



TRABAJO DE GRADO
Opción Seminario-Diplomado.

**MODELO DE ARQUITECTURA DIGITAL EN LOS PROCESOS
OPERATIVOS Y COMERCIALES DE LA EMPRESA HELADOS JUNIOR.**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA REMINGTON.

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

PRESENTADO POR:

BENJAMÍN VELLOJIN VELLOJIN
SANDRA MILENA CAMACHO POLO

TUTOR:
JARRISON MOSQUERA RENTERIA

TRABAJO DE SEMINARIO-DIPLOMADO DE GRADO

MONTERIA
2025

DEDICATORIA

Primero, agradezco a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesarias para culminar esta etapa tan importante en mi vida.

Dedico este logro a mi familia, quienes han sido mi pilar incondicional, brindándome su amor, paciencia y apoyo constante a lo largo de este camino.

A mis docentes de la Universidad Uniremington, por los conocimientos brindados y la atención inmediata a mis dudas; en especial al profesor Jarrison Mosquera Rentería, por sus enseñanzas, orientación y motivación durante este proceso.

A mi compañero Benjamín Vellojin Vellojin, quien con sus aportes y colaboración en grupo hizo posible culminar satisfactoriamente este logro.

Y me dedico este trabajo a mí misma, por no rendirme, por confiar en mis capacidades y por haber creído siempre que todo esfuerzo tiene su recompensa.

De: S.C.P.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a la Corporación Universitaria Remington – Seccional Montería, por abrirme las puertas y brindarme una formación académica de calidad, tanto en lo profesional como en lo humano.

A los docentes y personal administrativo, gracias por su compromiso, dedicación y apoyo durante este proceso. Cada enseñanza recibida ha sido una pieza fundamental en mi crecimiento.

A mi tutor, Jarrison Mosquera Rentería, por su guía, acompañamiento y valiosos aportes que enriquecieron este trabajo.

Y finalmente, a todas las personas que, de una u otra manera, aportaron su granito de arena para que este proyecto se hiciera realidad. ¡Gracias!

Tabla de Contenidos

Resumen.....	5
Palabra clave.....	5
Pregunta orientadora de la búsqueda	6
Metodología de búsqueda de la información.....	7
Sustentación teórica de la pregunta.....	8
Conclusiones.....	11
Referencias.....	¡Error! Marcador no definido.2
Anexos	¡Error! Marcador no definido.3

RESUMEN

Este trabajo de investigación tuvo como principal objetivo la propuesta de un modelo de arquitectura digital que permitiera optimizar los procesos a nivel operacional y comercial de la empresa Helados Junior, para fortalecer la trazabilidad, eficiencia y control de su sistema de franquicias. La propuesta se estructuró a partir del análisis efectuado en el levantamiento de la figura del modelo de arquitectura digital que permitió poner en evidencia los componentes clave; así como también las necesidades tecnológicas actuales de la empresa, lo que facilitó establecer los cimientos de la transformación digital. La propuesta se dio en función de un plan de implementación por fases, el cual se dividió en 6 fases: diagnóstico, diseño, selección de herramientas, integración tecnológica, capacitación talento humano y monitoreo con mejora continua. Las distintas fases fueron llevadas a cabo utilizando herramientas, responsables, tiempos y criterios de éxito determinados, lo que facilitó establecer un camino discurrido y progresivo para la transformación digital de la compañía. La investigación se sustentó en conceptos como TOGAF, Zachman y Arquitectura de Empresa, y se tuvieron en cuenta las prescripciones legales actuales en materia de protección de datos y comercio electrónico. Ya en las conclusiones se pone de manifiesto que la arquitectura digital, más que una simple solución tecnológica, es un pilar estratégico para mejorar la toma de decisiones, contribuir a la estandarización del servicio y permitir representar el crecimiento sostenible de la organización en un entorno digitalizado.

Palabras clave: arquitectura digital, franquicias, transformación organizacional, automatización, eficiencia operativa.

