

Análisis bibliométrico sobre metodologías de costeo de proyectos de la industria creativa

Bibliometric analysis on creative industry project costing methodologies

Johan S. Quiceno-Opina¹, Lina M. Tamayo-Mesa², Mónica Ruiz-Céspedes³, William J. Borja-Córdoba⁴, Edilson García-Arenas⁵, Juan P. Mejía-Ordoñez⁶, Crisitina Ocampo-Osorio⁷

Cómo citar: Quiceno-Opina, J.S., Tamayo-Mesa, L.M., Ruiz-Céspedes, M., Borja-Córdoba, W.J., García-Arenas, E., Mejía-Ordoñez, J.P. y Ocampo-Osorio, C. (2021). Análisis bibliométrico sobre metodologías de costeo de proyectos de la industria creativa. *Gaceta Científica*, 7(2), 79-89. <https://doi.org/10.46794/gacien.7.2.1119>

¹Administración Financiera.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
jsquiceno@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0003-4075-5064>

²Administración Financiera.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
lmtamayom@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-9470-445X>

³Administración Financiera.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
mruizc@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-3879-1763>

⁴Administración Financiera.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
wjborjac@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-0926-354X>

⁵Administración Financiera.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
egarciaa@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0003-4919-4363>

⁶Magister en Gestión de la Innovación
Tecnológica, Cooperación y
Desarrollo Regional.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
juanmejia256462@correo.itm.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-3542-6269>

⁷Especialista en Formulación y
Evaluación de Proyectos.
Institución Universitaria Escolme,
Medellín, Colombia.
cies@escolme.edu.co
<https://orcid.org/0000-0002-2137-6336>

Arbitrada por pares ciegos

Recibido: 11/02/2021
Aceptado: 01/04/2021

Autor de correspondencia:
cies@escolme.edu.co

Resumen

Objetivo. Analizar las tendencias investigativas en relación con el costeo de proyectos de la economía creativa. **Métodos.** Se desarrolló un análisis bibliométrico a partir de la base de datos Scopus, aplicando una ecuación de búsqueda y calculando indicadores de tipo bibliométricos como cantilidad, calidad e identificación de temas emergentes a partir de los documentos publicados entre 1970 y 2020. **Resultados.** Las industrias creativas ha sido un tema de interés de los investigadores desde el año 1997; sin embargo, se logra observar un crecimiento continuo a partir del año 2001, fecha que coincide con las primeras publicaciones realizadas por el profesor John Howkins, de igual forma se identifica que desde las ciencias sociales demuestran un mayor interés por la temática **Conclusiones.** Se evidencia un impacto y crecimiento del área de estudio, lo que valida la conveniencia de los proyectos de investigación orientados a las metodologías de costeo de proyectos de la industria creativa.

Palabras clave: análisis bibliométrico, economía naranja, economía creativa, economía cultural, finanzas culturales.

Abstract

Objective. To analyze the research trends in relation to the costing of creative economy projects. **Methods.** A bibliometric analysis was developed from the Scopus database, applying a search equation and calculating bibliometric indicators such as quantity, quality and identification of emerging topics from documents published between 1970 and 2020. **Results.** The creative industries has been a topic of interest to researchers since 1997; however, it is possible to observe a continuous growth from the year 2001, date that coincides with the first publications made by Professor John Howkins, in the same way it is identified that from the social sciences show a greater interest in the subject. **Conclusions.** There is evidence of an impact and growth in the area of study, which validates the convenience of research projects oriented to costing methodologies for creative industry projects.

Keywords: bibliometric analysis, orange economy, creative economy, cultural economy, cultural finance.

Introducción

La contabilidad de costos es un factor relevante que favorece la adquisición de ventajas competitivas, sin embargo, es uno de los procesos cuya gestión recibe aún un tratamiento limitado por parte de los propietarios, gerentes o directivos de las pequeñas y medianas empresas. Todo esto puede incurrir en retroceso y desconocimiento de las propias estructuras de costos, lo que influye en tener pocas estrategias para negociar con otros proveedores, dado que se desconoce este componente esencial de los procesos de creación de producto o servicio (Chacón y Galia, 2016; Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2010)

Contar con una metodología de costeo permite obtener información oportuna, confiable y exacta para determinar los costos de producción de tales bienes y servicios, lo que permitirá a futuro tomar mejores decisiones financieras y estratégicas para el crecimiento de una organización (Arellano et al., 2017).

Es por ello que vale la pena resaltar que una revisión de las publicaciones académicas desarrolladas respecto de metodologías de costeo a proyectos de la industria creativa, permite conocer el nivel de relevancia que la temática tiene para diferentes unidades o grupos investigativos (Rodríguez y Franco, 2020), comprender la dinámica de desarrollo del proceso de generación de conocimiento desde la perspectiva de costeo de proyectos creativos y similarmente los grupos, revistas, y regiones que han manifestado interés y esfuerzos por desarrollar la temática (Liu, 2019).

La investigación sobre las metodologías de costos para proyectos en la industria creativa permite comprender mejor las estructuras de conocimiento científico con relación a las diferentes investigaciones y artículos que se han escrito sobre ella (Menkshi y Braholli, 2019). Analizando los diferentes artículos encontrados en la base de datos Scopus, por ejemplo, se puede evidenciar que la industria creativa ha tenido una mayor aceptación e impacto en los medios de investigación. Las bases de datos permiten además que la información pueda ser procesada de manera automática en diversas fuentes de información y así obtener de una forma más dinámica los resultados de la búsqueda (Vera-Baceta et al., 2019).

Se propone por consiguiente, un análisis bibliométrico respecto a las metodologías de costeo en proyectos de la industria creativa permite similarmente identificar los avances obtenidos por investigaciones previas como insumo para el desarrollo de la investigación y así trabajar sobre lo construido, evitando reproceso y fortaleciendo el trabajo colaborativo a través de la transferencia del conocimiento que se logra con este tipo de ejercicios (Menkshi y Braholli, 2019).

Con la ciencia de la documentación se busca la veracidad que respalda el desarrollo del proyecto y, de este modo, dar credibilidad a cada avance que este obtenga, así mismo, brindar fuentes documentales al lector para que este comprenda la trayectoria del análisis del tema propuesto y así tener respaldos, caminos puntuales, identificando como los expertos han profundizado en el tema específico (Lis et al., 2021).

