

EL EFECTO MULTIPLICATIVO DE LOS ACTORES VINCULADOS

El grupo de investigación SEJ-314 de la Universidad de Málaga desarrolla dentro de una de sus líneas de investigación el estudio de los modelos de negocio de plataformas. Este grupo tiene una larga trayectoria de investigación de proyectos y trabajos publicados sobre distintas áreas que ayudan a comprender, planificar y desarrollar estrategias en el ámbito concreto del crowdfunding. Actualmente nos encontramos desarrollando una investigación bajo el título “The multiplicative effects of engaged actors towards emergence in crowdfunding ecosystems” (“Los efectos multiplicativos de los actores comprometidos en relación a la emergencia [de innovación] en los ecosistemas de crowdfunding”). En el proyecto buscamos analizar el papel que tienen los mecenas con relación a los directores de proyecto, considerando que sus aportaciones superan la financiación para involucrarse en el proyecto de diversas formas. Para ello, nos encantaría contar con vuestra ayuda. Agradecemos a Lánzanos, una vez más, su disponibilidad para involucrarse y desarrollar el trabajo de investigación. Para nosotros es importante apoyarnos en estudios de casos que nos permitan avanzar en investigación con el fin de facilitar el desarrollo de nuevos modelos de gestión y estrategias adaptadas a las necesidades de este ecosistema creciente y en continuo proceso de cambio. El estudio está configurado en dos partes:

- Captación de datos de carácter cualitativo: que se configuraría en entrevistas (online) a directores de 7-8 proyectos. Las entrevistas tendrán una duración estimada de 20 minutos.
- Captación de datos de carácter cuantitativo: Dirigido de forma separada a los mecenas de los proyectos involucrados y a mecenas de la plataforma Lánzanos en general. Con un máximo de 7 preguntas de respuesta cerrada y automática.

Este trabajo se desarrolla en colaboración con otras universidades europeas y es de esperar que sus resultados puedan publicarse, siempre con vuestro consentimiento, en revistas internacionales. Adjunto algunas referencias sobre trabajos que ya hemos publicado en este terreno.

Referencias

- Quero, M.J., Díaz-Méndez, M. and Gummesson, E. (2020) 'Balanced centricity and triads: Strategies to reach ecosystem equilibrium in the arts sector', *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 35 No. 3, pp.447–456.
- Quero, M.J. and Mele, C. (2022) 'Balanced centricity: A joint institutional logic within open collaborative ecosystems', *Journal of Business and Industrial Marketing* (published online ahead of print). <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2021-0572>
- Quero, M.J. and Ventura, R. (2015) 'The role of balanced centricity in the Spanish creative industries adopting a crowdfunding organizational model', *Journal of Service Theory and Practice*, Vol. 25 No. 2, pp.122–139.
- Quero, M.J. and Ventura, R. (2019) 'Value proposition as a framework for value co-creation in crowdfunding ecosystems', *Marketing Theory*, Vol. 19 No. 1, pp.47–63.
- Quero, M.J., Ventura, R. and Kelleher, C. (2017) 'Value-in-context in crowdfunding ecosystems: How context frames value co-creation', *Service Business*, Vol. 11 No. 2, pp.405–425.