1.1 Pregunta problema

¿Cómo puede la implementación de un modelo de arquitectura digital optimizar los procesos operativos y comerciales de la empresa Helados Junior, mejorando la trazabilidad, eficiencia y control en su modelo de franquicia?

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA

Hoy en día, la arquitectura digital ya constituye un elemento estructural en las entidades precisamente de los tiempos modernos, se puede describir como la confluencia de herramientas, plataformas y metodologías que procuran conectar la tecnología de información y comunicación con los procedimientos de negocio. La arquitectura digital es el área de conocimiento que realiza diseños de entornos digitales para generar ambientes coherentes y completos que conecten la infraestructura tecnológica con los objetivos estratégicos de negocio. Se va a caracterizar por su uso que abarca desde automatizaciones hasta la gestión de datos en tiempo real ofreciendo los marcos que se van a restaurar el alineamiento de los sistemas de información dentro de las necesidades dinámicas del mercado (Marruecos, 2024).

En su esencia proporciona el marco estructural para implantar soluciones digitales escalables, seguras y, como no, adaptativas; pronto va tomando las características de la ciberseguridad, interoperabilidades entre sistemas y la experiencia de los usuarios. A partir de modelos como TOGAF o Enterprise Architecture, se vuelve un referencial de la transformación digital en las empresas, optimizando procesos, aumentando la posibilidad de buena toma de decisiones y volviéndose una ventaja competitiva. Así se torna un habilitador fundamental en la consolidación de la innovación digital y la eficiencia operativa robando espacio en determinados sectores económicos (Li et al., 2024).

La arquitectura digital influye notoriamente en las organizaciones. Da la oportunidad de superar la actual forma de trabajar, de la toma de decisiones y de la forma de relacionarse con el entorno. Su implementación posibilita la incorporación de tecnologías emergentes que permiten la aceleración de los procesos internos, la mejora de la gestión de los recursos y el acceso para la provisión de información de relevancia para el desempeño de la acción en tiempo real (Cimadomo et al., 2021). La arquitectura digital

lleva a la innovación continua gracias a la posibilidad de establecer estructuras flexibles, que se adecuan a la velocidad del cambio y van en la línea de satisfacer de forma continua las variaciones del mercado y las expectativas de los clientes. Esta influencia lleva a la mayor eficiencia operativa, la reducción de costes, la mejora de la experiencia del usuario y, en consecuencia, al fortalecimiento de las competencias. La arquitectura digital genera un ecosistema tecnológico como resultado de la unificación de los canales de atención, los canales de ventas o los de análisis, lo que lleva a que la estrategia esté fundamentada en los datos y a que el mismo se alimenta de la automatización y la conectividad. La adopción de la arquitectura digital ya no se considera una ventaja diferencial, sino una condición para poder sobrevivir y evolucionar en los entornos subjetivos actuales, caracterizados como altamente digitalizados y donde hay una exigencia de rapidez, flexibilidad y habilidad (Carpo, 2023).

La empresa Helados Junior se dedica a la producción y a la venta de helados artesanales, teniendo una buena experiencia y reconocimiento de su producto como de su modelo de negocio de franquicias. En estos últimos años se ha ido extendiendo por distintos puntos de la ciudad, manteniendo su propuesta de valor en lo tradicional, en lo natural y en lo artesanal. No obstante, el crecimiento ha puesto de manifiesto las evidentes dificultades para la estandarización y el control de sus procesos internos sobre los que gira la estructura y operación del negocio, sobre todo en materias como inventario y stock, facturación, trazabilidad de productos entre franquicias, etc. De la información obtenida durante el semestre pasado se deduce que existen inconsistencia en los reportes de venta por cada punto de venta que alcanza el 17% y la recuperación del inventario tardan más de 48 horas, lo que ha generado incluso paradas temporales de abastecimiento en ciertas franquicias. Estas cuestiones operativas limitan la capacidad de respuesta, una mala experiencia al cliente y una pérdida de cohesión del modelo de la franquicia.

