aspectos relacionados con planificación, administración y supervisión técnica. A partir de una revisión metodológica y del análisis de casos aplicados al sector de la construcción, se identifican procedimientos que permiten optimizar la instalación de materiales y mejorar los procesos de control dentro de proyectos de diseño interior. Los resultados evidencian la necesidad de fortalecer mecanismos de seguimiento técnico que garanticen eficiencia, calidad y cumplimiento en la ejecución de acabados constructivos.

Palabras clave:

Diseño interior; supervisión técnica; acabados; control de calidad; construcción

Abstract

This article analyzes the importance of technical supervision and in situ monitoring in the installation and verification processes of finishing materials in interior design projects. The research addresses strategies aimed at quality control, coordination of construction processes, and prevention of errors during project execution, considering aspects related to planning, administration, and technical supervision. Based on a methodological review and the analysis of case studies applied to the construction sector, the study identifies procedures that optimize material installation and improve control processes in interior design projects. The results demonstrate the need to strengthen technical monitoring mechanisms that ensure efficiency, quality, and compliance in the execution of construction finishes.

Key Words:

Interior design; technical supervision; finishes; quality control; construction.

Imagen decorativa página completa (2026). Representación creativa de estudio de diseño interior [Ilustración Gráfica]. Fuente: Chat Gpt Go



Introducción

La supervisión técnica y el seguimiento in situ constituyen procesos fundamentales dentro de la ejecución de proyectos de diseño interior y construcción, especialmente en las etapas relacionadas con instalación y verificación de materiales para acabados. La correcta implementación de estos procedimientos permite optimizar recursos, garantizar estándares de calidad y prevenir errores que puedan afectar el desempeño funcional y estético de los espacios intervenidos.

En el sector de la construcción, los procesos de supervisión requieren mecanismos de planeación, organización y control que permitan coordinar adecuadamente las diferentes actividades desarrolladas durante la ejecución de obra. Según Koontz, Weihrich y Cannice (2012), las funciones administrativas relacionadas con planeación, organización, dirección y control resultan fundamentales para el cumplimiento eficiente de los objetivos dentro de las organizaciones y proyectos constructivos.

Asimismo, la supervisión de materiales para acabados exige conocimientos técnicos relacionados con especificaciones constructivas, instalación de materiales y coordinación interdisciplinaria entre diseño y ejecución. En este sentido, Cruz, Peña y Velandia (2018) destacan la importancia de establecer metodologías de coordinación y seguimiento que permitan optimizar los procesos constructivos y reducir interferencias durante el desarrollo de proyectos de edificación.

La calidad en los procesos de instalación también depende de la adecuada gestión del recurso humano y del fortalecimiento de habilidades técnicas dentro de los equipos de trabajo. Koontz (2012) señala que las habilidades técnicas desempeñan un papel relevante en todos los niveles administrativos y opera-

tivos, permitiendo mejorar los procesos de control y supervisión dentro de las organizaciones.

El presente artículo analiza estrategias de seguimiento in situ orientadas a la supervisión y verificación de materiales para acabados en diseño interior, identificando procedimientos y herramientas aplicables al control técnico de proyectos constructivos. A partir de una revisión conceptual y metodológica, se busca reconocer la importancia del seguimiento técnico como mecanismo para fortalecer la calidad, eficiencia y coordinación dentro de los procesos de ejecución de obra.

Supervisión técnica y control de calidad en diseño interior

La supervisión técnica constituye un proceso fundamental dentro de los proyectos de diseño interior y construcción, debido a que permite verificar el cumplimiento de especificaciones, controlar la calidad de los materiales y garantizar la correcta ejecución de las actividades desarrolladas en obra. Estos procesos resultan especialmente relevantes en las etapas relacionadas con acabados constructivos, donde la precisión en la instalación influye directamente en la funcionalidad, durabilidad y percepción estética de los espacios intervenidos.

Según Koontz, Weihrich y Cannice (2012), las funciones administrativas relacionadas con control y dirección permiten supervisar el desarrollo de actividades operativas y verificar el cumplimiento de objetivos dentro de las organizaciones. En el contexto de la construcción, estos mecanismos de control permiten identificar errores, optimizar recursos y mejorar los procesos de coordinación entre los diferentes actores involucrados en la ejecución de obra.

Asimismo, la supervisión técnica en diseño interior requiere procesos de seguimiento permanente sobre materiales, métodos de instalación y condiciones de ejecución. Manuales técnicos y fichas de instalación de materiales especializados, como los sistemas drywall y superboard, establecen procedimientos específicos para garantizar un desempeño adecuado y evitar fallas relacionadas con humedad, nivelación o incompatibilidades constructivas.

