



Innovación y emprendimiento para el desarrollo sostenible

Coordinadores:

Alejandro Campos Sánchez
Gloria Yaneth Zápari Romero
Rosendo Martínez Jiménez
Elia Marúm Espinosa

Innovación y emprendimiento para el desarrollo sostenible

Coordinadores:

Alejandro Campos Sánchez
Gloria Yaneth Zapari Romero
Rosendo Martínez Jiménez
Elia Marum Espinosa

Innovación y emprendimiento para el desarrollo sostenible

Primera edición, 2024

Comité científico editorial

Dra. Milena Gómez Cedeño

Instituto Técnico Superior Especializado, Panamá

Dra. Yarissa Marcela Palma Chorres

Instituto Técnico Superior Especializado, Panamá

Dra. Mónica Esther Vega Arana

Universidad Ricardo Palma, Perú

Dr. Juan Carlos Pérez Tovar

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia

Dr. José Rosario Lara Salazar

Universidad Autónoma de Sinaloa, México

Dr. Gregorio Guzmán Lares

Universidad Autónoma de Sinaloa, México

Dr. Luis Enrique Valdez Juárez

Instituto Tecnológico de Sonora, México

Dr. Pedro Daniel Aguilar Cruz

Universidad de Guadalajara, México

Dr. César Omar Mora Pérez

Universidad de Guadalajara, México

Dra. Rocío Maciel Arellano

Universidad de Guadalajara, México

Dra. Marcela del Rocío Ramírez Mercado

Universidad de Guadalajara, México

Dra. Citlalli Rocío Flores Rodríguez

Universidad de Guadalajara, México

Esta obra en general, así como cada uno de los capítulos en lo individual, fueron evaluados mediante un proceso doble-ciego, por un comité científico conformado por pares investigadores nacionales e internacionales para el aseguramiento de la calidad, conforme a los lineamientos editoriales establecidos por la Cátedra UNESCO «Innovación Social y Emprendimiento», la Red Internacional de Investigadores en Innovación y Emprendimiento Social y la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración.

Coordinación

Alejandro Campos Sánchez

Gloria Yaneth Zápari Romero

Rosendo Martínez Jiménez

Elia Marúm Espinosa

Textos

Reyna Isabel Ayuzo Pacheco

Mónica Belem Bernal Pérez

Alejandro Campos Sánchez

Dulce María Castolo Servín

María del Carmen Cervantes Salazar

Cristian Federico Chavarín Cueva

Alba Cruz López

Daniela Fernández Maldonado

Cinthya Figueroa Rodríguez

Isabel Cristina Flores Rueda

Ivon Abigail González Garza

Marco Aurelio Jaso Sánchez

Araceli López Camacho

Nidia López Lira

Karina Martínez Cantú

Ma. de Lourdes Martínez Cerda

Rosendo Martínez Jiménez

Pedro Rafael Martínez Martínez

Eduardo Méndez Aguilar

Reservados todos los derechos.

No se permite reproducir, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio empleado —electrónico, mecánico, fotocopia o grabación, etcétera—, sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

Alejandra Mendoza González

David Valenzuela Montoya

Mireya Berenice Monroy Anieva

Olid Antonio Morán Ortiz

Julia Lizzet Orozco Navarro

Martha Elba Palos Sosa

Gloria María Plascencia de la Torre

Ana Luz Ramos Soto

René Rivera–Huerta

Blanca Nelly Rodríguez Garza

Cristian Alejandro Rubalcava De León

Edgar Roberto Sandoval García

Macrina Beatriz Silva Cazares

María Mayela Terán Cázares

Ma. Patricia Torres Rivera

Beatriz Virginia Tristán Monrroy

Mariana Monserrat

Mariana Zerón Félix

José Pablo Zurita Salinas

Sair Alejandra Martínez Hernández

Clotilde Hernández Garnica

Armando Tomé González

Diseño y diagramación

Jorge Campos Sánchez

Diana Berenice González Martín

ISBN 978-607-69987-3-1

Este libro se terminó de editar

en septiembre de 2024.

Hecho en México.

Made in Mexico.

Índice

CAP. 1 | El papel de las universidades en el emprendimiento social

14

1.1 Análisis de la Intervención del Programa de Cultura de Emprendimiento Social en una Escuela de Educación Básica

Beatriz Virginia Tristán Monroy, Ma. Patricia Torres Rivera, Isabel Cristina Flores Rueda, Macrina Beatriz Silva Cazares y Ma. de Lourdes Martínez Cerda

46

1.2 Aprendizaje Asincrónico como Estrategia Complementaria para el Desarrollo de una Competencia Digital Apta para la Industria 4.0

Edgar Roberto Sandoval García, Mireya Berenice Monroy Anieva y Mónica Belem Bernal Pérez

71

1.3 Emprendimiento Social a través de las Universidades Públicas: Caso Nuevo León

Karina Martínez Cantú

83

1.4 La Misión Organizacional como Factor de Influencia en la Generación de Proyectos Sociales de Emprendimiento Universitario: Un Estudio del alumno Universitario en la Zona Norte de Nuevo León

María Mayela Terán Cázares, Ivon Abigail González Garza y Blanca Nelly Rodríguez Garza

100

1.5 La Responsabilidad Social Universitaria y su impacto en la intención emprendedora, hacia un futuro más sostenible

Cinthy Figueroa Rodríguez, Alejandro Campos Sánchez y Cristian Federico Chavarín Cueva

CAP. 2 | Emprendimiento social: modelos de negocio y casos de éxito

127

2.1 Análisis de la Intervención del Taller «Voces Contra el Bullying» como Propuesta de Emprendimiento Social

Julia Lizzet Orozco Navarro y José Pablo Zurita Salinas

149

2.2 Clasificaciones para el Emprendimiento: Revisión Sistemática de Literatura Según las Directrices PRISMA

Olid Antonio Morán Ortiz, Mariana Zerón Félix y Cristian Alejandro Rubalcava De León

174

2.3 La Vaina: Un modelo de negocios en zona rural como estrategia de emprendimiento social

María del Carmen Cervantes Salazar, David Mendoza Nazarit y Mariana Monserrat Valenzuela Montoya

201

2.4 Estrategias de Emprendimiento Social para el Mejoramiento de las Condiciones Socioeconómicas de la Comunidad de Emilio Portes Gil, San Felipe del Progreso, 2023

Dulce María Castolo Servín, Araceli López Camacho y Alba Cruz López

220

2.5 Factores Clave en los Procesos de Innovación de los Productores Artesanales: El Caso de Los Productores de Esferas de Chignahuapan, Puebla

Daniela Fernández Maldonado, René Rivera-Huerta y Nidia López Lira

247

2.6 Motivaciones y objetivos de los emprendimientos sociales en México

Sair Alejandra Martínez Hernández, Clotilde Hernández Garnica y Armando Tomé González

274

3.1 Innovación en las Empresas en Ambientes Informales: La Fundación Nacional de Innovación, Lecciones Desde la India para México

René Rivera-Huerta, Marco Aurelio Jaso Sánchez y Alejandra Mendoza González

302

3.2 Importancia del E-Commerce en las ventas de las MIPYMES, caso Oaxaca, México

Reyna Isabel Ayuzo Pacheco, Rosendo Martínez Jiménez, Pedro Rafael Martínez Martínez y Ana Luz Ramos Soto

324

3.3 La Inteligencia artificial en la gestión tributaria ambiental en México

Martha Elba Palos Sosa, Gloria María Plascencia de la Torre y Eduardo Méndez Aguilar

Prólogo

El Emprendimiento Social, sustento del desarrollo regional y nacional

A finales de septiembre de 2023 la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca fue sede del 1er. Congreso Internacional de Emprendimiento Social, evento convocado por la ANFECA, institución fundada hace 65 años que agrupa actualmente a 274 instituciones académicas de educación superior, localizadas en siete zonas a lo largo de todo el país, que imparten estudios de licenciatura y posgrado en contaduría, administración, informática administrativa y negocios internacionales, para la elaboración conjunta de planes y programas de estudio, acordes a las circunstancias regionales, fomentando la formación y actualización del personal académico y la aplicación de metodologías actualizadas y adecuadas para los procesos de enseñanza aprendizaje.

Si revisamos la larga temática abordada por la ANFECA en sus encuentros, identificaremos su determinación de actualización permanente y los afanes de superación de nuestras facultades y escuelas, para jugar un rol más activo y comprometido en la solución de los problemas de nuestros entornos, en un momento en que su participación resulta más importante que nunca.