Por lo tanto, la finalidad de este proyecto es plantear un modelo de arquitectura digital que pueda mejorar los procesos operativos y comerciales de la empresa de Helados Junior, de manera que se logre optimizar la gestión, el control y la toma de decisiones de la empresa en el contexto de su modelo de franquicia; a través de esta propuesta se espera tener un impacto positivo, con la mejora de la eficiencia en la administración del inventario, la unificación de los sistemas de información, la automatización de ciertas tareas repetitivas o bien la garantía de la trazabilidad del producto a tiempo real; como

resultado se espera un importante descenso de los errores operativos, la mejora de la experiencia de cliente de los puntos de venta y, al mismo tiempo, la obtención de consistencia entre los distintos lugares de venta, lo cual venideramente supondrá una mejora de la sostenibilidad del negocio, de la competitividad y de su ordenada expansión en el mercado nacional.

OBJETIVOS

1.2 Objetivo general

Proponer un modelo de arquitectura digital que permita optimizar los procesos operativos y comerciales de la empresa Helados Junior, fortaleciendo la trazabilidad, eficiencia y control en su sistema de franquicias.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar los componentes clave y las necesidades tecnológicas actuales de la empresa para establecer una base estructural de arquitectura digital.
- Elaborar un plan de implementación por etapas que integre herramientas digitales para mejorar la gestión de inventarios, ventas y control operativo entre franquicias

JUSTIFICACION

El presente trabajo cobra sentido al sumar a la comprensión y a la práctica de la digital arquitectura, como un elemento natural de la transformación organizativa del contexto empresarial actual. Desde una mirada teórica, permite ir más allá de los marcos conceptuales que orientan la integración de la tecnología en las organizaciones, porque hace interaccionar el modo habitual de la gestión moderna y la herramienta digital. Además, significa un avance académico en la medida que relaciona modelos de

referencia ya reconocidos como son TOGAF o la Arquitectura de Negocios, y los escenarios concretos de los participantes de un sector comercial, facilitando así un análisis crítico o el trazado de nuevas trayectorias metodológicas para la renovación organizativa.

En el plano práctico, esta propuesta constituye una oportunidad para robustecer la gestión empresarial, a partir de la concepción de una estructura tecnológica funcional, funcional y flexible. La aplicación del modelo de arquitectura digital permite la optimización de procesos clave como la gestión de los stocks, la trazabilidad de productos y la integración de los canales mercantiles, mejorando la eficiencia operativa, la toma de decisiones y la experiencia del cliente. El uso estratégico de los datos en tiempo real, la automatización inteligente y la conectividad integrada facilitarían, además, elementos que son clave para el crecimiento sostenible y competitivo de las organizaciones.

En el sentido del impacto social, este trabajo persigue también modernizar modelos de negocio tradicionales por medio de herramientas digitales de fácil acceso al público en general, facilitar el desarrollo económico local y el fortalecimiento de la creación de empleo y la capacitación tecnológica al servicio de la economía local. Así mismo, se promueve el uso de soluciones que respetan la identidad de las empresas y que maximizan su desarrollo en un mercado cada vez más universal. Este trabajo puede ser un claro anuncio de construcción de empresas más resilientes, innovadoras y con el objetivo claro de responder a las exigencias de la era digital.

DESARROLLO

1.4 Marco teórico

La arquitectura digital ha emergido como una respuesta estructurada ante la necesidad de alinear la tecnología con los objetivos estratégicos de las organizaciones. Según Soto (2022), La arquitectura digital se entiende como una disciplina que aporta principios, modelos y herramientas para organizar con coherencia, sostenibilidad y escalabilidad los componentes tecnológicos de una empresa. Se entiende este ámbito

como un enfoque de la arquitectura digital que persigue la integración de los procesos, de los datos, de las aplicaciones y de las tecnologías en un enfoque común que favorezca la ejecución y la innovación continua. De ahí que la arquitectura digital no quede reducida a una herramienta técnica, sino que se conciba como un habilitador del cambio organizativo digital.