La literatura científico-técnica de las disciplinas y áreas del conocimiento ha manifestado un crecimiento y dinámica sin precedentes; en ese sentido, ha mostrado la posibilidad de acceder al cuerpo de publicaciones desde cualquier lugar y en cualquier momento, y con ello la necesidad creciente de evaluar los procesos de producción y comunicación del conocimiento en el campo educacional y, dentro de este, evaluar el producto de la actividad científico-investigativa (Solano et al., 2009)

Estos métodos estadísticos contribuyen a la unidad de análisis, brindando un mejor manejo al momento de obtener información de la economía naranja, ya que este término para muchos es nuevo y su información se puede tornar escasa al momento de estudio. Además, se profundiza sobre literaturas académicas, sobre metodologías de costos de proyectos de la industria creativa, cuyo desarrollo tiende a impulsar el aprovechamiento de talentos diversos que llevan al crecimiento financiero con ideas emergentes que surgen de ideas cotidianas (Rodríguez y Franco, 2020).

En cuanto a la bibliometría respecto a las metodologías de costeo sobre la industria creativa, la literatura revisada proporciona instrumentos para llegar a identificar los factores involucrados en todo lo relacionado con el estudio, donde se puede ejercer por mapas de cocitación, mapas de concurrencia de palabras, mapas de concurrencia de códigos de clasificación o los mapas relacionados directamente con las patentes para así poder tener unos resultados de mayor manejo con agilidad en su búsqueda y contando con información veraz (Medina-mijangos y Seguí-amórtegui, 2020).

La base de datos Scopus es una de las más grandes a nivel mundial y permite el acceso a una amplia cantidad de revistas y artículos. La base permite además iniciar búsquedas por documentos, autores, afiliaciones o avanzadas; proporciona referencias, para hacer comparativos en varios sectores, sociales, económicos, financieros y de interés general (Vera-Baceta et al., 2019), de los costos que ellas presentan en la economía naranja; su impacto, evolución, la forma de inclusión que se hace poco a poco a todas las áreas establecidas, dando estructuras adecuadas para la obtención de datos (Vega-Muñoz, et al., 2019).

Por su parte, el Software VOSviewer agrupa las publicaciones de las herramientas para la obten-

ción de conjuntos con el objeto de lograr las cocitaciones de los autores que coinciden en fuentes que estén relacionadas con la economía naranja; además, brinda términos que establecen la referencia de la industria creativa, es decir, el impacto y crecimiento que esta va adquiriendo a través del tiempo (Medina-mijangos y Seguí-amórtegui, 2020).

Métodos

El análisis bibliométrico respecto a las metodologías de costeo de proyectos de la industria creativa, fue desarrollado a través de ocho actividades secuenciales, tal como se presenta a continuación.

Tabla 1
Metodología de análisis bibliométrico de metodologías de costeo

Actividad	Descripción
1. Identificación de conceptos claves de la temática:	En la primera parte del ejercicio, se procedió a una revisión no sistemática de los principales conceptos que enmarcan la temática de costeo en relación a los proyectos de la industria creativa; una vez que fueron identificados los mismos, se establecieron los términos e insumos para la construcción de una ecuación de búsqueda pertinente, sobre la base de datos seleccionada.
2. Estructuración de ecuación de búsqueda:	la ecuación de búsqueda se construyó a partir de ocho términos fundamentales (economía naranja, economía creativa, industria creativa, industria cultural, costos, precios, valor y valor de proyecto).
3. Ejecución de búsqueda en base de datos Scopus:	Una vez que se contó con la ecuación de búsqueda, se ejecutó en la base de datos Scopus, teniendo como resultado un total de 1003 documentos académicos, entre los años 1997 y el 2020.
4. Análisis de resultados de la base de datos Scopus	Los resultados obtenidos a través de la ecuación de búsqueda desarrollada fueron analizados en primera medida a través de la opción de "análisis de resultados de Scopus", a partir de la cual se logró obtener las principales métricas de la temática de estudio, como son los resultados por año, el comportamiento por revistas de publicación y los documentos por subáreas temáticas, entre otros.
5. Evaluación de resultados Scopus por medio del software VOSviewer	Durante esta etapa se extrajo la base de datos de artículos obtenida a través de la ecuación de búsqueda en la base de datos Scopus; dichos datos fueron extraídos en el formato CVS, para ser analizados a través del software VOSviewer, el cual es una herramienta de uso libre para la construcción y visualización de redes bibliométricas.
6. Análisis de resultados obtenidos a través del software VOSviewer	Una vez que se fueron construyendo las diferentes redes bibliométricas permitidas por el software, se procedió a realizar un análisis de las implicaciones de las mismas.
7. Discusión y conclusión	Finalmente, se realizó una sesión de discusión y conclusión respecto de los resultados, tanto de las observaciones en la base de datos Scopus como en el software VOSviewer.

Definición de conceptos claves

Los términos claves que han sido seleccionados para la búsqueda de información fueron determinados a partir de una abstracción de la terminología que mejor sintetiza la temática de interés. Así, se ha considerado que lo más apropiado sería utilizar estos términos en inglés durante la estructuración de la ecuación de búsqueda, dado que de este modo sería más probable que se obtuvieran los resultados esperados. Como consecuencia de la gran cantidad de información disponible en este idioma, a continuación, se describe cada uno de los términos seleccionados con el objetivo de dar una mejor

comprensión del significado de los mismos a lo largo de la investigación (ver Tabla 1).

Ecuación de búsqueda

A partir de las palabras y términos claves definidos anteriormente, se ha procedido a la construcción de la siguiente ecuación de búsqueda en la base de datos Scopus:

TITLE-ABS-KEY ("orange economy" OR "creative economy" OR "creative industry" OR "cultural industry") AND TITLE-ABS-KEY ("cost" OR "price" OR "value" OR "project value").