Además de la constante investigación y aportación de avances tecnológicos, propios de las áreas de nuestro ejercicio profesional, en las reuniones de ANFECA se han analizado tópicos indispensables para abordar el futuro, si queremos que este sea posible, como:

- La Igualdad de Género
- La Contabilidad Ambiental y el Desarrollo sustentable
- Las empresas socialmente responsables

Y ahora en este congreso, el Emprendimiento Social, relacionado al desarrollo regional, tema que abarca desde procesos que han hecho posible nuestro avance civilizatorio, hasta aquellos que resultan claves para imaginar el porvenir.

La impronta (el legado) del emprendimiento y la cultura organizacional constituyen, con otras denominaciones, (porque hasta hace poco no estaban en boga estos términos), el fundamento de las grandes civilizaciones, cuyos logros y aportes no hubieran sido posibles sin formas de organización eficaces, sólidas estructuras y sabias prácticas que lograron levantar los pilares de lo que ahora reconocemos como patrimonios de la humanidad.

Fray Bernardino de Sahagún se dio a la tarea de recopilar elementos claves del desarrollo de las culturas mesoamericanas, mismos que comprendió en 12 volúmenes, en los que incluyó: desde la planificación económica practicada en la sala de los calpixques, basada en el conocimiento preciso de las potencialidades de las diferentes regiones del país para definir cargas tributarias. Indagó sobre los cuidadosos procesos para seleccionar a los mejores gobernantes, en base a su medida, conocimientos y honradez. Estudió el escrupuloso manejo de los recursos públicos y las rigurosas normas contra la corrupción; también consignó la esmerada educación de los jóvenes, el prevaleciente sentido y lealtad comunitaria, el uso correcto y respetuoso en las maneras de hablar y el amor a la tierra, a la naturaleza y a los ancestros.

Lo anterior condicionó el conocimiento y cuidadoso aprovechamiento de los biomas, lo mismo manglares, arrecifes, selvas, desiertos o praderas, de ahí su admirable capacidad para la domesticación de especies para contar con alimentos, productos medicinales o materias primas, lo mismo para

construir viviendas, elaborar textiles o la fabricación de una larga lista de satisfactores.

Adelantándose a los siglos observaban prácticas que ahora llamamos amigables, sustentables, ecologistas, holísticas o resilientes. Sin idealizaciones aportaron al mundo, ya domesticados, el cacao, la vainilla, el maíz, la calabaza, el frijol y otros productos que paliaron el hambre europea y que unida al palo de tinte, la grana cochinilla y desde luego el oro y la plata, hicieron de México una gran potencia exportadora.

Las prácticas de planeación, dirección y control de los antiguos mexicanos, formaron parte esencial de su cultura y fueron aprovechadas por la administración novohispana. Dichos avances fueron tan reconocidos, como las refinadas expresiones artísticas ensalzadas por el gran artista y teórico del arte Alberto Durero.

Por lo anterior celebro que escuelas y facultades de la ANFECA avancen sustancialmente en materias relacionadas al entorno y a sus artífices. Sin duda hablar de grandes constructores, artistas, científicos, empresarios y trabajadores ejemplares, así como de las cualidades excepcionales de la megabiodiversidad mexicana, podrán estimular procesos de emulación y acciones ejemplares, como son precisamente las relacionadas al emprendimiento social.

El Premio Nobel de la Paz 2006 Muhammad Yunus nos dice «El emprendimiento social consiste en la generación de soluciones innovadoras para problemáticas sociales». Su trayectoria y los efectos de su trabajo son tales que muchos se preguntaban si debía concedérsele el premio nobel de la paz o el de economía y, yo agregaría, si lo hubiera, el de la esperanza de un mundo mejor.

Si como lo señala Yunus, el tema que nos ocupa consiste en la generación de soluciones innovadoras para problemáticas sociales, estamos ante una de las acciones que han dado lugar al desarrollo civilizatorio de múltiples culturas y que se significa por la búsqueda de la sobrevivencia de la huma-

nidad y de las cualidades naturales que se han conjuntado prodigiosamente en nuestro planeta, para hacer posible el portento de la vida.

Yunus es egresado de la Universidad de Mondragón, en el País Vasco, institución de vanguardia para estudios de nuestras áreas, ligada con la realidad laboral de la mayor cooperativa del mundo, que conjunta 80 mil trabajadores y 98 empresas, hechos que propiciaron que un hombre venido de una de las regiones con uno de los índices de calidad de vida más bajos del planeta, Bangladesh, visualizara ideas como las que ahora nos reúnen y que nos permiten palpar el enorme potencial de nuestras profesiones.

Desde mi etapa estudiantil me interesó indagar sobre la trascendencia de nuestros estudios y por ello, como pude, llegué a la Suecia cooperativista, a la Yugoslavia autogestora, investigué sobre los kibutz israelitas, me hice muchas preguntas sobre el ejido colectivo y me apersoné en Mondragón, en el País Vasco.

Me sorprendió y alentó que una gran organización, como Mondragón, declarara existir para: «la producción, distribución y venta de bienes y servicios, adoptando métodos democráticos en su organización y distribuyendo los bienes generados en beneficio solidario de sus socios y la comunidad.» Me mostraron cómo laboran «comprometidos en la creación de una mayor riqueza social, mediante la satisfacción del cliente, la generación de empleo, el desarrollo tecnológico y empresarial, la mejora continua, el fomento de la educación y el respeto al medio ambiente».

Reconforta encontrarse ante un modelo de organización moderno que rebasa exitosamente las propuestas reivindicatorias, más que fracasadas, para lograr primero el cumplimiento de actividades productivas, generadoras de riqueza, que permitan tener el derecho a beneficios, en base a la observancia de obligaciones.

Reconocí en Mondragón intentos palpables para que la mercadotecnia esté al servicio de la satisfacción de necesidades verdaderas, mediante la producción de satisfactores de calidad; para que la administración de per-

sonal deje de obstinarse en la creación de un mundo de sensaciones, para darse a la tarea del estímulo de potencialidades y el desarrollo de talentos; me encontré con una banca que no tiene como divisa la especulación sino la salud financiera, con una suma de empresas que determina un plan de ciencia y tecnología, como semillero de prototipos, productos y servicios que atiendan problemas y necesidades mediante la innovación y la creación.

La experiencia me ha enseñado que en cada región de México y América Latina podemos encontrar ejemplos para fortalecer el camino al emprendedurismo y celebro estar en Oaxaca, porque me da la oportunidad de hacer referencia a vivencias determinantes de mi trabajo y convicciones.

Hace 50 años tuve la suerte de conocer al que fue un entrañable amigo, un licenciado en administración que a los 31 años era el primer LAE que llegaba a rector, en este caso de la UABJO, lograba tal posición, seguramente precedido por varios CPS en distintas universidades del país. Con Rubén Vasconcelos me unió el interés sobre el compromiso social de nuestras profesiones, el gusto por la fotografía y el interés por nuestro entorno: tuve el privilegio de recorrer bajo su guía los Valles Centrales, el Istmo y desde luego su ciudad; por ser un estudioso y orgulloso divulgador de su entorno. Estoy seguro que hubiera participado entusiastamente en este evento.

Oaxaca me dio la oportunidad de contribuir en un trabajo de emprendedurismo basado en una de las prácticas culturales de mixtecos y zapotecos: el tequio, hecho que me permitió ser testigo de cómo al llamado de un caracol, como si fuera hace mil años, mujeres, hombres, niños y ancianos acudían con sus aperos, para poner su fuerza al servicio de labores comunitarias, destinadas a resolver problemas esenciales, en el tequio participan todos, incluidos paisanos que enviaban materiales y se hacían presentes, directa o con reemplazos, para atajar la lluvia y producir alimentos. Es decir, en Oaxaca el emprendimiento se practica desde hace siglos.

Caso dos: Elías García pertenece a la cultura chinanteca, uniendo los conocimientos y conciencia de su pueblo originario, con su formación univer-

sitaria diseñó y opera una empresa comunitaria sustentada en el comercio internacional.

Elías salió de su pueblo Usila, Oax. con la misión encomendada por su padre de estudiar y prepararse para ayudar a su pueblo; cruzó la selva con su hermano con la convicción que había que regresar algún día. Con enormes sacrificios ambos lograron terminar estudios universitarios.

Nos dice Elías. «Regresé a mi pueblo Usila en 1985 y lo encontré dividido entre protestantes y católicos, hecho que rompió la estructura social y cultural de la comunidad e impedía el trabajo a realizar. Lo primero fue buscar recuperar la cohesión a través de una actividad que involucrara a todos, al margen de sus tendencias políticas, religiosas, de edad o género. Necesitábamos una convocatoria a partir de nuestra propia cultura chinanteca, donde entraran todos, tenía que ser un proyecto agrícola donde participaran mujeres, niños, adultos, etc.

