



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES**

CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

TESIS

**RECURSOS, CAPACIDADES Y ASPECTOS CULTURALES EN EL
DESEMPEÑO ECONÓMICO EN LOS TALLERES ARTESANALES DE LA
ZONA METROPOLITANA DE ZACATECAS**

P R E S E N T A

Luis Ángel Correa García

PARA OBTENER EL GRADO DE DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TUTOR

Dr. Roberto González Acolt

COMITÉ TUTORAL

Dra. Ma.del Carmen Alcalá Álvarez

Dr. Felipe de Jesús Salvador Leal Medina

Dra. Laura Romo Rojas

Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortés

Aguascalientes, Ags., Mayo de 2015



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES



CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS

DRA. SANDRA YESENIA PINZON CASTRO
DECANA DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
P R E S E N T E

Por medio del presente como Tutor designado del estudiante **LUIS ANGEL CORREA GARCIA** con ID **155772** quien realizó la tesis titulada: **RECURSOS, CAPACIDADES Y ASPECTOS CULTURALES EN EL DESEMPEÑO ECONÓMICO EN LOS TALLERES ARTESANALES DE LA ZONA METROPOLITANA DE ZACATECAS**, y con fundamento en el Artículo 175, Apartado II del Reglamento General de Docencia, me permito emitir el **VOTO APROBATORIO**, para que él pueda proceder a imprimirla, previa revisión por el Depto. de Información Bibliográfica, y así continuar con el procedimiento administrativo para la obtención del grado.

Pongo lo anterior a su digna consideración y sin otro particular por el momento, me permito enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE
"Se Lumen Proferre"

Aguascalientes, Ags., a 8 de diciembre de 2014.

Dr. Roberto González Acolt
Tutor de Tesis

Dr. Felipe de Jesús Salvador Leal Medina
Integrante del Comité Tutorial

Dra. Ma. del Carmen Alcalá Álvarez
Integrante del Comité Tutorial

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría de Investigación y Posgrado
c.c.p.- Jefatura del Depto. de Administración Básica
c.c.p.- Consejero Académico
c.c.p.- Minuta Secretario Técnico



TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES



CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y ADMINISTRATIVAS

DRA. GUADALUPE RUIZ CUELLAR
DIRECCION GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
PRESENTE

Por medio de este conducto informo que el documento final de Tesis titulado: **RECURSOS, CAPACIDADES Y ASPECTOS CULTURALES EN EL DESEMPEÑO ECONÓMICO EN LOS TALLERES ARTESANALES DE LA ZONA METROPOLITANA DE ZACATECAS**. Presentado por el Sustentante: **LUIS ANGEL CORREA GARCIA** con ID **155772** egresado del **DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**, cumple las normas y lineamientos establecidos institucionalmente. Cabe mencionar que el autor cuenta con el voto aprobatorio correspondiente.

Para efecto de los trámites que al interesado convengan se extiende la presente, reiterándole las consideraciones que el caso amerite.

ATENTAMENTE
"SE LUMEN PROFERRE"

Aguascalientes, Ags., a 21 de mayo de 2015.

DRA. EN ADMÓN. SANDRA YESENIA PINZÓN CASTRO
DECANO DEL CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

c.c.p.- Interesado
c.c.p.- Secretaría Técnica del Doctorado en Ciencias Administrativas
c.c.p.- Archivo



DICTAMEN DE REVISIÓN DE LA TESIS / TRABAJO PRÁCTICO

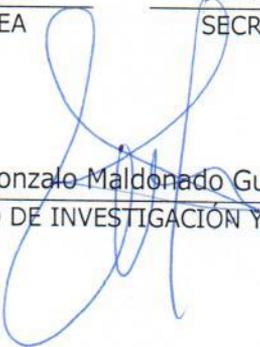
DATOS DEL ESTUDIANTE	
NOMBRE: LUIS ANGEL CORREA GARCIA	ID (No. de Registro): 155772
PROGRAMA: DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS	ÁREA: CULTURA Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL (LGAC)
TUTOR/TUORES: DR. ROBERTO GONZÁLEZ ACOLT (Director de Tesis) DR. FELIPE DE JESÚS SALVADOR LEAL MEDINA (Lector 1) DRA. MA. DEL CARMEN ALCALÁ ÁLVAREZ (Lector 2)	
TESIS (X)	TRABAJO PRÁCTICO ()
OBJETIVO: Determinar qué recursos, capacidades y aspectos culturales, influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona Metropolitana de Zacatecas.	
DICTAMEN	
CUMPLE CON CRÉDITOS ACADÉMICOS:	(SI)
CONGRUENCIAS CON LAS LGAC DEL PROGRAMA:	(SI)
CONGRUENCIA CON LOS CUERPOS ACADÉMICOS:	(SI)
CUMPLE CON LAS NORMAS OPERATIVAS:	(SI)
COINCIDENCIA DEL OBJETIVO CON EL REGISTRO:	(SI)

Aguascalientes, Ags. a 21 de Mayo de 2015

FIRMAS


 Dr. Jesús Salvador Vivanco Florido
 CONSEJERO ACADÉMICO DEL ÁREA


 Dra. Gabriela Citlalli López Torres
 SECRETARIO TÉCNICO DEL POSGRADO


 Dr. Gonzalo Maldonado Guzmán
 SECRETARIO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Agradecimientos

Profundo agradecimiento al **Dr. Roberto González Acolt**, por dirigir este trabajo, por sus comentarios. Gracias por darme la oportunidad de aprender de una persona a la cual admiro.

A la **Dra. Ma. del Carmen Alcalá Álvarez**, por sus sabias recomendaciones, por permitirme crecer como persona a través de la estancia en la Universidad Autónoma de Baja California.

Al **Dr. Felipe de Jesús Salvador Leal Medina** por su orientación y sus invaluable consejos. Por ser un ejemplo a seguir.

A los integrantes de mi comité tutorial: Dra. Laura Romo Rojas, Dr. Octavio Martín Maza Díaz Cortes, por sus valiosas aportaciones para mejorar el presente trabajo.

A quienes con sus manos producen y detallan piezas de enorme valor cultural, profundo respeto a las personas que hicieron posible la realización de este trabajo: **los artesanos**.

Al **Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología** (CONACyT), por impulsar y fortalecer el desarrollo científico a través de la beca otorgada para la realización de mis estudios de Doctorado.

A la **Universidad Autónoma de Aguascalientes**, institución que me abrió sus brazos y de la cual formo parte.

A todos lo que de manera anónima, de una u otra forma colaboraron en este trabajo, Gracias.

Dedicatorias

A mis padres: Luisa Fernanda García Muñoz y Ángel Correa Robles

A mi esposa: Nancy Elizabeth Pablo Hernández

A mis hijos: Ashley Michelle y Luisito

A toda mi Familia



Índice General

Resumen	4
Abstract.....	5
Introducción	6
CAPÍTULO I.- NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.1 Antecedentes.....	9
1.2 Planteamiento del problema	12
1.3 Objetivos.....	18
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Justificación	19
CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 El concepto de artesanía	21
2.2 Los talleres artesanales	23
2.3 Teoría de Recursos y Capacidades	31
2.3.1 Recursos.....	33
2.3.2 Capacidades.....	37
2.4 Aspectos culturales.....	40
2.5 Desempeño económico de los talleres artesanales.....	43
2.6 Desarrollo económico local	45
2.7 Consideraciones Finales.....	48
CAPÍTULO III.- DISEÑO METODOLÓGICO	49
3.1 Tipo de estudio	49
3.2 Perfil de la zona metropolitana de Zacatecas.....	50
3.3 La muestra de estudio.....	52
3.4 Recolección de datos.....	54
3.5 Modelo de investigación.....	55
3.6 Modelo matemático	56
3.7 Modelo econométrico	57

3.8 Hipótesis	58
3.9 Cuestionario.....	60
CAPÍTULO IV.- DISCUSIÓN DE RESULTADOS	66
4.1 Características de los artesanos encuestados.....	67
4.2 Características de los talleres artesanales visitados.....	71
4.3 Resultados y discusión	73
CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES	85
5.2 Recomendaciones.....	92
5.3 Limitaciones.....	92
Glosario	93
Referencias de consulta	99
ANEXOS.....	118

Índice de Tablas

Tabla 2.1 Clasificación de recursos	36
Tabla 3.1 Talleres de artesanía Zacatecas.	51
Tabla 3.2 Talleres de artesanía en Guadalupe	52
Tabla 3.3 Variables y dimensiones de investigación	56
Tabla 3.4 Operacionalización de recursos	63
Tabla 3.5 Operacionalización capacidades de innovación.....	64
Tabla 3.6 Operacionalización de aspectos culturales.....	65
Tabla 3.7 Operacionalización desempeño económico	66
Tabla 4.1 Prueba de hipótesis recursos	74
Tabla 4.2 Prueba de hipótesis capacidades	77
Tabla 4.3 Prueba de hipótesis de aspectos culturales	80
Tabla 4.4 Prueba de hipótesis de restricción conjunta.....	82

Índice de Gráficas

Gráfica 4. 1- Ramas artesanales estudiadas	66
Gráfica 4. 2- Edad de los artesanos.....	67
Gráfica 4. 3- Género de los artesanos	68
Gráfica 4. 4- Escolaridad de los artesanos	68
Gráfica 4. 5- Estado civil del artesano	69
Gráfica 4. 6- Motivo de inicio en la actividad artesanal	70
Gráfica 4. 7- Dónde adquirió la habilidad	70
Gráfica 4. 8- Antigüedad del taller	71
Gráfica 4. 9- Forma de asociación del taller artesanal	72
Gráfica 4. 10- Número de generaciones de artesanos	72

Índice de Figuras

Figura 3. 1- Modelo de investigación.....	55
Figura 4. 1- Relación entre recursos y desempeño económico.....	75
Figura 4. 2- Relación entre capacidades de innovación y desempeño.....	78
Figura 4. 3- Relación entre aspectos culturales y desempeño económico	81

Resumen

Los talleres artesanales, sinónimo de espacio de transmisión, conocimiento y cultura, son manifestaciones sociales de la región donde se ubican. Su importancia económica radica en que son fuente de sustento para un segmento de la población, producen empleos contribuyendo con el desarrollo de los individuos y la comunidad. El objetivo de este trabajo es determinar qué recursos, capacidades y aspectos culturales influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas. Basados en una muestra representativa de talleres de diversas ramas artesanales como alfarería y cerámica, arte huichol, cartonería, dulces artesanales, fibras vegetales, joyería, lapidaría y cantera, madera, metalistería, talabartería y textiles. Para ello se utilizó el análisis de regresión múltiple con el fin de estudiar la relación de las variables mencionadas, primero, se estimó como el desempeño económico de los artesanos –medido como ingresos por ventas- es afectado por algunos recursos tangibles e intangibles. Luego, se analizó como es influido este desempeño por las capacidades de innovación. Posteriormente, se calculó como los aspectos culturales de tradiciones, costumbres y valores condicionan el desempeño económico de los talleres artesanales. Por último se evaluó la influencia conjunta de las variables recursos, capacidades y aspectos culturales sobre los ingresos por ventas de los artesanos.

Los resultados muestran que los recursos: producto terminado y maquinaria, equipo e instrumentos de trabajo, las capacidades de innovación en proceso y de marketing así como los aspectos culturales tradiciones, costumbres y tradiciones, influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas.

Palabras clave: recursos, capacidades, aspectos culturales, talleres artesanales, Zacatecas.

Abstract

Craft workshops, synonymous with space of transmission, knowledge and culture, are social manifestations of the region where they are located. Its economic importance is that are a source of livelihood for a segment of the population, produce jobs contributing to the development of individuals and the community. The objective of this work is to determine which resources, capacities and cultural aspects influence the economic performance of the craft workshops of the metropolitan area of Zacatecas. Based on a representative sample of workshops of various crafts branches as pottery and ceramic, art huichol, cardboard, handmade sweets, vegetable fibers, jewelry, lapidary and quarry, wood, metalwork, leather and textiles. Multiple regression analysis was used to study the relationship between the above variables, first, is estimated as the economic performance of artisans – measured as income by sales - is affected by some tangible and intangible resources. Then discussed as this performance is influenced by the capacities of innovation. Subsequently, it is calculated as the cultural aspects of traditions, customs and values condition the economic performance of the craft workshops. Last evaluated the joint influence of the variable resources, capacities and cultural aspects on revenues from sales of craftsmen.

The results show that the resources: finished product and machinery, equipment and tools, the capabilities of innovation in process and marketing as well as the cultural traditions, customs and traditions, influencing the economic performance of the artisan workshops in the metropolitan area of Zacatecas.

Keywords: resources, capabilities, cultural aspects, craft workshops, Zacatecas

Introducción

El arte popular es el conjunto de obras realizadas por individuos, fuertemente arraigados en la tradición de su comunidad con un objetivo práctico utilitario, es una de las primeras manifestación esculturales del hombre a través de su devenir histórico, es la consecuencia de las actividades que le sirvieron para sobrevivir en sus primeros años de existencia. En nuestros tiempos la artesanía es dominada por la fabricación industrial de productos considerados como desechables.

La historia de la humanidad se forma bajo un largo proceso de construcción social. Con base en sus experiencias ha logrado edificar sistemas culturales y económicos propios; éstos conceden a los pobladores su identidad. El sujeto es inducido al absorber un cúmulo de conocimientos logrados a través de su vida, se convierten en transporte de la cultura.

Los pueblos expresan su idiosincrasia por medio de su arte popular, y ésta es la clave de su tradición cultural. Aquí, se distingue el artesano quien es conocedor de un oficio que históricamente se ha desarrollado antes de la industria. De ahí que la producción de artesanías propicia la identidad cultural de las poblaciones donde se encuentran presentes, son obras maravillosas emanadas de la transformación de los recursos naturales pertenecientes a la región, son productos que materializan el valor histórico de las comunidades. Las artesanías se desarrollan ancladas en las tradiciones; son productos mediante los cuales se construye la identidad de la región y están presentes de una u otra forma en la vida cotidiana de los mexicanos.

En el contexto zacatecano, la presencia de artesanías está en sus edificios coloniales, terminados en piedra de cantera que da un toque de enorme belleza a los rasgos arquitectónicos de la ciudad. Esta piedra es labrada por manos de artesanos que trabajan de forma única y tradicional. El oficio artesanal en la zona metropolitana de Zacatecas no solo tiene una gran importancia socio cultural en la región, sino también tiene un alto valor

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

económico ya que constituye una fuente de ingresos para familias completas que dependen de la artesanía. Sin embargo pese a la importancia de la actividad artesanal y el valor de la artesanía como patrimonio, el futuro de la producción así como los conocimientos tradicionales están en peligro de desaparecer.

En el tiempo que se ha dedicado a esta tesis nos percatamos de la relevancia de las piezas de artesanía, ya que al palparlas podemos apreciar y entender mejor el trabajo que hay detrás del proceso de producción, la recolección de materia prima, el tiempo de mano de obra invertido, el significado que tiene la pieza para el artista, lo difícil que es su colocación en el mercado, el significado cultural y sobre la legitimidad de cada pieza. En cada visita a los talleres comprobamos que cada artesanía transmite información invaluable sobre la persona que la creó y sobre su cultura.

En este trabajo tratamos de examinar de manera coherente la compleja vida de los artesanos y su situación actual. Queremos dejar claro que no estamos tratando de crear una pauta en el manejo de recursos y capacidades o cuestionar los aspectos culturales, nos limitamos a dar una perspectiva a la forma en que los recursos, las capacidades y aspectos culturales influyen en el desempeño económico con el fin de contribuir a mejorar la administración de los talleres artesanales.

El primer capítulo de esta tesis presenta la naturaleza de la investigación donde se toca el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos de estudio, relacionado con los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas. En el segundo capítulo se exponen los principales enfoques de la teoría de recursos y capacidades la cual fundamenta el trabajo. Se presentan también algunos estudios relacionados con aspectos culturales que sirvieron de base para nuestro modelo de investigación. En el tercer capítulo se desarrolla el apartado metodológico donde se presenta la operacionalización de las variables recursos, capacidades, aspectos culturales y desempeño económico.

En el cuarto capítulo se muestra la discusión de resultados, obtenidos de un análisis de regresión múltiple entre las variables de estudio. Finalmente se presentan las conclusiones, limitaciones y recomendaciones del estudio.



TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

CAPÍTULO 1.- NATURALEZA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

En el estado de Zacatecas existe un mundo artesanal que nos vincula con nuestros antepasados, que constituye una de las mayores riquezas de nuestra entidad: las expresiones y manifestaciones culturales. Los talleres artesanales, espacios que producen piezas con tradición heredada por generaciones se encuentran presentes a lo largo de los municipios de Zacatecas y Guadalupe que conforman lo que denominaremos la zona metropolitana de Zacatecas. Dicha demarcación es importante ya que concentran el mayor número de talleres artesanales (Jaspe, 2009). Las artesanías son productos que contienen una historia y tradiciones que las convierte en parte de la identidad de las personas así como de las comunidades.

El trabajo de los artesanos, desde el punto de vista económico constituye una salida laboral insuficiente para tratar de sobrevivir, es una actividad económica a través de la cual se puede mantener pero en algunos otros casos no es posible subsistir sólo de este oficio, por lo que funciona como una opción en periodos de falta de trabajo o como complemento de otras labores como la agricultura (Cardini, 2005).

La actividad artesanal tiene su origen en el emplazamiento de la época virreinal sobre todo en la ciudad de Zacatecas. Los artesanos como grupo social han aportado los frutos de su inventiva durante más de cuatrocientos años (Letechipía, 2009), desde entonces y hasta nuestras fechas en muchos casos han estado marginados debido a que son parte del pueblo trabajador y se encuentran localizados en el extremo opuesto de los grupos de poder.

Según Carbajal (2013) en el año de 1843 se creó la Junta de Fomento de Artesanos para la protección y el perfeccionamiento de las habilidades artesanales, junto a este organismo inició la publicación del seminario artístico,

en el cual se intentaba mantener informados a los artesanos sobre los adelantos técnicos realizados en otros países.

Las primeras investigaciones en México sobre artesanos datan de principios del siglo XX para ser precisos entre 1906 y 1907. El antropólogo de origen alemán Konrad Theodor Preuss realizó una exploración en la zona del Nayar, con el propósito de estudiar y convivir con las culturas huicholes, coras, mexicaneros, y tepehuanes, grupos que por siglos han mantenido su identidad así como sus tradiciones vivas. Preuss recopiló 2,300 piezas artesanales en su mayoría objetos rituales (Artes de México, 2007).

Para el año de 1910, los dirigentes surgidos de la Revolución promovieron el desarrollo artesanal y folclórico con el objetivo de ofrecer un conjunto de símbolos para la identificación nacional. En ese periodo el país se encontraba fracturado por divisiones políticas, por lo que necesitaba el rescate de su capital cultural y la preservación del patrimonio común de los mexicanos (García, 2002). En 1920 el impacto de las diversas políticas en la actividad y consumo artesanal fue inmediato, ya que se duplicó el número de tiendas e intermediarios en zonas turísticas como en pueblos y ciudades ligados a la producción artesanal (Cuevas, 2007).

Durante el año de 1921 con motivo de la celebración del Centenario de la consumación de la Independencia los artistas Jorge Enciso y Roberto Montenegro (Atl, 1982) concibieron el pensamiento de realizar una exposición de arte popular. Fue así como el Ing. Alberto J. Pani quien en ese entonces era el Secretario de Relaciones Exteriores y jefe de los festejos aceptó la idea de los dos artistas. Posteriormente se realizó una exposición de artesanías inaugurada por el presidente de México C. Gral. Álvaro Obregón, con la presentación de un programa extenso con diversas actividades culturales, artísticas y populares. Esta exposición despertó el sentimiento público hacia una mejor comprensión del arte popular. Fue en este evento donde oficialmente se reconoció el arte popular.

Durante el gobierno de Lázaro Cárdenas en 1938, se creó en Pátzcuaro, Michoacán el museo Regional de Artes e Industrias Populares. Para el año de 1940 el primer congreso Indigenista aprobó la protección de las artes populares indígenas por medio de organismos nacionales (Burciaga, 2008; García, 2002). A partir de entonces se buscó conocer los problemas de la producción artesanal por medio del diagnóstico de estudios socioeconómicos y técnicos con la propuesta de nuevas medidas de apoyo entre los que destacan: la creación de fondos crediticios, la instauración de organismos dedicados al fomento de la producción artesanal y la difusión comercial. En esta etapa se abre la industria y comienza la población a migrar del campo a la ciudad, al mismo tiempo el artesano pretende crecer su economía familiar aplicando nuevos diseños, incluyendo un toque de creatividad.