La ecuación de búsqueda está estructurada en dos

Tabla 2
Términos claves utilizados para el desarrollo de la búsqueda

Palabra clave	Descripción del término
Economía naranja	<p>El término de economía naranja nace en Colombia a través de Felipe Buitrago e Iván Duque, creadores del libro “Economía naranja, una oportunidad infinita”, el cual se enfoca en el aprovechamiento de los talentos, la diversidad y el potencial cultural del país; esto, con el fin de poder aumentar el crecimiento económico, laboral y el mejoramiento de la calidad de vida. Se define como una herramienta de desarrollo cultural, social y económico. Se diferencia de otras economías por el hecho de fundamentarse en la creación, producción y distribución de bienes y servicios, cuyo contenido de carácter cultural y creativo se puede proteger por los derechos de propiedad intelectual (Mincultura, s.f.). Se diferencia de otras economías porque sus actividades son de manera encadenada, lo que permite que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales o creativos, donde su valor es protegido por su contenido intelectual.</p> <p>Se busca fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico-cultural del país y generar sostenibilidad en las organizaciones que promueven dichos bienes y servicios, ya que se materializan las ideas o proyectos creativos e innovadores que fortalecen el patrimonio cultural.</p> <p>Sus principales características se enfocan en establecer niveles de atención en comunidades sin ánimo de lucro, emprendedores emergentes, consolidados y grandes empresas (Buitrago y Duque, 2013).</p>
Economía creative	<p>El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2013), definen economía creativa como “aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción y reproducción, la promoción y difusión o la comercialización de bienes y servicios de actividades con contenido cultural, artístico o patrimonial” (p.5). El escritor John Howkins es considerado uno de los pioneros en promover la economía creativa en el mundo, cuando en el año 2001 propuso incluir las artes, la ciencia y la tecnología como industrias que abarcarían una economía poderosa, dándole un papel muy importante a la investigación y los modelos económicos propuestos en las quince industrias que lo abarcan.</p> <p>La economía creativa se caracteriza porque coordina actividades entre sí, que ayudan a la transformación de los bienes y servicios culturales o creativos que se van a ofrecer y determinar un valor agregado que sea significativo que sume en el desarrollo del crecimiento económico de un país.</p>
Industria creative	<p>El término «industrias creativas» se aplica a un conjunto productivo muy amplio, que incluye los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, haciendo uso de numerosos tipos de investigación y desarrollo de <i>software</i>. La expresión empezó a introducirse en la formulación de políticas. Esto ocurrió, por ejemplo, en la política cultural nacional de Australia de principios de 1990, seguida por el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido, que promovió, al final de la década, la transición para pasar de industrias culturales a industrias creativas. El uso debe también su origen a la asociación que comenzó a hacerse entre creatividad, desarrollo económico urbano y planificación de la ciudad. Por ello, recibió un primer impulso muy significativo a través del importante trabajo llevado a cabo por el consultor británico, Charles Landry, sobre la “ciudad creativa” (EVE Museos e Innovación, 2020).</p>
Industria cultural	<p>Industria cultural se podría definir como el conjunto de empresas e instituciones cuya principal actividad económica es la producción de cultura con fines lucrativos. En el sistema de producción cultural pueden considerarse: la televisión, la radio, los diarios y revistas, industrias cinematográficas, discográficas, las editoriales, compañías de teatro o danza, las distribuidoras, etc.; creando mecanismos que buscan a la vez aumentar el consumo de sus productos, modificar los hábitos sociales, educar, informar y, finalmente, transformar a la sociedad. Por lo tanto, abarca todos los ámbitos de la sociedad e intenta incluir a todos los individuos sin excepción” (Wikanda, s.f.). Zallo define la industria cultural como: “un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo con una función de reproducción ideológica y social” (Wikanda, s.f. p.2).</p>
Costo	<p>El concepto de costo, es planteado en el libro <i>Fundamentos y Técnicas de Costos</i>, publicado por la Universidad Libre, donde hace referencia a las condiciones en que invierten, utilizan o consumen los recursos que intervienen en la elaboración de los productos y responde a los enfoques administrativo, operativo y contable aplicables a las actividades de producción que ejecutan en una entidad. Los costos de adquisición o fabricación de bienes o prestación de servicios, se fundamentan en la naturaleza del ente económico, en la planificación de las actividades operativas, en las características de los productos y en los procesos y procedimientos empleados en la producción</p>
Precio	<p>Toda estructura que presta bienes o servicios tiene como fin el lucro y aunque algunas son sin ánimo de lucro, de igual forma se le establece un precio a sus servicios o productos. Es así como entonces se establece precio a mensualidades educativas, pasajes de transporte y cuotas de intereses, entre otros.</p> <p>De esta manera, el precio es la representación del valor monetario o de otros elementos que el comprador paga al vendedor para que, de este modo, aquel obtenga los beneficios resultantes del producto o servicio prestado (Mora, 2014).</p>
Valor	<p>El valor de empresa se puede definir como la medición desde una de las métricas más utilizadas en la valoración financiera en general y en el <i>value investing</i> en particular. En este artículo se verá la definición de valor de empresa y su cálculo con un ejemplo y soluciones a posibles problemas; y finalmente, se analizará el caso concreto del valor de empresa negativo (Lodeiro, 2013).</p>
Valor del proyecto	<p>Los proyectos se llevan a cabo en una organización al momento de ofrecer un bien o servicio que genere un beneficio; de esta manera, los proyectos se ejecutan conforme a las necesidades encontradas, donde se busca que éstas sean satisfechas, o mediante el aprovechamiento que ofrece el mercado actual. Por ejemplo, la implementación de avance tecnológico en una oferta actual, ya sea por una necesidad comercial o por otro motivo que genere la realización de un proyecto para obtener los resultados esperados y ser por lo tanto ofertado (Mora, 2014).</p>

secciones; la primera contiene los términos referentes a la economía naranja unidos a través del operador booleano "OR" y, por otro lado, se agrupan los términos relacionados con la valoración económica de proyectos, unidos similarmente por el operador booleano "OR". No se han identificado términos significativamente relevantes a excluir dentro de la ecuación de búsqueda, dada la especificidad del tema de consulta, con palabras claves para dar agilidad y sintetizar la información que se requiere.

Cabe resaltar que los términos fueron utilizados en el idioma inglés durante la estructuración de la ecuación de búsqueda, dada la gran cantidad de información disponible en este idioma, lo cual mejoraría la posibilidad de tener mejores resultados de consulta.

Una vez realizada la búsqueda de información en la base de datos Scopus, con la ecuación de búsqueda anteriormente presentada, se obtuvieron un total de 1003 resultados, entre los años 1997 y 2020.