La vainilla es nativa de la región costera del Golfo de México que va desde el Totonacapan, hasta la Chinantla, en el norte de Oaxaca y resulta que la zona más rica por su variedad genética y calidad de sus especies es la cuenca del Papaloapan, en donde estamos. Los chinantecos la usamos desde tiempos prehispánicos para preparar una bebida de cacao, a la que se agrega el sabor y el aroma que da la vainilla y se usa también en la cosmética para aromatizar el aceite de la semilla del mamey que usan las mujeres chinantecas para perfumar su cabello.

Hace 25 años comenzamos a recuperar el cultivo de la vainilla, por su potencial valor complementario en la economía de nuestro pueblo y por ser un agente para la conservación de la selva, la recomposición comunitaria, el fortalecimiento de nuestra cultura y lengua, y resultó que la vainilla compendiaba todo.

Una cosa es sembrar materiales vegetativos totalmente domesticados y otra es domesticar una especie a partir de su estado silvestre; lo logramos, después de 15 años para contar con un proceso que involucra 120 productores de 9 comunidades.

Pero había otro reto sumamente difícil: aprender a comercializar. Decidimos trabajar con grupos de avanzada social en Europa que forman parte del movimiento Comercio Justo, destinado a trabajar directa y equitativamente con las comunidades. Los consumidores europeos, conscientes y conocedores están interesados en el impacto que tiene cada actividad productiva sobre el medio ambiente y el fortalecimiento de las culturas comunitarias para el desarrollo.

Recibimos un reconocimiento en Europa por el rescate del cultivo y por nuestra forma organizativa comunitaria porque, además de tratarse de un artículo de gran calidad, lo que ofrecemos es un producto cultural. Por ello la Universidad de las Ciencias Gastronómicas de Italia, realiza prácticas con nosotros. Así en la Chinantla Oaxaqueña encontramos un magnífico ejemplo de emprendedurismo para el desarrollo.

Caso tres: Hace años conocí San Antonino, en los Valles Centrales donde, como en muchos pueblos oaxaqueños y mexicanos, contrastaba su precaria situación con la capacidad de trabajo de sus habitantes y su virtuosismo, en este caso para elaborar vestidos primorosamente bordados.

Hace poco regresé, realizando un ejercicio de paralelismo cultural entre México y Hungría. Pareciera que los bordados de Yucatán, Chiapas, Michoacán o Oaxaca fueran semejantes a los trabajos de las mujeres de Rumanía, Ucrania o Hungría. Sin duda el bordar es una expresión universal, pero las particularidades surgen del conocimiento que cada grupo de mujeres tiene de la flora de su entorno, sus formas, colores y la manera en que las plasman.

¿Qué tiene que ver el trabajo de las ejemplares mujeres de San Antonino con el emprendedurismo? Yo diría que mucho: las hermanas Cornelio y su mamá, al igual que sus vecinas, han cuidado la calidad de su trabajo y se esmeran en cada boceto que elaboran.

Sus diseños en una justa y ejemplar experiencia fueron el punto de partida para elaborar colecciones de joyas con la prestigiada firma Tane, cuyo

director creativo Ricardo Domingo se complace de «unir dos lenguajes: los textos bordados y el idioma de la plata».

Me sorprendió visitar las casas y las tiendas de San Antonino, con la pulcritud y hospitalidad de siempre, pero con una evidente elevación de la calidad de vida. Afortunadamente, dada la calidad de su trabajo, sus precios son más justos y han superado la injusta correlación de arte popular-precios ínfimos.

Conocer a Miriam y a su familia fue gracias al Museo del Textil Mexicano de Oaxaca, una de las instituciones promovida por un gran emprendedor y colega Alfredo Harp Elú, de quién podríamos relacionar múltiples obras de emprendimiento a partir de su fundación.

Oaxaca, lo repito, conserva en sus culturas y valores el germen de grandes proyectos. Como sucede por todo México: Como lo fue el Ing. Juan Zelada en Nuevo León, Miguel Alvarez del Toro en Chiapas, Rafael Coronel en Zacatecas, la familia Wolter en Comalcalco, o Regina Olvera en Huitzilac, Morelos.

Celebro que exista en la ANFECA una creciente actividad en relación al primer emprendimiento que tenemos que seguir: el conocimiento del entorno de cada uno, el recopilar casos para el desarrollo de nuestras regiones; México es un campo más que fértil. En el conocimiento y compromiso con nuestras heredades naturales y culturales tenemos la materia fundacional para materializar los propósitos de ANFECA, cada región lo puede hacer por igual y Oaxaca es una muestra.

La convocatoria de este congreso ha sido un éxito plasmado en 40 ponencias, frutos de investigaciones recibidas. Presentamos y compartimos 12 de ellas en esta publicación que representa una promisoría aportación a nuestras instituciones académicas y a México.

Adalberto Ríos Szalay

2.5 Factores Clave en los Procesos de Innovación de los Productores Artesanales: El Caso de Los Productores de Esferas de Chignahuapan, Puebla.

Daniela Fernández Maldonado

René Rivera-Huerta

Nidia López Lira

Resumen

La desigualdad que caracteriza a la región de América Latina determina que varios grupos de la población se encuentren en contextos de exclusión. Esta exclusión social puede entenderse de tres formas: bajos ingresos, abandono del Estado o de la sociedad, y discriminación por motivos religiosos, étnicos o culturales. Diversos estudios enfatizan en el potencial de la innovación como propulsora del desarrollo, resaltando los procesos de desarrollo inclusivo como mecanismo para lograr la reducción de la exclusión social y la pobreza, por medio de la satisfacción de las necesidades de las poblaciones con menores recursos y el combate a la desigualdad. Amplios segmentos del sector artesanal mexicano históricamente han sido desfavorecidos porque no cuentan con las prestaciones laborales, de

seguridad y protección social; además de que residen en zonas pobres y marginadas del país (FONART, 2020). Sin embargo, en Chignahuapan los artesanos han implementado diversas innovaciones en sus productos, lo cual, ha repercutido en el éxito de la labor artesanal tanto a nivel nacional e internacional. Por esta razón, en esta investigación se analizan los procesos de innovación en dicho sector, mostrando las características y los factores claves que inciden en estos procesos, tomando como estudio de caso la comunidad de Chignahuapan, Puebla.

Palabras clave: Innovación, Producción artesanal, desigualdad, desarrollo inclusivo.

Introducción

El escaso crecimiento y desigualdad que caracterizan a la región de América Latina (Arocena y Sutz, 2020) evidencian la relevancia de superar los retos estructurales del desarrollo (Suárez & Erbes, 2021). Esta desigualdad determina que diversos grupos de la población se encuentren en contextos de exclusión social permanente. De acuerdo con Sen (2000), la exclusión social se asocia a la privación de las capacidades para desarrollar una vida plena y compartir las oportunidades que otros disfrutan.

En este proceso de exclusión, la innovación es un factor que no se puede ignorar. Levidow and Papaioannou (2018), por ejemplo, sugieren que la exclusión social y la inequidad a menudo resultan de innovaciones competitivas que excluyen los intereses y las ambiciones de la población con ingresos más bajos. No obstante, más recientemente, también han proliferado propuestas que consideran la innovación como uno de los principales impulsores del desarrollo (Pansera & Owen, 2018), por medio de la mejora de los niveles de bienestar social y económico de comunidades que se les ha negado el acceso a recursos, capacidades y oportunidades (George, McGahan, y Prabhu 2012a). Es decir, más recientemente, el análisis se ha dirigido

al estudio de un proceso más inclusivo de desarrollo, el cual se entiende *«es un proceso de cambio estructural que da voz y poder a las preocupaciones y aspiraciones de grupos que, de otro modo, estarían excluidos. Redistribuye los ingresos generados tanto en el sector formal como en el informal a favor de estos grupos y les permite configurar el futuro de la sociedad en interacción con otros grupos interesados.»* (Globelics Thematic Report 2012, 10).

En el debate sobre procesos de desarrollo más inclusivos, se ha enfocado la atención en la innovación, como mecanismo para lograr la reducción de la exclusión social por medio de la satisfacción de las necesidades de las poblaciones con menores recursos para combatir la pobreza y la desigualdad (Edwards-Schachter y Matti 2011). Es importante destacar que la exclusión involucra diversas poblaciones que se sobreponen, entonces ahí encontramos a poblaciones de bajos ingresos, pero también deben considerarse a las mujeres, jóvenes, niños, a los empresarios del sector informal de la economía (Bhaduri, Sheikh y Madhav, 2015) y comunidades locales (Smith, Fressoli y Thomas, 2014) que también están marginados al ser objeto de diferentes tipos de exclusión.