En 1955, el Banco Nacional de Comercio Exterior, realizó los primeros estudios socioeconómicos sobre artesanías para las bases de la asistencia económica de las artes populares y la exportación de estas. En el año de 1961 se creó el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) cuya función es brindar a los artesanos asistencia crediticia, orientación técnico-artística y de comercialización. A partir de la instauración de esta institución las actividades artesanales se han visto favorecidas económicamente con el otorgamiento de créditos y cursos de capacitación.

Es hasta 1970 donde se impulsó al sector artesanal con el surgimiento de la Jefatura General de Arte Popular dentro de la Secretaria de Educación Pública haciendo énfasis en la manufactura y comercialización de las artesanías. Según Burciaga (2009) en el periodo de 1970 a 1976 la actividad artesanal tuvo un gran impulso debido a que el gobierno federal creó instituciones específicas de ayuda a este sector, como ejemplo se encuentra el municipio de Villa García, Zacatecas el cual se vio beneficiado en este ciclo. Con la publicación del libro de Marta Turok denominado "Cómo acercarse a la artesanía", en la década de los ochentas se sientan las bases para la investigación sobre el sector artesanal.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

A pesar de los esfuerzos y de los impulsos de que ha sido objeto el sector artesanal a través de la historia, el desarrollo no ha sido suficiente ya que los artesanos son poseedores de recursos y capacidades que no son capaces de explotar o utilizar. Son portadores de tradiciones y costumbres heredadas por generaciones los cuales con el paso del tiempo, se están perdiendo, debido a la desvalorización que sufre el trabajo artesanal. Estos son algunos de los rasgos de los negocios de artesanía en la actualidad. A continuación damos paso a nuestro planteamiento del problema de los talleres artesanales en la zona metropolitana de Zacatecas.

1.2 Planteamiento del problema

En México, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) en el periodo de abril de 2009 a mayo de 2012 en el universo de los micro, pequeños y medianos establecimientos la proporción de empresas creadas o nacimientos a nivel nacional fue de 28.3%, mientras que, la proporción de empresas que murieron fue de 22.0%, es decir, en promedio por cada 100 negocios creados existen 6 establecimientos más. Por otro lado, 23 personas se incorporaron en establecimientos de nueva creación, mientras que cerca de 20 laboraban en negocios que dejaron de trabajar. Con estos datos se observa que el crecimiento de personal ocupado del periodo es de 3.6%. Como podemos constatar el porcentaje de empresa que mueren o fracasan es muy elevado. El saldo positivo entre las empresas nuevas y las que fracasan es mayor en el sector servicios con 8.0%, el menor saldo fue el de la industria manufacturera con 3.7%.

En el periodo señalado, hubo 1, 135 089 empresas nuevas, siendo el sector servicios el que tuvo la mayor tasa de crecimiento de empresas creadas con un 30.7%, le siguieron el sector comercio con 28.4%, el sector industrias manufactureras presentó la menor proporción de crecimiento con 20.4%. En contraste, el número de empresas que fracasaron, cerrando sus puertas, fue de 884, 240. Siendo el sector comercio el que tuvo la mayor tasa de muertes

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

con 22.9%, le siguieron el sector servicios con 22.6% y el sector industrias manufactureras presento la menor proporción de muertes con 16.7%.

En los estados esta situación se manifiesta de manera distinta entre las empresas creadas y cerradas, por ejemplo, Colima y Puebla presentan la mayor proporción de crecimiento con el 23.6% y 23% respectivamente, cifras superiores a la media nacional de 6.2%. En comparación, en el estado de Zacatecas la tasa de crecimiento entre las empresas creadas y las que fallecieron es de 1.1%. En esta entidad federativa, la proporción de nacimiento de empresas es de 22.5%, y la de muertes es de 21.4%. Específicamente en el sector de industrias manufactureras la proporción de nacimientos para el estado de Zacatecas es de 16.0%, mientras que la proporción de muertes es de 15.7% con un crecimiento de 0.3%.

Lógicamente, el sector artesanal también se ve afectado por la dinámica de éxito o fracaso de los micro, pequeños y medianos negocios dado que las artesanías en México enfrentan una serie de dificultades que ponen en riesgo su funcionamiento, por ejemplo, generalmente los talleres artesanales están centrados en unidades de producción familiar (Pérez, 2012; Dobson, Duncombe y Nicholson, 2010; Sánchez, Díaz, Bautista y Toledo, 2013), prevalecen creencias y expectativas basadas en experiencias pasadas difíciles de cambiar (Hernández et al., 2007a). Las artesanías provienen de un proceso de trabajo fundamentalmente manual, calificado en relación a los patrones industriales (Novelo, 1995), así el artesano portador de una cultura transmitida de generación en generación (Toledo, Díaz, Jiménez y Sánchez, 2012; Toledo, Hernández y Griffin, 2010; Loera, 2005) es capaz de producir objetos artísticos pero por lo general no puede fabricarlos en serie lo que genera volúmenes de producción generalmente reducidos (Domínguez et al., 2004), en algunos de los casos se siguen utilizando procesos con poca tecnología (Hernández et al., 2007b; Zevallos, 2003).

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Los artesanos presentan grados de escolaridad limitados, algunos son analfabetos, la mayoría no superó el nivel primario (Benedetti, 2012; Arata 2011). Por su parte Pérez (2012) señala que no cuentan con suficientes herramientas educativas, en general se encuentran descapitalizados o con carencias en capital de trabajo y de inversión.

Para Loera (2005); Estrella et al., (2009) y Benedetti (2014) la desaparición de las tradiciones artesanales se debe a la introducción de productos industriales, el desplazamiento de los modos de vida tradicionales, sobre todo por la exigencia de la demanda que conduce al desplazamiento de los valores tradicionales en función de los gustos de los consumidores. Por su parte Cuevas (2007) menciona que las largas horas de trabajo y los sacrificios que la actividad exige, son factores que se evalúan e incitan a buscar un empleo por mal pagado que sea éste, dentro del sector formal.

En muchos de los casos, la mayoría de los artesanos son adultos mayores y sus hijos tienen poco interés en preservar la tradición artesanal esto debido a la carencia de una motivación económica para seguir con el oficio (Ward, 2003), no existe la disposición de modificar sus hábitos y prácticas de negocio tradicionales (Bernal y Martínez, 2011; Castañeda, Hernández y Castro, 2009), los artesanos no tienen un control sobre sus ventas, así como de compras, no poseen registro del tiempo invertido en la elaboración de sus piezas (Hernández et al., 2007). No disponen de manuales para la producción, al carecer de un sistema de registro dentro de los talleres artesanales no es posible el control y seguimiento de la operación (Jaspe, 2009). Las herramientas son escasas y de confección casera (Benedetti, 2012), en términos de distribución de la riqueza son los que menos ingresos reciben y tienen poca intervención en el ambiente político e institucional (Toledo et al., 2012; Burciaga, 2009).

Los talleres se ubican en su casa habitación (Benedetti, 2012) misma que ha sido acondicionada como lugar de trabajo, por lo tanto el ambiente laboral es

inadecuado, no disponen de equipo de cómputo, el equipamiento se centra en lo básico, por lo que presentan carencias de maquinaria, equipo y herramienta. No disponen de áreas para el almacenamiento de materias primas o producto terminado (Burciaga, 2010); los miembros del negocio artesanal tienen poco conocimiento del mercado, carecen de prestaciones de ley y programas de seguridad e higiene para el trabajo. Los artesanos tienen que viajar de su lugar de ubicación para adquirir materias primas, lo que ocasiona costos que no contemplan en el precio final del producto (Jaspe, 2009).

Todas estas características generan un pobre desempeño en el sector artesanal que limitan su desarrollo (Yescas, 2008; Toledo et al., 2010; Colín y Rodríguez, 2011), para Monks (1991) algunos de los factores que influyen en el desempeño de los pequeños negocios son:

- Razón de capital/ mano de obra.
- Escasez de recursos.
- Cambios en la fuerza de trabajo.
- Innovación y tecnología.
- Calidad de vida en el trabajo.

Estos factores repercuten en el desempeño y explican parte del decremento en la productividad (Hernández et al., 2002; Domínguez y Hernández 2007a; Regino, Hernández y Domínguez, 2006; Avedano, Kelly, Trevinyo y Madero, 2009; Yi y Ruhana, 2011; Saberi y Mohd, 2012).

En el mundo actual caracterizado por la globalización donde las artesanías tienden a desaparecer (Turok, 1988) debido a que compiten con lo industrial (Hernández et al., 2010a) que no presenta ninguna identidad cultural (Paz, 1997). En este contexto, consideramos relevante analizar los factores de éxito y la forma en que se relacionan con el desempeño económico de los talleres artesanales, ya que las investigaciones realizadas del sector artesanal en Zacatecas hasta ahora no son suficientes. Como ejemplo, Turok (1988) señala que en México aproximadamente el 5% del total de los artesanos tiene éxito y

han innovado; un 65% emplea sistemas rudimentarios y sobreviven de este oficio; el otro 30% está en el punto medio.

Esta situación no ha cambiado en el transcurso de los años, si bien es evidente que la forma de administrar sus recursos y capacidades los ha conducido a disminuir su desempeño económico (Friedemann, 1971; Blanco, 2004; Balazote y Rotman, 2006) aunado a la poca valoración social del artesano y su trabajo (Novelo, 2002; Zapata y Suárez, 2007), la actividad artesanal encuentra un espacio asegurado en el capitalismo, inspirado en sector turístico (Hillman, 1988) y el comercio, son los valores familiares lo que permiten la sobrevivencia del oficio (Cuevas, 2007).

Ahora bien, existen estudios en el sector artesanal entre los que destacan los realizados por Domínguez, Hernández y Toledo (2004), donde analizan los factores que son esenciales para lograr el éxito de los negocios de artesanía en México como un caso de industrias fragmentadas¹ (Porter, 1980), encuentran que los factores externos como la innovación son claves. Por su parte Hernández, Domínguez, Moreno y Ortega (1998) señalan que el nivel de competitividad es fundamental en el éxito del taller artesanal. Hernández, Domínguez y Espinosa (2007) aportan que el nivel de ingresos en ventas tiene mayor representatividad al medir el desempeño de los negocios de artesanías, además plantean que la innovación en proceso, producto y organizacional influye de manera directa en el desempeño del negocio.

Hernández, Domínguez y Ramos (2002) en su estudio sobre talleres artesanales de los estados de Jalisco, Oaxaca y Guanajuato, señalan que la competitividad se relaciona con la ubicación del negocio. Jiménez, Domínguez y Martínez (2009) analizan el efecto de la innovación en la competitividad de los talleres artesanales en los estados de Michoacán, Estado de México,

¹Industria fragmentada es aquella donde existen decenas de competidores con participaciones similares pero ninguno es dominante, es decir, generalmente los negocios de artesanía participan en el mercado sin ejercer influencia sobre el precio.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Guanajuato, Puebla, Jalisco, Guerrero, Oaxaca y Veracruz. Dichos estudios analizan los factores de éxito en el sector artesanal en México y su influencia en el desempeño económico.

Toledo et al., (2012) señalan que la definición de éxito en los negocios de subsistencia no ha sido bien establecida en la literatura empresarial, ya que se relaciona con medidas financieras y no todos los negocios pueden ser medidos con los mismos indicadores de éxito. Por su parte, Paige y Littrell (2002) intentan definir el éxito en los talleres artesanales, encuentran que el criterio tradicional como el crecimiento, el beneficio económico así como los factores intrínsecos compuestos por la satisfacción personal y la oportunidad de elevar la tradición artesanal son considerados factores de éxito.

El desempeño económico es relevante para entender la actividad de los artesanos, aunque no existen registros estadísticos (Martínez, 1982; UNESCO, 2004; Rojas, Martínez, Ocampo y Cruz, 2010; Correa, O., Correa, G. y Carmona, 2008; Hernández, Yescas y Domínguez, 2007), es considerada como impulsora de otras actividades generadoras de empleo como el turismo y el teatro.

En el Estado de Zacatecas no se ha encontrado un estudio que analice los factores de éxito o fracaso en el sector artesanal, particularmente en la zona metropolitana de Zacatecas, por ello, resulta importante estudiar dichos factores y su influencia en el desempeño económico de los talleres artesanales. Esta circunscripción concentra la mayor cantidad de negocios artesanales los cuales presentan aspectos muy peculiares, por ejemplo, Canizales (2010) señala que sufren de disminución en la venta debido a la falta de viabilidad de un ingreso digno, se encuentran descapitalizados y carecen de unión entre artesanos para producir (Correa, González y Leal, 2013).

Con base en estos planteamientos consideramos relevante analizar, qué factores pueden contribuir a entender el éxito o fracaso de los talleres artesanales, específicamente, en los municipios de Guadalupe y Zacatecas.

Teniendo en cuenta lo anterior las siguientes preguntas de investigación se abordan en este estudio:

- 1.- ¿Son los recursos un factor relevante en el éxito de los talleres artesanales en la circunscripción metropolitana de Zacatecas?
- 2.-¿Las capacidades de innovación son un factor clave en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas?
- 3.- ¿Qué efectos tienen los aspectos culturales en el desempeño económico de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas?
- 4.- ¿Cómo los recursos, las capacidades y los aspectos culturales impactan en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Determinar qué recursos, capacidades y aspectos culturales influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona Metropolitana de Zacatecas.

1.3.2 Objetivos específicos

- Estimar en qué medida los recursos físicos impactan en el desempeño económico de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas.
- Valorar sí el conocimiento, habilidades y motivaciones del artesano influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales en la circunscripción metropolitana de Zacatecas.
- Conocer en qué medida las capacidades de innovación en producto, proceso, organizativa y marketing, impactan en el desempeño

económico de los talleres artesanales de los municipios de Guadalupe y Zacatecas.

- Evaluar como las tradiciones, las costumbres y valores del artesano influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas.
- Analizar el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas, medido a través los ingresos mensuales por venta de artesanías para evaluar el impacto que tienen los recursos, las capacidades y los aspectos culturales sobre este indicador.

1.4 Justificación

El conocimiento permite a las sociedad ser más eficiente y progresar, es la base y posiblemente la única fuerza conductora de los humanos para una mejor calidad de vida. Lo que se conoce en cuanto a cultura popular casi en su totalidad es de carácter descriptivo, según Bonfil (1995) apenas existen estudios que problematicen sus aspectos, aún a este nivel existen lagunas y la documentación disponible no ha sido sistematizada para su análisis. Pese a la carencia de información suficiente es necesario profundizar en la investigación de las artesanías en especial de los talleres artesanales, estos negocios no sólo ofrecen un estándar de vida y oportunidades de ingreso para miles de familias, también generan empleo además de que contribuyen significativamente al crecimiento de la economía de la región (Toledo et al., 2012; Toledo et al., 2010).

Los talleres artesanales juegan un papel importante dentro de la cultura popular, debido a que representan las costumbres y son símbolo de identidad, son generadores de ingresos aunado a que son cimiento en el aspecto social de las comunidades, el económico y las celebraciones públicas (Hernández et al., 2007a; Toledo et al., 2012).

Por otro lado, la carencia de estudios sobre actividades artesanales justifica el presente estudio debido a que el dinamismo comercial es cada día más desigual y presenta mayores dificultades para garantizar la participación activa de los artesanos (Toledo et al., 2012), es por eso que consideramos importante abordar los talleres artesanales para generar información que permita a las personas relacionadas con estos negocios tomar mejores decisiones en su beneficio.

Además quisiéramos recordar las palabras del Dr. Atl (1875-1964) quien señala que "*Las Artes populares en México*" "*son importantes: porque ellas satisfacen vitales necesidades sociales -por la variedad de sus productos- porque todas tienen, o en sus formas, o en su técnica, o en su espíritu decorativo, o en sus coloraciones, el sello de un innato y hondo sentimiento estético*" por ello consideramos relevante estudiar los talleres artesanales con su manifestaciones las cuales constituyen una verdadera cultura nacional.

Las artesanías sin tener en consideración la extraordinaria perfección técnica que poseen, constituyen una de las más importantes manifestaciones de la idiosincrasia de los pueblos. Estudiándolas podemos contribuir a valorar el trabajo de los maestros artesanos y preservar estos peculiares negocios.

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

Introducción

En el presente capítulo discute las teorías relacionadas con los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas, a través del análisis de perspectivas teóricas de los conceptos de artesanías, aspectos característicos importantes de los talleres familiares, la clasificación de las ramas artesanales, el análisis de la teoría de recursos y capacidades, aspectos culturales y desempeño económico.

Estas perspectivas son la base que sustenta el trabajo de investigación, el propósito principal de este capítulo es determinar el conocimiento existente acerca de los talleres artesanales bajo los fundamentos de la teoría de recursos y capacidades.

El análisis de dichos conceptos y teorías permitirán determinar la forma en que el desempeño económico se ve afectado por los recursos, capacidades y aspectos culturales en los talleres artesanales de los municipios de Guadalupe y Zacatecas.

Marco conceptual

2.1 El concepto de artesanía

Estudiar las artesanías es entrar en un mundo fascinante, a pesar de que el término se torna amplio y difícil de concretar debido a que con el transcurso de los años la expresión ha sumado diversos sentidos. Por ejemplo para Vicente (2014) en la tradición europea la palabra artesanía era sinónimo de sentido peyorativo, para Cardini (2005); Colombres (2009) y Clara (2004) es una mezcla de rasgos que la caracterizan y definen el patrimonio cultural ya que puede ser considerada la esencia de la tradición de los pueblos, da nombre e identidad a un oficio que es difícil, está relacionada con el medio natural. Las artesanías son resultado de la interacción entre una persona con un

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

conocimiento empírico expresado en habilidades técnicas para realizar un trabajo tradicional hecho a mano a través de generaciones con el distintivo denominado autenticidad (Carreño, 1995; Oliveras y Albanece, 2012; Pacheco, Barrero y Gómez, 2013;)

Las artesanías son piezas que pertenecen a un mundo anterior a la separación entre lo útil y lo hermoso (Paz, 1997), poseen características especiales como su belleza, sus colores, formas y texturas únicas, son generalmente de naturaleza utilitaria (Zapata y Suárez, 2007), es un producto destinado al turismo (Anaya, 2009), de alto valor visual (Wei, Liu y Wang, 2014), simbolizan las costumbres y tradiciones de diferentes pueblos (Toledo, 2012) y son elaboradas con materia primas de la región (Benedetti, 2012; Ward, 2003; FONART, 2009).

Algunos autores (Rotman, 2003; Cardini, 2005; Oliva, 2009) han intentado definir la artesanía y concuerdan en que son manifestaciones populares, representación del trabajo del artesano, creaciones únicas de técnicas específicas que transmiten originalidad con base en tradiciones y valores generacionales.

Una definición que es considera oficial es la del Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad publicado por FONART (2009), donde precisan la artesanía como un objeto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas. La manualidad no llega a consolidarse como producto cultural, debido a que no tienen una identidad tradicional y se pierde en el tiempo. El híbrido es una mezcla de ambas, de tal manera que no pertenece a ninguno de ellos.

Marco contextual

2.2 Los talleres artesanales

En México las pequeñas empresas representan el 95% del total de empresas registradas, generan cerca del 52% del Producto Interno Bruto (PIB), contribuyen con el 72% de los empleos formales (INEGI, 2013; SE, 2013). Estas cifras evidencian la importancia de las micro y pequeñas empresas en la economía nacional.

Dentro del grupo de las MIPYMES se encuentran las empresas familiares, en México han sido poco estudiados los aspectos que se relacionan con estas unidades económicas, las primeras investigaciones datan de la década de los sesentas (Garza et al., 2011), el término de empresas familiares es difícil de precisar (Astrachan, Klein y Smyrniotis, 2002) debido a las diferencias culturales.

Para González, Blanco y Fernández (2014) la familia es la base de la sociedad, es el primer lugar en el cual un individuo de cualquier cultura desempeña un rol, de ahí se extienden los lazos de confianza, responsabilidad, fuerte afiliación y apoyo emocional que le da valor y sentido a la vida. Según Guillén (2010) la asociación de los miembros de la familia a la empresa incide sobre las dimensiones culturales. Las empresas familiares surgen cuando uno de los integrantes generalmente el padre decide invertir para poner en marcha un negocio, así los miembros de la familia comienzan a involucrarse sin recibir ninguna percepción económica (De la Rosa, Lozano y Ramírez, 2009).

En el mismo sentido, Longenecker, Moore, Petty y Palich (2007) definen empresa familiar como la sociedad en la que son propietarios, operan juntos o en sucesión dos o más miembros de la misma familia. La participación es variable ya que pueden trabajar tiempo completo o medio tiempo, una característica principal de la empresa familiar es que pasa de generación en generación.