Por otra parte, Cruz, Peña y Velandia (2018) señalan la importancia de implementar metodologías de coordinación transversal en proyectos constructivos, permitiendo detectar interferencias e incompatibilidades entre procesos técnicos antes y durante la ejecución de obra. Estas estrategias contribuyen al fortalecimiento del control de calidad y reducen riesgos asociados a errores de instalación o fallas en acabados.

La supervisión técnica también implica procesos de comunicación y articulación entre diseñadores, contratistas, supervisores y operarios, favoreciendo la toma de decisiones oportunas durante el desarrollo de los proyectos. En este sentido, el seguimiento in situ se consolida como una herramienta esencial para verificar el comportamiento de los materiales y garantizar el cumplimiento de estándares técnicos y estéticos dentro del diseño interior contemporáneo.

Estrategias de seguimiento in situ

El seguimiento in situ corresponde al conjunto de procedimientos de observación, control y verificación desarrollados directamente en el lugar de ejecución de la obra, permitiendo supervisar el cumplimiento de especificaciones técnicas y la correcta instalación de materiales durante las diferentes etapas constructivas. Estas estrategias facilitan la detección temprana de errores, incompati-

bilidades y deficiencias que pueden afectar la calidad final del proyecto.

Dentro de los procesos de diseño interior, el seguimiento in situ resulta especialmente importante en la instalación de materiales para acabados debido a que estos elementos requieren precisión técnica, coordinación interdisciplinaria y control permanente sobre factores relacionados con medidas, nivelación, adherencia y comportamiento físico de los materiales.

Según Koontz, Wehrich y Cannice (2012), los procesos de control permiten verificar el cumplimiento de objetivos y evaluar permanentemente el desarrollo de las actividades operativas dentro de las organizaciones. En el contexto constructivo, estas funciones administrativas permiten optimizar tiempos, reducir costos y fortalecer los procesos de supervisión técnica durante la ejecución de obra.

Asimismo, las estrategias de seguimiento in situ requieren herramientas metodológicas orientadas a la coordinación de actividades y verificación técnica de procesos constructivos. Cruz, Peña y Velandia (2018) destacan la importancia de implementar metodologías de coordinación transversal que permitan detectar interferencias e incompatibilidades entre diseños y procesos de ejecución.

Por otra parte, la implementación de tecnologías BIM y sistemas de coordinación digital ha permitido fortalecer los procesos de seguimiento y supervisión dentro del sector de la construcción, facilitando la identificación de errores antes de la ejecución física de los proyectos. Estas herramientas contribuyen al mejoramiento de la planeación y a la optimización de recursos dentro de proyectos de diseño interior y acabados arquitectónicos.

El seguimiento in situ también implica

procesos de inspección relacionados con almacenamiento, manipulación e instalación de materiales especializados, garantizando que estos cumplan las condiciones técnicas establecidas por fabricantes y especificaciones de diseño. En este sentido, la supervisión permanente se consolida como un mecanismo clave para fortalecer la calidad, durabilidad y eficiencia de los procesos constructivos contemporáneos.

Materiales para acabados y verificación técnica

Los materiales para acabados desempeñan un papel fundamental dentro de los proyectos de diseño interior debido a que influyen en aspectos funcionales, estéticos y constructivos de los espacios intervenidos. La correcta selección, instalación y verificación técnica de estos materiales permite garantizar condiciones adecuadas de calidad, durabilidad y desempeño dentro de las diferentes etapas de ejecución de obra.

Dentro de los procesos de supervisión técnica, la verificación de materiales implica revisar especificaciones relacionadas con dimensiones, resistencia, comportamiento físico, compatibilidad constructiva y condiciones de instalación. Estos procedimientos permiten identificar posibles errores antes de que afecten el resultado final del proyecto y facilitan la toma de decisiones correctivas durante el desarrollo de la obra.

De acuerdo con los manuales técnicos de instalación de sistemas superboard y drywall, el control sobre condiciones de almacenamiento, nivelación, humedad y fijación de materiales resulta fundamental para evitar patologías constructivas y garantizar el correcto comportamiento de los acabados en el tiempo.

Asimismo, los procesos de verificación técnica requieren coordinación entre supervisores, diseñadores y personal operativo, permitiendo asegurar que la instalación se realice

conforme a las especificaciones planteadas en los diseños y fichas técnicas correspondientes. En este sentido, la supervisión in situ facilita la identificación de incompatibilidades y errores de ejecución relacionados con acabados arquitectónicos y sistemas constructivos.