Dentro de estos grupos excluidos deben considerarse muchas veces a comunidades que consiguen su sustento a través de la fabricación y venta de artesanía. De acuerdo con FONART (2020), la mayoría de las comunidades artesanales en México no cuentan con infraestructura ni condiciones básicas permanentes sostenibles de su actividad, carecen de prestaciones laborales y espacios para la comercialización de sus productos. Además, se plantea que el 20% del padrón de artesanos de FONART corresponde a personas adultas mayores de 60 años que residen en zonas pobres y marginadas (FONART, 2020). Teniendo en cuenta estas características de la población artesanal mexicana, existe un grupo del artesanado que no cuenta con las prestaciones laborales, seguridad y protección social (FONART, 2020).

Esta investigación tiene como objetivo contribuir a la literatura analizando los procesos – a través de una serie de estudios de caso en una localidad

artesanal- de innovación en el sector artesanal, caracterizando los tipos de innovación e identificando factores relevantes que inciden positivamente en su proceso de formación.

Para el estudio de caso se seleccionó el municipio de Chignahuapan, del estado de Puebla, México, el cual se ha destacado por sus niveles de producción e innovación en sus artesanías y que es lo suficientemente heterogéneo para brindarnos casos de mayor o menor éxito relativo. No obstante, en gran medida, la producción de artesanías puede ser evaluada positivamente puesto que ahora esta localidad se destaca por ser el productor líder de esferas navideñas, producción que en gran medida ha sido factor para que sea considerado Pueblo Mágico por su diversidad y atractivo cultural.

Después de esta introducción, el presente trabajo se estructura en cinco secciones. En el segundo apartado, se presentan los cuerpos de literatura sobre los que se fundamenta el estudio. En la tercera sección, se define el método de estudio a seguir para alcanzar los objetivos propuestos. Se describe la estrategia de investigación que se establece en un estudio de caso que se enfoca en la producción artesanal de esferas navideñas en el municipio de Chignahuapan, Puebla. Seguido, se describen los resultados de los elementos clave que se asocian a los procesos de innovación. Por último, se presenta la conclusión y las futuras líneas de investigación.

Revisión de la literatura

Conceptualización general de la innovación

Diversos autores coinciden en que la innovación se asocia con la mejora o generación de productos, procesos o servicios. Blázquez (2009) señala que la innovación corresponde a la capacidad organizativa de transformar una idea en un producto, proceso o servicio novedoso. Por su parte, Conrado (2007) refiere al concepto de innovación como «*la encarnación, combinación o síntesis del conocimiento en productos, procesos o servicios originales, relevantes y valiosos*» (p.84).

No obstante, «*hay muchas definiciones diferentes de innovación en la investigación actual, y en general el número y la diversidad de definiciones conduce a una situación en la que no hay una definición clara y autorizada de la innovación*» (Baregheh et al., 2009, p. 1324). En la literatura existente se ofrecen diversas conceptualizaciones y definiciones de la innovación. Estas conceptualizaciones del término de innovación tienen en común que enfatizan en la generación, transformación o mejora de nuevas ideas, productos y/o procesos. Este proceso se puede categorizar a partir de las particularidades del contexto y las características que satisface el producto, proceso o servicio nuevo o mejorado.

De acuerdo con el Manual de Oslo (2018), la innovación es un producto o proceso nuevo o mejorado (o una combinación de ellos) que difiere significativamente de los productos o procesos anteriores de la unidad y que se ha puesto a disposición de los usuarios potenciales (producto) o ha sido puesto en uso por la unidad (proceso). Esta definición no limita las innovaciones al campo empresarial, sino a una unidad productiva. Esta unidad productiva puede estar inmersa en cualquier sector de la economía.

En un sentido más incluyente, el Manual de Bogotá (Jaramillo, Lugones y Salazar, 2002) agrega a la concepción de innovación del Manual de Oslo, las nociones de *gestión* y *esfuerzo* en la innovación, lo que amplía el espectro inicialmente planteado de producto y proceso. Asimismo, en los últimos 15 años han estado surgiendo nuevas formas de concebir la innovación de manera que en ella cobren relevancia también las personas (en su amplia gama de características, estatus, género, etc.) y el medioambiente, así como se ha empezado a reconocer que las innovaciones en los países desarrollados poco o nada tienen que ver con las de países en desarrollo; en este sentido surgen nuevas epistemologías de la innovación tales como: innovación horizontal o abierta; innovación local, innovación inclusiva, innovación social, etc. (Hoffecker, 2018).

Aunque no hay una definición única de innovación, en la literatura se emplean diversos indicadores para su medición. Estas aproximaciones de

la innovación incorporan la generación de nuevas ideas (Dedahanov et al., 2016), productos (Rhyne et al, 2002; Yang y Li, 2011) o tecnologías (Griffith y Rubera, 2014); el grado de la investigación y el desarrollo (I+D) (Allred y Swan, 2004) y el número de patentes y artículos en revistas científicas y técnicas (Efrat, 2014). Aunque, a la luz de estas nuevas corrientes de pensamiento más incluyentes mencionadas en el párrafo anterior, es probable que también estén surgiendo métricas distintas que vayan más enfocadas al bienestar de las personas y al cuidado del medioambiente. Independientemente del alcance y enfoque de la innovación, a nivel empresarial esta es relevante por los efectos que puede generar en el desempeño de las firmas (Exposito & Sanchis-Llopis). No obstante, sus beneficios no se limitan exclusivamente a la actividad empresarial, y en sociedad, la innovación se asocia al nivel de empleo, la productividad y el crecimiento.

nnovación en el sector artesanal

De acuerdo con FONART (2020), la mayoría de las comunidades artesanales en México no cuentan con infraestructura ni condiciones básicas permanentes sostenibles de su actividad, carecen de prestaciones laborales y espacios para la comercialización de sus productos. Además, se plantea que el 20% del padrón de artesanos de FONART corresponden a personas adultas mayores de 60 años que residen en zonas pobres y marginadas (FONART, 2020). Teniendo en cuenta estas características de la población artesanal mexicana, existe un sector que no cuenta con las prestaciones laborales, seguridad y protección social (FONART, 2020). Por tanto, resulta de interés encontrar estrategias de desarrollo dirigido a los menos favorecidos. En esta investigación se analizan los procesos de innovación, sus características y los factores relevantes que inciden en estos.

Diversos estudios enfocados en el sector artesanal mexicano enfatizan que la innovación implica el progreso de la organización y comercialización (Sánchez, Domínguez y Hernández, 2010). Pichardo, Sánchez-Medina y

Henríquez (2017) sostienen que el sector artesanal se puede considerar conservador, en términos de las tradiciones y aspectos culturales propios de la región. En este contexto, la innovación permite a los artesanos ofrecer nuevos productos, incorporar nuevas técnicas en la manufactura de los productos, desempeñar nuevas formas de comercialización, entre otros. Así, la innovación no sólo es importante por los beneficios económicos que puedan percibir los artesanos, sino por los mecanismos que les brinda a los trabajadores para la trascendencia artística y cultural de su labor (Pichardo, Sánchez-Medina y Henríquez, 2017).

Se ha realizado un esfuerzo para analizar factores de innovación en el desarrollo de la labor artesanal. Harris, Coles y Dickson (2000) señalan que la adquisición de conocimiento es un factor externo que fortalece a la empresa, pero no es un factor crucial en el desarrollo de los nuevos productos artesanales. Sin embargo, se reconoce que el conocimiento es un elemento interno necesario para el desarrollo de nuevos productos artesanales (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007); tanto que, a un nivel superior de estudios o grado de conocimiento se reporta un mayor grado de innovación.

Por otra parte, a partir de un estudio sobre el efecto de los factores de innovación sobre el desempeño económico de los talleres artesanales en la zona metropolitana de Zacatecas, se destacó que *«la innovación es crucial en el desempeño de los talleres artesanales, la capacidad de adaptación al entorno y la resolución de problemas»* (Correa y González, 2017, p.67).

Domínguez et al. (2004) evidenciaron que la competitividad como participación en el mercado, lealtad de clientes y prestigio de la empresa, aumenta con la innovación de los talleres artesanales. Incluso en un estudio particular en el sector textil se encontró evidencia sobre la influencia de la demanda del mercado en la incorporación de innovaciones en los talleres artesanales (Morin et al., 2008).

Respecto a la comprensión de la innovación artesanal o innovación emergente del sector artesanal, se destaca que *«la innovación en este con-*

texto... puede adoptar matices distintos a los de otros sectores empresariales, y su estudio resulta especialmente interesante, no solo por su contribución en términos económicos, sino también por su trascendencia artística y cultural» (Pichardo et al, 2017, p.49). Concretamente, los matices de la innovación artesanal son la herencia e identidad cultural que plasma el artesano en su producto.