Por su parte, De la Rosa et al., (2009) afirman que el aspecto familiar es un factor importante para la viabilidad, continuidad, evolución y crecimiento de la empresa. Subiñas (2011) describe a la empresa familiar como tradición, explica que se basa en una división sexual del trabajo que refleja la visión sobre los roles apropiados para hombres y para mujeres.

Las empresas familiares son uno de los elementos de mayor eficiencia social, ante ello, Gallo y Cappuyns (2004) mencionan que algunas características de éxito en los negocios familiares son el seguimiento de las reglas aceptadas y el tiempo que han guiado la empresa con base en la cultura familiar. Por su parte Garza et al., (2011) señalan que la empresa familiar es como una organización en la que la cultura es trascendente y compleja debido a que combina atributos de la familia propietaria y de la propia empresa, los valores de las empresas familiares son un factor clave en el desempeño.

En México, los talleres artesanales son empresas familiares, su estudio es relevante pues la mayoría están compuestos por miembros de la misma familia (Nahmad, 1995; Masuo, Fong, Yanagida y Cabal, 2001; Tapia, 2010) característica que los hacen diferentes a otros tipos de pequeñas empresas ya que la toma de decisiones puede ser más compleja puesto que lleva una mezcla de valores e intereses familiares y de negocios.

Según Garza et al., (2011), en los talleres familiares los valores son una creencia duradera la cual determina las actitudes y manifestaciones que se expresan a través de la historia, los relatos, ritos y ceremoniales, la vestimenta, los colores, la decoración y las practicas son generadores de ventajas competitivas por lo que es fundamental identificarlos, conservarlos, orientarlos y transmitirlos.

En palabras de Dobb (1986) el trabajo es el gasto de energía humana de músculos y nervios que constituyen el valor. De ahí, Anaya (2009) señala que a todos los artesanos les gusta su trabajo, se sienten orgullosos de él, ya que las actividades no son monótonas ni repetitivas.

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

Los talleres artesanales operan en nivel de subsistencia (Prahalad y Hart, 2002; Toledo et al., 2012), debido a que permanecen sin cambios por generaciones, con pocos incrementos en las ventas, los cuales ofrecen un estándar de vida así como oportunidades de negocios para las familias, generan empleo y contribuyen al crecimiento de la economía.

En general, los talleres artesanales presentan características en común: la educación del artesano está limitada a una enseñanza técnica, suelen carecer de buenas habilidades de comunicación y capacitación administrativa, son paternalistas, ya que guían su negocio en forma muy similar a la manera en que conducen su familia, son renuentes a delegar autoridad, usan pocas fuentes de capital para desarrollar sus negocios, definen la estrategia de comercialización en términos de los componentes tradicionales de precio y calidad, sus esfuerzos de venta son principalmente personales, su orientación en el tiempo es corta, con nula planeación para un crecimiento o cambio en el futuro (Benedetti, 2012; Comerci, 2011).

Sánchez et al., (2013) escriben que los talleres familiares elaboran artesanías con precedimientos y técnicas rudimentarios, bajos volúmenes de producción y una amplia dependencia de las habilidades del artesano. En general, el área de proceso se localiza dentro del hogar, apegados a costumbres e ideas socialmente establecidos (Chiavenato, 2006). Para Dobson et al., (2010) la producción está dividida en lapsos de tiempo entre actividades como plantar, sembrar, sus obligaciones sociales como los festivales religiosos y los eventos de las comunidades.

En este trabajo de tesis conceptualizaremos los talleres artesanales basados en la definición de Correa, González y García (2015) quienes los señalan como una organización tradicional compuesta en su mayoría por miembros de la misma familia productora de piezas únicas con un distintivo denominado autenticidad, cuya tradición es heredada de generación en generación. Correa et al., (2015) encuentran en su estudio empírico que los propietarios de los

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

talleres artesanales perciben lealtad de los miembros de la familia hacia el negocio, así mismo, la familia y el negocio comparten valores similares y existe un apoyo familiar hacia la empresa ante las dificultades.

En el actual modelo familiar la descendencia se traza de manera unilineal por vía masculina lo que se conoce como patrilinealidad (Moctezuma, 2011), el linaje que proporciona a sus miembros un sentido de identidad familiar y social grupal. El principio agnaticio juega un papel importante en el aprendizaje y generación de un taller artesanal pues en algunos casos opera desde tiempos prehispánicos. Se sustenta en el parentesco tejido entre varones emparentados de manera consanguínea. Así mismo, juega un papel muy importante en la capacidad del artesano para generar y consolidar un taller, la relación de parentesco entre algunos de los miembros de los talleres artesanales que comparten valores, creencias y normas provienen del ambiente familiar (Garza et al., 2011).

Tal y como señala Fuentes, Hernández y Vallejo (2008) cuando se trata de una empresa familiar garantizar el crecimiento y la supervivencia no resulta ser una actividad fácil, sin embargo, la continuidad del negocio es una razón para conservar la herencia y el legado familiar. Lewis (2008) señala que las empresas pueden ser el significado de expresiones de las personas, familias, sus vidas y sus estilos de vidas personales.

Los talleres artesanales en México tienen una importancia especial, no sólo por lo que significan como conservación de una manifestación cultural, el refuerzo de los valores sociales y culturales sino también por la importancia económica (Novo, 1982; Suárez, 1994; Sánchez, Domínguez y Hernández, 2010; Zavala y Bariola, 2007; Blanco y Díaz, 2005; López, Ríos y Molina, 2014; Azuela y Cogco, 2013).

Según Caso (1982) forman la base única de sustento de una buena parte de la población indígena y mestiza. Para Rojas et al., (2010) el trabajo artesanal es una estrategia de sobrevivencia mediante el cual sus creadores no sólo reciben

retribución monetaria, si no que satisfacen también necesidades de expresión y reafirmación de identidad.

Desde nuestra perspectiva las empresas familiares son símbolo de tradiciones ya que forman parte de la identidad cultural de la zona metropolitana de Zacatecas, contribuyendo a la preservación del patrimonio, además favorecen otras actividades generadoras de empleo, como las actividades culturales que se realizan en el mes de abril en el marco de la semana santa y en los festivales del folclor y del teatro de la calle celebrados en el mes de agosto e impulsa el turismo de dicha demarcación.

A continuación, analizaremos la clasificación de las ramas artesanales tomando como base "el manual de diferenciación entre artesanía y manualidad" elaborado por el FONART (2009), el cual describe las siguientes ramas:

Alfarería y Cerámica: Se les puede considerar como sinónimos, aunque provienen de raíces etimológicas diferentes. El vocablo alfarería proviene del árabe hispánico alfa hár, que significa alfar, lugar donde se trabaja el barro o la arcilla. Alfarero es la persona que trabaja la arcilla y la pieza creada es producto de alfarería de moso que es una técnica manual antigua (FONART, 2009). La cerámica proviene de griego "Kéramos" que significa barro o arcilla, por lo tanto a la persona que trabaja la cerámica se le denomina ceramista. Lo que marca la diferencia entre la alfarería y la cerámica son las temperaturas de cocción los diversos procesos de producción y las materias primas.

Textiles: Elaborados con las técnicas tradicionales con mayor presencia en México, como el telar de cintura indígena, el telar pedal, que llegaron en la época de la Colonia. En el vestir indígena femenino encontramos que se han preservado algunas piezas artesanales en sus formas originales: como huipil y el rebozo.

Madera: Es un trabajo ancestral, está presente en miniaturas, baúles, muebles, máscaras y cualquier figura de animales, existen diversas técnicas

artesanales como el torneado, la talla y las incrustaciones. En esta rama destaca la marquetería, es una palabra que viene del francés y refiere a los "marcos" también se le llama "taracea" del árabe "tarsi" que significa incrustación. Para Reveles (2009) es una labor de engarce hecha con trozos menudos de madera de diversos colores, acompañada de nácar, mármol, carey o concha la cual se inicio en Francia en el siglo XVIII con la decoración de cajas de reloj.

Cerería: Sus inicios datan de la época colonial, en los conventos dónde hacían figuras de uso litúrgico, actualmente la producción se diversificó a distintas piezas como juguetes y figuras humanas lejos del contexto religioso donde surgieron, en el presente las piezas más conocidas son las velas.

Metalistería: Tradicionalmente se trabaja con el acero, bronce, hierro, cobre, plomo, estaño y latón, en cada metal se desarrollan métodos de transformación de los que surgen los cazos, cuchillos, cucharas, muebles, lámparas y figuras de forja.

Orfebrería: Es el trabajo aplicado en metales preciosos, como el oro, la plata, el bronce, y el cobre, la persona que trabaja los metales se le denomina orfebre, el cual funde los metales y los martilla, los pule, resultando todos tipos de productos como cubiertos, ceniceros o el más común las charolas.

Joyería: Los metales que se trabajan al igual que la orfebrería son el oro, la plata, el bronce, el cobre, los cuales se transforman en productos como pulseras, arracadas, aretes, cadenas, medallas y dijes.

Fibras vegetales: El arte de tejer las fibras vegetales como la palma, el sauce, el carrizo, el jonote, mimbre o bejuco, surge de la necesidad de aprovechar lo que el entorno natural ofrece, lo sorprendente de este oficio artesanal, es la fácil adaptación a la vida de cada generación ya que depende de la destreza y la habilidad de trabajarlas más que de la fuerza del artesano. Los productos

resultantes del fascinante trabajo son sombreros, tapetes, bolsas, y figuras decorativas.

Cartonería y papel: Hacia el año 3500 a.C. Se utilizaba en Egipto el pergamino confeccionado a partir de pieles sin curtir, fueron los primeros indicios del papel (Reader's Digest, 1983), dentro de esta rama se trabaja las artesanías de papel amate y papel picado: la primera se elabora con una antigua técnica prehispánica a partir de la corteza de árboles, machacada para formar hojas más delgadas, entre las personas del campo se usa con fines mágicos para conseguir cosecha abundante, referente al papel picado, que se emplea como una forma para expresar las festividades y celebraciones adornando las calles. Dentro de las artesanías que destacan en esta rama se encuentran piñatas, muñecas y judas, entre otras.

Talabartería y Peletería: Es la rama en la que se trabaja los cueros. Talabartero es la persona que manipula dicho material, con el objetivo de elaborar cintos, huaraches, de uso doméstico. Así como cinchos y bozales para animales, por su parte la peletería es el arte de trabajar la piel para el vestuario, como zapatos, botas, abrigos, chamarras, pantalones, que van desde las pieles más comunes hasta las más exóticas.

Maque y Laca: La pieza de laca más antigua data del año 500 a. C. es una de las técnicas más laboriosas dentro de las artesanías, conocido también como barniz o esmalte; consiste en la aplicación de capas de aceites naturales y tierras calcáreas que forman una pasta que se adhiere a la madera.

Lapidaría y Cantería: La piedra cantera también conocida como pómez, toba riolítica, riolita o *ignimbritariolpítica* es un material piroclástico que proviene de los procesos geológicos, ocurridos aproximadamente hace quince millones de años. El tallado sobre esta piedra es conocido como el arte de labrar las piedras preciosas, con una gran tradición dentro del país, las piedras en las que se practica son variadas. La cantería es el labrado y tallado de piedras duras, con las que se hacen fuentes o adornos de fachadas, existe un alto

valor histórico y cultural del arte labrado de la cantera. Las obras maestras monumentales no sólo datan de las épocas antiguas del esplendor humano, conforme pasa el tiempo el labrado de piedra cambia de utilitario a artística. Esta rama es también conocida como labrado o esculpido, este tipo de roca engloba diversas técnicas y materiales pétreos, las primeras construcciones con piedra en Zacatecas datan de la época prehispánica (Burciaga, 2010; Hernández, Pineda y Andrade, 2011).

Arte Huichol: Esta rama artesanal es famosa en el mundo por su complejidad de elaboración, su belleza, vistosos colores. Las piezas de arte huichol son elaborados de chaquiras mazo y estambres, con una paciencia y perfección admirable, plasman su entorno a través de su cosmovisión en cuadros y figuras de animales. Compuesta por uno de los más importantes grupos indígenas "Wixárika" lo que se conoce en español como Huicholes.

Hueso y Cuerno: La materia prima con que se elaboran estas artesanías provienen del cuerpo del ganado, con los que se transforman y producen collares, silbatos, aretes, las piezas de ajedrez, botones y cualquier tipo de adorno.

Concha y Caracol: El carey es una materia prima de hermosa calidad y de difícil obtención ya que se extrae de la concha de la tortuga "Eretmochelysimbricada" la cual se encuentra en peligro de extinción por lo que actualmente se sustituyó por conchas marinas de belleza similar, las piezas producto se ofertan como joyería en lugares que cuentan con área marina. Es necesario aclarar que en el estado de Zacatecas, no se cuenta con registro de esta rama artesanal.

Vidrio: Es uno de los materiales más versátiles de que dispone la humanidad, empleado en las antiguas civilizaciones que datan del año 3000 a. C. desde finales del siglo XV los artesanos se especializaron en la fabricación del cristal, vidrio muy claro, casi incoloro. Durante el siglo XIX el vidrio empezó a producirse en cantidades industriales, y por primera vez aparecieron las vasijas

de cristal, copas, y espejos que estuvieron al alcance de todos (Reader's Digest, 1983). La rama artesanal de vidrio, al igual que la de textiles, llegó a nuestro país en la conquista española. El ingrediente principal del vidrio es la sílice que se obtiene a partir de arena, su trabajo requiere por parte del artesano gran destreza, convirtiéndose en una rama de especial y difícil dominio (FONART, 2009). Existen diversas técnicas entre las que destacan el soplado, templado, esmerilado y grabado, los productos resultantes son vasos y copas.

Plumaria: Esta rama artesanal tiene su cometido en la apropiación de las plumas de las aves endémicas, que se transforman en obras ornamentales de uso cotidiano, la permanencia de esta rama depende en gran medida de la conservación de las aves de cada territorio. Se intenta preservarla a través de la innovación como el encapsulado artístico de la pluma.

Marco teórico

2.3 Teoría de Recursos y Capacidades

Las pequeñas empresas debido a su tamaño y a sus características poseen recursos y capacidades que son escasos. Los fundamentos teóricos se basan en la aptitud de la empresa para obtener resultados superiores depende de su habilidad para adquirir y coordinar recursos y capacidades, según esta teoría, el desarrollo de capacidades distintivas es la única forma de lograr ventajas competitivas sostenibles (Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984).

Para Barney (1991) explorar los recursos internos es la única forma de obtener ventajas competitivas sostenidas; por su parte Grant (1991) señala que los recursos y capacidades internos proveen la dirección básica para la estrategia de la empresa. Por su parte Peteraf (1993) desarrolla un modelo de ventaja competitiva en el que señala cuatro factores que aseguran la optimización de recursos así como la eficiencia de la empresa. Viteri (2000) aporta que esta

tesis tesis tesis tesis tesis

teoría estudia las potencialidades de la empresa, para lograr una ventaja competitiva.

En palabras de Escandón y Arias (2011) esta perspectiva considera que los recursos y capacidades permiten generar condiciones para enfrentar una competencia y así lograr un exitoso desempeño económico. En ese mismo sentido, Amit y Schoemaker (1993) señalan que los recursos y capacidades son cruciales en la explicación del desempeño de las empresas; por su parte Huerta, Navas y Almodóvar (2004) afirman que esta teoría trata de explicar los motivos por los cuales las empresas que se desarrollan en un mismo entorno competitivo, sujetas a las mismos factores del sector económico obtienen diferentes niveles de rentabilidad.

Para Buckley y Casson (2007) la teoría de recursos y capacidades es consistente y empíricamente lógica debido a que los recursos de la empresa se integran en capacidades que le permiten llevar a cabo acciones específicas con propósitos estratégicos, su análisis se convierte en un instrumento esencial para el estudio interno de la empresa (Huerta et al., 2004; Rivas, 2007). Para Robbins y Coulter (2005) no basta que la organización obtenga una ventaja competitiva, debe ser capaz de sostenerla a pesar de las acciones de la competencia y de los cambios en la industria a través del tiempo. De esta forma, los estudios realizados bajo este enfoque sostienen que las empresas difieren en su dotación de recursos y capacidades, tienen funciones de producción diferentes, procesos de innovación distintos, así como diversidad en sus actividades (Huerta et al., 2004).

Grant (1991) afirma que los recursos y capacidades potenciales para las empresas son aquellos: durables, difíciles de identificar y entender, que no son fáciles de replicar y los cuales las empresas poseen claro control y posesión. La clave para una aproximación de esta teoría es entender la relación entre recursos, capacidades y desempeño.

La Teoría de Recursos y Capacidades contribuye al estudio de las empresas identificando las ventajas competitivas través de la distinción de sus recursos. Para nuestro propósito su análisis permite identificar la acumulación de recursos y el desarrollo de capacidades las cuales son fundamentales para mantener una ventaja competitiva. Este enfoque proporciona un marco para seleccionar los factores de éxito y medir su impacto en los resultados empresariales.

2.3.1 Recursos

La teoría de los recursos inicia con los trabajos de Penrose (1959), para ella la empresa es un conjunto de bienes productivos que determinan la dimensión que puede alcanzar. Para Mathews (2002) son los bienes productivos de la empresa y por lo tanto son considerados la unidad fundamental de generación de valor. Fernández, Montes y Vázquez (2014) señalan que la teoría de los recursos permite alcanzar un mayor grado de comprensión sobre las causas de la heterogeneidad, las diferencias de competitividad y resultados en las empresas.

Por su parte Barney (1991) afirma que los recursos se adquieren para un propósito específico y que son necesarios para lograr una ventaja competitiva, deben ser heterogéneos y cumplir con las siguientes propiedades: valiosos, escasos, difíciles de imitar y sustituir.

Para Amit y Schoemaker (1993), la magnitud y naturaleza de los recursos que poseen las empresas son importantes en la determinación de su rentabilidad, siguiendo con esta idea Wernerfelt (1984) define los recursos de una empresa como aquellos activos tangibles e intangibles que están atados de forma semi-permanente a la empresa, da como ejemplo la marca, posesión de tecnología, habilidades personales de los empleados, tratados con proveedores y clientes, maquinaria y capital.

Para Barney (1991) los recursos son los bienes, las capacidades, el proceso de organización, los atributos, la información y el conocimiento que posee la empresa que le permite implementar estrategias que mejoren su eficiencia y eficacia, las empresas que controlan éstos tienen un mejor entendimiento de su impacto en la ventaja competitiva que las que carecen de ellos, hace énfasis en que sí una empresa no los posee difícilmente puede obtener una ventaja competitiva sostenida, así mismo Amit y Schoemaker (1993) los definen como el stock de factores disponibles que son poseídos o controlados por la empresa, convertidos en productos o servicios. Otra perspectiva es la de Viteri (2000), quien señala que son los medios propios que llevan a la empresa a seleccionar las oportunidades para las que está mejor dotada. Calderón (2006) los define como a todos aquellos factores de producción sobre los cuales puede ejercer un control efectivo.

Huerta et al., (2004) entienden los recursos como el conjunto de factores o activos de los que dispone una empresa para llevar a cabo su estrategia, mientras que para Cardona (2011) son procesos y rutinas denominadas capacidades. Por su parte Chiavenato (2006) los define como los bienes financieros, maquinaria, equipos y materia prima de los que la empresa dispone para sus operaciones actuales o futuras.

Algunos autores como Ferreira, Azevedo y Fernández (2011); Aragón y Rubio (2005); Regino et al., (2006); De la Rosa et al., (2009) analizan diversos tipos de recursos como: el tamaño de la empresa, nivel de educación de los empleados, recursos financieros, tecnología de producción, motivaciones, conocimiento y desempeño económico. Los autores referidos concluyen que los recursos afectan el crecimiento de las pequeñas empresas y explican en parte el éxito competitivo.

Es por ello que en nuestro trabajo consideramos los recursos para su análisis, por lo tanto los definimos como aquellos bienes tangibles e intangibles internos que dispone la empresa para llevar a cabo sus procesos que explican el

desempeño económico (Carreón, Capelleras y Giménez, 2013; Vivas, 2013; Dini, Ferraro y Gasaly, 2007).

Con respecto a los recursos tangibles, Cardona (2011) destaca el acceso a materia prima, infraestructura compuesta por las construcciones así como los factores que afectan el costo de producción. Para Ferreira et al., (2011) incluyen el capital y la ubicación. En este trabajo los recursos tangibles los definimos como los bienes físicos que aportan beneficios a la empresa, de los cuales pueden obtenerse ventajas competitivas.