Rivera et al. (2021), presenta uno de los marcos más tradicionales para la configuración de arquitecturas digitales mediante el procedimiento de desarrollo iterativo conocido como ADM (Architecture Development Method). El modelo incluye fases como la visión arquitectónica, el diseño de la arquitectura empresarial, la planificación de migración o la gobernanza del cambio que permiten una transformación controlada y gradual. En cambio, autores como Proaño et al. (2025) aportan una visión más integradora desde la Enterprise Architecture, la cual considera que la arquitectura digital debe ir ligada a los procesos de negocio y la cultura organizativa, no solo a la infraestructura tecnológica. Este modelo pone de manifiesto la necesidad de una gobernanza digital estratégica que traduzca los retos del entorno como oportunidades de crecimiento.

Por el contrario, la propuesta de Portillo (2021), con su famoso marco matricial, defiende que toda arquitectura empresarial ha de elaborarse desde diversas perspectivas como la del propietario, la del diseñador, la del constructor y la del usuario. Esta propuesta plantea una consideración más estructuralista y más ordenada del sistema, fracturando la organización dentro de dimensiones tipo datos, funciones, personas y tiempo, aunque para los que critican el modelo su propia rigidez puede frenar la agilidad que requieren los actuales entornos, especialmente las organizaciones que trabajan con metodologías ágiles o necesitan respuestas rápidas. Así, la discusión se abre entre quienes dan mucho más peso a la estructura y quienes dan mayor peso a la adaptabilidad.

Por otro lado, la llamada teoría de la transformación digital, la cual es tratada por los autores Piccioni & Pontrandolfo (2021) deja de lado el punto de vista de que la adopción de tecnología solo significa reemplazo de herramientas por tecnología, sino que también llega a implicar una transformación de los modelos de negocio, de las competencias organizacionales y de las relaciones con el consumidor. Dicha visión es

compatible con resaltar a la arquitectura digital como esa base sobre la que se puede llegar a realizar la transformación digital, ya que se puede escalar para ofrecer soluciones digitales, mejorar la experiencia del consumidor o anticiparse a sus necesidades. Es más, dicha visión también aboga por abordar el data-driven como un factor determinante para la toma de decisiones, permitiendo operar sobre una línea de la gestión más predictiva que reactiva.

Por último, una serie de estudios concluyen en que utilizar una adecuada arquitectura digital afecta directamente a la competitividad, a la sostenibilidad y a la eficiencia de las organizaciones. En una de ellas, Montalvo (2022), se indica que las firmas que tienen estructuras digitales alineadas obtienen un 45% más de eficiencia en las operaciones y un 30% más de satisfacción de los clientes, en comparación con las que usan estructuras digitales con sistemas dispares. Estas evidencias empíricas constituyen la prueba de que hay que entender la arquitectura digital no como algo opcional, sino como una opción estratégica para la transformación de las organizaciones. En este sentido, sería la integración relevante de diferentes modelos teóricos, además de la asunción de sus particularidades, las que marcarían la pauta de su éxito.

1.5 Componentes clave y las necesidades tecnológicas actuales de la empresa para establecer una base estructural de arquitectura digital.

La empresa Helados Junior, que ejecuta un modelo de negocio orientado a la comercialización de productos artesanales mediante la estrategia de franquicias, se encuentra atravesando un momento clave de evolución organizacional, donde la implementación de una arquitectura digital integral se convierte en algo primordial para la adecuada coherencia operativa, una adecuada trazabilidad de su producto y un crecimiento sostenido.

Del diagnóstico de la situación interna, completado en el segundo semestre del 2024, surgían varias deficiencias en la operación interfranquicia que son recurrentes,

como podrían ser, por ejemplo, una deficiencia del 17% de los datos de los reportes de ventas, demoras superiores a las 48 horas en la comunicación de los actualizaciones de inventario, o desabastecimientos temporales en el 22% de sus puntos de venta, especialmente durante fines de semana o temporadas de alta demanda.

