



TEMA: Innovación, emprendimiento y creatividad

Subtema: Modelos de negocio de la economía creativa y de la economía colaborativa

Tipo de ponencia: Teórica

Economía creativa y economía colaborativa: similitudes y diferencias [Creative economy and collaborative economy: similarities and discrepancies]

Autor

José Londoño-Cardozo¹

1. INTRODUCCIÓN

Algunos de los temas de mayor interés en la actualidad son a) la mal llamada *economía naranja* y b) la *economía colaborativa*. Ambos tipos de economías tienen características en común que podrían llegar a crear una confusión entre los modelos de intercambio económico y de satisfacción de necesidades que surgen en cada una de estas. Sin embargo, estas similitudes hacen necesario la identificación de los límites de los modelos de intercambio de cada uno de estos sectores económicos.

En este sentido, la investigación busca ampliar el conocimiento sobre los límites entre estas dos economías. Para ello, se tomaron como referentes los trabajos sobre *economía colaborativa* de Acosta B. (2017, 2019), Coto & Miranda Falces (2017) y

¹ Tecnólogo industrial, Universidad Santiago de Cali. Estudiante de Administración de Empresas, investigador e integrante del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira. Correo: jodlondonoca@unal.edu.co

Ospina Díaz, Cifuentes Leiton, Gaitán Vera, & Londoño-Cardozo (2019), entre otros; y los trabajos sobre la *economía creativa* de Hernández Madroñero, Ospina Díaz, Londoño-Cardozo, & Tello-Castrillón (2019), Howkins (2001), Londoño-Cardozo & Hernández Madroñero (2019) y Ospina Díaz, Tello-Castrillón, & Hernández Madroñero (2019), entre otros.

Acerca de la *economía colaborativa* Acosta B. (2019) argumentó que esta debe entenderse como una nueva institución económica. Dentro de sus principales características se encuentra la mancomunidad o la unión de diferentes personas, normalmente, pero no necesariamente, gracias al impulso de adelantos tecnológicos, que buscan satisfacer sus necesidades o reducir los costos de transacciones de algunas actividades comunes. En el trabajo de Coto & Miranda Falces (2017) se presenta una taxonomía más acertada sobre los diferentes modelos de la *Economía Colaborativa*. Otra característica que parece estar presente en muchos de los modelos de esta economía es la alta dependencia de la creatividad, las ideas y la innovación. Una característica que también está presente en los modelos de la *economía creativa*.

La *economía creativa*, por su parte, es la economía que tiene como base a la creatividad humana. En Colombia es común que se refiera a esta economía como *economía naranja*. Sin embargo, esta denominación no se encuentra acorde con el estándar internacional. El trabajo de Hernández Madroñero et al. (2019), discute este tema con amplitud. Esta economía fue descrita por primera vez por Howkins (2001) y “surge a partir de las transacciones de productos y servicios de índole creativo y artístico llevadas a cabo en sectores productivos relacionados” (Hernández Madroñero et al., 2019).

Howkins describió quince sectores productivos que agrupan los modelos de la economía creativa (2001). La cartilla sobre *economía naranja* de Buitrago Restrepo & Duque Márquez (2013) adicionó un decimosexto sector; se trata del sector del turismo cultural. En esta economía caben modelos con base en la innovación tecnológica que

fácilmente podrían pertenecer a la vez a los modelos de economía colaborativa.

El propósito de la investigación es precisamente delimitar ambas economías de tal forma que se pueda identificar de forma clara el tipo de economía al que pertenece una industria. En este sentido Acosta B. brindó algunos argumentos.

Para Acosta B., la *economía colaborativa* no debe llevar integrado un ánimo de lucro (2019). Esta economía se basa en la colaboración para el logro conjunto de la satisfacción de necesidades, la reducción de los costos de transacción y el alcance de objetivos sociales. Al integrar o articular un ánimo de lucro, caso de ÜBER o RAPPI, se pierde el sentido de la *economía colaborativa*. Sin embargo, los dos casos descritos pertenecen a modelos de economía creativa.

2. OBJETIVOS

Objetivo general

Identificar las características que permiten delimitar los modelos de intercambio económico de la economía colaborativa y de la economía creativa a partir de una revisión y análisis crítico de documentos académicos para para mejorar la gestión de estas organizaciones

Objetivos específicos

- Determinar las características que identifican a los modelos de intercambio de la economía colaborativa.
- Caracterizar los modelos de las industrias creativas
- Presentar un análisis de las diferencias encontradas entre los modelos de cada economía para determinar las similitudes y las discrepancias

3. METODOLOGÍA

La investigación esta dividida en dos fases, la primera busca definir la conceptualmente a la *economía colaborativa* e identificar su papel como una nueva institución económica. La segunda, identifica las diferencias entre los modelos de ambos tipos de economía. Al momento de escritura de este documento se está ad-ortas de iniciar la segunda fase de la investigación.