Referente a los recursos intangibles, juegan un papel fundamental en la consecución y mantenimiento de la ventaja competitiva (Escandón et al., 2012; Castillo y Portela, 2014), sin embargo, pocas empresas los valoran adecuadamente, dentro de estos activos para Cardona (2011) se distinguen la marca, la reputación, la calidad de los productos, las patentes y la propiedad intelectual. Ferreira et al., (2011) los desglosan en conocimiento, habilidades, la reputación, la orientación emprendedora entre otras. Por su parte Grant (1991) señala que los valores y las tradiciones son considerados como recursos intangibles claves que son críticos para la cooperación y compromiso de sus miembros. Fernández et al., (2014) clasifican los recursos intangibles en: conocimiento o información, que no son susceptibles de tocarse, como el capital humano y organizativo, reputación. Los autores citados concluyen que los recursos tienen una influencia importante sobre la competitividad y los resultados de la empresa.

Fierro y Mercado (2012) señalan que los recursos intangibles se definen por su naturaleza inmaterial, es decir, son carentes de sustancia o esencia física y poseen la capacidad de generar beneficios económicos futuros. Para efectos de nuestro trabajo los recursos intangibles los definimos como los conocimientos, habilidades y motivaciones de los artesanos para resolver una necesidad como se aprecia en tabla 2.1:

Tabla 2.1- Clasificación de recursos

MARCO TEÓRICO	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	INDICADORES
TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES Penrose (1959), Wernerfelt (1984), Barney (1991), Peteraf (1993), Grant (1991), Cardona (2011), Fernández et al., (2014), Ferreira et al., (2011), Castillo y Portela (2014), Aragón y Rubio (2005), Hernández et al., (2007a), Regino et al., (2006), Escandón et al (2012)	Recursos tangibles	Son los recursos físicos (materia prima, producto terminado, maquinaria y equipo) que poseen los talleres artesanales para resolver una necesidad física.	Materia prima, producto terminado maquinaria y equipo
TEORÍA DE RECURSOS Y CAPACIDADES Penrose (1959), Wernerfelt (1984), Barney (1991), Peteraf (1993), Grant (1991), Cardona (2011), Fernández et al., (2014), Ferreira et al., (2011), Castillo y Portela (2014), Aragón y Rubio (2005), Hernández et al., (2007a), Regino, et al., (2006); Escandón et al., (2012).	Recursos intangibles	Son los conocimientos, habilidades y motivaciones que poseen los propietarios de los talleres artesanales para una necesidad.	Conocimiento, habilidades y motivaciones

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior podemos observar que los recursos por naturaleza pueden ser tangibles o intangibles y son considerados los bienes productivos con los que cuenta la empresa (Mathews, 2002; Bennedetti, 2014).

2.3.2 Capacidades

Nuestro segundo constructo de análisis en estudio viene determinado por las capacidades, las cuales complementan la teoría de los recursos (Castillo y Portela, 2014). Como señalan Huerta et al., (2004) son las que permiten a la empresa desarrollar una actividad a partir de la combinación y coordinación de los recursos disponibles. Para los autores Leonard-Barton (1992) y Day (1994) las capacidades son habilidades, conocimiento que distinguen y proveen una ventaja competitiva por ende superior desempeño.

Siguiendo a Amit y Schoemaker (1993) las capacidades refieren al desarrollo de recursos. Otra perspectiva es la de Agha, Alrubaiee y Jamhour (2012) quienes señalan que las empresas son diferentes en términos de sus capacidades para seleccionar y proteger su núcleo de competencias. Para Fierro y Mercado (2012) son la recombinación de nuevos recursos.

Penrose (1959) aporta que las capacidades son consideradas como competencias que se pueden definir como un grupo de calificaciones individuales, bienes y conocimiento acumulado desarrollados a través del proceso organizacional, alcanzando una mejor coordinación de actividades y uso de recursos. Según Cardona (2011) son las formas en que los recursos interactúan, están integrados organizados y se complementan en rutinas organizativas compuestas por acciones secuenciales.

El éxito empresarial creciente y sostenido va en función de la capacidad para identificar como aprovechar las oportunidades del momento para aumentar las potencialidades del negocio los cuales se ven influenciados por el tipo de industria que afecta la rentabilidad de las pequeñas empresas (Rumelt, 1991).

Existen estudios empíricos (Rubio y Aragón, 2002, Aragón y Rubio, 2005; Hernández et al., 2007a) los cuales evidencian el análisis de las capacidades en micro empresas. En años recientes se ha dado mayor importancia al estudio de las micro y pequeñas empresas manufactureras por ser la principal fuente

de empleo en la mayoría de los países del mundo, sin que México sea un caso singular, estas unidades económicas enfrentan grandes retos ante un mercado cada vez más globalizado y competido. Se destaca la gran flexibilidad que tienen en su velocidad de respuesta frente a los cambios externos lo que significa que transforman más eficientemente las competencias y aprendizajes en procesos de innovación (Colín y Rodríguez, 2011). Villareal (2003) señala que la ventaja competitiva radica en la creación de conocimiento productivo y por lo tanto de innovación.

En el escenario de la globalización, el desarrollo de competencias y capacidades de innovación resulta un factor clave para la mejorar la competitividad de las empresas permitiéndoles adaptar y realizar mejoras en sus productos, procesos, en la organización y en el marketing (Dosi, 1982; Moori y Yoguel, 1998; Flores, 2005; Ramos, Villalba y Ramos, 2013; Maldonado, Montejano y López, 2014).

Desde esta óptica los autores: Teece (1986); Fariselli, Dupuy, Tau, Bellotti y Beneduce (1999); López, Rosales, Espinosa y Martínez (2002); Hernández, Domínguez y Caballero (2007) y Uc, Canto y Monforte (2011); coinciden en señalar que la capacidad de innovación es determinante y crucial en el desempeño económico y el desarrollo local. Las adaptaciones de las empresas resultan fundamentales ya que ayudan a definir las estrategias competitivas que podrían aprovechar los negocios artesanales para mejorar su desempeño económico.

En ese mismo sentido, el Manual de Oslo (OECD, 2005), define la innovación como la introducción de un nuevo o un bien significativamente mejorado, como los cambios en materiales, componentes u otras características que hacen que estos productos tengan un mejor rendimiento. Este manual define cuatro tipos de innovaciones que incluyen una amplia gama de cambios en las actividades de las empresas:

a).- *Innovaciones de producto.*- Corresponde a la introducción de un bien nuevo o significativamente mejorado o cambios de las características de los bienes enteramente nuevos y las mejoras significativas de los productos ya existentes. La innovación como estrategia, ayuda a mejorar la calidad en diseños, colores y materias primas con el objetivo de producir con originalidad, mezclando diseños tradicionales con un toque moderno con la finalidad de atraer a los clientes dispuestos a pagar un precio justo, sin perder las tradiciones de los productos (Toledo, 2012). Por su parte Hernández et al., (2007a) mencionan que en los negocios de artesanías la innovación se da de manera lenta y a largo plazo, debido a los esfuerzos naturales heredados que los talleres realizan de manera innata.

b).- *Innovaciones de proceso.*- Son la introducción de un nuevo o significativamente mejorado proceso de producción, lo cual implica cambios en los métodos de manufactura.

c).- *Innovaciones organizativas.*- Implican la puesta en marcha de nuevos métodos de organización como atribución de responsabilidades y poder de decisión a los empleados, nuevas estructuraciones y cambios en la práctica de la empresa. En la organización del lugar de trabajo o en las relaciones exteriores de la empresa traducidos en nuevas maneras de organizar las relaciones con otras empresas. En los talleres artesanales este tipo de innovación trata de reducir la incertidumbre en el comportamiento del personal y los esfuerzos se encaminen al mejoramiento administrativo. Para Fierro y Mercado (2012) la innovación organizativa o administrativa tiene como objetivos mejorar los resultados de la organización, se define como aquella que involucra los procesos administrativos de la organización y ofrece a los clientes mayor flexibilidad y eficiencia (OECD, 2005; Hernández et al., 2007).

d).- *Innovaciones de marketing.*- Se componen de nuevos métodos de comercialización, cambio en el envasado de producto, la colocación de

productos; tratando de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores o de abrir nuevos mercados.

En el sector artesanal existen estudios como los realizados por: Hernández et al., (1998); Domínguez et al., (2004); Regino et al., (2006) y Jiménez et al., (2009) que analizan las capacidades de innovación y la precisan como el grado en que los artesanos han hecho mejoras y cambios a productos, procesos, procedimientos administrativos y las formas de comercializar los productos. Concluyen que la innovación permite a los talleres artesanales ofrecer productos diferentes y nuevos, mayor facilidad de venta, mejor manejo de sus precios, reflejándose en mayores utilidades. Estos autores estudian las capacidades de innovación en producto, de proceso y la organizacional, los justifican porque la innovación comprende desde el desarrollo de nuevos productos y procesos productivos hasta nuevas formas de distribución y organizativas. Para nuestro análisis en los talleres artesanales definimos las capacidades como las aptitudes del artesano para introducir alguna característica distinta a los ya existentes en sus procesos, productos, la organización y el marketing.

2.4 Aspectos culturales

Lo que conocemos como aspectos culturales son los modos de vida, costumbres, tradiciones y conocimientos que posee un grupo social como por ejemplo el artesanal. Lo que solemos llamar oficio artesanal, es una labor prehispánica que ha sobrevivido a través de los años y es parte de la cultura. En nuestro mundo actual, la cultura tiene una indisputable importancia ya que expresa la idiosincrasia de los pueblos, según Cuche (2004) el término cultura proviene del latín y significa cuidado de los campos o cuidado del ganado. Para Deal y Kennedy (1985) es el patrón integrado del comportamiento humano que incluye el pensamiento, el habla y depende de la capacidad del hombre para aprender y transmitir conocimiento a las siguientes generaciones.

Por su parte Álvarez, (1982) indica que todo arte tiene su raíz en la sociedad, para Giménez (1999) es un factor que influyen en sobre las dimensiones, económicas, políticas y demográficas de la sociedad. North (1990) escribe que la cultura es la transmisión de una generación a la siguiente de conocimientos, enseñanzas y valores que influyen en la conducta.

Otros autores como Casero, Pulido y Hernández, (2005) aportan que los aspectos culturales son los marcos conceptuales basados en el lenguaje, bajo el cual se capta información. Para Reuter (1982) las obras realizadas por individuos fuertemente arraigados en la tradición de su comunidad es un rasgo de los aspectos culturales, González et al., (2014) afirman que constituyen un factor condicionante que influye profundamente sobre las dimensiones económicas de la sociedad.

Otros autores como: Kohli y Jaworski (1990) apuntan que la cultura son las reglas, roles y normas. Cameron y Quinn (1999) señalan que los valores son parte esencial de la cultura, y son el reflejo de la ideología de las personas, para Albertos (2002) son los factores que condicionan el aprendizaje y la gestión del conocimiento.

Estudios como el de Giménez (2005), se limita a analizar la cultura como la organización social de significados interiorizados por los grupos sociales; Martínez (2010) estudia los aspectos culturales y señala que son patrones de significados compartidos y se enfoca en los valores, creencias y expectativas que los miembros comparten, otro ejemplo es Bertalanffy (2012), quien señala que la cultura es un mundo simbólico que se origina en el lenguaje y es parte de un universo creado por el hombre. Como podemos apreciar estos aportes solo se limitan a describir la cultura, sin embargo carecen de evidencia empírica de como la cultura influye en el desempeño de las organizaciones.

Específicamente en el contexto artesanal los estudios de Paige y Littrell (2002); Haber y Reichel (2005); Hernández et al., (2007); Reijonen (2008); Sánchez, Gutiérrez, Maldonado y Gaytán (2011), coinciden en señalar que para

los negocios de subsistencia, el indicador más recomendable para medir su desempeño son las medidas no financieras, compuestas por las costumbres, los valores, la adherencia a las tradiciones, la cultura artesanal y la satisfacción personal, ya que, tienen un impacto más significativo que las medidas financieras como los indicadores de ventas y producción. Por su parte Shivani, Mukherjee y Sharan (2006) analizan los lazos entre el éxito empresarial y los aspectos culturales, como la estructura familiar y el apoyo familiar, y aseguran que la cultura es un factor clave en el crecimiento de las empresas.

El auge de las investigaciones culturales ha tenido una importante relevancia en los estudios sobre organizaciones a partir de la década de los ochenta (De Luna y Manzano, 2011), en México el estudio de la cultura popular ha sido objeto de exigua atención, por ende las acciones para promover su desarrollo o transformación están débilmente sustentadas en un conocimiento sistemático y en un análisis riguroso (Bonfil, 1995), debido a esto se abordan de forma aislada sin contextualizarlos dentro de los problemas de la cultura en México. Esta escasa atención se puede explicar debido a que en las décadas del desarrollo estabilizador (1952-1970) el proyecto que se tenía para el país implicaba precisamente la adopción de una cultura nueva, extraña, moderna y en él las culturas populares sólo tenían cabida como obstáculos.

Existen estudios sobre cultura popular desde la perspectiva antropológica (Rubín 1974; Covarrubias, 1982; Martínez, 1995; Novelo, 2004; Alzate, 2011) que señalan que el arte popular presenta cualidades y características claras e inconfundibles que se distinguen por su antigüedad y valores artísticos arraigados a su comunidad. Sin embargo estos estudios se limitan a narrar las características y manifestaciones de los actores.

Dentro de la cultura popular, se distingue la artesanía, la cual surge de un acto de producción y trabajo que se afina en el sosiego de un proceso reflexivo que emana del proceso natural de reproducción y existencia de las cosas (Oliva, 2009). Para Vicente (2014) la producción de artesanías responde a condiciones

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

y necesidades del medio cultural, ya sean económicas, sociales o religiosas. Por su parte Sánchez et al., (2010) señalan que los talleres de artesanía están unidos por fuertes lazos con la comunidad, cultura y tradiciones.

A lo largo de los pueblos de México, la producción de objetos artesanales se distingue por sus formas, aplicaciones y en sus usos así como en su decorado, por ende, satisfacen vitales necesidades sociales (Best, 1982; Gamio, 1982) por ello la variable cultura adquiere suma importancia en el estudio del sector artesanal (Clara, 2004).

Algunos estudios sobre el sector artesanal como por ejemplo Paige y Littrell, (2002) en Estados Unidos, Domínguez y Hernández (2007) y Giménez (2008) en México, muestran evidencia empírica de que los valores fundamentales están muy arraigados y difundidos, hacen referencia a la importancia de las tradiciones y las costumbres.

De lo anterior podemos constatar la falta de estudios que abordan los talleres artesanales, en general, los análisis concuerdan que los aspectos culturales están conformados por los valores, costumbres y tradiciones. Una aproximación a los factores culturales nos permitirá conocer la relación de la cultura y de las personas que producen artesanías, la cual es importante ya que los negocios artesanales son poseedores de cultura y como analizamos anteriormente, son fuente de ingresos para miles de personas. Para efectos de nuestro trabajo de investigación definimos los aspectos culturales como las expresiones sociales compartidas por un grupo de personas integradas por las tradiciones, costumbres y valores que generan identidad.

2.5 Desempeño económico de los talleres artesanales

Medir el desempeño económico es uno de los aspectos más problemáticos en el campo de la teoría organizacional, debido a que aún no se llega a un consenso de los niveles de análisis para la evaluación de este concepto (Yescas, 2008). Investigaciones empíricas sobre desempeño económico

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

(Wijewardena y Cooray, 1994; García, Marín y Martínez, 2006; Martínez, García y Maldonado, 2011; García y Ramírez, 2012) refieren que es sinónimo de competitividad, crecimiento, rentabilidad, productividad, resultados y depende de los medios de producción, de las condiciones de trabajo, de los estilos de vida así como el nivel de salud y bienestar de sus trabajadores. Implica la habilidad para mantener una posición en los mercados. Con estas aportaciones podemos afirmar que el desempeño económico es el resultado de la empresa, se manifiesta como el producto de una cadena de actividades de innovación de transformaciones.

En los años ochenta la medición del desempeño económico se centraba en indicadores financieros como la utilidad y el rendimiento de la inversión. Sin embargo esta perspectiva fue criticada debido a que estimula la visión en el corto plazo. En los últimos tiempos, la globalización ha originado que la competencia entre las empresas se esté incrementando, por ende los mercados se caracterizan por ofrecer una gran variedad de productos fabricados en serie y a bajo costo en comparación con las artesanías, disminuyendo la posibilidad de oportunidades para los talleres artesanales. Se considera entonces que el desempeño económico en ciertas regiones depende del medio ambiente en el que se desenvuelven, el cual puede o no apoyar a las empresas en desarrollo (Porter, 1998; Levine, Loayza y Beck, 2000; Calderón, Ferraro, Ascuá, Boscherini y Salcedo, 2013).

Desde el enfoque económico de la cultura se identifican algunos elementos comunes a otros sectores, ya que existen consumidores que originan la función de demanda y productores que originan la curva de la oferta, las relaciones entre estos dos agentes fijan la cantidad producida y el precio de las artesanías (García y Piedras, 2003; Samuelson y Nordhaus, 2006).

Según Maldonado et al., (2014) las empresas deben realizar actividades para poder abatir los costos sin menoscabar las características de los productos con el objetivo de lograr producir y venderlas de manera más eficiente que los

competidores. Por su parte, Domínguez et al., (2004) mencionan que en el sector artesanal algunas estrategias implican cambios culturales debido a que los talleres carecen de prácticas en el manejo de costos de producción.

En general, los artesanos ofrecen sus productos más baratos a los de la competencia, debido a que sacrifica sus ganancias porque el “regateo” por parte de los compradores es común (Benedetti, 2012). Cuando el artesano se encuentra sumergido en un ambiente complejo la práctica de abaratar sus productos es muy cotidiana, se realiza con el objetivo de seguir en el mercado.

Existen estudios empíricos en el sector artesanal mexicano los cuales indican que el desempeño económico (Hernández et al., 2007c; Domínguez y Hernández, 2007; Hernández, Domínguez y Mendoza, 2010) es medido con los ingresos generados por la venta de productos, crecimiento en ventas, la rentabilidad y satisfacción económica.

El desempeño económico en los talleres artesanales incluye las entradas de dinero de la empresa familiar donde se constata que la medida tradicional son los ingresos en ventas en un periodo determinado, por lo general, de manera mensual, enfocados a la utilidad económica (INEGI, 2014). Es importante señalar que los talleres artesanales rara vez tienen registros contables (Yescas, 2008), no tienen un control de sus ventas (Hernández et al., 2009) lo cual hace complicado medir su desempeño económico.

2.6 Desarrollo económico local

Emprender iniciativas de desarrollo económico local no es fácil, entendiéndose lo local como un conjunto humano que habita un mismo territorio y comparte rasgos de identidad y problemas comunes (Jalomo, 2009) como los talleres artesanales. Estas unidades económicas juegan un papel importante en el desarrollo del área metropolitana de Zacatecas, debido a la generación de ingresos derivados de la venta de sus piezas artesanales al turismo, es decir, son una potencialidad endógena del territorio por el aprovechamiento de los

recursos locales, son portadores de cultura, la cual puede ser considerada como factor decisivo en el proceso de desarrollo económico local.

Martínez y Mauricio (2006) señalan que la existencia de iniciativas locales constituye materia prima para la acumulación de conocimiento para lograr el desarrollo local y territorial. De ahí que una empresa será eficiente sólo si el sistema económico y social llega a ser eficaz, de lo contrario su crecimiento pueden ser condicionados por obstáculos que podían impedir el desarrollo (Bianchi y Miller, 1999). Por lo tanto consideramos necesario examinar la situación de cada taller individual, además conocer la estructura del sector industrial, la disponibilidad de los servicios y el estado general de la economía.

Por su parte Rodríguez, Bernal y Cuervo (2011) señalan que las políticas sectoriales para fomentar la competitividad se encuentran en el ámbito de la "meso-economía" dimensión que se ubica entre la micro y macro economía. Para Meyer (2009) si los actores de un sitio determinado logran establecer instituciones contribuirán a la modernización de las empresas. Méndez (2002) escribe que el conocimiento y los procesos de aprendizaje sirven como respuesta ante los retos de la globalización.

Para Salom (2003) el desarrollo territorial, no sólo significa mejorar la economía de mercado local, sino fortalecer el sector público, la economía social, el sector cultural o la producción artesanal, favoreciendo la dinámica sociocultural. Alburquerque (2014) señala que el desarrollo económico local no sólo depende de los recursos disponibles sino también de la historia local y sus individuos, así como de los comportamientos sociales. Considerando estas perspectivas, se puede inferir que los talleres productores de artesanía son relevantes en el proceso de transformación de la economía y la entidad, juegan un papel como medio para mejorar las condiciones de la población mediante el aprovechamiento de los recursos económicos así como su riqueza cultural.