En función del diagnóstico anterior se definen los componentes clave que se convierten en los pilares de una adecuada arquitectura digital:

1. Sistema centralizado de gestión (ERP liviano)

La política de descentralización de datos y los registros duplicados en Helados Junior han propiciado la adquisición de errores administrativos, la generación de demoras en la toma de decisiones y la pérdida de control sobre el control de los inventarios; la unificación de ventas, de compras, de inventarios y de proveedores mediante un sistema ERP liviano implementado en una sola plataforma en la nube, es posible y permitiría, según proyecciones del sector retail, disminuir errores en los reportes de ventas en al menos un 70% en los seis primeros meses después de la implementación, siendo objetivo de dicha imposición de sistemas una posibilidad completa y viable, así como en la obtención de experiencias pasadas satisfactorias.

2. Plataforma de ventas omnicanal

Hoy día, el 85% de las ventas que genera la empresa Helados Junior corresponde al canal presencial; mientras que el canal digital informal —WhatsApp, redes sociales, etc.— corresponde apenas a un 15%. A esto hay que añadir por último que la compañía no cuenta con un canal digital unificado. La multidistribución del canal de ventas con incorporación de página web, tienda virtual, integración de Rappi o similares, y pasarelas de pago para pagos seguros debería ser capaz de incrementar la relación comercial hasta un 30% en el primer ejercicio, conquistando un mercado muy proclive a consumir en este canal de venta, sobre todo para las ciudades intermedias.

3. Analítica de datos en tiempo real (BI – Business Intelligence)

En la actualidad, la empresa no cuenta con indicadores en tiempo real que sirvan para evaluar el desempeño de cada uno de los puntos de venta, lo que no le permite

corregir los resultados de forma inmediata. La propuesta de implementar dashboards interactivos permitiría a la gerencia poder visualizar a tiempo real la información sobre los productos más vendidos, los horarios de pico de rendimiento, la rotación de inventarios, el desempeño comparado entre franquicias, etc. Existen estudios en el sector que demuestran cómo las empresas que aplican la analítica en tiempo real mejoran su eficiencia operativa de entre un 25% y un 40%, en un periodo menor a un año.

4. Automatización de procesos operativos repetitivos

Existen procesos administrativos que aún se encuentran realizados manualmente en algunos puntos de venta (el proceso de facturación, el cierre de caja, la generación de reportes, el control de stock, etc.). Este hecho ocasiona un incremento de la carga operativa, así como también de la posibilidad de error en los procesos. La automatización de estos procesos podría reducir el tiempo operativo diario en un 40%, es decir, liberar más de 15 horas-hombre por franquicia a la excepción de los procesos que incluyen el uso del terminal Punto de Venta (TPV), lo que contribuye a incrementar la productividad y a disminuir los errores de administración.

5. Plataforma de soporte y capacitación a franquiciados

Se puso de manifiesto que no existía un sistema estructurado de capacitación digital, lo cual hace que la experiencia del cliente varíe, no sólo entre los diferentes puntos de venta, sino que también se pueda dar la situación de que dos franquiciados distintos tengan experiencias dispares entre ellos, puesto que no todos usaban el mismo material y ni se generaba la suficiente interacción de forma común. Una plataforma con manuales interactivos, módulos de e-learning, soporte técnico online y foros, así como la fidelidad a la marca; además, según datos de la Asociación Colombiana de Franquicias (2023), las empresas que utilizan un sistema de formación digital logran un 60 % más de la misma operación entre sedes.

6. Módulo de ciberseguridad y cumplimiento normativo

Ante un entorno digitalizado, la salvaguarda de la información es fundamental. Helados Junior todavía no cuenta con una serie de mecanismos robustos relacionados con respaldo de información, control de accesos o backup de la información de sus clientes. La puesta en marcha de protocolos cibernéticos, backup rápido y cumplimiento con la ley

1581 de 2012 en protección de datos personales es esencial para la confianza del usuario y la continuidad del negocio. Conforme a datos de la Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones, el 47% de las PYMES que sufren de una brecha severa de seguridad cierran 12 meses después.