Bases de datos, software y demás herramientas utilizadas

Tal como se ha expresado anteriormente, para el desarrollo de este ejercicio investigativo, se utilizó principalmente la base de datos Scopus y el

software VOSviewer.

La base de datos Scopus fue seleccionada como como fuente de información, dado que es una base de datos bibliográfica iniciada en 2004, de resúmenes y citas de artículos de revistas científicas. Aparte de artículos, contiene más de 3700 revistas indexadas de Gold Open Access, más de 210000 libros y más de 8 millones de actas de congresos, más de 8 millones de documentos en Open Access, también incluye "Articles in Press" de más de 5500 títulos, y cubre 40 idiomas. Todo lo cual, garantiza una cobertura significativa de análisis de información académica fidedigna".

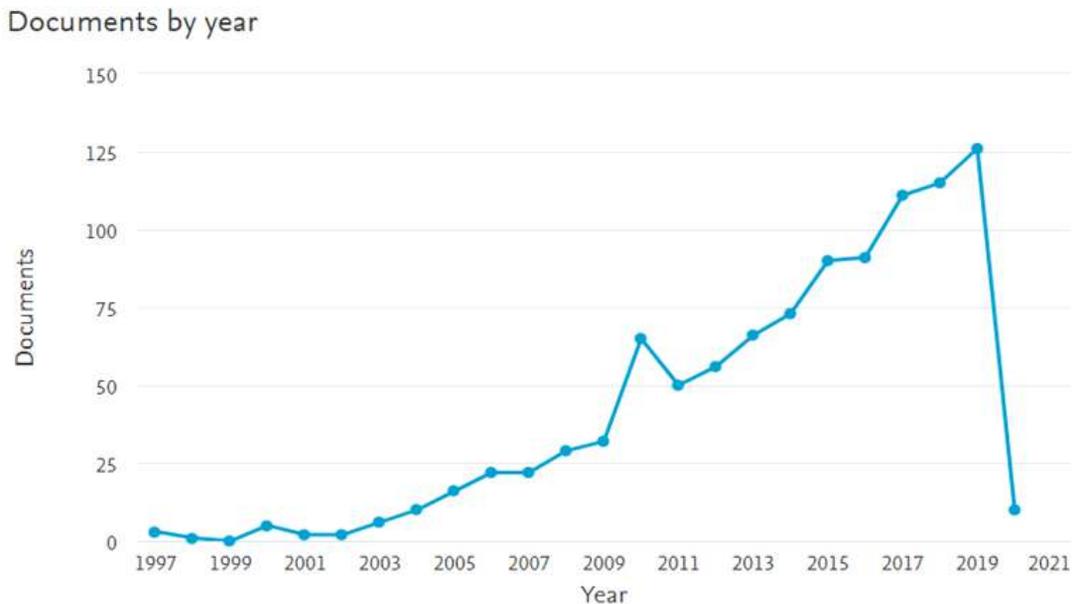
Por su parte ,el software VOSviewer ha sido utilizado en primer lugar por ser una herramienta de libre acceso que permite la construcción y visualización de redes bibliométricas, las cuales no permiten desarrollar en la actualidad con la opción de "análisis de resultados" que ofrece Scopus,, aunque se ha considerado que dichas redes aportan nformación relevante para el ejercicio que se ha adelantado.

Resultados

Análisis de resultados de Scopus

Comportamiento de los resultados por año

Figura 1
Comportamiento de los resultados por año



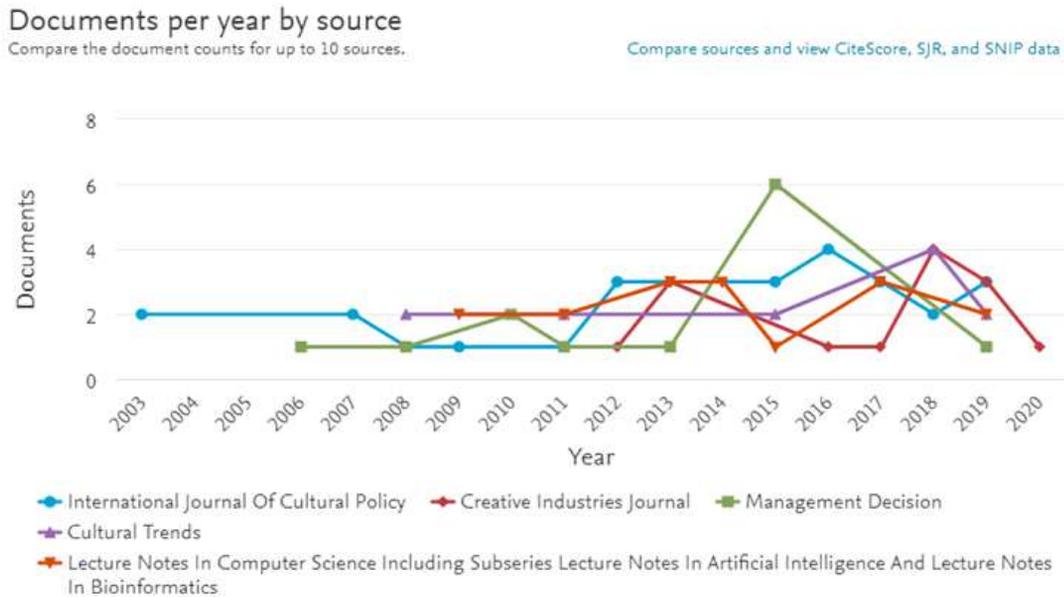
Nota. Tomado del análisis de resultados en Scopus.

La figura 1, obtenida a partir de los resultados de la base de datos Scopus, permite observar por un lado que las industrias creativas ha sido un tema de interés de los investigadores desde el año 1997; sin embargo, se logra observar un crecimiento continuo a partir del año 2001, fecha que coincide

con las primeras publicaciones realizadas por el profesor John Howkins. A partir de ese año, se observa cada vez más un interés particular por la temática, lo cual demuestra la vigencia y relevancia de la misma a nivel mundial.