Si bien, la artesanía es concebida como una actividad presente en un entorno local que se encuentra integrada como un trabajo complementario de la oferta

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

turística del territorio (Rodríguez, 2002), actualmente, las empresas fabricantes de productos artesanales elaboran gran variedad de artículos con fines decorativos y utilitarios, todos enfocados a satisfacer la demanda en el territorio local de la demarcación metropolitana de Zacatecas. De los talleres artesanales dependen alrededor de 300 familias integradas a la actividad productiva local y sus artículos con elaborados elementos naturales relacionados con actividades tradicionales (Graterol, 2009). En este sentido, los talleres artesanales son importantes en el desarrollo local por su contribución a la economía de la región, avalados por la producción natural y la garantía tradicional que el artesano plasma en su fabricación y en la preservación de sus valores. Ante esto, el sector artesanal puede gestarse como una de las herramientas del desarrollo endógeno local para la actividad económica de la zona metropolitana de Zacatecas.

Según De Luna (2012), debatir acerca del desarrollo local no es una tarea sencilla debido a las posturas existentes. Para efectos de este trabajo el desarrollo local es un instrumento de impulso en el mismo entorno de asentamiento, tomando en cuenta las particularidades de la región, es decir, la historia económica, las características culturales así como los recursos locales. Todas estas variables son condicionantes para el crecimiento, de esta manera consideramos que los negocios artesanales juegan un papel importante en la economía de los hogares, ya que generalmente la producción la realizan en sus domicilios, además, acorde con Forstner (2013), representan un espacio social que reúne a la familia, fomentan el trabajo en grupo, es una actividad productiva que presenta pocas barreras de acceso, en general los talleres artesanales son fuente de trabajo, portadores de cultura y tradición esenciales en la superación de los problemas socioeconómicos del territorio, como por ejemplo el desempleo y la inseguridad.

2.7 Consideraciones Finales

La teoría de recursos y capacidades permite la exploración de los recursos internos de los talleres artesanales, con el objetivo de generar condiciones para enfrentar la competencia y lograr un exitoso desempeño económico. El análisis de esta teoría se convierte en un instrumento clave para el análisis interno de los negocios artesanales, es por eso que esta teoría es relevante, porque permite identificar la acumulación de recursos y el desarrollo de capacidades fundamentales para mantener una ventaja competitiva.

Referente a los recursos, su estudio es importante por la influencia que tienen sobre la competitividad y los resultados de los negocios artesanales. En cuanto a las capacidades son relevantes porque permiten desarrollar actividades a partir de la combinación y coordinación de recursos disponibles, en suma, el desarrollo de capacidades resulta clave por que permite adaptar y realizar mejoras en los productos, procesos, a la organización y en el marketing.

Estudiar los aspectos culturales es relevante porque permite comprender los modos de vida, las costumbres, tradiciones y los conocimientos que poseen los artesanos, debido a ello la cultura tiene una indisputable importancia ya que expresa la idiosincrasia de la región. Los aspectos culturales son factores clave para entender el crecimiento de las empresas.

Con respecto al desempeño económico fue considerado en este trabajo de tesis porque son los resultados de los talleres artesanales, esta variable es relevante debido a que constituye las entradas de dinero de la empresa familiar, es la medida tradicional enfocada a la utilidad económica, es decir, es la manera en que podemos medir el desenvolvimiento de los talleres artesanales con respecto a sus objetivos esperados.

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

Introducción

Vera y Villalón (2005) y Fuentelsaz (2004) señalan que todo proceso de investigación es complejo, debido a ello la presente investigación la comenzamos con una profunda revisión bibliográfica en diferentes fuentes secundarias de información para determinar el diseño metodológico.

En este capítulo se establece el tipo de estudio, la muestra y la recolección de datos. Referente al modelo de investigación en primera instancia se refiere de manera gráfica, sucesivo de manera matemática y por último expresado econométricamente. Las variables incluidas en el modelo son: las independientes recursos, capacidades y aspectos culturales, como variable dependiente el desempeño económico de los talleres artesanales. Posteriormente se plantean las hipótesis y se expone la tabla de operacionalización de todas las variables. Para la prueba de hipótesis se realizó una regresión lineal múltiple con el propósito de conocer el efecto de las variables independientes sobre la variable dependiente, con el objetivo de determinar qué factores pueden contribuir a entender el éxito o fracaso de los talleres artesanales, específicamente en el área metropolitana de Zacatecas.

3.1 Tipo de estudio

El diseño del presente estudio es de tipo *no experimental* porque no se tienen empresas control para la toma de acciones sobre los factores y variables verificando su efecto, es *transversal*, de tipo *correlacional* ya que asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población; es de tipo *seccional* por que se aplica a una población específica durante un lapso de tiempo reducido.

3.2 Perfil de la zona metropolitana de Zacatecas

Desde el año de 1992 la ciudad de Zacatecas es considerada patrimonio cultural de la humanidad, por su belleza arquitectónica y su historia. Según Lagunas (2010) el patrimonio es el conjunto de valores y bienes, cuya presencia y calidad se definen en función de la coyuntura, que un grupo humano recibe del pasado, esta pequeña definición resume lo que es la zona metropolitana de Zacatecas, esta demarcación está compuesta por los municipios de Zacatecas, Morelos y Guadalupe. Se localiza en el parte central del estado. Para efectos de nuestra investigación sólo se abordaron los municipios de Guadalupe y Zacatecas.

El municipio de Zacatecas cuenta con una superficie total de 444 km², cuenta con una población total de 138,176 (INEGI, 2014). Los talleres artesanales están presentes en toda el área metropolitana de Zacatecas, por lo que es pertinente precisar las ramas artesanales que se encuentran presentes en dicha demarcación y algunos datos descriptivos. Para ello, la tabla 3.1 presenta las ramas artesanales y los talleres artesanales del municipio de Zacatecas así como el porcentaje de representación.

Tabla 3.1 Talleres de artesanía Zacatecas.

Rama artesanal	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Máscaras	24	15.79	15.79
Plata	20	13.16	28.95
Cantera	15	9.87	38.82
Alfarería	14	9.21	48.03
Varios	13	8.55	56.58
Dulces típicos	11	7.24	63.82
Herrería	10	6.58	70.4
Pirograbado	9	5.92	76.32

Lapidaría	8	5.26	81.58
Madera	8	5.26	86.84
Pintura al óleo	5	3.29	90.13
Bordado	4	2.63	92.76
Arte Huichol	3	1.97	94.73
Talabartería	2	1.32	96.05
Textil en telar	2	1.32	97.37
Cartonería	1	0.66	98.03
Fibras naturales	1	0.66	98.69
Latón	1	0.66	99.35
Nieve de Garrafa	1	0.65	100
Total	152	100	

Fuente: Elaboración propia con base en el padrón de artesanos de instituto de desarrollo artesanal 2012.

El otro municipio que conforma la demarcación en estudio es Guadalupe, tiene la categoría de ciudad con los rasgos urbanos modernos. Este municipio cuenta con una superficie territorial de 804 km² lo que representa el 1.07% de la superficie total del estado. Cuenta con una población total de 159,991 personas (INEGI, 2014), la principal fuente de trabajo es la agricultura. La tabla 3.2 exhibe las ramas artesanales y los talleres artesanales existentes en el municipio de Guadalupe.

Tabla 3.2 Talleres de artesanía en Guadalupe

Rama artesanal	Frecuencia	Porcentaje	% acumulado
Máscaras	5	3.5	3.5
Plata	26	18.1	21.6
Cantera	13	9.1	30.7
Alfarería	11	7.7	38.4
Varios	5	3.5	41.9

Dulces típicos	4	2.8	44.7
Herrería	11	7.7	52.4
Pirograbado	8	5.6	58
Lapidaría	1	0.7	58.7
Madera	9	6.3	65
Pintura	20	14	79
Bordado	6	4.2	83.2
Arte Huichol	4	2.8	86
Talabartería	1	0.7	86.7
Textil en telar	6	4.2	90.9
Cartonería	4	2.8	93.7
Fibras naturales	5	3.5	97.2
Miniatura	2	1.4	98.6
Reciclado	2	1.4	100
Total	143	100	

Fuente: Elaboración propia con base en el padrón de artesanos del instituto de desarrollo artesanal.

Como se puede apreciar en la tabla 3.2 los talleres de plata, pintura, cantera y alfarería representan cerca de la mitad del total de los talleres con 48.9%, el resto está distribuido en 16 ramas. Se observa que los talleres de plata son que se encuentran en mayor cantidad, posiblemente por la existencia del Centro Platero y a la existencia de minas en la región.

3.3 La muestra de estudio

El elemento que primero se deben de definir en una investigación según Hernández, Fernández y Baptista (2010) y Martínez (2006) son las unidades sujetos de estudio, ya que sobre de ellas se deberán centrar las estrategias para la obtención de datos. Una vez que se definieron las unidades de análisis, el siguiente paso fue la delimitación de la muestra objeto de estudio, sobre la cual se pretende generalizar los resultados (Rodríguez, 2011).

A continuación, procederemos a calcular el tamaño de la muestra, según el padrón de artesanos (IDEAZ, 2012) existen 152 talleres artesanales ubicados en Zacatecas y 143 en Guadalupe, lo que da un total de 295 negocios de artesanías, con base en estos datos procederemos a calcular el tamaño de la muestra:

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1) + Z^2pq}$$

Dónde:

N= población total = 295

Z= distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad de 95%

p= proporción de aceptación deseada

q= proporción de rechazo

e= porcentaje deseado de error

Desarrollo:

Paso 1:

$$n = \frac{(295) (1.96)^2 (0.50) (1-0.50)}{(295)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50) (1-0.50)}$$

Paso 2:

$$n = \frac{(295) (3.8416) (0.50) (0.50)}{(295)(0.0025) + (3.8416) (0.50) (0.50)}$$

Paso 3:

$$n = \frac{(295) (3.8416) (0.25)}{(295)(0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

Paso 4:

$$n = \frac{(283.318)}{(.7375) + (.9604)} = \frac{283.318}{1.6979} = 166.8637 = \mathbf{167 \text{ encuestas}}$$

3.4 Recolección de datos

Una vez que se determinó la muestra, el siguiente paso consistió en recolectar los datos pertinentes sobre las unidades de análisis. Para Juliao (1999) la recolección de información en el enfoque cuantitativo se realiza a través de encuestas estructuradas o masivas. Según Hernández et al., (2010b) la recolección de datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.

La recolección se realizó mediante un instrumento de medición en el cual se registró la información sobre las variables. Se llevó a cabo con un piloteo de 50 negocios artesanales en el mes de Septiembre de 2014, aplicando la encuesta a los dueños o encargados que se encontraban exponiendo sus productos en las instalaciones de la Feria Nacional de Zacatecas. El piloteo realizado proporcionó un panorama claro para posteriormente concretar la recolección de datos para la investigación, la cual se realizó del 1 al 31 de Octubre de 2014, el cuestionario fue aplicado por medio de entrevistas personales en cada taller artesanal a los propietarios o encargados de cada negocio.

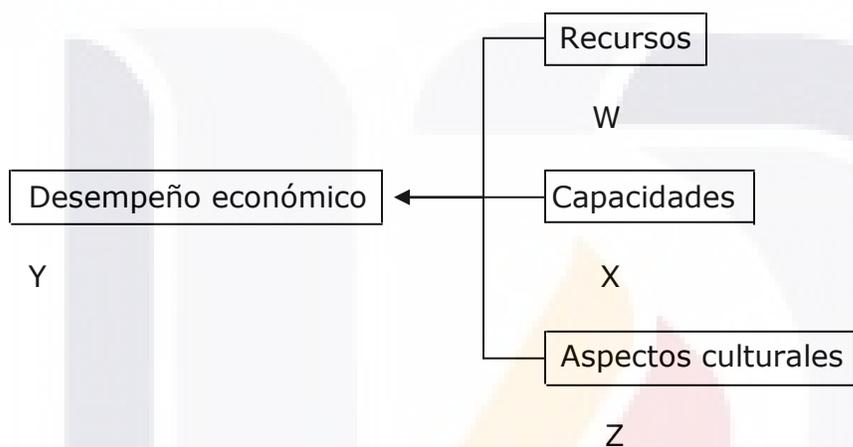
En total se visitaron 167 talleres artesanales, sin embargo algunos artesanos no fue posible localizarlos, algunos talleres cerraron, otros fallecieron y errores en la base de datos del padrón artesanal como por ejemplo domicilios que no existen, nombres de calles que no coinciden y números erróneos, por lo tanto, el total de encuestas levantadas para nuestro estudio fue de 124. Mismo número son los negocios visitados personalmente, lo que minimiza el sesgo en la información. Las ramas artesanales que se tomaron en cuenta son las de alfarería y cerámica, arte huichol, cartonería, dulces artesanales, fibras vegetales, joyería, cantera, talla de madera, metalistería, talabartería y

textiles. Por su número pequeño se clasificaron con el nombre de -otras- los artesanos de herrería, pintura y repujado.

3.5 Modelo de investigación

El modelo de investigación se establece en la figura 3.1:

Figura 3.1- Modelo de investigación



La figura 3.1 muestra los constructos en estudio, compuesto por las variables independientes: recursos, capacidades de innovación y aspectos culturales, en este caso la dependiente es el desempeño económico de los talleres artesanales.

La tabla 3.3 presenta las variables y dimensiones a estudiar de cada constructo de investigación.

Tabla 3.3 Variables y dimensiones de investigación

Variable	Dimensión
Recursos (W)	Materia prima
Tangibles	Producto terminado
	Maquinaria y equipo
Intangibles	Conocimientos
	Habilidades
	Motivaciones

Capacidades (X)	Innovación en producto Innovación en proceso Innovación en organización Innovación en marketing
Aspectos culturales (Z)	Tradiciones Costumbres Valores
Desempeño económico (Y)	Ingreso por venta mensual en pesos

Dónde:

Y= Desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas.

W= Todas las variables ligadas a los recursos.

X = Todas las variables vinculadas a las capacidades de innovación.

Z= Incluye todas las variables relacionadas con los aspectos culturales.

3.6 Modelo matemático

La expresión matemática del modelo se establece en la ecuación 3.1:

$$y = f (w, x, z) \tag{3.1}$$

El análisis de las variables se realizó por separado en cuatro etapas. Las primeras tres por cada variable independiente, la cuarta etapa incluyo todas las variables en conjunto. De manera específica el primer modelo matemático para los recursos se plantea en la ecuación 3.2.

$$y = f (W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6) \tag{3.2}$$

Dónde:

y = desempeño económico, W_1 =materia prima, W_2 = producto terminado, W_3 =maquinaria y equipo, W_4 =conocimiento, W_5 = habilidades y W_6 =motivaciones.

El segundo modelo matemático se refiere a capacidades de innovación se expresa en la ecuación 3.3 de la siguiente manera:

$$y = f(X_1, X_2, X_3, X_4) \tag{3.3}$$

Dónde:

y = desempeño económico, X_1 =innovación en producto, X_2 =innovación en proceso, X_3 =innovación en la organización, y X_4 =innovación en marketing.

Para el tercer modelo matemático -aspectos culturales-, la ecuación 3.4 se plantea de la forma siguiente:

$$y = f(Z_1, Z_2, Z_3) \tag{3.4}$$

Dónde:

y= desempeño económico, Z_1 =tradiciones, Z_2 =costumbres, y Z_3 =valores.

Por otra parte es pertinente relacionar de manera conjunta la variable dependiente -desempeño económico- con las variables independientes -recursos, capacidades y aspectos culturales- la ecuación 3.5 se expresa de la siguiente manera:

$$y = f(W_1, W_2, W_3, W_4, W_5, W_6, X_1, X_2, X_3, X_4, Z_1, Z_2, Z_3) \tag{3.5}$$

3.7 Modelo econométrico

Una vez expuestas las relaciones gráficas y matemáticas del modelo, a continuación se muestra cuales serían las estimaciones econométricas.

El modelo 1 que corresponde a los recursos, es la expresión econométrica de la ecuación 3.2 y se desarrolla en la ecuación 3.6:

$$y_1 = \beta_0 + \beta_1 W_1 + \beta_2 W_2 + \beta_3 W_3 + \beta_4 W_4 + \beta_5 W_5 + \beta_6 W_6 + \mu_i \tag{3.6}$$

Dónde:

y_1 : es la variable dependiente desempeño económico

$W_1, W_2... W_6$: son las variables de recursos;

$\beta_0, \beta_1, \beta_2... \beta_6$: son los parámetros poblacionales;

μ_i : es un término de error aleatorio.

El modelo de regresión 2 es la expresión econométrica de la ecuación 3.3 capacidades, se presenta en la ecuación 3.7:

$$y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \alpha_3 X_3 + \alpha_4 X_4 + \mu_i \quad (3.7)$$

En este caso $x_1, x_2... x_4$: son las variables de capacidades, el resto de las variables son iguales o similares a las definidas líneas arriba.

La ecuación 3.8 es la expresión econométrica de la ecuación 3.4 aspectos culturales, se desarrolla así:

$$y = \lambda_0 + \lambda_1 Z_1 + \lambda_2 Z_2 + \lambda_3 Z_3 + \mu_i \quad (3.8)$$

Dónde: Z_1, Z_2, Z_3 : son las variables aspectos culturales el resto son iguales o similares a las definidas líneas arriba.

La especificación econométrica de la ecuación 3.5 aparece en la ecuación 3.9, corresponde al modelo general.

$$y_1 = \beta_0 + \beta_1 W_1 + \beta_2 W_2 + \beta_3 W_3 + \beta_4 W_4 + \beta_5 W_5 + \beta_6 W_6 + \alpha_7 X_1 + \alpha_8 X_2 + \alpha_9 X_3 + \alpha_{10} X_4 + \lambda_{11} Z_1 + \lambda_{12} Z_2 + \lambda_{13} Z_3 + \mu_i \quad (3.9)$$

El significado de cada variable fueron planteadas líneas arriba.

3.8 Hipótesis

Las hipótesis de nuestro trabajo son las siguientes:

El modelo econométrico de capacidades establece la hipótesis nula (ver ecuación 3.10) que todos los recursos considerados en la ecuación 3.6 no

ejercen influencia en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas. La hipótesis de investigación se establece en la ecuación 3.11:

$$H_0: \beta_1= 0, \beta_2= 0, \beta_3= 0, \beta_4= 0, \beta_5= 0, \beta_6= 0 \tag{3.10}$$

$$H_1: H_0: \text{no es verdadera.} \tag{3.11}$$

También se probó la significancia individual de cada variable de la ecuación 3.6

$$H_0: \beta_i = 0 \qquad H_1: \beta_i \neq 0$$

Dónde: $i: 1,2,3,4,5,6.$

Para el modelo econométrico de capacidades. La hipótesis nula de la ecuación 3.7 plantea que todas las capacidades señaladas no influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de los municipios de Guadalupe y Zacatecas, es expresada en la ecuación 3.12 y la hipótesis de investigación en la 3.13:

$$H_0: \alpha_1= 0, \alpha_2= 0, \alpha_3= 0, \alpha_4= 0 \tag{3.12}$$

$$H_1: H_0: \text{no es verdadera.} \tag{3.13}$$

Al igual que en el modelo de recursos, también se probó la significancia individual de cada ítem de la ecuación 3.7:

$$H_0: \alpha_i = 0 \qquad H_1: \alpha_i \neq 0$$

Dónde: $i: 1, 2, 3, 4.$

Modelo 3. La hipótesis nula establece que todos los aspectos culturales considerados en la ecuación 3.8 no afectan el desempeño económico de los talleres artesanales de la circunscripción metropolitana de Zacatecas la cual corresponde a la ecuación 3.14 y la hipótesis de investigación 3.15:

$$H_0: \lambda_1= 0, \lambda_2= 0, \lambda_3= 0 \tag{3.14}$$

$$H_1: H_0: \text{no es verdadera.} \quad (3.15)$$

Similar a los dos modelos anteriores, también se probó la significancia individual de cada variable de la ecuación 3.8:

$$H_0: \lambda_i = 0 \quad H_1: \lambda_i \neq 0$$

Dónde: $i: 1, 2, 3.$

La hipótesis nula de restricción conjunta para la expresión 3.9 indica que ninguna o algunas de las variables influyen significativamente en el desempeño económico de los talleres artesanales en la demarcación metropolitana de Zacatecas, ver ecuación 3.16 y la hipótesis de investigación en la 3.17:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = \beta_6 = \alpha_7 = \alpha_8 = \alpha_9 = \alpha_{10} = \lambda_{11} = \lambda_{12} = \lambda_{13} = 0 \quad (3.16)$$

$$H_1: H_0: \text{no es verdadera.} \quad (3.17)$$

3.9 Cuestionario

Con el propósito de aprovechar la visita a los negocios artesanales, nuestro instrumento de recolección consta de 65 preguntas cerradas que estudian los siguientes aspectos: el perfil del propietario mediante 6 preguntas; el perfil del taller artesanal mediante 4 cuestionamientos y 55 ítems para el resto de las variables. Para efectos de nuestro análisis, los recursos, se midieron por seis variables, tres para los recursos tangibles y tres para los intangibles, las capacidades de innovación mediante cuatro ítems y los aspectos culturales a través de tres preguntas, todas las variables anteriores fueron analizadas en escala tipo dummy dando los valores de 1 para sí y 0 para no. La variable independiente desempeño económico se midió a través de los ingresos por venta de artesanías. Veamos a detalle cada apartado descrito:

Las variables independientes: los recursos tangibles se componen de tres preguntas escala tipo dummy con frecuencias de: 1 para sí y 0 para no. La primera pregunta corresponde a la materia prima (W_1), la segunda para el

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

producto terminado (W_2), la tercera maquinaria y equipo (W_3). Los recursos intangibles se componen de tres preguntas escala tipo dummy con frecuencias de: 1 para sí y 0 para no. El primer ítem corresponde al conocimiento (W_4), el segundo para habilidades (W_5) y el tercero a motivaciones (W_6).