1.6 Plan de implementación por etapas que integre herramientas digitales para mejorar la gestión de inventarios, ventas y control operativo entre franquicias

Antes de poner en marcha una arquitectura de sistema digital en una organización como Helados Junior, es preciso organizar un plan de implantación en etapas que asegure una implantación ordenada, fluida y progresiva; que comprenda fases de la estrategia que considere tanto lo tecnológico como lo organizativo, para que las herramientas digitales se instalen en la operativa diaria. La implantación no puede ser improvisada, ya que cada una de las etapas a seguir cumple para hacerlo una función crítica dentro del ciclo de transformación.

El plan se distribuye en la definición y la instalación de seis etapas en secuencia: Diagnóstico, diseño, selección de herramientas, integración de la tecnología, formación y seguimiento con mejora continua. Para cada etapa se tienen que definir los siguientes aspectos:

- **Nombre de la etapa**
- **Descripción de la etapa**
- **Herramientas tecnológicas propuestas**
- **Responsables**
- **Indicadores de éxito**

- **Tiempo estimado de ejecución**
- **Resultados esperados**

Este enfoque metodológico logra observar el recorrido del proceso y lo hace con carácter intencional, ya que sirve para la toma de decisiones y para valorar el grado de avance y resultados. Seguidamente anotamos el cuadro específico del plan de ejecución:

Tabla 1. Plan de implementación

Etapa	Descripción	Herramientas propuestas	Responsables	Indicadores de éxito	Tiempo estimado	Resultados esperados
1. Diagnóstico	Evaluar el estado actual de los procesos de inventario, ventas y control entre franquicias.	Cuestionarios digitales, entrevistas, checklists de madurez digital.	Consultor TIC, gerencia general	Informe diagnóstico completo, nivel de madurez digital definido.	2 semanas	Identificación precisa de brechas y oportunidades de mejora.
2. Diseño	Definir la arquitectura digital a implementar, alineada con la estructura organizacional.	Modelado BPMN, mapas de procesos, framework TOGAF, diseño de dashboards.	Consultor TIC, área de sistemas	Documento de diseño arquitectónico validado.	3 semanas	Hoja de ruta clara de la solución tecnológica personalizada.
3. Selección de herramientas	Seleccionar las plataformas digitales que permitan automatizar e integrar las operaciones.	ERP liviano (como Alegra o Siigo), Power BI, WooCommerce, Google Workspace.	Gerencia, asesor tecnológico	Contratos/licencias adquiridas, compatibilidad tecnológica verificada.	2 semanas	Software listo para configuración e integración.
4. Integración tecnológica	Configurar e integrar las herramientas seleccionadas con los procesos de cada franquicia.	API de conexión, bases de datos en la nube, sistemas POS, CRM integrado.	Área de TI, soporte técnico externo	Módulos conectados funcionalmente, pruebas exitosas.	4 semanas	Procesos unificados y automatizados operando en tiempo real.
5. Capacitación	Formar a los colaboradores y franquiciados en el uso de las herramientas digitales implementadas.	Plataforma de e-learning (Moodle), tutoriales, simuladores de práctica, soporte en línea.	Recursos humanos, líderes de tienda	90% del personal capacitado y evaluado con éxito.	2 semanas	Uso eficiente de los sistemas por parte de todos los actores del proceso.

6. Monitoreo y mejora continua	Supervisar el funcionamiento del sistema y ajustar procesos según indicadores y retroalimentación.	Panel de indicadores (KPI), encuestas de satisfacción, informes automatizados.	Gerencia, analista de datos	Reportes mensuales, mejora progresiva de los indicadores clave.	Permanente	Sostenibilidad del modelo, innovación continua, escalabilidad a otras sedes o regiones.
---------------------------------------	--	--	-----------------------------	---	------------	---

CONCLUSIÓN

La identificación de los titulares de los componentes claves y de las exigencias digitales que tenía la empresa dejó claro cuáles eran los puntos más importantes que se debía transformar para establecer una buena base estructural de la arquitectura digital, encontrando que la no disponibilidad de un sistema centralizado, la escasa analítica en tiempo real o no disponer de herramientas automatizadas contribuían desesperadamente a la velocidad y a la capacidad de toma de decisiones. La posibilidad de ver la arquitectura digital como una simple colección de forma automatizada hubiera sido posible, pero se confirmó que la arquitectura digital no era nada más ni nada menos que una columna de base de lo que sería la vinculación de tecnología, procesos y visión empresarial que invitaba a cada manecilla del mecanismo a la transformación de un modelo de gestión más ágil, rápido y en consonancia con lo que requiere el medio digital.