Se realizó una revisión de fuentes secundarias de información. Para este propósito se usó el software para investigaciones cualitativas Atlas.Ti. Se emplearon las bases de datos del sistema de bibliotecas de la Universidad Nacional de Colombia y documentos legales. Todo ello es un análisis hermenéutico de información. El enfoque de análisis se enmarca en el paradigma analítico de la filosofía.

Los principales documentos que se tienen en cuenta son algunos de los productos emanados desde el trabajo del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN. Se resalta en especial los trabajos de Acosta B. (2017, 2019).

4. RESULTADOS ESPERADOS

La primera fase de la investigación identifica a la economía colaborativa como una nueva institución económica. Para la segunda fase de la investigación se espera poder identificar los límites entre los modelos económicos para ambas economías. Especialmente se hará énfasis en la premisa expuesta por Acosta B. (2019) acerca del fundamento básico de los modelos de economía colaborativa.

En este escenario es donde se fundamente la delimitación entre las economías pues se debería entender que algunas expresiones económicas pueden pertenecer a ambos modelos, como el desarrollo de software libre, caso *Libreoffice*, mientras que otras, como es el caso de Rappi, aunque pertenezcan a la economía creativa, no hacen parte de las economías colaborativas.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Al parecer, la diferencia principal entre ambos modelos es el ánimo de lucro. Aun cuando en ambos modelos se encuentra una alta carga de innovación, creatividad y tecnología, la base de la economía colaborativa es, precisamente, la colaboración.

En este sentido, y al tener en cuenta que la investigación apenas culminó la primera parte, es interesante delimitar ambas economías para poder plantear modelos de gestión, de Responsabilidad Social Organizacional y políticas públicas acordes con cada uno de estos.

Agrupar todas las actividades en una misma categoría no resulta eficiente ni preciso para un Estado. Algunas organizaciones o modelos de negocios con fines de lucro podrían beneficiarse de políticas dirigidas a solventar necesidades; algo muy frecuente en las actuales administraciones.

Para el caso de la ciudad de Cali, esto podría resultar beneficioso dado que la ciudad mantiene un apoyo permanente a su industria cultural. Sin embargo, reconocer actividades como *Salsa Cabaret* o *Ensalsate* como economía colaborativa y economía creativa no es preciso pues ambas organizaciones tienen un fin de lucro.

6. REFERENCIAS

Acosta B., L. S. (2017). Consumo colaborativo: Una reflexión sobre su introducción desde el Neoinstitucionalismo. *Congreso Reflexiones Sobre Administración.*

Tendencias actuales de investigación Administrativa, 30-36. Palmira:

Universidad Pontificia Bolivariana.

Acosta B., L. S. (2019). *Consumo colaborativo: Introducción, institucionalización y relación con la Responsabilidad Social Organizacional* (Tesis pregrado en



Administración de empresas). Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira, Palmira, Valle del Cauca.

Buitrago Restrepo, F., & Duque Márquez, I. (2013). *La economía naranja. Una oportunidad infinita* (Primera ed.). Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo BID.

Coto, M. A., & Miranda Falces, A. (2017). *La empresa colaborativa. La nueva revolución económica* (Primera ed.). Madrid, España: Pearson Educación, S.A.

Hernández Madroñero, I., Ospina Díaz, L. P., Londoño-Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2019). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la ley 1834 de 2017. En A. Beltrán Duque, R. D. Echeverry Romero, C. A. Restrepo Rivillas, & A. Rodríguez Orejuela, *Las nuevas tecnologías y los desafíos para la administración* (Primera Ed., pp. 427-449). Bogotá, Colombia: Fundación Universidad Externado de Colombia.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (First ed.). London: Penguin.

Londoño-Cardozo, J., & Hernández Madroñero, I. (2019). *Gestión de la Responsabilidad Social Organizacional en las organizaciones de la Economía Creativa en la ciudad de Cali: Propuesta de investigación*. Presentado en Encuentro Internacional de Ciencias Empresariales – EICE 2019, Cali.

Ospina Díaz, L. P., Cifuentes Leiton, D. M., Gaitán Vera, B., & Londoño-Cardozo, J.



(2019). La RSO y la Economía Colaborativa: Principios de análisis. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 5(1), 73-80.

Ospina Díaz, L. P., Tello-Castrillón, C., & Hernández Madroñero, I. (2019).

Responsabilidad Social Organizacional en las organizaciones de la Economía Creativa. Manuscrito inédito en proceso editorial, Palmira, Valle del Cauca.