El apartado de capacidades de innovación consta de tres preguntas dicotómicas con frecuencias de 1 para sí, 0 para no. El primer cuestionamiento corresponde a capacidades de innovación en producto (X_1), el segundo a capacidades en proceso (X_2), el tercero a capacidades de innovación en la organización (X_3) y el cuarto a las capacidades de marketing (X_4). Los aspectos culturales comprenden tres preguntas al igual que las variables anteriores tipo dummy con frecuencias de: 1 para sí, 0 para no. La primera pregunta corresponde a las tradiciones (Z_1), la segunda a las costumbres (Z_2) y por último los valores (Z_3).

La pregunta relacionada al desempeño económico, en este caso es la variable dependiente, fue compuesta por un ítem, redactado de acuerdo a la definición que se hace de esta variable en la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI (ENAMIN 2012). Este ítem fue medido por el ingreso que le deja su negocio al mes en pesos. A continuación en las tablas 3.4, 3.5, 3.6 y 3.7 se presentan la operacionalización de todas las variables descritas anteriormente:

Tabla 3.4 Operacionalización de recursos

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento de recolección	Alternativa de respuesta	Escala de medición
Recursos (W)	Son los recursos físicos que poseen los artesanos para resolver una necesidad	Materia Prima (W ₁)	Disponibilidad de materias primas	¿Las materias primas que utiliza son fáciles de conseguir?	1= Sí 0= No	Discreta - nominal
		Producto terminado (W ₂)	Productos terminados en almacén	¿Sus productos terminados tardan más de un mes en salir del almacén?	1 = Sí 0= No	Discreta - nominal
		Maquinaria y equipo (W ₃)	Piezas elaboradas a la semana	¿Cuántas piezas puede elaborar a la semana?	Número de piezas	Discreta - ordinal
	Son los recursos intangibles que poseen los artesanos para resolver una necesidad	Conocimiento (W ₄)	Conocimiento de sus clientes	¿Cómo se considera para conocer a sus clientes?	1= Bueno 0= Malo	Discreta - nominal
		Habilidades (W ₅)	Buscar asesoría	¿Ha buscado algún tipo de asesoría?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Motivaciones (W ₆)	Reconocimiento por ser artesano	¿Ha recibido algún reconocimiento por el desempeño de su oficio?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal

Tabla 3.5 Operacionalización capacidades de innovación

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento de recolección	Alternativa de respuesta	Escala de medición
Capacidades (X)	Son las aptitudes del artesano para introducir alguna característica distinta a las ya existentes	Innovación en producto (X ₁)	Cambios en la calidad	¿Ha hecho cambios en la calidad del producto?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Innovación en proceso (X ₂)	Reemplazo de herramientas	¿Ha reemplazado su maquinaria, herramienta o equipo?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Innovación en organización (X ₃)	Cambios a la organización	¿Ha realizado cambios a la organización del trabajo?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Innovación en marketing (X ₄)	Publicidad del negocio	¿Se anuncia en algún lugar?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal

Tabla 3.6 Operacionalización de aspectos culturales

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento de recolección	Alternativa de respuesta	Escala de medición
Aspectos culturales (Z)	Son las expresiones sociales compartidas por un grupo de personas	Tradiciones (Z ₁)	Hijos interesados en preservar la tradición	¿Considera usted que sus hijos están interesados en preservar la tradición artesanal?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Costumbres (Z ₂)	Elaboración de piezas como sus padres le enseñaron	¿Aún elabora sus piezas artesanales como sus padres le enseñaron?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal
		Valores (Z ₃)	Influencia familiar	¿Considera que su familia influye en su taller artesanal?	1 = Sí 0 = No	Discreta - nominal

Tabla 3.7 Operacionalización desempeño económico

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento de recolección	Alternativa de respuesta	Escala de medición
Desempeño económico (Y)	Son los resultados del taller artesanal	Desempeño económico	Ingreso por venta	En promedio, ¿cuánto le deja su negocio o actividad al mes?	Ventas mensuales en pesos	Discreta - ordinal



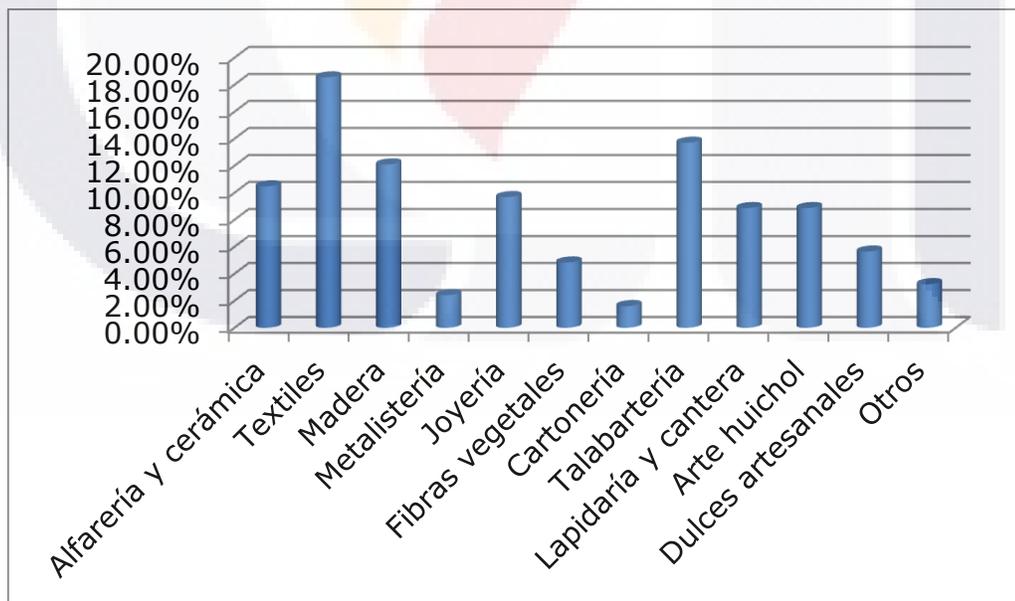
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Introducción

El presente capítulo está integrado por la discusión de resultados, obtenidos de las encuestas aplicadas a los propietarios de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas. Esta sección está estructurada en dos partes, en la primera se presentan las características de los artesanos y de los talleres artesanales. El segundo apartado lo integran los resultados y discusiones a las que llegamos.

Para iniciar, la gráfica 4.1 describe las ramas artesanales estudiadas, la que obtuvo mayor frecuencia es la textil con el 18.55%, debido a que el municipio de Guadalupe a lo largo de la historia es considerado como una zona con gran presencia de artesanos que trabajan en esta actividad. Conviene aclarar que en la gráfica se aprecian otras actividades como el repujado, la pintura y la herrería, pero por su número limitado se incluyen en la descripción -otros-.

Gráfica 4.1- Ramas artesanales estudiadas

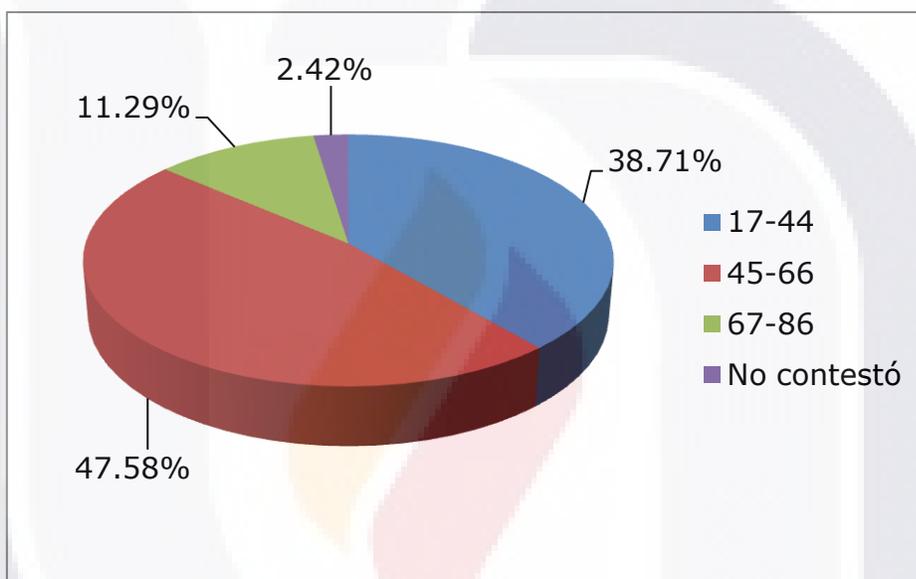


Fuente: Elaboración propia

4.1 Características de los artesanos encuestados

En la gráfica 4.2 se presentan las edades de los encuestados, la cual muestra que 47.58% de los dueños de los negocios de artesanías se encuentran en un rango de edad de entre 45 y 66 años; sólo el 11.29% presenta edad de 67 a 86 años. Con estos resultados podemos afirmar que el 58.87% de los artesanos poseen edades por encima de los 45 años.

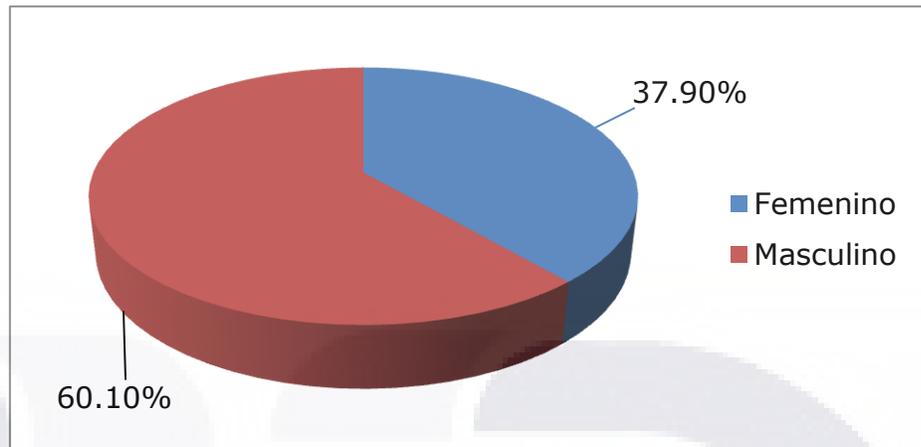
Gráfica 4.2- Edad de los artesanos



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 4.3 se puede apreciar el género de los dueños de los negocios de artesanías. El 60.10% pertenecen al sexo masculino y 37.90% son del sexo femenino. Con estos resultados podemos constatar que en las ramas artesanales de nuestro estudio en su mayoría los artesanos son hombres.

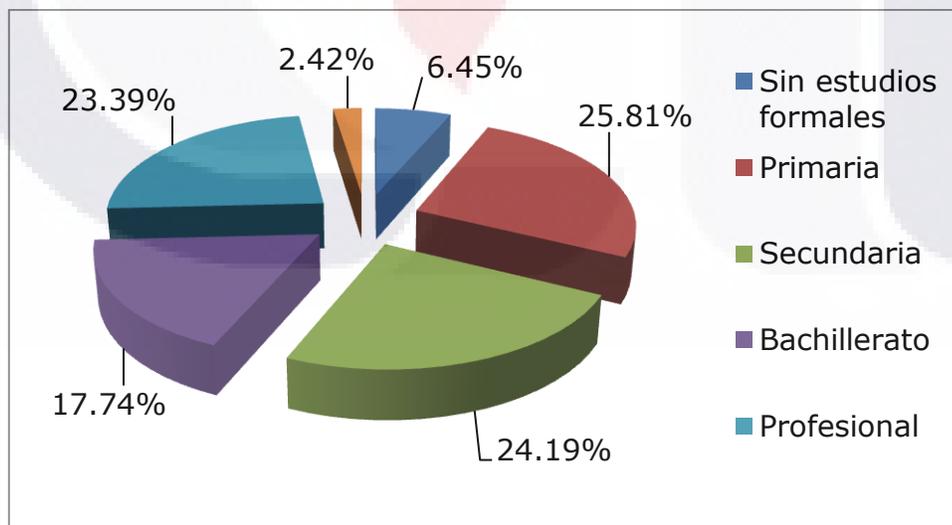
Gráfica 4.3- Género de los artesanos



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 4.4 se exhibe que el 25.81% de los artesanos tiene un nivel de escolaridad primaria, lo que supone un bajo grado de estudios, el 24.19% posee secundaria, el 17.74% dispone de bachillerato y el 23.39% cuenta con nivel profesional. En términos generales podemos afirmar que el 50% de los artesanos encuestados tiene educación de nivel básica (primaria y secundaria).

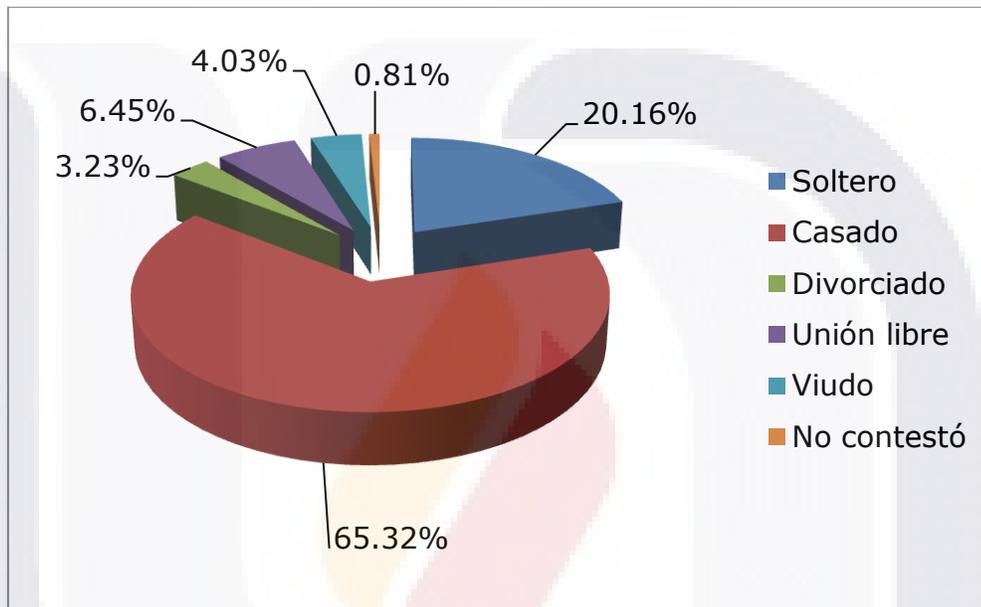
Gráfica 4.4- Escolaridad de los artesanos



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 4.5 podemos observar que el 65.32% de las personas entrevistadas se encuentran casadas, seguido del 20.16% de estado civil solteros, 6.45% viven en unión libre. Con las cifras referidas podemos constatar que los talleres artesanales mantienen sus valores familiares presentes.

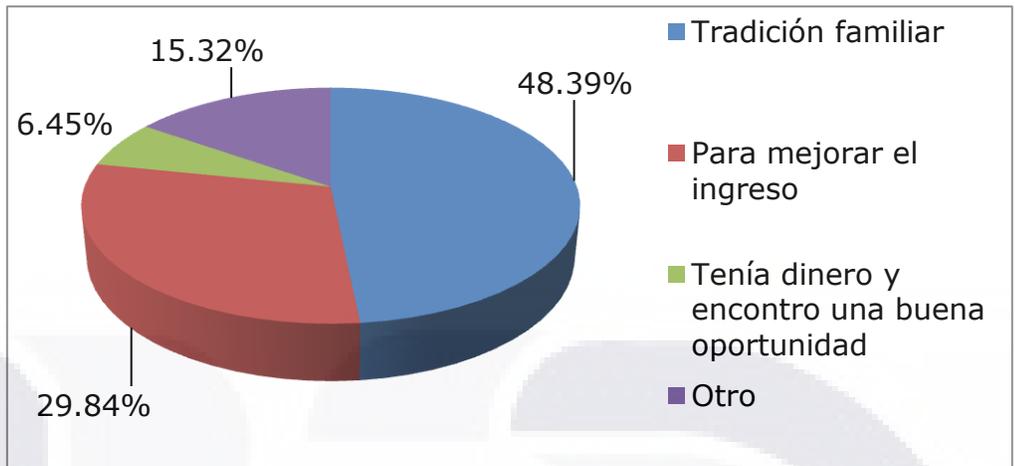
Gráfica 4.5- Estado civil del artesano



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 4.6 se puede constatar que el 48.39% de los talleres artesanales son de herencia familiar, 29.84% incursionaron en el negocio artesanal para mejorar el ingreso, con los datos podemos constatar que en la mayoría de estos negocios lo integran miembros de la misma familia.

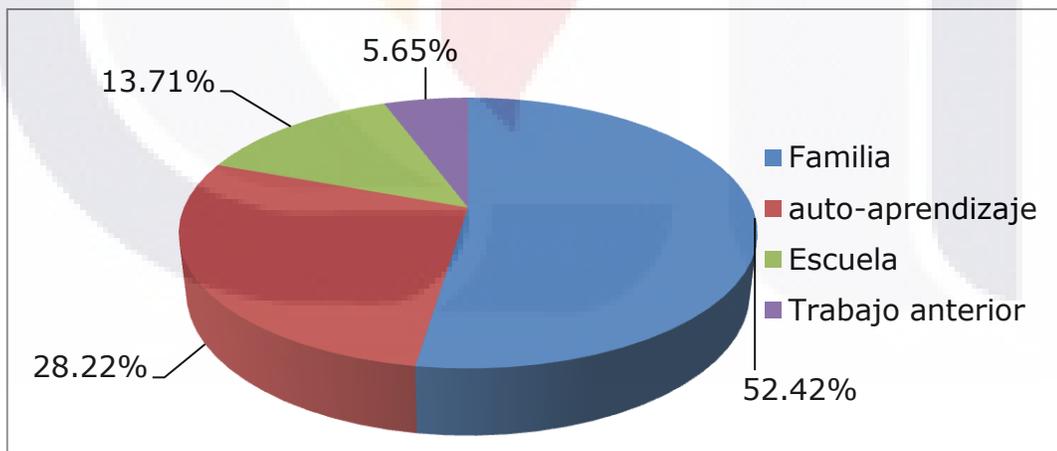
Gráfica 4.6- Motivo de inicio en la actividad artesanal



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 4.7 indica que el 52.42% de los artesanos adquirieron la habilidad en el negocio de su familia, seguido de 28.22% de quienes aprendieron por medio del auto aprendizaje. Esta gráfica se relaciona con la 4.5, debido a que presentan datos que permiten constatar la importancia de la familia en el taller artesanal.