Comportamiento anual de las principales revistas

Figura 2
Comportamiento anual de las principales revistas que publican respecto al tema

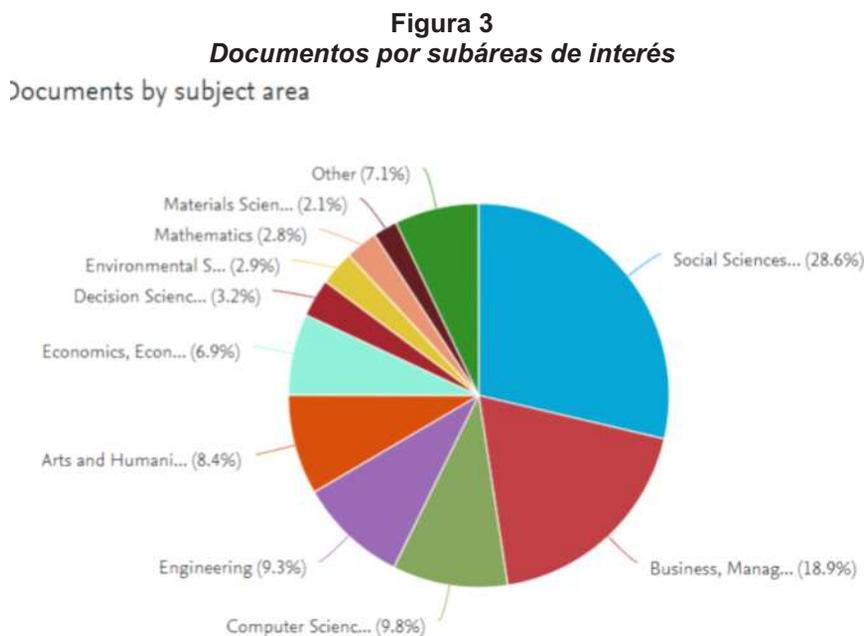


Nota. Tomado del análisis de resultados en Scopus.

Como resultado de la dinámica de cambio respecto del interés en la temática de economía creativa, se puede observar similarmente que, con el auge de las publicaciones en esta materia, se han venido creando una serie de revistas con un enfoque particular por la temática cultural; entre las cuales resalta la revista "International Journal Of Cultural Policy" la cual, según se observa, es una de las primeras revistas orientadas a la temática cultural que se crean y aun en la actualidad continúa situándose entre las principales revistas en realizar publicaciones al respecto.

Por otro lado, llama la atención el caso de la revista "Management Decisión", la cual aun cuando no centra su interés de forma particular en la industria creativa, ha venido realizando un significativo número de publicaciones en la temática. De lo cual se obtiene que la industria creativa se ha convertido en un tema de relevante interés para las líneas de investigación en gestión de toma de decisiones.

Documentos por subáreas de interés



Nota. Tomado del análisis de resultados en Scopus.

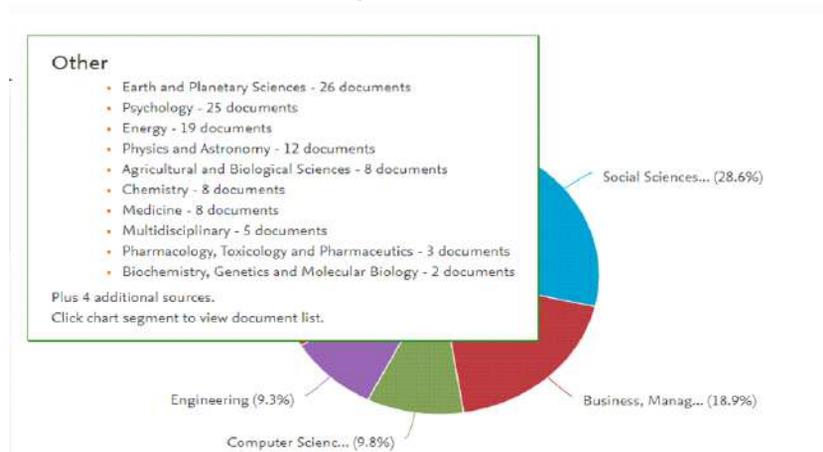
Tras una observación más detallada de las áreas de estudio que han realizado publicaciones respecto de estudios de costeo de proyectos creativos, se obtuvo que son las ciencias sociales las que demuestran un mayor interés por la temática, con un 28,6 % del total de publicaciones que fueron identificadas, seguida por las áreas de negocios y administración, ciencias de la computación e ingeniería con un 18,9 %, 9,8 % y 9,3 % respectivamente.

Llama la atención que el área de artes y humanidades se situó hasta el quinto lugar en el ranking de publicaciones por áreas del conocimiento, con un 8,4 % del total de publicaciones respecto del costeo de proyectos creativos, deja entrever quizá que las áreas de artes y humanidades no han demostrado

un significativo interés por los temas financieros y, en particular, por los costos de los proyectos que desarrolla la industria creativa.

Y es en este mismo sentido que se observa que el área de estudio de economía solo contaba con un 6,9 % del total de publicaciones en la temática, de lo cual resulta interesante realizar el cuestionamiento de que por un lado, a nivel mundial, se ha reconocido la industria creativa como un elemento de significativa importancia para el desarrollo de las economías; sin embargo, según el volumen de estudios en relación al costo de este tipo de industria, permite entrever que aún existe un amplio espacio para investigaciones que permitan fortalecer la industria creativa y su rol en el desarrollo de la economía de las naciones.

Figura 4
Documentos por subáreas de interés



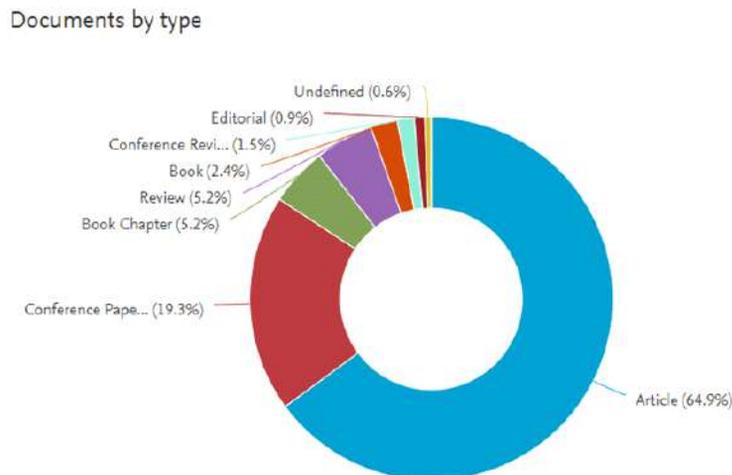
Nota. Tomado del análisis de resultados en Scopus.