Método

La estrategia metodológica propuesta en esta investigación es la del estudio de caso exploratorio. La ventaja de este tipo de estudio de caso reside en la capacidad de incluir evidencia de diversas fuentes, por ejemplo, observaciones directas, entrevistas sistemáticas, datos de archivo y documentación (Vera-Cruz, 2004, p.101). Este enfoque permite obtener un panorama más completo de los elementos que inciden en los procesos productivos e innovadores de los productores artesanales. Estos factores en las pequeñas empresas artesanales han sido poco estudiados, por lo cual, se resalta la ventaja de este enfoque al tratarse de un fenómeno que no ha sido suficientemente investigado (Vera-Cruz, 2004).

Esta metodología ha sido criticada por su incapacidad de generalizar los resultados. Se discute que los resultados de un caso particular no cuentan con un análisis paralelo a otro fenómeno o situación general (Bonache, 1999). Lo cual, repercute en la capacidad de generar planteamientos teóricos a partir de los mismos. No obstante, el propósito de la investigación no es presentar planteamientos en la teoría general, sino identificar elementos que facilitan al investigador con evidencia para relacionar o analizar nuevas singularidades en diferentes estudios de caso. En este sentido, la presente investigación pretende analizar los procesos de innovación en el sector artesanal tomando como ejemplo a los productores de esferas y vidrio soplado de Chignahuapan, Puebla, debido a que en relativamente poco tiempo su labor ha generado beneficios en la comunidad que tras-

cienden los límites del beneficio económico exclusivo de los empresarios y sus trabajadores.

La recolección de datos e información se realizó por medio de once entrevistas semiestructuradas tanto a productores artesanales de vidrio soplado como a los líderes de las direcciones de turismo y desarrollo económico a nivel municipal (Ver Cuadro 1).

Cuadro 1

Agente	Número de entrevistas
Productores informales	4
Productores formales	5
Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Chignahuapan	1
Dirección de la Secretaría de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Chignahuapan	1
Total	11

Fuente: Elaboración propia

Resultados y discusión

Innovación

En un entorno tan competitivo, la innovación es clave para promover el crecimiento económico de los emprendimientos. En el caso del sector artesanal, éste presenta un componente que quizá sea más difícil de percibir en otros sectores: La innovación permite a los artesanos combinar sus destrezas individuales con representaciones culturales para generar beneficios económicos. El municipio de Chignahuapan comenzó destacándose aproximadamente en 1985 por la producción de esferas navideñas, las cuales tenían un diseño tradicional: con los colores clásicos, rojo, blanco y verde. No obstante, rápidamente los artesanos empezaron a emplear nuevos colores y diseños, diferentes técnicas, es decir empezó a ser más visible el «importar» conocimiento de fuera incorporándose al conocimiento

endógeno para generar diseños más innovadores y llamativos, tal es el caso de las esferas que imitan el laqueado de madera de Olinalá, Guerrero o de la pintura de talavera del mismo estado de Puebla. Este auge en la innovación dio paso a un florecimiento de la producción de esferas navideñas con diseños distintivos y muy característicos de los artesanos locales, lo que le empezó a dar prestigio al municipio.

En pro de generar un mayor crecimiento y desarrollo de la producción y venta de esferas, las artesanías en vidrio se fueron diversificando. Consecuentemente, el municipio no sólo obtuvo reconocimiento por las esferas navideñas, sino por los ornamentos decorativos elaborados en vidrio, logrando en años relativamente recientes, transformar un producto esencialmente de temporada en un conjunto de ornamentos atemporales, lo que permite que las ventas se distribuyen de manera más homogénea en el año, y no sólo en una temporada.

Sin embargo, al cierre de la investigación de campo de este trabajo los ornamentos de temporada navideña seguían siendo los principales productos que se comercializan en dicho municipio. Resaltando un fenómeno peculiar con relación a sus procesos de innovación: Debido a la temporalidad en la venta de estos productos, las innovaciones –las más notables de diseño– que realizan los artesanos de Chignahuapan deben realizarse anualmente. Cada año los artesanos líderes en innovación, introducen al mercado nuevos diseños de productos, dado que, si presentan diseños de años anteriores, entran a un proceso de competencia más agresivo porque los imitadores habrán copiado ya los diseños del año anterior e «inundado» el mercado con esos diseños copiados, por lo que es altamente probable que sus ventas se vean disminuidas. Este fenómeno de imitación anual da como resultado una alta competitividad del mercado, misma que genera presión para innovar de manera constante, ya que los productos más novedosos y atractivos son los que destacan y se venden más.

Innovación de producto

Tal como se describió en el subtema anterior, en el sector artesanal de las esferas, las innovaciones de producto se centran en los diseños de éstos. La mejora o novedad en los diseños influyen en la apariencia del producto artesanal, lo cual deriva en un aumento de la utilidad del producto para el usuario.

Los artesanos en Chignahuapan empezaron a emplear múltiples colores, diseños, motivos y materiales accesorios en sus productos con el propósito de ofrecerle al cliente un producto novedoso. Tal cual, afirmaron varios de los artesanos entrevistados: *«Tenemos que ir viendo colores, tanto colores como diseños, ir sacando modelos para ofrecerle al cliente algo nuevo»* (María Cáceres, comunicación personal, 03 de marzo de 2022) y *«hay que mantenerse siempre a la vanguardia en lo que es modelos, figuras decoraciones nuevas para no darle al cliente siempre lo mismo, siempre llega a buscar algo nuevo, algo de novedad, que no sea lo mismo de siempre»* (Emiliano González, comunicación personal, 04 de marzo de 2022).

La diversificación de las esferas navideñas llegó a tal punto que se dio la introducción de ornamentos decorativos en vidrio, que pueden o no tener la forma de una esfera. Estos nuevos productos difieren en las características y el uso al cual se destinan, estas diferencias se reflejan principalmente en las figuras y los tamaños. Las modificaciones en las figuras incluyen formas de corazones, caricaturas, personajes y animales fantásticos, nacimientos navideños, globos aerostáticos, trompetas, aretes, etc.

En la imagen 1, se presenta una esfera con forma de un globo aerostático, la cual, se oferta en cuatro tamaños diferentes. También se da el caso de esferas con «relleno» como las que se aprecian en la tercera fotografía de izquierda a derecha, y a veces ese «relleno» son agujas de pino, una especie muy característica de los bosques de la región.

Alguno de los artesanos identificado como líder en las innovaciones, comentó que sueña con las figuras, diseños y materiales; luego, cuando despierta busca las maneras de poder materializar los diseños que soñó.

Una novedad más que comentó alguno de los empresarios es que, además, se elaboran esferas con diseños personalizados a decisión del consumidor. Estas esferas pueden ser empleadas como recuerdos en diversas festividades, ya sean reuniones empresariales o familiares.



Imagen 1. Productos artesanales de Chignahuapan, Puebla.
Fuente: Fernandez (2022)

Innovación de proceso

Por otra parte, las innovaciones de proceso se evidencian principalmente en la mejora o novedad en los procesos de producción. No obstante, los procesos de innovación tanto de proceso y producto están presentes de manera conjunta en la producción de las esferas. Por lo cual, no es posible discernir completamente un tipo de innovación del otro. Esto se debe a que la innovación en los procesos de producción conlleva a nuevos diseños en los productos. La innovación de proceso en el sector artesanal se observa principalmente en la introducción o mejora de técnicas de pintura: pintura al óleo, diseños con hojas de oro, puntillismo, craquelado o talavera. En la imagen 2, se presentan diversos diseños con las técnicas anteriormente mencionadas.

En el caso de los productores formales, en cuanto a los procesos, se incorporó la inspección de calidad, la cual permite tener una mejora importante en la calidad de cada una de las piezas ofrecidas al consumidor. En los agentes informales, no se identificaron mejoras en los procesos asociadas a calidad.



Imagen 2. Productos artesanales de Chignahuapan, Puebla.
Fuente: Fernandez (2022)

Propiedad intelectual y piratería en el sector

Los artesanos operan bajo un conjunto de leyes y normas, las cuales, pueden apoyar y guiar las actividades innovadoras. En la producción artesanal, los derechos de propiedad intelectual y el acceso a la información son elementos significativos en la efectividad de las políticas sobre innovación. En el resultado de la investigación se determinó que los productores no desconocen completamente los derechos de propiedad intelectual. No obstante, no permiten reforzar los incentivos para innovar en el sector artesanal. Los productores manifiestan que no les representa un atractivo patentar sus productos, por las características de estos. Si un producto artesanal en vidrio es patentado, la competencia puede realizar pequeñas modificaciones en colores o diseños fácilmente, burlando la protección de esta, por lo cual, el dueño de la patente no obtendría beneficios sobre el diseño.