Gráfica 4.7- Dónde adquirió la habilidad

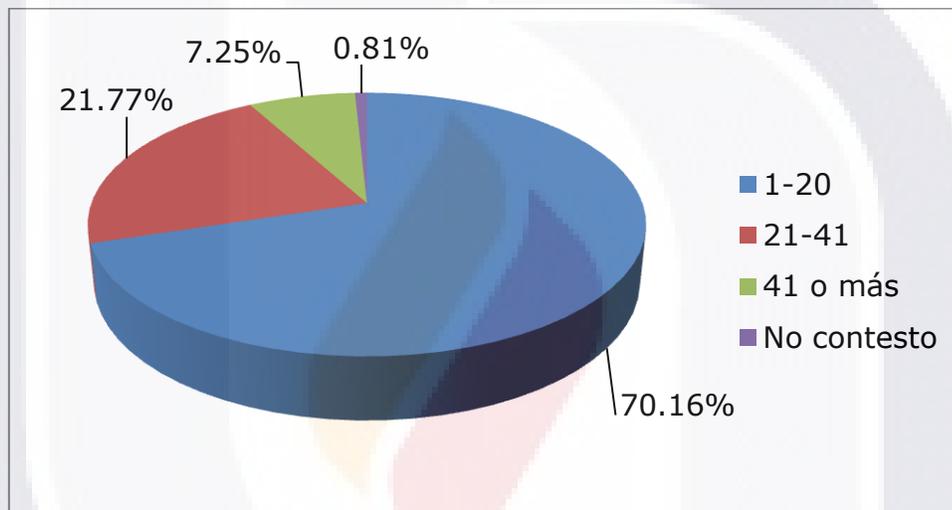


Fuente: Elaboración propia

4.2 Características de los talleres artesanales visitados

En la gráfica 4.8 podemos apreciar la antigüedad de los negocios artesanales, donde se observa que el 70.16% tienen entre uno y veinte años de antigüedad, el 21.77% presentan un rango de edad de entre veintiuno y cuarenta y un años. Estas cifras indican que la mayoría de los talleres artesanales están compuestos de la primera y quizás la segunda generación, es decir, padres e hijos.

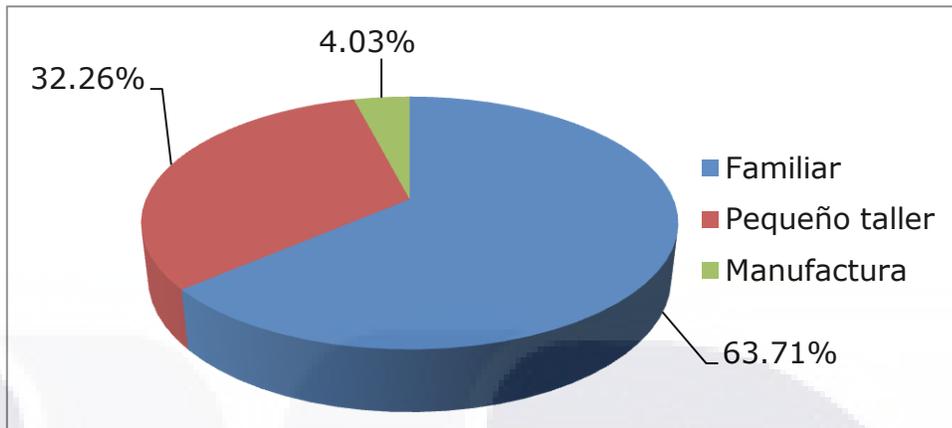
Gráfica 4.8 - Antigüedad del taller



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 4.9 muestra la forma de asociación de los talleres artesanales, donde podemos apreciar que el 63.71% es familiar, es decir, integrado en su mayoría por personas pertenecientes a la misma dinastía, el 32.26% es un pequeño taller, es decir, donde trabajan personas como por ejemplo vecinos o conocidos del artesano, el 4.03% es manufactura, que son los negocios que cuentan con una producción mayor, y que posiblemente tienen empleados como por ejemplo los negocios de artesanía de joyería o talabartería.

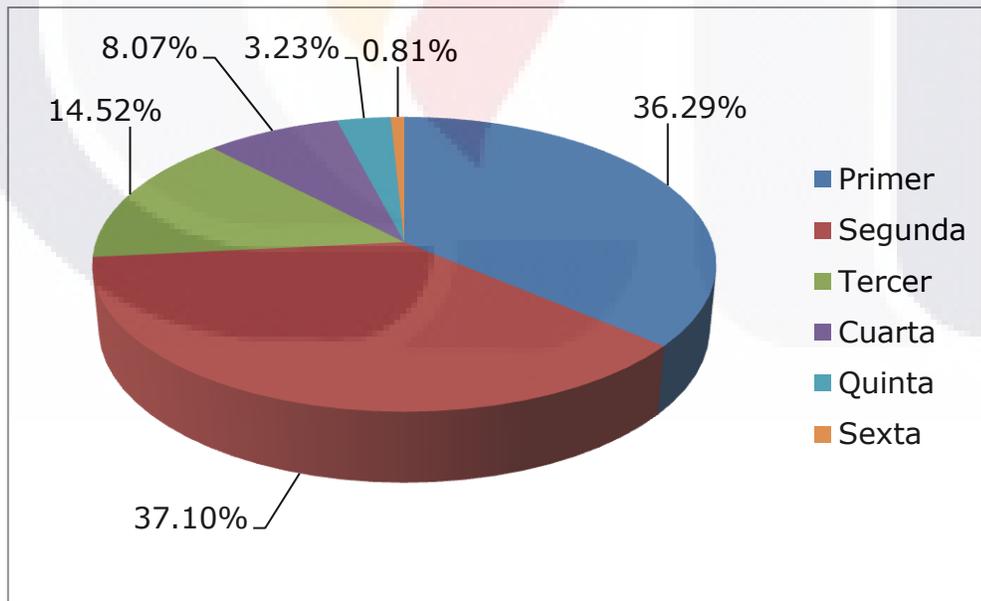
Gráfica 4.9- Forma de asociación del taller artesanal



Fuente: Elaboración propia

La gráfica 4.10 presenta el número de generaciones de artesanos, donde se puede observar que el 37.10% se encuentra en la segunda generación, seguido de 36.29% que se localiza en la primera generación, lo que es congruente con la gráfica 4.8 que señala que la mayoría de los talleres se encuentran en un rango de antigüedad de uno a veinte años.

Gráfica 4.10- Número de generaciones de artesanos



Fuente: Elaboración propia

En resumen, los estadísticos presentados en las gráficas anteriores evidencian que los artesanos propietarios de los negocios son mayoritariamente hombres con bajos grados de escolaridad, se caracterizan por ser empresas con organización de mano de obra familiar, se encuentran en la segunda generación, en general, trabajan padres e hijos. Las ramas artesanales con mayor presencia en la circunscripción metropolitana de Zacatecas son: textiles, talabartería, madera, alfarería y cerámica.

4.3 Resultados y discusión

Para llevar a cabo este apartado se realizó un análisis de regresión múltiple, considerando las variables independientes así como la dependiente. En la tabla 4.1 podemos apreciar los resultados de la ecuación 3.6 que estima la relación de los recursos con el desempeño económico.

Tabla 4.1- Prueba de hipótesis recursos

Variable dependiente "y" ingreso por venta			
Variables independientes	β	t	sig.
Constante	4025.43	1.566	.124
W₁ Materia prima	990.51	.696	.489
W₂ Producto terminado	-2.974	-2.272	.026**
W₃ Maquinaria y equipo	17.154	5.198	.000*
W₄ Conocimiento	367.92	.180	.857
W₅ Habilidades	229.45	.172	.864
W₆ Motivaciones	1352.50	.978	.331
R=.635			
R cuadrado =.403			
Error de la estimación = 5439.36			
gl =79		F=8.215	.000*

** = $p < .05$ * = $p < .01$

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4.1 presenta un $R^2 = .403$ lo cual muestra que es de 40% la variación de la variable dependiente desempeño económico en relación a las variables independientes de recursos.

En relación a las variables, la primera denominada materia prima (W_1) medida por: la pregunta -las materias primas son fáciles de conseguir-, contrario a lo

que se esperaba no influye de manera significativa en el desempeño económico. Esto se puede atribuir a que en el área en estudio, es considerada zona urbana, por lo tanto existen proveedores y disponibilidad de materia prima en la región.

El segundo ítem, producto terminado (W_2), medido por los productos que tardan más de un mes en salir del almacén, es significativo a nivel de .05. La podemos interpretar de la siguiente manera: cuando los productos tardan más de un mes en salir del almacén sus ingresos por ventas esperadas disminuyen en términos relativos en \$2.97, con respecto a un taller que no tiene producto terminado almacenado esto se puede atribuir a las pérdidas que genera tener piezas de artesanía almacenadas.

La variable independiente maquinaria y equipo (W_3) medida a través de las piezas elaboradas a la semana, presenta un nivel de significancia inferior a .01. Lo cual podemos interpretar de la forma siguiente: por cada pieza de artesanía producida, los negocios en estudio mejoran sus ingresos en \$17.15 pesos, en comparación con los negocios artesanales que producen menor cantidad de piezas. Esto se puede explicar debido a que la maquinaria, equipo e instrumentos de trabajo inciden directamente en la cantidad de piezas que se puedan manufacturar debido a que son indispensables para trabajar.

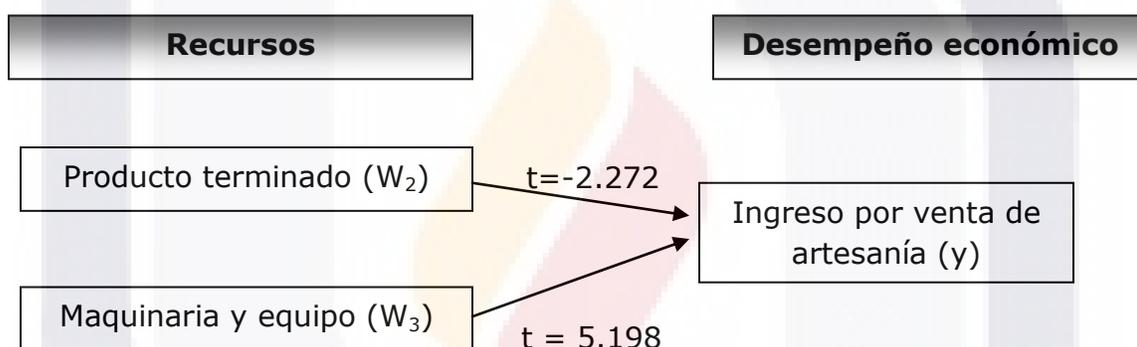
Las variables de recursos intangibles: conocimientos (W_4), habilidades (W_5) y motivaciones (W_6), tampoco exhiben relación con el desempeño económico de las empresas artesanales en estudio. Aunque a los artesanos les agrada trabajar en su taller, tal vez los bajos grados de escolaridad no les permitan desarrollar sus habilidades y conocimientos. Las motivaciones se pueden explicar ya que no existe una retribución económica en el taller artesanal, por el contrario presentan largas jornadas laborales y desgaste físico.

Con estos resultados damos respuesta a la primera pregunta de investigación: ¿Son los recursos un factor relevante en el éxito de los talleres artesanales en la zona metropolitana de Zacatecas? Así mismo, en la tabla 4.1 se puede

observar el estadístico F, el cual indica que las variables en conjunto son significantes a nivel de 0.00, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula derivada de la ecuación 3.10, que establece que todos los recursos no ejercen influencia en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas.

En la figura 4.1 tratamos de ilustrar las relaciones de las variables que son significantes: producto terminado, maquinaria y equipo así como su influencia en el desempeño económico de los talleres artesanales en la referida zona metropolitana.

Figura 4.1- Relación entre recursos y desempeño económico



Fuente: Elaboración propia

Estos resultados sugieren que para mejorar el ingreso económico (y) de su taller, el artesano debe disminuir su stock en productos que permanecen más de un mes en almacén (W_2). En el sector artesanal no es fácil la comercialización de piezas porque no tienen control sobre su mercado, lo que impide al artesano tener una buena rotación de inventarios. Respeto a la variable maquinaria, equipo e instrumentos de trabajo, los resultados sugieren incrementar el uso de sus herramientas, para poder así aumentar el número de piezas elaboradas (W_3) y tener un mejor desempeño económico.

Continuando con nuestro análisis, en la tabla 4.2 se aprecian los resultados de la ecuación 3.7, la cual estima la relación de las capacidades de innovación con el desempeño económico.

Tabla 4.2- Prueba de hipótesis capacidades

Variable dependiente "y" ingreso por venta			
Variables independientes	β	t	sig.
Constante	5923.93	3.578	.001
X_1 Innovación en producto	-2514.19	-1.420	.159
X_2 Innovación en proceso	3582.27	2.058	.042**
X_3 Innovación en organización	360.05	.223	.824
X_4 Innovación en marketing	3463.89	1.727	.088*
R=.334			
R cuadrado =.112			
Error de la estimación = 7.608.21			
gl =98		F=2.959	.024**

** = $p < .05$ * = $p < .10$

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.1, la primera variable refiere a la capacidad de innovación en producto (X_1), medida por los cambios en la calidad del producto. Contrario a lo que se esperaba no ejerce influencia significativa en el desempeño económico, esto se puede explicar porque los artesanos rara vez realizan cambios en la calidad del producto, puesto que una de las características primordiales de la artesanía es su apego a la tradición, debido a que los productores han realizado la manufactura de sus piezas con el mismo proceso durante años, con apego a sus creencias dejando de lado el desarrollo de calidad en la pieza. Aunque se supone que la innovación en producto es el cambio de dibujos, diseños y formas que no requieren inversión financiera y satisfacen los gustos de los consumidores, los artesanos prefieren invertir en el remplazo de maquinaria, equipo y herramientas lo que implica realizar un gasto mayor.

La segunda variable denominada innovación en proceso (X_2) medida por el remplazo de su equipo es significativa a nivel de .05, lo que podemos interpretar de la siguiente manera: cuando el artesano realiza el remplazo de

su equipo, aumenta \$3,582.27 el ingreso por venta de artesanías esperadas al mes, en comparación con los artesanos que no reemplazan su equipo. Esto se debe, a que cuando el artesano introduce una innovación en proceso (reemplazo de equipo), combinado con el conocimiento ancestral que el artesano posee en el manejo del proceso, vuelve más eficiente su ciclo de producción. La innovación en procesos consiste en la adopción de métodos de producción nuevos o mejorados, entonces esos cambios podrían implicar cambios en los equipos. El artesano al reemplazar su equipo tiende a incrementar su capacidad de elaborar piezas lo que se refleja en un mayor ingreso económico para el negocio, en términos generales, el reemplazo de equipo eleva la eficiencia en el proceso de producción de los productos hechos a mano.

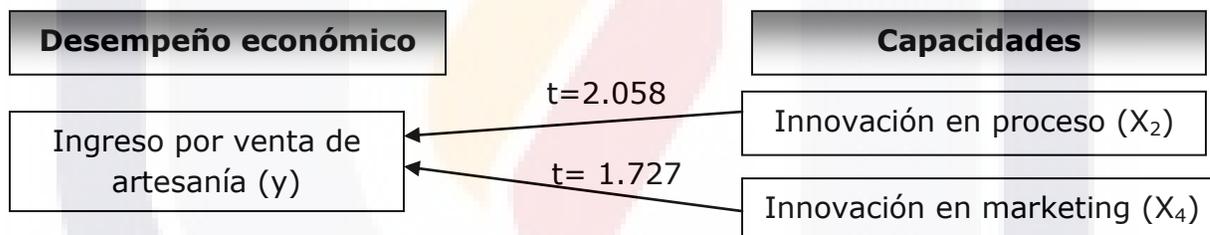
La variable capacidades de innovación en la organización (X_3) medida por la realización de cambios a la organización no exhibe relación significativa con el desempeño económico de las empresas artesanales en el área metropolitana de Zacatecas. Esto se puede explicar debido a que la mano de obra es familiar, por lo tanto es difícil realizar cambios a la organización por el rol que desempeña cada miembro en el negocio ya que trabajan de manera similar a como se comportan en el hogar.

El cuarto ítem, innovación en marketing (X_4) medida por la pregunta: ¿Se anuncia en algún lugar? Presenta su nivel de significancia inferior a 0.10, estos resultados los podemos interpretar de la forma siguiente: los talleres artesanales que se anuncian en algún lugar incrementan en \$3,463 pesos sus ingresos mensuales en comparación con negocios que no realizan marketing. Esto debido a que los negocios que se publicitan como por ejemplo con tarjetas de presentación o en internet, tiene mayor posibilidad de contactar clientes y por ende de aumentar sus ingresos por concepto de ventas.

Con los resultados anteriores damos respuesta a nuestra segunda pregunta de investigación: ¿Las capacidades de innovación son un factor clave en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas? En la tabla 4.2 se puede distinguir estadístico $F=2.959$ con una significancia de $.024$, lo que indica que las capacidades de innovación en conjunto son significativas. Con estos resultados tenemos evidencia suficiente para poder rechazar la hipótesis nula que plantea que todas las capacidades señaladas no influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de los municipios de Guadalupe y Zacatecas.

La figura 4.2 presenta la relación entre las variables significantes: capacidades de innovación en proceso y marketing, y la manera en que influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales en la demarcación estudiada.

Figura 4.2- Relación entre capacidades de innovación y desempeño económico



Fuente: Elaboración propia

Estos resultados sugieren que para mejorar sus ingresos (Y), el artesano debe reemplazar su equipo (X_2) y anunciar su negocio en más lugares (X_4). En las artesanías no es fácil el reemplazo de equipo ya que no cuentan con recursos financieros para realizar esta acción, además carecen de avales para solicitar algún tipo de crédito para proyectos productivos que les permitan realizar el reemplazo de equipo. Referente a la innovación en marketing, anunciarse no es una práctica común ya que requieren destinar recursos financieros que no disponen, por lo que se limitan repartir tarjetas de presentación o simple y sencillamente esperar recomendaciones de los clientes.

Continuando con el análisis de resultados, la tabla 4.3 presenta los resultados de la ecuación 3.8 que estima la relación de los aspectos culturales con el desempeño económico.

Tabla 4.3- Prueba de hipótesis de aspectos culturales

Variable dependiente "y" ingreso por ventas			
VARIABLES INDEPENDIENTES	β	t	Sig.
Constante	6013.02	3.810	.000
Z₁ Tradiciones	-2273.97	-1.614	.110
Z₂ Costumbres	-2295.52	-1.793	.076**
Z₃ Valores	2914.64	1.748	.084**
R=.267			
R cuadrado =.071			
Error de la estimación = 6338.4486			
gl =100		F=2.473	.066**

** = $p < .10$ Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior podemos apreciar la variable tradiciones (Z_1) medida por la pregunta ¿sus hijos están interesados en preservar la tradición artesanal?, observamos que puede ser significativa a nivel de 0.5 si se aplica la prueba de un sólo lado. Contrario a lo que se esperaba, esta variable presenta una disminución en sus ingresos por ventas calculadas en \$2,273 pesos, esto se podría explicar ya que las unidades objeto de análisis son empresas familiares, aquellos talleres artesanales que presentan menor rentabilidad y con ingresos descendientes son donde los hijos tienden a abandonar la actividad artesanal, es decir, al ser talleres eminentemente familiares los hijos que dejan el negocio no son reemplazados por trabajadores asalariados, por ende, se reduce la disponibilidad de mano de obra que labora en el taller artesanal lo que repercute en el nivel de producción y por lo tanto explica la disminución en ventas.

La segunda variable independiente costumbres (Z_2) medida por la elaboración de piezas como sus padres le enseñaron, tiene un nivel de significancia de .10, presenta signo negativo, lo cual podemos interpretar de la forma siguiente: cuando el artesano elabora piezas como sus padres le enseñaron, sus ingresos

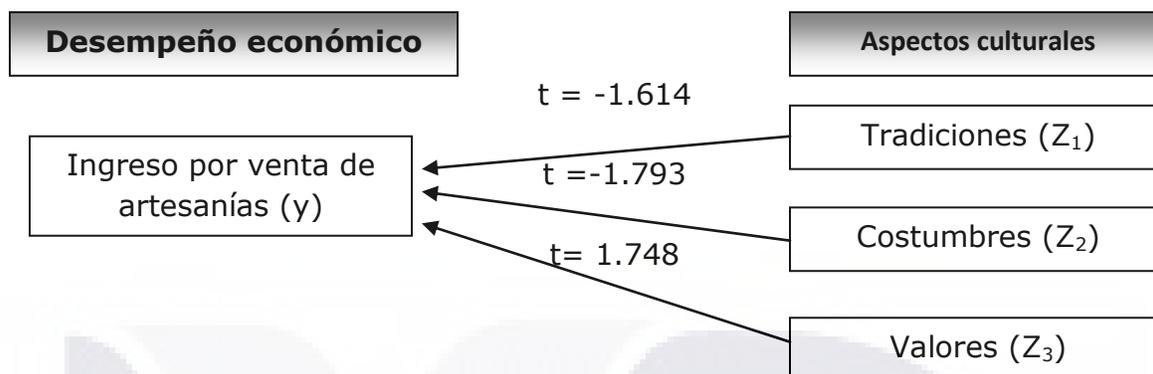
por ventas estimadas disminuyen en \$2,295 pesos con respecto a los artesanos que no elaboran piezas como sus padres les señalaron, esto se puede explicar por el proceso de producción que demanda la pieza de artesanía, es decir, cada pieza es única y tiene un valor distinto a lo producido en serie, por lo tanto la artesanía requiere mayor inversión en el trabajo de mano de obra y más tiempo de elaboración ya que por lo general son producidas con apego a técnicas tradicionales, por lo tanto los talleres artesanales presentan modestos niveles de producción lo que repercute en la disminución de ingresos por ventas. En la actualidad existen algunos negocios como por ejemplo los de cartonería, arte huichol, cantera, fibras naturales y talabartería trabajan en forma tradicional, en su hogar acondicionado como taller con escasa herramienta y poco equipo.