A través de la figura se ha procedido a desglosar el detalle de las áreas de estudio, las cuales han sido agrupadas en la sección de "Otros" dentro de la figura de subáreas de interés elaborado por Scopus como resultado de la búsqueda de información realizada; esto, con el fin de observar con mejor

detalle algunas de las diferentes áreas de estudio que han mostrado cierto interés respecto del estudio de los costos de proyectos creativos.

Tipos de publicaciones académicas

Figura 5
Tipos de publicaciones académicas realizadas en la temática



Nota. Tomado del análisis de resultados en Scopus.

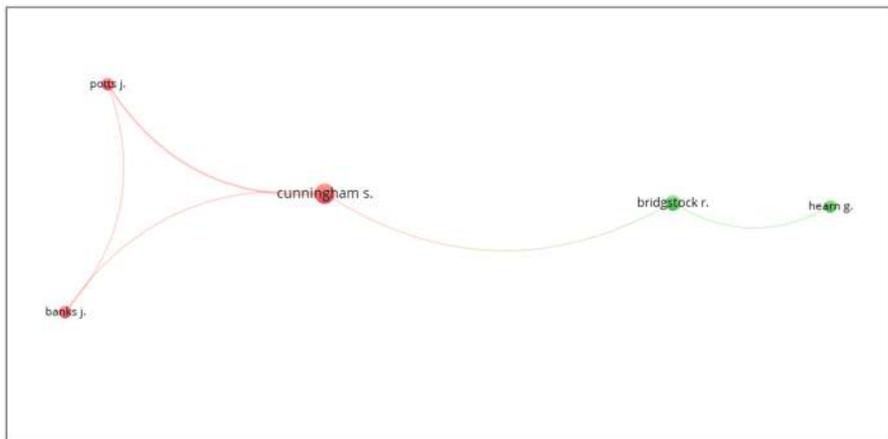
La figura permite observar que los principales tipos de publicaciones académicas que fueron desarrolladas en relación con la temática han sido los artículos académicos y los papers de conferencias. De lo cual se deduce que estas representan las principales fuentes de consulta de información en relación con la temática, al momento de querer profundizar en la misma.

como la conferencia son los mecanismos de transferencia de conocimiento más utilizados para esta temática, de lo cual es posible visualizar la estrategia de difusión de los resultados de la investigación que se adelanta en esta temática, con el ánimo de maximizar el impacto y la cobertura del proceso investigativo.

Por otro lado, se identifica que tanto el artículo

**Resultados obtenidos del software VOSviewer
Red de cocitación de autores**

Figura 6
Red de cocitación de autores



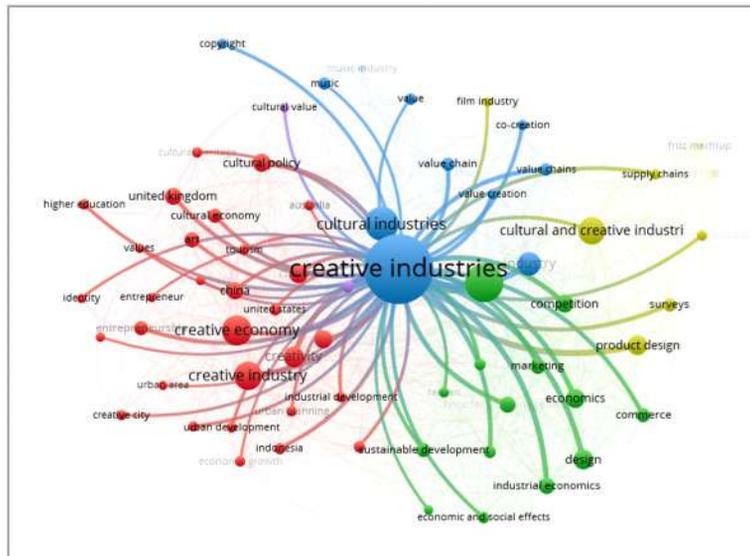
Nota. Elaborado en el software VOSviewer a partir de datos recolectados en la base de datos Scopus.

En la figura anterior (ver Figura 6) se observan los trabajos que se han realizado de forma investigativa y que fueron hechos de manera colaborativa entre algunos autores. Esto tiene gran relevancia, ya que permite obtener una visión amplia de quiénes, en qué regiones y en qué fechas han escrito de forma conjunta sobre el tema. Cada uno de los investigadores no aborda del mismo modo dicho fenómeno, así que trabajar de manera conjunta permite superar obstáculos que se presentan y como resultado dar continuidad al conocimiento global.

Es importante resaltar que la red de cocitación de autores es significativamente pobre, a partir de lo cual se puede observar que los investigadores que adelantan proyectos en relación a la temática de interés aún tienen mucho trabajo por realizar en cuanto a redes de cooperación, las cuales sin duda podrían enriquecer significativamente la generación de conocimiento en esta área.

Red de cocitación de palabras clave

Figura 7
Red de cocitación de palabras clave



Nota. Elaborado en software VOSviewer a partir de datos recolectados en la base de datos Scopus.

El análisis de coocurrencia de términos se basa en el estudio comparativo de las palabras clave que le son asignadas a la investigación como referentes temáticos del trabajo que fue desarrollado. Relaciona las conexiones entre los términos principales de la muestra realizada, con esto se pueden observar cómo un tema central se interrelaciona con las palabras claves, y esto, a su vez, habla sobre las temáticas que se asocian. Como resultado de la visualización de las palabras clave en el mapa bibliométrico se obtuvieron cinco grandes grupos temáticos que configuraron los principales focos emergentes de investigación.