Por otra parte, la implementación de estrategias de control de calidad dentro de proyectos de diseño interior permite optimizar recursos y reducir costos asociados a reprocesos o correcciones posteriores. Según Koontz, Wehrich y Cannice (2012), los procesos de control constituyen mecanismos esenciales para verificar el cumplimiento de objetivos y garantizar la eficiencia operativa dentro de las organizaciones y proyectos técnicos.

En consecuencia, la verificación técnica de materiales para acabados se consolida como una actividad indispensable dentro de los procesos contemporáneos de diseño interior y construcción, fortaleciendo la calidad de ejecución y contribuyendo al adecuado desempeño de los espacios arquitectónicos.

Metodología

La investigación se desarrolló desde un enfoque aplicado orientado al análisis de estrategias de seguimiento in situ para la supervisión de materiales de acabados en proyectos de diseño interior. El estudio se fundamentó en la revisión de procesos constructivos, metodologías de coordinación técnica y mecanismos de control de calidad utilizados dentro del sector de la construcción.

La metodología incluyó análisis documental de manuales técnicos, fichas de instalación y referencias bibliográficas relacionadas con administración de proyectos, supervisión técnica y coordinación constructiva. Entre los documentos revisados se encuentran manuales de instalación de sistemas drywall y superboard, así como literatura relacionada con gestión de proyectos y procesos adminis-

trativos aplicados a la construcción.

Asimismo, la investigación consideró referencias metodológicas relacionadas con estudio de caso y análisis de procesos constructivos planteadas por Yin (2003) y Villareal y Landeta Rodríguez (2010), permitiendo estructurar un enfoque orientado a la comprensión de dinámicas de supervisión y control dentro de escenarios reales de ejecución de obra.

El estudio también incorporó revisión de estrategias relacionadas con coordinación de diseños y detección de interferencias mediante tecnologías BIM, tomando como referencia investigaciones desarrolladas por Taboada, Alcántara, Lovera y Santos (2011). Estas herramientas permitieron analizar mecanismos orientados a optimizar procesos de supervisión y reducir incompatibilidades durante la ejecución de acabados constructivos.

Por otra parte, se analizaron procedimientos técnicos relacionados con control de calidad, supervisión de instalación y verificación de materiales aplicados a proyectos de diseño interior y construcción. El enfoque metodológico permitió identificar estrategias orientadas a fortalecer procesos de seguimiento in situ y mejorar la coordinación entre diseño, planeación y ejecución de obra.

Los resultados obtenidos fueron interpretados desde una perspectiva técnica y administrativa, permitiendo reconocer la importancia de la supervisión permanente y de la implementación de mecanismos de control para garantizar eficiencia, calidad y cumplimiento en los procesos de instalación de acabados arquitectónicos.

Resultados y análisis

El análisis realizado permitió identificar que la implementación de estrategias de segui-

miento in situ fortalece significativamente los procesos de supervisión técnica y control de calidad dentro de proyectos de diseño interior y construcción. La verificación permanente de materiales y procedimientos de instalación favorece la detección temprana de errores, incompatibilidades y deficiencias que pueden afectar el desempeño funcional y estético de los acabados arquitectónicos.

Uno de los principales hallazgos corresponde a la importancia de establecer procesos de coordinación entre diseño, planeación y ejecución de obra, permitiendo reducir interferencias y optimizar recursos durante las diferentes etapas constructivas. Cruz, Peña y Velandia (2018) señalan que la coordinación transversal de diseños facilita la identificación de incompatibilidades técnicas y mejora la articulación entre los diferentes actores involucrados en los proyectos constructivos.

Asimismo, la investigación evidenció que el seguimiento técnico permanente permite mejorar el control sobre condiciones relacionadas con nivelación, humedad, fijación y comportamiento físico de los materiales utilizados en acabados interiores. Manuales técnicos de instalación drywall y superboard destacan la necesidad de supervisar adecuadamente estos procesos para evitar patologías constructivas y fallas posteriores en la ejecución de obra.

El estudio también permitió reconocer la importancia de las habilidades administrativas y técnicas dentro de los procesos de supervisión. Según Koontz, Weihrich y Cannice (2012), las funciones relacionadas con planeación, organización, dirección y control son fundamentales para garantizar el cumplimiento eficiente de los objetivos dentro de los proyectos y organizaciones.

Por otra parte, la incorporación de herramientas tecnológicas y metodologías BIM

favorece la optimización de procesos de coordinación y seguimiento constructivo, permitiendo detectar interferencias antes de la ejecución física de los proyectos. Estas herramientas contribuyen a mejorar la calidad de ejecución y fortalecen los mecanismos de control técnico dentro del diseño interior contemporáneo.