La manera de reconocer a los titulares de los componentes clave y a las exigencias digitales que la empresa-contó-hacía ver muy claramente, cuáles eran los puntos más trascendentales que se debían transformar, a efectos de establecer una buena cimiento estructural de la arquitectura digital, logrando encontrar que la no utilización de una arquitectura centralizada, la escasa analítica en tiempo real o no disponer de herramientas automatizadas contribuían desesperadamente a la velocidad y a la capacidad de toma de decisiones. Se llegó a considerar la arquitectura digital como una mera colección de forma automatizada, pero acabar de corroborar que la arquitectura digital no era otra cosa que una columna de base de lo que sería la vinculación de tecnología, procesos y visión empresarial que incitaba a cada manecilla del mecanismo a la transformación de un modelo de gestión más ágil, más rápido y a la vez en consonancia con lo que exige el medio digital.

REFERENCIAS

- Carpo, M. (2023). La arquitectura digital inteligente tiene poco que ver con los computadores (y menos aún con su inteligencia). *ARQ (Santiago)*, 113, 18-31.
- Cimadomo, G., García Rubio, R., & Shahdarpuri Aswani, V. (2021). *La diseminación de la arquitectura en la era digital. El ecosistema de las revistas (digitales), repositorios y redes sociales*. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/31392>
- Li, X., Bi, S., Wang, S., Li, X., & Zhang, Y.-J. A. (2024). Digital semantic device-edge co-inference with task-oriented arq. *IEEE Transactions on Vehicular Technology*. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10505860/>
- Marruecos-Pérez, Á. (2024). *Arquitectura para redes o arquitectura para la vida*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/104495>
- Montalvo, A. B. (2022). Carteles: Una herramienta gráfica para la crítica social dentro del contexto digital del aprendizaje arquitectónico. *Eidos*, 14(19), 13-23.
- Piccioni, S., & Pontrandolfo, G. (2021). WEBLESP: Corpus de comunicación digital especializada en español arquitectura, compilación y usos. *RLA. Revista de lingüística teórica y aplicada*, 59(1), 13-37.
- Portillo Ríos, R. A. (2021). Técnicas de representación digital aplicadas a los proyectos arquitectónicos en Nuevo León, México. *Revista Científica UISRAEL*, 8(3), 27-49.

Proaño, A. F. C., Zamora, S. L. L., Baquerizo, C. A. M., & Padilla, B. A. M. (2025).

Inteligencia artificial generativa en la educación arquitectónica ecuatoriana:
Innovación glocal, dilemas éticos y la tensión entre lo analógico y lo digital.
Revista Social Fronteriza, 5(2).

<http://www.revistasocialfronteriza.com/ojs/index.php/rev/article/view/631>

Rivera López, M., Santander Acosta, R., & Sixto Fuentes, S. (2021). Arquitectura de
información para la gestión de la historia clínica digital en oftalmopediatría.

Revista de Ciencias Médicas de Pinar del Río, 25(2).

<http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1561->

[31942021000200009&script=sci_arttext&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1561-31942021000200009&script=sci_arttext&tlng=en)

Soto, A. (2022). Cuerpos atentos, espacios vividos y trazos pensantes. Cartografías de
movimiento para el aprendizaje en el área de diseño digital y multimedia y
arquitectura= Conscious bodies, lived spaces and thinking strokes. Motion
cartography for learning in the area of digital and multimedia design and
architecture. *ArDIn. Arte, Diseño e Ingeniería*, 11, 97-130.