Por las características mismas de las artesanías en vidrio soplado, es muy sencillo que los diseños sean imitados entre los competidores. Ante esta situación, los artesanos plantean que al tener un producto que no se ha visto en el mercado, lo exponen un par de semanas antes de que inicie la temporada alta. De esta manera, logran ser el único proveedor del diseño y lograr absorber todos los beneficios de este. Sin embargo, el diseño en

cuestión, al año siguiente ya se encontrará en oferta en todo el centro del municipio. Los artesanos sostienen que, a pesar de que el diseño es copiado por su competencia, el diseño final nunca es el mismo.

En el caso de los pequeños productores informales, no se identifica ningún método de protección a los productos artesanales. Sin embargo, en los productores formalizados se evidencian tres métodos de protección, la complejidad del diseño del producto, la ventaja en el plazo de introducción con relación a los competidores y el registro de marca ante el IMPI. Primero, los diseños de los ornamentos en vidrio artesanales de productores formales no son exhibidos públicamente en todo el municipio. Contrario, su exposición se realiza en boutiques, en las cuales no se pueden tomar ni fotografías ni videos de sus productos. Por tanto, se genera una ventaja al poseer diseños únicos y de lujo, que no son ampliamente conocidos por la competencia. Segundo, los empresarios formales cuentan en la mayoría de los casos con un taller destinado a la fabricación artesanal o con la subcontratación de talleres que se encargan de elaborar la esfera. Por lo cual, esta ventaja en el proceso productivo les permite introducir sus diseños con anterioridad a la competencia. Por último, se evidenció un interés en lograr el registro de marca de sus actividades económicas, principalmente por evitar situaciones en que la competencia utilice el reconocimiento que posee el nombre de la empresa para realizar ventas bajo este nombre. Los agentes sostienen que ha sido un proceso complejo, pero se han comprometido a seguir con los lineamientos necesarios para conseguir el registro de la marca.

Factores clave en los procesos de innovación en la producción artesanal

Financiación

La innovación requiere financiación, por lo cual, es esencial que los emprendedores cuenten con los recursos económicos necesarios para desarrollar mejoras en sus procesos y productos. Esta financiación puede ser de fondos

propios u obtenida de manera externa de determinadas entidades financieras. En el caso de análisis, las dificultades financieras influyen sobre la capacidad de los artesanos para innovar.

Particularmente, algunos grupos de artesanos optan por préstamos por parte del Gobierno Federal Nacional, la vinculación con los programas y apoyos de FONART y/o préstamos de bancos comerciales. Esto representa un gran beneficio para los artesanos porque les permitió, en algunos casos, obtener el capital inicial para emprender con su actividad económica.

En términos de financiación sí hay una gran brecha entre los productores según su estado de formalidad. Dado que, los agentes no formalizados están restringidos al acceso a créditos o préstamos personales en diversas entidades financieras. Mientras que en el caso de los productores formales si pueden considerar diversas entidades bancarias para obtener la mejor opción de financiación posible. Sin embargo, la financiación por recursos propios o créditos no es la única a la que pueden acceder los artesanos de esferas.

Acceso a Materiales e infraestructura

El proceso de producción de esferas u ornamentos en vidrio soplado se puede describir en siete fases, globeo, plateado o metalizado, pintado, secado, encasquillado, diseño y empaquetado. De acuerdo con la fase del proceso productivo, se requiere una serie de insumos y materiales.

Algunos de los materiales se pueden conseguir con proveedores en el mismo municipio, por ejemplo, las cajas, los cilindros de plástico o los casquillos. Sin embargo, algunos artesanos optan por hacer sus propios empaques para generar un ahorro en la compra de los insumos. No obstante, los artesanos sostienen que el precio de los materiales se ha incrementado en gran medida y este costo no se logra reflejar en el precio de venta de sus productos. El incremento del precio de los materiales que no se ve reflejado en el precio de los productos, genera pérdidas parciales a los artesanos.

Algunos artesanos sostienen que esto sucede por la competencia desleal entre los productores del municipio.

Referente a la infraestructura para la producción artesanal, es deseable un conjunto de elementos e instalaciones necesarias, por lo menos, un espacio donde los artesanos puedan tener sus materiales y trabajar en la elaboración de las esferas. Además, por la dinámica de trabajo que sostienen, en la cual, elaboran esferas durante todo el año y la almacenan hasta el último trimestre del año, se requiere un espacio adecuado para guardar el producto. Algunos de los artesanos que poseen pequeños talleres para la producción de esferas no cuentan con el capital necesario para producir todo el año y almacenar el producto hasta octubre y en caso de tenerlo, no poseen un espacio adecuado para almacenar la producción y mantenerla en buen estado. Por tanto, varios productores optan por trabajar para aquellos, que sí poseen el capital para fabricar las artesanías y guardarlas.

Equipo de trabajo y capital humano

Se identificó que grupos de artesanos sí cuentan con un equipo de trabajo, el cual posee un contrato laboral, está organizado según los requerimientos de la actividad productiva y se integra su colaboración no sólo en la fase de fabricación artesanal de esferas sino en la toma de decisiones. Además, la empresa suele contar con aproximadamente 30 trabajadores, siendo casi el doble en temporada alta. Por otra parte, hay unidades productivas donde las personas que colaboran con el trabajo no tienen un horario establecido, hay quienes están en el taller y ayudan en lo que pueden y hay personas que incluso trabajan desde su casa. Estos trabajadores no cuentan con todas las garantías ni prestaciones sociales que por ley les corresponde. Además, este personal suele buscar trabajar en otros talleres para lograr obtener mejores ingresos.

Independientemente, si la unidad productiva está constituida como empresa o no, en el personal de trabajo se encuentran familiares, esto se debe

a que usualmente, el desarrollo de esta actividad artesanal es heredado de generación en generación. Por ejemplo, la fundación del primer taller es llevada a cabo por los padres y luego es tomada por algunos de los hijos, así sucesivamente. Un aspecto para destacar es que, con el cambio de generación, se van incluyendo una serie de novedades en la actividad económica. Esto se fundamenta en que las nuevas generaciones suelen tener mayor nivel de estudios, por ejemplo, licenciaturas en administración o marketing. Por lo cual, integran los conocimientos adquiridos para lograr impulsar el crecimiento del taller o la empresa de esferas.

Difusión y venta de los productos

La promoción de los productos artesanales se realiza principalmente por la recomendación de voz a voz entre los usuarios y la promoción por medios digitales. En el caso de los productores formales, la difusión de los productos se da por medios digitales, páginas en las diferentes redes sociales y una página web donde los usuarios pueden conocer la variedad de diseños, los precios y costos de envío. Esto les ha permitido a los agentes diversificar su público objetivo, no sólo a nivel territorial sino por grupos socioeconómicos. Aunque el principal consumidor de Chignahuapan a nivel municipal son los individuos de un nivel socioeconómico bajo (Martínez, comunicación personal, 16 de junio de 2022), los productores formales han categorizado los consumidores y se han esforzado por enfocarse en los grupos de nivel socioeconómicos medio-alto y alto.

En el caso de los pequeños artesanos la difusión de productos se realiza por medio de redes sociales, principalmente Facebook. Además, en algunos casos los artesanos logran rentar un taller para la exposición de productos en el centro del municipio. Contrario, se diferencia de otro grupo de productores que emplean páginas web, poseen tiendas de exhibición no sólo en el municipio sino también en otros lugares del país o incluso a nivel internacional.

En cuanto al precio de venta de los productos, algunos artesanos sostienen que no logran establecer un precio que realmente les permita cubrir los costos de producción. En parte se debe a que, una vez está el período de temporada alta, hay productores que se preocupan por no lograr vender su producción. Por tanto, recurren a ofrecer un precio más bajo. Así lo manifestó una de las artesanas entrevistadas, «*sí, no podemos mantener un precio fijo porque cuando bajamos, ya luego ellos lo bajan y así no. O sea, a mí me conviene más venderlo acá*» (María Cáceres, comunicación personal, 03 de marzo de 2022).

Por otra parte, los artesanos han manifestado que las diferencias en los costos de renta, promoción y/o difusión de productos no son asumidos por todos los productores. Hay un determinado grupo de productores que puede ofrecer un precio más bajo y aún así permanecer en el mercado. Esto se debe a que no deben pagar renta de un local, sino que venden sus productos en la vivienda familiar. Además, tampoco cubren los pagos de impuestos. Por tanto, estos artesanos informales tienen una demanda menor de costos. De esta manera, pueden competir en precio con sus competidores.