- Clúster 1: “Medios de comunicación sociales” (26 %). Agrupó un total de 96 ítems; las palabras clave con mayor peso fueron: *Social media; facebook; social capital; knowledge management; open government; affordances; user-generated content; social network analysis; text mining; knowledge sharing; social networks; blog; communication; online reviews.*
- Clúster 2: “Evaluación de la investigación y nuevos indicadores basados en la Web 2.0” (22,7%). Incluyó un total de 84 ítems; entre las palabras clave con mayor peso se situaron: *Twitter; Research evaluation; Web of Science; Citation análisis; Altmetrics; Bibliometrics; Scopus; Webometrics; Google scholar; H-index; Online reference managers; Microblogging; Mendeley; Scientometrics; University rankings; Database coverage; Research metrics.*
- Clúster 3: “Confianza en los entornos virtuales” (19,6 %). Integró un total de 72 ítems; las palabras clave con mayor peso fueron: *trust; validity; qualitative; e-commerce; theory development; qualitative analysis; institutional mechanisms; satisfaction; big data; privacy; credibility; e-loyalty; social comerse.*
- Clúster 4: “Modelo de aceptación de las tecnologías de la información (TI)” (14%). Agrupó un total de 52 ítems; las palabras clave con mayor peso fueron: *technology adoption; e-government; technology acceptance model; unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT); structural equation modelling; electronic health records.*
- Clúster 5: “Tecnología de la información (TI) y resultados de las empresas” (9,3%). Incluyó un total de 34 ítems; las palabras clave con mayor peso fueron: *information technology; firm performance; resource-based view; revenue growth; cost reduction; profitability; design science; design theory; information systems.*
- Clúster 6: “Plataformas de comercio electrónico” (8,4 %). Agrupó un total de 31 ítems; las palabras clave con mayor peso fueron: *collaboration; electronic commerce; platforms; architecture; qualitative methods; virtual teams; innovation;*

outsourcing; offshore software development; environment.

Discusión

Los resultados de la información recabada a partir de la base de datos Scopus y del procesamiento de dicha información por medio del software VOSviewer, permite generar agrupaciones de clústeres por sectores o líneas temáticas. Estos resultados evidencian que entre el set de sectores de mayor acercamiento a la temática de las industrias creativas se encuentran los medios de comunicación y las tecnologías de la información (TI) principalmente, lo cual puede estar relacionado dado que hay autores que indican que el desarrollo de las industrias culturales está ligado al avance tecnológico (Avilés-Ochoa y Canizalez-Ramírez, 2015). Sin embargo, llama poderosamente la atención que, ante un sector de gran potencial de desarrollo económico, sectores como la economía y la administración presentan avances incipientes en cuanto a investigaciones y desarrollos académicos orientados a este sector o temática, por lo cual resulta preciso darle relevancia, dado los nuevos modelos de negocio que han surgido y, de este modo, propiciar la identificación de características que puedan facilitar la mejora de la competitividad (Casani et al., 2012).

Basados en la recurrente presencia de las tecnologías de la información como temática complementaria de las industrias creativas, los procesos de estudio de modelos de aceptación de este sector, creciente y cambiante; adquieren una mayor preponderancia para el desarrollo de estrategias e iniciativas que logren el mayor provecho posible del potencial atribuido al sector.

Las nuevas tecnologías, en especial el desarrollo de Internet, han abierto un abanico de oportunidades a las industrias culturales, y elementos como la innovación, la tecnología con la utilización de la cultura, el arte y la creatividad se han convertido en una nueva oportunidad para los empresarios (González y de los Ríos, 2013; Ruiz y Martínez, 2010).

Po otro lado, resulta importante adelantar análisis más específicos de los diferentes clústeres observados en relación con las publicaciones académicas en materia de la industria creativa, con el objetivo de comprender con una mayor profundidad la forma como se estructuran las líneas temáticas que los componen; del mismo modo, reestructurar la ecuación de búsqueda utilizada para la base de datos Scopus basados en los resultados de estos clústeres, podría brindar nuevas perspectivas de la tentativa evaluada.

Finalmente, es preciso resaltar que la economía creativa fusiona valores económicos y culturales, y ello es lo que la diferencia de otros sectores. Pero anteriormente, esta actividad cultural no era

concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. Sino más bien como una actividad en la que la gente se comprometía hacer una vez dejaba de trabajar, pero que no era parte de su vida laboral (Moreno y Jején, 2016).

Hoy en día es perceptible el reconocimiento que tiene el valor de cambio de estas industrias, la mayoría de los productos de las industrias creativas poseen un valor expresivo, un significado cultural que son difíciles de identificar en los costos de producción o bien su utilidad (Moreno y Jején, 2016). Situación que puede generar dificultades en planear detalladamente los costos de producción y uso de herramientas de costeo, lo que implican una gestión particular de estas empresas para lograr la generación de productos culturales estéticamente valiosos y de igual forma la sostenibilidad de la actividad productiva en el tiempo (Ministerio de Cultura, s.f).

Conclusión

La herramienta VOSviewer permite observar la coocurrencia de términos que se establece referente a la industria creativa, con lo que se evidencia el impacto y crecimiento que este va adquiriendo a través del tiempo.

Con el ejercicio realizado con las herramientas Scopus Y VOSviewer se puede concluir que la industria creativa se convierte en un tema referencial de interés para los investigadores.

Aunque existan trabajos colaborativos entre los grupos de investigación, se puede determinar que aún hace falta realizar esfuerzos para fortalecer redes de trabajo a través de las cuales sea posible analizar de forma más amplia cómo se desarrolla el fenómeno de estudio, en diferentes grupos poblacionales, economías o dinámicas geográficas

La fuente principal que se utiliza para la divulgación de la información sobre la industria creativa se enfoca en los artículos y conferencias que hablan de la misma; lo cual si bien puede significar una hoja de ruta para la divulgación de los resultados de los proyectos de investigación que se adelantan en la temática. También puede representar un llamado de atención que lleve a preguntar cuáles pueden ser algunas estrategias que promuevan un máximo de transferencia de conocimiento en pro de la democratización del conocimiento.

Los resultados del ejercicio permiten observar, por otra parte, la relevancia y pertinencia de la temática de estudio, lo cual valida la conveniencia de los proyectos de investigación orientados a las metodologías de costeo de proyectos de la industria creativa y, así mismo, pone de manifiesto un sinnúmero de fuentes de información por medio de las cuales será posible enriquecer la investigación.

Finalmente, es de resaltar que, a pesar del creciente interés de los investigadores por adelantar proyectos respecto de la temática estudiada, la falta de investigaciones situadas en el contexto latinoamericano y particularmente en Colombia, pone de manifiesto la necesidad de estudiar el fenómeno y proponer alternativas enfocadas a la casuística del contexto de la economía creativa en un país como Colombia y en especial en la ciudad de Medellín, como un epicentro fundamental de esta industria.