Finalmente, el análisis evidencia que la supervisión in situ constituye una estrategia indispensable para garantizar calidad, eficiencia y cumplimiento técnico en proyectos de acabados arquitectónicos, fortaleciendo procesos de control constructivo y mejorando la relación entre diseño, materiales y ejecución de obra.

Conclusiones

La investigación permitió evidenciar la importancia de implementar estrategias de seguimiento in situ dentro de los procesos de supervisión técnica y verificación de materiales para acabados en proyectos de diseño interior. La supervisión permanente favorece el control de calidad, la detección temprana de errores y la optimización de recursos durante la ejecución de obra.

El estudio demostró que la coordinación entre diseño, planeación y ejecución constituye un factor fundamental para reducir interferencias y garantizar el cumplimiento de especificaciones técnicas en los procesos constructivos. De acuerdo con Cruz, Peña y Velandia (2018), la implementación de metodologías de coordinación transversal contribuye al fortalecimiento de los mecanismos de control y seguimiento dentro de proyectos de construcción.

Asimismo, la investigación permitió reconocer la relevancia de los procesos administrativos relacionados con planeación, organización, dirección y control dentro de la supervisión técnica de obra. Según Koontz, Weihrich

y Cannice (2012), estas funciones permiten mejorar la eficiencia operativa y garantizar el cumplimiento de objetivos dentro de las organizaciones y proyectos técnicos.

Por otra parte, la verificación técnica de materiales y sistemas de instalación constituye un componente esencial para garantizar calidad, durabilidad y desempeño adecuado de los acabados arquitectónicos. Los manuales técnicos y fichas de instalación analizados evidencian la necesidad de realizar controles permanentes sobre almacenamiento, manipulación y ejecución de materiales especializados.

La investigación también evidenció el aporte de herramientas tecnológicas y metodologías BIM en los procesos de supervisión contemporánea, permitiendo optimizar la coordinación constructiva y reducir incompatibilidades durante el desarrollo de proyectos de diseño interior.

Finalmente, las estrategias de seguimiento in situ se consolidan como mecanismos fundamentales para fortalecer la calidad y eficiencia dentro de los procesos constructivos, contribuyendo al mejoramiento de la supervisión técnica y al cumplimiento adecuado de los estándares aplicados al diseño interior contemporáneo.

Referencias

- Alarcón, L. (2014). Diagnóstico de competencias y motivación laboral de los trabajadores de mampostería en obras mayores a 1000 m² en la ciudad de Bogotá [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
- Argüelles Pabón, D. C. (2011). A model for the formation of human talent in the XXI century organization. *Revista EAN*, (71), 148–161. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0120-81602011000200010