Vinculación de los agentes innovadores con otros actores

En este caso se identificó que la poca o nula asociación de los agentes, principalmente informales con las instituciones públicas, repercute en su capacidad de crear vínculos y aprovecharlos. Estos vínculos no sólo se deben generar con el gobierno, sino entre competidores y consumidores. De esta manera, los artesanos puedan aprovechar al máximo los recursos establecidos a su favor por entidades públicas, ser partícipes y representantes de sus intereses en sociedades y/o asociaciones que les permitan obtener beneficios, por ejemplo, en menor costo de sus materias primas e implementar estrategias clave para priorizar las necesidades de sus consumidores.

Estado de formalidad

De acuerdo con la exploración en el entorno de producción artesanal de

esferas en Chignahuapan y el análisis documental, se determina que los actores principales se vinculan e intervienen en la actividad artesanal de las esferas navideñas. Estos actores son las organizaciones de gobierno (municipal y nacional), los productores (emprendedores y empresarios) y los consumidores (nacionales e internacionales). Los actores gubernamentales corresponden a las organizaciones y personas que están afiliadas al gobierno. Estos entes se encuentran bajo la dirección y el financiamiento gubernamental. En esta investigación se considera el análisis de los actores gubernamentales en dos niveles: municipal y nacional.

El ayuntamiento municipal de Chignahuapan es consciente de la presencia del fenómeno de la informalidad en las diferentes actividades económicas realizadas en el municipio. Sin embargo, no se evidencia una comprensión clara de su interpretación y de las implicaciones que esta tiene en la sociedad. Aunque se reconoce que la gran mayoría de los productores son informales (Jorge Sánchez, comunicación personal, 04 de marzo de 2022), el gobierno municipal se reconoce con la responsabilidad de llevar a cabo las acciones necesarias para mejorar las condiciones de todos los productores. El gobierno local ha desarrollado diversos programas y se identifican otras iniciativas en el largo plazo, las cuales están dirigidas a apoyar a los emprendedores. No obstante, no se han recibido las solicitudes esperadas.

Se sostiene que los artesanos no se pueden ver motivados a formalizarse por los requerimientos de este proceso. Enfatizando en que algunos artesanos tienen una producción pequeña con objetivo de venta dentro del mismo municipio, donde el precio del producto no refleja su costo. Por tanto, se reconoce que el proceso de formalizar es complejo y no es tan sencillo de implementar. De acuerdo con Barrientos (2022), es factible reconocer factores asociados al individuo que dificultan la integración de esta estrategia política. Algunos de estos elementos son: el desconocimiento de los beneficios que son otorgados a productores formales, la ausencia de una planeación y una proyección real de la producción. Estos factores

repercuten en el desinterés que muestran algunos productores informales por vincularse al sector formal de la economía.

Sin embargo, el estado de formalidad incide principalmente en la financiación a la que pueden acceder los artesanos. En el caso de los productores formales cuentan con acceso a préstamos individuales en diferentes entidades financieras, lo cual, les permite encontrar la mejor opción que se ajuste a sus necesidades. Mientras que los productores informales pueden acceder a préstamos si están organizados en grupos sea en algunas entidades financieras o por tandas. Además, los agentes informales no pueden acceder a grandes cantidades de dinero, por lo cual, deben priorizar la inversión que realizan con este.

El estado de informalidad incide en los procesos de innovación en la producción artesanal, pero no los determina completamente. Por tanto, un agente informal es capaz de implementar innovaciones en su fabricación de esferas puesto que las habilidades requeridas en la producción creativa de sus artesanías, por ejemplo, el conocimiento adquirido por la experiencia, están a su alcance. Así, aunque sí existen diferencias sobre la innovación entre formales e informales, se vinculan principalmente a la cantidad de recursos. No obstante, ambos son capaces de crear e innovar para fomentar sus negocios.

Es claro, entonces, que los artesanos formales logran emplear todos los recursos a su disposición para mejorar sus productos y procesos. Algunos de estos recursos son, una buena gestión de inversión de financiación de recursos propios, una participación con la gestión del gobierno para apoyar las artesanías, empleo del conocimiento obtenido por experiencia o de entidades educativas para la mejora del negocio artesanal, entre otros. Es importante destacar que el aprovechamiento de estos elementos no está condicionado por el estado de formalidad mismo puesto que se evidencia que algunos productores iniciaron en la informalidad y eventualmente se constituyeron legalmente.

Conclusiones y futuras líneas de investigación

La innovación en el contexto de producción artesanal se enfoca en diversas categorías de innovación, sea en la incorporación de nuevas técnicas en la manufactura de los productos, en los diseños de estos y también – y no menos importante– en nuevas formas de organización y comercialización (Hernández et. Al, 2007). Estos diferentes procesos de innovación permiten a los artesanos ofertar, –y de esta manera preservar– productos que capturen sus raíces culturales y artísticas.

El caso aquí presentado corresponde a una comunidad productora de esferas navideñas, la cual ha incorporado una serie de innovaciones a lo largo del tiempo. En este sector, las innovaciones más visibles corresponden a aquellas de producto que, en este caso, se asocian directamente con las innovaciones de diseño, influyendo de esta forma en la apariencia del producto artesanal, transitando de la esfera tradicional a figuras que incluyen formas de corazones, caricaturas, personajes y animales fantásticos, nacimientos navideños, globos aerostáticos, trompetas, aretes, etc.

Por otra parte, las innovaciones de proceso se evidencian en las técnicas de producción, por ejemplo, en la introducción o mejora de las técnicas de pintura. Este es el caso de la incorporación de la pintura al óleo, de diseños con hojas de oro, puntillismo, craquelado o talavera. Todos estos cambios están haciendo transitar a Chignahuapan de una localidad productora de esferas navideñas a una donde se producen ornamentos decorativos de vidrio soplado atemporales.

Estas «importaciones» de conocimiento de otras comunidades refuerza lo que señala Alburquerque (2007) en cuanto a que, en el proceso de desarrollo local, el conocimiento endógeno se amalgama con el conocimiento que viene de fuera para formar nuevo conocimiento que beneficia a los actores de una localidad. En efecto, estas formas de innovación repercuten potencialmente en diversos índices económicos y sociales de la localidad. A nivel micro, los elementos más innovadores construyen empresas más

sólidas que generan más y mejor empleo. Además, a lo largo del tiempo, sus productos son imitados por productores menos creativos o con menos recursos beneficiándose también de las creaciones de los más dinámicos. De esta manera, los innovadores se convierten –aunque quizá de manera involuntaria– en una locomotora de cambio y crecimiento económico para la comunidad, sin excluir a aquellos con escasa preparación formal.

Este proceso impacta de manera indirecta otras áreas productivas: los nuevos diseños muchas veces involucran o incorporan nuevas técnicas y materiales, tales como herrería y/o carpintería; sectores que de otra manera estarían condenados a la desaparición. Así mismo, los productores han empezado a incorporar a sus diseños elementos forestales propios de la localidad, los cuales, son de bajo costo porque son elementos residuales de algunas especies de pinos que se dan en la región. Además, dado que sus productos se difunden a nivel nacional e incluso internacional, llegando a Europa y América del Norte; se convierten en un reclamo turístico, activando de esta manera el hospedaje, la preparación de alimentos y todas aquellas actividades relacionadas con este giro económico. Por lo tanto, la economía de la comunidad se diversifica abarcando más de un sector de la economía.

Así pues, es claro que la innovación constituye un ingrediente significativo en el desarrollo de las comunidades artesanales. Es entonces importante entender los factores que contribuyen a este fenómeno. Varios de ellos son relativamente bien conocidos en la literatura y también se encuentran presentes en el caso de estudio aquí reportado: la capacidad de financiamiento y adquisición de materiales, infraestructura y equipo de trabajo, entre otros. Se resalta el hecho de que la imitación intensa que se da por parte de los productores menos innovadores respecto a las innovaciones de productores líderes ha generado una reacción también intensa en los procesos de innovación, convirtiéndose estos en una fortaleza y punta de lanza para los talleres que se ven en la necesidad de lanzar cada año nuevos diseños, técnicas y productos.

Hay dos factores que también se manifiestan importantes y que ameritan una mención aparte. El primero de ellos, bien conocido, es el capital humano, es decir, el conocimiento incorporado en los trabajadores y que les permite desarrollar sus actividades laborales. Este conocimiento puede ser obtenido por la experiencia o por instituciones educativas. La importancia del primero para el sector artesanal es bien conocida. Coincidiendo con Sánchez et al, (2010) se encuentra que hay mayores niveles de innovación cuando el artesano posee un mayor nivel de estudios o grado de conocimientos en la administración y organización del negocio. Se identificó, por ejemplo, particularmente, que cuando los productores poseen estudios de licenciatura o más, se observa que existe una mayor organización en sus negocios. Además, suelen aprovechar su conocimiento para incorporar nuevas ideas y técnicas que se desarrollan en innovaciones que impulsan sus productos. Por tanto, este estudio confirma que el conocimiento formal es al menos tan importante como el informal para generar novedosos productos artesanales (Hernández et al., 2007).