Fuente de financiamiento

La investigación fue financiada por el Centro de Investigaciones Escolme (Medellín, Colombia).

Contribución de los autores

JSQO: construcción de la introducción y apoyo en el componente metodológico.

LMTM: búsqueda de información y organización de datos para el análisis de los indicadores.

MRC: redacción de resultados de indicadores bibliométricos.

WJBC: redacción de resultados de indicadores bibliométricos.

WGA: construcción del componente metodológico.

JMO: construcción de discusión y conclusiones.

COO: construcción de discusión y conclusiones.

Conflicto de Interés

No presenta conflicto de intereses.

Referencias

- Arellan, O., Quispe, G., Ayaviri, D, y Escobar, F. (2017). Estudio de la Aplicación del Método de Costos ABC en las Mypes del Ecuador. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 19(1), 33-46. <https://dx.doi.org/10.18271/ria.2016.253>
- Avilés-Ochoa, E. y Canizalez-Ramírez, P. (2015). Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos. *Economía, sociedad y territorio*, 15(47), 185-216. <https://doi.org/10.22136/est002015558>
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *Economía Naranja, una oportunidad Infinita*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J. y Sánchez, F. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la economía creativa: Emociones y redes sociales. *Universia Business Review*, 1(33), 48-69. <https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/830>
- Chacón P. y Galia B. (2016). Costeo por operaciones: Aplicación para la determinación de precios justos en la industria del plástico. *Actualidad Contable Faces*, 19(32), 5-39.

- <https://www.redalyc.org/pdf/257/25744733002.pdf>
- Ding, X. y Yang, Z. (2020). Knowledge mapping of platform research: a visual analysis using VOSviewer and CiteSpace. *Electronic Commerce Research*. Springer. DOI: 10.1007/s10660-020-09410-7
- González, V. y De los Ríos, S. (2013). La influencia de las nuevas tecnologías en las industrias de la cultura retos y oportunidades para Europa. *Economía industrial*, 389, 41-50. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4500335>
- EVE Museos e Innovación. (12 de diciembre de 2020). Qué es Industria Creativa. <https://evemuseografia.com/2016/10/13/que-es-industria-creativa/>
- Lis, A., Bello, K. y Górká, J. (2021). Albania as an object and a context of research in economic sciences: bibliometric analysis. *Ekonomia i Prawo*, 20(1), 139-154. <http://dx.doi.org/10.12775/EiP.2021.009>
- Liu, Y. (2019). Basic Theory Study on Cultural Creative Industry*. *4th International Conference on Contemporary Education, Social Sciences and Humanities (ICCESSH 2019)* (pp. 1515–1517). <https://doi.org/10.2991/iccessh-19.2019.331>
- Lodeiro, P. (2013, 7 de octubre). *Valor de la empresa: Definición, cálculo y ejemplo*. <https://www.academiadeinversion.com/valor-de-empresa-definicion-calculo-ejemplo/>
- Medina-Mijangos, R. y Seguí-Amórtegui, L. (2020). Research trends in the economic analysis of municipal solid waste management systems: A bibliometric analysis from 1980 to 2019. *Sustainability (Switzerland)*, 12(20), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su12208509>
- Menkshi, E. y Brahooli, E. (2019). The mapping and evaluation of cultural and creative industry in Korça city. *KNOWLEDGE-International Journal*, 35(3), 799 - 804. <https://ikm.mk/ojs/index.php/KIJ/article/view/2431>
- Mincultura. (s.f.). *ABC Economía Naranja* [Archivo PDF]. https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/atencion-al-ciudadano/_ABC_ECONOMI%CC%81A_NARANJA_.pdf
- Ministerio de Cultura. (s.f.). *Política para el emprendimiento y las industrias culturales*. https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/politica-emprendimiento-industrias-culturales/Documents/13_politica_emprendimiento_industrias_culturales.pdf
- Mora, E. S. (2014). El auge del modelo del valor razonable en las normas internacionales de información financiera. *Pensamiento Actual*, 14(22), 85-98. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5821493>
- Moreno Cañón, A. K., & Jejen Jejen, G. E. (2016). *Economía naranja: Industria creativa y cultural una oportunidad de negocio para la empresa Devas Amara*. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1422
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2013). *Informe sobre economía creativa* [Archivo PDF]. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- Ramírez Molinares, C. V., García Barbosa, M., y Pantoja Algarin, C. R. (2010). *Fundamentos y técnicas de costos*. Universidad Libre de Colombia. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/handle/123456789/1747>
- Rodrigues, M. y Franco, M. (2020). Networks and performance of creative cities: A bibliometric analysis. *City, Culture and Society*, 20. DOI: 10.1016/j.ccs.2019.100326
- Ruiz, J. y Martínez, S. (2010). La tecnología y la innovación como base de creatividad de las empresas culturales. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 99-110. https://www.researchgate.net/publication/277272777_La_tecnologia_y_la_innovacion_como_base_de_creatividad_de_las_empresas_cultural_es
- Solano, E., Castellanos, S., López, M., y Hernández, J. (2009). La bibliometría: una herramienta eficaz para evaluar la actividad científica postgraduada. *MediSur*, 7(4), 59-62. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1727-897x2009000400011
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2010). *Políticas para la creatividad. Guía para el desarrollo de las industrias culturales y creativas*. UNESCO. <https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/220384s.pdf>
- Vega-Muñoz, A., Bustamante-Pavez, G., y Salazar-Sepúlveda, G. (2019). Orange Economy and Digital Entrepreneurship in Latin America: Creative Sparkles Among Raw Materials. *Handbook of Research on Digital Marketing Innovations in Social Entrepreneurship and Solidarity Economics*, edited by Jose Manuel Saiz-Alvarez, IGI Global. pp. 182-203. <http://doi:10.4018/978-1-5225-8939-6.ch010>
- Vera-Baceta, M. A., Thelwall, M., y Kousha, K. (2019). Web of Science and Scopus language coverage. *Scientometrics*, 121(3), 1803-1813. DOI: 10.1007/s11192-019-03264-z
- Wikanda. (s.f.). *Industria cultural*. https://www.wikanda.es/wiki/Industria_cultural