- Bilanakos, C., Heywood, J. S., Sessions, J., & Theodoropoulos, N. (2018). Does demand for product quality increase worker training? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 155, 159–177. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2018.08.018>
- Botero Botero, L. F. (2002). Análisis de rendimientos y consumos de mano de obra en la construcción.
- CAFASUR. (2020). Aportes parafiscales.
- CAMACOL & McKinsey & Company. (2017). Una apuesta en construcción: Mayor productividad, menores riesgos.
- CAMACOL-SENA. (2015). Proyecto de investigación del sector de la construcción de edificaciones en Colombia.
- Campos, M. (2020). La supervisión técnica en proyectos de construcción de edificaciones según normativa sismo resistente colombiana [Trabajo de especialización, Fundación Universidad de América].
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.
- Escallón, A. E. (2016). Las empresas y el desarrollo de capital humano. La Silla Vacía. <https://lasillavacia.com/silla-llena/red-de-la-educaci-n/historia/las-empresas-y-el-desarrollo-de-capital-humano-55577>
- Espinosa-Garza, G., Loera-Hernández, I., & Antonyan, N. (2017). Increase of productivity through the study of work activities in the construction sector. *Procedia Manufacturing*, 13, 1003–1010. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.100>
- Gerencie.com. (2020). Contrato de trabajo verbal. <https://www.gerencie.com>
- González, J., & Moreno, C. (2016). Relación de rendimiento de mano de obra entre la Hacienda Peñalisa y proyectos de grado de la Universidad Piloto de Colombia [Tesis de pregrado, Universidad Piloto de Colombia].
- González, M. V., & P. Edésio, A. (2009). Capacitación en obra para obtener la polivalencia de los operarios y verificación de sus efectos en la construcción civil.
- Guzmán Cañón, J. A. (2019). Planteamiento de alternativas para la reutilización del drywall como residuo de construcción y demolición (RCD) en Colombia [Tesis de grado, Universidad de La Salle].
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial* (14.ª ed.). McGraw-Hill.
- Koskela, L. (1992). *Application of the new production philosophy to construction*.
- Kumar, R. (2011). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners* (3rd ed.). Sage Publications.
- ManpowerGroup. (2013). El resurgimiento de la escasez de talento.
- Melo, J., Ortega, J., Pinzón, J., & Romero, L. (2015). Estudio y análisis de los factores que generan reclamaciones de posventa en la construcción de vivienda multifamiliar [Trabajo de especialización, Universidad Santo Tomás].
- Moreno, J., Robayo, L., & Castro, J. (2014). Productividad, eficiencia y sus factores explicativos en el sector de la construcción en Colombia.
- Padilla Rivera, D. (2012). Diseño de un programa de capacitación para trabajadores no calificados en la industria de la construcción [Tesis de grado, Universidad Católica de Ecuador].
- Perdomo, C., & Mendoza, E. (2019). Proyecto de capacitación para personal de obra [Trabajo de grado, Universidad Piloto de Colombia].
- Pérez, C., Pinilla, J., Herrera, J., Jaramillo, J., Cortés, M., & Ibáñez, M. (2017). Evaluación proyecto de inversión Multiobras Sistema Drywall LTDA [Trabajo de especialización, Universidad Piloto de Colombia].
- Prieto, M. (2015). Evaluación de riesgos en el sector de la construcción: Un estudio integral de una empresa [Trabajo de maestría, Universidad Miguel Hernández].
- Reason, J. (2003). Human error: Models and management. *BMJ*, 320(7237), 768–770.
- Saavedra, J. E., & Medina, C. (2012). Formación para el trabajo en Colombia.
- Sánchez, R. A. S. (2014). Formación para el trabajo. Universidad Militar Nueva Granada.
- SENA. (2019). Plan institucional de capacitación.
- Shehata, M. E., & El-Gohary, K. M. (2011). Towards improving construction labor productivity and projects' performance. *Alexandria Engineering Journal*, 50(4), 321–330. <https://doi.org/10.1016/j.aej.2012.02.001>
- Sierra, J. A. B. (2009). Análisis organizacional de la dinámica interna de las empresas constructoras destacadas del eje cafetero [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].

- Snyman, T., & Smallwood, J. (2017). Improving productivity in the business of construction. *Procedia Engineering*, 182, 651–657. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.175>
- Soto, D. (2014). Plan de gestión de calidad de la construcción de muro de drywall. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Taboada, J., Alcántara, V., Lovera, D., Santos, R., & Diego, J. (2011). Detección de interferencias e incompatibilidades en el diseño de proyectos de edificaciones usando tecnologías BIM.
- USG. (2000). *The gypsum construction handbook* (Edición en español).
- Valenzuela, G. F. L. (2017). Desempeño laboral en el cumplimiento de objetivos de los responsables técnicos en las obras públicas de la Provincia de Huaraz [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo].
- Vanguardia. (2016). *Construcción industrializada va a paso lento en Colombia*. Vanguardia.
- Villarreal Larrinaga, O., & Landeta Rodríguez, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 31–52. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60033-1](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60033-1)
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed., Vol. 5). Sage Publications.

Cómo citar este artículo:

Hernández Zúñiga, K. J. (2024). Estrategias de supervisión in situ para la instalación y verificación de materiales de acabados en diseño interior. *HisPaDis*, 3(01), 52-60. <https://hispadis.poetophiaandscience-corp.com/index.php/hispadis/article/view/140>

DOI: <https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.140>

HISPADIS

2024-01

HiSPaDis

REVISTA HISPADIS.
HISTORIA, PATRIMONIO, DISEÑO.

HiSPaDis es un espacio académico interdisciplinario que explora las relaciones entre historia, patrimonio y diseño, promoviendo investigaciones originales que integran perspectivas críticas, territoriales y tecnológicas.

Este número profundiza en los desafíos y oportunidades que ofrecen la historia contemporánea y las narrativas digitales en la construcción de conocimiento y memoria colectiva.

Publicación arbitrada de acceso abierto
editada por
Poetophia & Science Corp.



ISSN 2954-5382 (En línea)



[https://hispadis.poetophiaandsciencecorp.com/
index.php/hispadis/issue/view/5](https://hispadis.poetophiaandsciencecorp.com/index.php/hispadis/issue/view/5)



Vol. III • Núm. 01 • Enero – Abril 2024



DOI del número:
<https://doi.org/10.59989/hispadis.v3i01.5>