El segundo factor para considerar es la naturaleza social e interactiva de la innovación (López y Lugones, 1997). De esta manera, los artesanos innovadores tienen la capacidad y la oportunidad de generar y aprovechar vínculos que, juntamente con el grado de educación formal, repercuten en la intensidad y complejidad de los procesos de innovación del grupo de artesanado. La importancia de estos elementos parece radicar en la capacidad de potencializar de manera conjunta diversos factores que influyen en la innovación. Por tanto, para que la innovación este presente es necesario involucrar y vincular diversas dimensiones para la innovación, desde la interacción de agentes que la propicien hasta el financiamiento para la implementación de proyectos que estimulen la innovación en este entorno.

Para concluir, sostenemos que la naturaleza de la innovación que se observa en Chignahuapan se inserta a la perfección con los paradigmas emergentes que han estado propugnando alrededor del orbe una inno-

vación más incluyente, social y que tome en cuenta el medio ambiente. En ese sentido y con el propósito de contribuir este proyecto de investigación puede dirigirse hacia las siguientes líneas de investigación, (i) el estudio, descripción y definición de la innovación en el contexto artesanal, teniendo en cuenta las características de la labor artesanal, dadas su contribución económica y cultural, (ii) identificar y describir otros elementos o habilidades que influyen en el desarrollo de las innovaciones, en particular los mecanismos a través de las cuales la educación formal promueve la innovación (iii) analizar los aspectos que obstruyen o facilitan la generación de vínculos por parte de los agentes informales para fomentar la innovación.

Bibliografía

- ADLER, P.S. AND BORYS, B. (1996). Two types of bureaucracy: enabling and coercive. *Administrative Science Quarterly*. Vol. 41 No. 1, pp. 61-89.
- ALBUQUERQUE, F. (2007). Teoría y práctica del enfoque de desarrollo local. *Revista OI DLES*, 1.
- AROCENA, R., AND J. SUTZ. (2020). «The Need for new Theoretical Conceptualizations on National Systems of Innovation, Based on the Experience of Latin America.» *Economic Innovation. New Technology* 29 (7): 814-829. doi:10.1080/10438599.2020.1719640.
- AVENDAÑO, G. A. (2003). La artesanía y su estado actual en la Mixteca oaxaqueña. *Temas de Ciencia y Tecnología*. Vol. 5, p. 53-57.
- BAREGHEH, A., ROWLEY, J. AND SAMBROOK, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*. Vol. 47 No. 8, pp. 1323-1339.
- BHADURI, S., AND H. KUMAR (2011). «Extrinsic and Intrinsic Motivations to Innovate: Tracing the Motivation of 'Grassroot' Innovators in India.» *Mind and Society* 10 (1): 27-55.
- BLÁZQUEZ, M. (2009). *Desempeño Organizacional: Mejora, Creación e Incubación de nuevas organizaciones*. Global Business Press. Bloomington, Indiana, Estados Unidos.

- BONACHE, J. (1999). El estudio de caso como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (1), 123-140.
- CONRADO ARIAS, MIRÓ. (2007). *Innovación, modelo de dirección para la innovación MDI*. (1ra. Ed). España. Mayo (2007). Colección EOI.
- CORREA GARCÍA, L. Y GONZÁLEZ ACOLT, R. (2017). Efecto de los factores de innovación en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*. Número 70: 63-68, enero-abril.
- DEDAHANOV, A., LEE, D., RHEE, J. AND YOON, J. (2016). Entrepreneur's paternalistic leadership style and creativity: the mediating role of employee voice. *Management Decision*. Vol. 54 No. 9, pp. 2310-2324.
- DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ, M. L. ET AL. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados. El caso de la artesanía en México. *Cuadernos de administración*, 17(27): 127-158.
- EDWARDS-SCHACHTER, M. E. ALCÁNTARA, AND C. P. MATTI. (2011). Fostering Quality of Life Through Social Innovation: A Spanish Case-Study, *Globelics Conference 2011*, Buenos Aires. DOI: 10.1111/j.1541-1338.2012.00588.x.
- EFRAT, K. (2014), The direct and indirect impact of culture on innovation. *Technovation*, Vol. 34 No. 1, pp. 12-20.
- EXPOSITO, A., & SANCHIS-LLOPIS, J. A. (2018). Innovation and business performance for Spanish SMEs: New evidence from a multi-dimensional approach. *International Small Business Journal*, 36(8), 911-931. <https://doi.org/10.1177/026624261878259>.
- FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO DE LAS ARTESANÍAS. (2021). *Reglas de operación de FONART para el ejercicio fiscal 2022*. Recuperado el 24 de octubre de 2022, de <https://www.gob.mx/fonart/documentos/reglas-de-operacion-2022-292885?state=published>

- GEORGE, G., A. MCGAHAN, AND J. PRABHU. (2012). «Innovation for Inclusive Growth: Towards a Theoretical Framework and Research Agenda.» *Journal of Management Studies* 49 (4): 661–683.
- GLOBELICS THEMATIC REPORT (2012), edited by Andersen, A. and Johnson, B., presented at the Globelcis Academy 2012, Río de Janeiro.
- GRIFFITH, D. AND RUBERA, G. (2014). A cross-cultural investigation of new product strategies for technological and design innovations. *Journal of International Marketing*, Vol. 22 No. 1, pp. 5–20.
- HERNÁNDEZ GIRÓN, J. D. L. P., DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ, M. L., & CABALLERO CABALLERO, M. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Gestión y política pública*, 16(2), 353–379.
- HOFFECKER, E. (2018). Local Innovation: what it is and why it matters for developing economies. *D-Lab Working Papers: NDIR*. Working Paper 01. Cambridge: MIT D-Lab.
- JARAMILLO, LUGONES Y SALAZAR (2001). *Normalización de Indicadores de Innovación Tecnológica en América Latina y el Caribe. Manual de Bogotá*. RICYT/OEA/CYTED, COLCIENCIAS/OCY.
- LÓPEZ, A., & LUGONES, G. (1997). El proceso de innovación tecnológica en América Latina en los años noventa. Criterios para la definición de indicadores. *redes*, 4(9), 13–48.
- LUGO-MORIN, D. R., RAMÍREZ-JUÁREZ, J., NAVARRO-GARZA, H., & ESTRELLA-CHULIM, N. G. (2008). Etnocompetitividad del sistema artesanal textil Mitla, el papel del territorio y la innovación. *Economía, Sociedad y territorio*, 8(28), 981–1006.
- PANSERA, M., & OWEN, R. (2018). Framing inclusive innovation within the discourse of development: Insights from case studies in India. *Research Policy*, 47(1), 23–34. <https://doi.org/10.1016/j.res-pol.2017.09.007>
- PICHARDO, R. D., SÁNCHEZ-MEDINA, P. S., & HENRÍQUEZ, T. (2017). Innovación y Competitividad en el Sector Artesanal. *Recherches in Sciences de Gestion*, (4), 41–66.

- PNUD (2011), Informe sobre el Desarrollo Humano 2011.
- RHYNE, L., TEAGARDEN, M., AND VAN DEN PANHUYZEN, W. (2002). Technology-based competitive strategies: the relationship of cultural dimensions to new product innovation. *The Journal of High Technology Management Research*. Vol. 13 No. 2, pp. 249–277.
- RIZO, A. (2006). ¿A qué llamamos exclusión social? *Polis. Revista Latinoamericana*, No 15. <https://journals.openedition.org/polis/5007>.
- SALES. (2013). Las artesanías en México Situación actual y retos. No. 338.6425 A7.
- SÁNCHEZ, P. S., DOMÍNGUEZ, M. L., & HERNÁNDEZ, J. D. L. P. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión y política pública*, 19(1), 79–110.
- SEN, A. (2000). *Social exclusion: Concept, application, and scrutiny*. Manila, Asian Development Bank.
- SMITH, A., M. FRESSOLI, AND H. THOMAS. (2014). «Grassroots Innovation Movements: Challenges and Contributions.» *Journal of Cleaner Production* 63: 114–124.
- SUÁREZ, D., & ERBES, A. (2021). What can national innovation systems do for development? *Innovation and Development*, 11(2–3), 243–258. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2021.1935641>
- VERA-CRUZ, A. O. (2004). *Cultura de la Empresa y Comportamiento Tecnológico*. Porrúa-UAM, Méx.

**Innovación y emprendimiento
para el desarrollo sostenible**
se terminó de editar en las instalaciones
de Exponencial Editorial.