La tercer variable independiente "valores" (Z_3), medida por la influencia de la familia en el taller artesanal presenta significancia de .084, que podemos interpretar de la siguiente manera: los ingresos por ventas estimadas se incrementan \$2,914 pesos en comparación con los talleres artesanales que no tienen apoyo familiar, esto se puede atribuir a la influencia familiar hacia el negocio artesanal, es decir, al apoyo de los miembros de la familia en momentos difíciles.

Con estos resultados damos respuesta a la tercera pregunta de investigación: ¿Qué efectos tienen los aspectos culturales en el desempeño económico de los talleres artesanales en el área metropolitana de Zacatecas? El valor de $F=2.473$ presenta una significancia .066, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula que establece que todos los aspectos culturales considerados no afectan el desempeño económico de los talleres artesanales de la circunscripción metropolitana de Zacatecas.

A continuación, en la figura 4.3 se presenta la relación entre tradiciones, costumbres y valores con el desempeño económico.

Figura 4.3- Relación entre aspectos culturales y desempeño económico



Fuente: Elaboración propia

Con base en los resultados se sugiere que cuando el artesano desee mejorar el ingreso económico de su taller (y), tendrá que motivar o despertar en sus hijos el interés de trabajar en el taller artesanal y preservar la tradición (Z_1), disminuir la elaboración de piezas como sus padres le enseñaron (Z_2), es decir, realizar la introducción de innovaciones apoyándose en los gustos de los clientes, y aprovechar el apoyo de la familia hacia el taller artesanal (Z_3).

Para la prueba hipótesis nula de restricción conjunta expresada en la ecuación 3.16 la cual indica que ninguna o algunas de las variables influyen significativamente en el desempeño económico de los talleres artesanales en la demarcación metropolitana de Zacatecas, la tabla 4.4 presenta los resultados de esta prueba de hipótesis, de la cual nos interesa estudiar el estadístico F, para conocer si todas las variables en conjunto son significativas.

Tabla 4.4- Prueba de hipótesis de restricción conjunta

Variable dependiente "y" ingreso por ventas			
Variables independientes	β	T	Sig.
Constante	2,931.38	.739	.463
W₁ Materia prima	1,668.23	.937	.352
W₂ Producto terminado	-3,207	-2.098	.040
W₃ Maquinaria y equipo	14.19	3.774	.000
W₄ Conocimiento	845.58	.366	.716
W₅ Habilidades	698.84	.453	.652
W₆ Motivaciones	981.7	.645	.521

X₁ Innovación en producto	1,237.52	.691	.492
X₂ Innovación en proceso	792.43	.471	.639
X₃ Innovación en organización	-7.78	-.005	.996
X₄ Innovación en marketing	1,453.18	.803	.425
Z₁ Tradiciones	-2,864.13	-1.687	.097
Z₂ Costumbres	-1904.69	-1.404	.165
Z₃ Valores	2,603	1.330	.188
R=.683			
R cuadrado =.467			
Error de la estimación = 5552.35			
gl =75		F=4.171	.000*

* =p<.01

Fuente: Elaboración propia

De la tabla 4.4 podemos apreciar que el estadístico F tiene un valor t=4.171, significancia inferior de .01, lo que permite aceptar la hipótesis de investigación. Con los resultados podemos afirmar que los artesanos deben de combinar sus recursos, e identificar sus capacidades que disponen, seguir preservando sus tradiciones y costumbres con el objetivo de incrementar su desempeño económico. Con lo anterior, damos respuesta a la cuarta pregunta de investigación: ¿Cómo los recursos, las capacidades y los aspectos culturales impactan en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas?

En resumen, la influencia de la variable producto terminado (W_2) en el desempeño económico (y) se puede atribuir a la existencia de producto almacenado por más de un mes, por ejemplo el caso de los talleres artesanales que producen textiles en telar, debido a que en época invernal tienen venta de gabanes y cobijas pero no así en primavera o verano, otro ejemplo es el de los tapetes que duran tiempo almacenado debido a que no es fácil su colocación, pues no tienen control sobre el mercado, aunado al desplazo que sufren por las piezas industriales. Otra posible explicación es la menor participación de los artesanos en expo-ventas donde pueden vender sus productos con facilidad, junto a la disminución en el arribo de turistas que visitan Zacatecas, ya que por lo general la afluencia se presenta en épocas de semana santa, o en los periodos vacacionales de verano y diciembre.

La influencia de la variable maquinaria, equipo (W_3), en el desempeño económico (y), por simple lógica, podemos inferir que son esenciales para producir, en general en los talleres artesanales presentan maquinaria y equipo con bastante antigüedad, puesto que el ingreso de sus ventas lo invierten en materia prima, son raras las ocasiones en que destinan fondos para la compra de maquinaria, equipo o instrumentos de trabajo. Cuando el artesano invierte en este rubro es debido a que presentan fallas en estos activos que hay que corregir para seguir produciendo. Ya que en ocasiones trabajan con adecuaciones realizadas a sus maquinaria o equipo por el mismo artesano.

Referente a las capacidades de innovación, las variables que influyen en el desempeño económico (y) son: la innovación en proceso (X_2) posteriormente la innovación en marketing (X_4). La primera se puede explicar debido a que cuando el artesano reemplaza su equipo vuelve eficiente su proceso de producción y por ende tiene la oportunidad de producir un mayor número de piezas en menor tiempo lo que impacta directamente en el ingreso económico. La segunda se puede explicar debido a que al anunciarse por algún medio como tarjetas de presentación, o en redes sociales, el negocio incrementa su presencia en el mercado, con la atracción de más clientes lo que representa un incremento en ventas, lo que genera una mejora en el desempeño económico.

En el constructo aspectos culturales la variable independiente tradiciones (Z_1) influye de manera significativa en el desempeño económico (y). Presenta signo negativo el cual se puede explicar debido a que los talleres artesanales al ser empresas familiares, los hijos de los artesanos que dejan de laborar en el taller artesanal no son reemplazados por trabajadores asalariados, por ende se reduce la mano de obra que labora en el negocio artesanal, lo que repercute en el nivel de producción y por lo tanto explica la disminución en ventas.

La variable costumbres (Z_2) influye de manera significativa en el desempeño económico (y). Presenta signo negativo, esto se puede explicar porque cada pieza es única y tiene un valor distinto a lo producido en serie, por lo tanto

requiere mayor inversión de mano de obra y más tiempo de elaboración ya que por lo general son producidas con apego a técnicas tradicionales, los talleres artesanales presentan modestos niveles de producción lo que repercute en la disminución de ingresos por ventas. Por otra parte, en general los avances en el proceso de producción demandan más eficiencia en la fabricación de artesanías en menor tiempo, en la actualidad los negocios artesanales requieren de maximizar los tiempos de manufactura, reducir los costos, así como implementar estrategias que les permitan adaptarse a los cambios que exige el mercado. Todo esto significa mantener vivas las costumbres, elaborando piezas con las técnicas tradicionales que sus padres sus padres les enseñaron.

Por último, la variable valores (Z_3) presenta relación significativa con el desempeño económico (y), esto se puede explicar por la naturaleza familiar de los talleres artesanales, ya que presentan características particulares como el apego a las creencias y compromiso de los familiares con el negocio, es decir, los artesanos perciben lealtad de los miembros de la familia hacia el negocio y apoyo ante las dificultades.

CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES

5.1 Conclusión

Utilizando los fundamentos de la teoría de recursos y capacidades como marco de trabajo proporciona un enfoque para seleccionar los factores de éxito de los talleres artesanales en la zona metropolitana de Zacatecas. Dicha teoría se basa en habilidad para adquirir, coordinar recursos y capacidades, su análisis permite generar condiciones para estudiar el desempeño económico en los negocios productores de artesanía.

Esta perspectiva es crucial en la explicación del desempeño económico y en los motivos por los cuales las empresas que se desarrollan en un mismo entorno competitivo obtienen diferentes niveles de rentabilidad. Los estudios realizados bajo este enfoque sostienen que las empresas difieren en su dotación de recursos y capacidades, tienen funciones de producción diferentes y diversidad en sus actividades. Su análisis permitió identificar la acumulación de recursos y el desarrollo de capacidades las cuales son fundamentales para mantener una ventaja competitiva.

Referente al análisis de aspectos culturales, este enfoque permitió conocer las costumbres, tradiciones que poseen los talleres artesanales, resulta interesante conocer un oficio que ha sobrevivido a través de los años a pesar del distanciamiento de las acciones para promover su desarrollo. Este estudio nos permitió conocer la relación de la cultura con el desempeño económico de los talleres artesanales.

En términos metodológicos nuestro modelo de investigación permitió la identificación de los factores que influyen en el desempeño económico, este trabajo contribuye con evidencia de que ambas medidas, financieras y no financieras pueden definir el éxito de los negocios artesanales, así mismo sugiere que ambas medidas son indicadores recomendables para estudiar los negocios de artesanía.

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo general determinar qué recursos, capacidades y aspectos culturales influyen en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona Metropolitana de Zacatecas, para el cual se desarrolló un proceso de obtención de información de fuentes secundarias y de campo, posteriormente se realizó un análisis de regresión lineal múltiple para medir las variables que intervienen en nuestro estudio. Los resultados señalan que el producto terminado, la maquinaria y equipo; las capacidades de innovación en proceso y marketing, así como las tradiciones, costumbres y valores influyen de manera significativa en el desempeño económico de los talleres artesanales en la referida zona en estudio. En este capítulo se presentan las conclusiones a las que llegamos, al final se exponen las limitaciones y recomendaciones del trabajo de investigación.

La proporción de establecimientos que mueren es de 22.0%, referente a las industrias manufactureras en comparación con el sector servicios y comercio, presenta el menor dinamismo con 3.7%. Lógicamente, el sector artesanal se ve afectado por esta dinámica de éxito o fracaso de las empresas, en el complejo entorno económico actual el sector de la artesanía no es considerado como una actividad generadora de ingresos, es así que no se identifican registros estadísticos. Desde nuestra óptica, la valoración de la sociedad hacia el trabajo artesanal es una de las causas principales de la problemática artesanal. Estudiar esta importante actividad es complejo ya que prevalecen experiencias difíciles de cambiar, aunado a que en general los artesanos poseen grados de escolaridad limitados, producen en sus hogares, lo que dificulta el proceso de manufactura y repercute en el pobre desempeño económico.

Referente a los recursos, la comparación de los resultados obtenidos en el presente trabajo en comparación con los estudios considerados en el marco teórico, permite inferir que en los negocios artesanales los recursos físicos tienen influencia significativa en el desempeño económico, no así los recursos intangibles que no muestran gran relación. Esto es consistente con Barney

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

(1991) quien señala que el análisis de los recursos internos se relaciona con el desempeño y permite a las empresas mantener una ventaja competitiva. Al evaluar los recursos físicos encontramos que básicamente el producto terminado, la maquinaria, equipo e instrumentos de trabajo son ítems que influyen en el éxito de los negocios artesanales, esto coincide con lo señalado por Wernerfelt (1984) ya que los recursos especialmente los que están relacionados con los productos, impactan directamente en el desempeño. Esto se debe a que el producto terminado es fundamental para mantener presencia en el mercado. Por otro lado, los activos físicos son esenciales para trabajar ya que son estos bienes que complementan la mano de obra artesanal y permiten llevar a cabo la manufactura de piezas. Los resultados presentados contrastan con los reportados por Regino et al., (2006) ya que concluye que los recursos intangibles se relacionan con el desempeño económico.

Los resultados muestran que los recursos intangibles no influyen en el desempeño económico, esto se puede explicar por los niveles de educación que tienen los artesanos, ya que no permiten desarrollar sus conocimientos, sus habilidades y motivaciones. Otro aspecto que podría explicar esta situación, es la falta de capacitación que sufre el sector artesanal, esto derivado del distanciamiento de las políticas públicas.

Con respecto a las capacidades Hernández et al., (2004) señalan que la competitividad en los sectores fragmentados se manifiesta como el resultado de una cadena de actividades de innovación. Para propósitos de esta discusión, las capacidades de innovación en proceso y de marketing son las que impactan significativamente en el desempeño económico, lo cual coincide con los resultados obtenidos por Rubio y Aragón (2002); Aragón y Rubio (2005) y Jiménez et al., (2009) debido a que estas capacidades son factores que inciden en el éxito de las micro empresas. Esto puede ser explicado porque el proceso ancestral y manejo tan rutinario, está siendo desplazado por las actividades orientadas a desarrollar nuevos procesos, cambiando a un sistema dinámico y continuo para permanecer en el mercado. Los artesanos dependen de lo que

hagan en su proceso de producción para generar ventas. Estos resultados contrastan con los de Hernández et al., (2004), Hernández, et al., (2007), Hernández et al., (2007c) ya que sus resultados muestran que la innovación en producto es la que tiene a determinar el incremento en la rentabilidad del negocio. Con respecto a las capacidades de marketing, podemos afirmar que los artesanos utilizan poco la publicidad, pues prefieren la promoción de boca en boca (Jiménez et al., 2009), los negocios artesanales que se publicitan tienden a incrementar su desempeño económico esto por el contacto que pueden ejercer con los clientes.

Continuando con nuestro análisis, las líneas aquí presentadas tienen importantes implicaciones para posteriores discusiones referentes a la cultura de los negocios artesanales, debido a que al realizar este estudio nos percatamos de que medir la cultura empresarial presenta un gran reto pues la cultura en un taller artesanal es uno de los atributos que diferencia uno de otro (Barney, 1986).

Los resultados de las tradiciones muestran que los hijos de los artesanos no están interesados en preservar la tradición artesanal, esto se puede explicar ya que en los últimos años, el sector artesanal ha sufrido una decadencia por la falta de viabilidad de un ingreso digno, cada día los talleres artesanales tienen menor presencia en la zona conurbada de Zacatecas, ya que algunos artesanos prefieren cerrar sus negocios y dedicarse a otras actividades en el sector formal. Estos resultados son congruentes con los de Paige y Littrell (2002) quienes identifican como factores de éxito en el sector artesanal la conservación y preservación de la tradición, en su estudio afirman que el éxito es derivado de la identidad cultural de la región, de preservar y elevar la tradición artesanal.

Los resultados de la variable costumbres, muestran que los artesanos que elaboran las piezas como sus padres les enseñaron disminuyen sus ingresos por ventas, esto se debe a que los procesos de producción han sufrido

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

modificaciones, cada día los tiempos se reducen, se permiten menos fallas. Si lo productores artesanales desean permanecer en el mercado deben conservar sus costumbres, plasmar en sus piezas sus creencias, pero introduciendo innovaciones en sus proceso.

Los resultados de la variable valores muestran que la familia del artesano apoya al taller artesanal en momentos de dificultad. Estos resultados son congruentes con los de Esparza y García (2011), ya que sus resultados muestran que el comportamiento competitivo de las empresas familiares dependen de los valores y las creencias, con los reportados por Toledo et al., (2012) ya que concluyen que en los negocios de subsistencia los valores familiares juegan un rol importante en el éxito del negocio, al igual que la preservación de tradiciones, con el estudio de Gallo y Cappuyss (2004) quienes concluyen que los valores son pilar de la cultura empresarial y son importantes porque proporcionan balance familiar y aportan a los intereses de la compañía. Con los de Ardichvili, Mitchell y Jondle (2009) quienes concluyen que los valores se reflejan en el comportamiento. Al igual con los de Garza et al., (2011) quienes encuentran que los valores aumentan el crecimiento de la empresa.

Este estudio en los negocios artesanales de la zona de Zacatecas y Guadalupe, confirma que las medidas financieras y las no financieras ayudan a definir el éxito de los talleres artesanales, como lo podemos constatar en la literatura tradicional donde estudian las pequeñas empresas por medio de indicadores financieros como: ventas, ingresos, número de empleados, antigüedad de la empresa, indicadores no financieros como valores y costumbres. El presente estudio muestra evidencia empírica que permite contribuir a entender el éxito o fracaso de las empresas artesanales y como estos factores influyen en su desempeño económico.

En cuanto al desempeño económico concluimos que es un aspecto difícil de estudiar debido a las diversas posturas de su evaluación. El ingreso en ventas

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

mensuales en los negocios de artesanías va en función de la utilización de su maquinaria, equipo o instrumentos de trabajo, esto implica que para generar ventas dependen del uso que le den a sus equipos o instrumentos de trabajo y de la cantidad de producto que mantengan almacenado.

El ingreso también se ve afectado por las capacidades de innovación en proceso y marketing, el desempeño económico de los talleres artesanales mejorará conforme reemplacen su maquinaria, equipo e instrumentos de trabajo, así mismo en la medida en que los negocios utilicen la promoción en beneficio de su negocio y tengan una imagen definida, como por ejemplo un logotipo, mejorará su desempeño económico.

Las tradiciones, costumbres y valores, son variables que pueden ser consideradas factores de éxito, en los talleres artesanales en la zona metropolitana de Zacatecas ya que son parte esencial de la cultura. A través de la visita a los talleres artesanales encontramos que se sienten orgullosos de su trabajo, de ser portadores de tradición y de la preservación de sus costumbres.

Las contribuciones más importantes de este trabajo pueden ser resumidas en dos puntos. Primero, el producto terminado, la maquinaria y equipo son los recursos que podemos considerar como factores que impactan en el éxito de los negocios de artesanía. Las capacidades de innovación en proceso e innovación en marketing influyen en el desempeño económico. Segundo, las costumbres y los valores son las variables que ayudan a explicar el éxito de los talleres artesanales como medidas no financieras. Estas aproximaciones contribuyen a entender el éxito o el fracaso de los negocios familiares artesanales. Reiterando que son nulos los estudios que abordan los recursos y capacidades en el sector artesanal, y contados los que analizan los aspectos culturales desde la perspectiva económica, la relevancia de este trabajo radica en que la artesanía en Zacatecas constituye una incógnita en muchos aspectos, porque no es fácil comprender los procesos y manifestaciones

TESIS TESIS TESIS TESIS TESIS

culturales, razón por la cual este análisis trata de hacer un aporte a la cultura popular.

En términos de implicaciones para la elaboración de políticas públicas, se inscribe la necesidad de apoyar al sector artesanal en cuestión de difusión con el fin de incrementar el número de turistas que visitan Zacatecas, también requieren de asesoría en el manejo de estrategias de venta de sus productos, orientación hacia los mercados internacionales, es decir, una guía para realizar exportaciones directas y capacitación en el manejo de sus costos de producción. Requieren apoyos del gobierno en términos de créditos para financiamiento. Si se toma en cuenta que el estudio se realizó en una zona urbana se entiende que hay opciones para que sigan mejorando académicamente, es decir, hay que ofrecer becas para que los artesanos continúen con sus estudios y puedan administrar de mejor manera sus negocios y formular mejores estrategias de comercialización. El sector productivo artesanal debe de estar vinculado con el gobierno en sus tres niveles, pero también con los ámbitos empresariales, industriales, culturales y el de educación fundamentalmente. Con esto se propone repartir a largo plazo las responsabilidades para lograr el avance que se requiere en la materia cultural y económica.

Es posible afirmar que los resultados obtenidos son en varios aspectos consistentes con la literatura aunque pueden quedar abiertas otras preguntas en las que puede seguir profundizando como son la explicación los factores que afectan la comercialización de las artesanías, estudiar si el género del artesano influye en el desempeño económico.

Los talleres artesanales son caracterizados por fuerte cultura y tradiciones en la comunidad (Sánchez et al., 2013). Son importantes por su contribución a la economía de la región y porque de ellos dependen cientos de familias. En general, son empresas familiares, elaboran sus piezas con procedimientos y herramienta rudimentarios dentro del hogar, poseen nivel de escolaridad

básico, los valores son tradicionales apegados a costumbres establecidas (Sánchez, et al., 2009).

5.2 Recomendaciones

Se recomienda diversificar a otras unidades económicas como por ejemplo: las poblaciones de mujeres deshiladoras en el municipio de Tabasco, los talleres productores textiles de Villa García, ambos municipios del Estado de Zacatecas. Si bien, el trabajo se concentra en el área de Zacatecas y Guadalupe, queda pendiente la aplicación del modelo considerando a artesanos de otros Estados como: Jalisco, Michoacán, Yucatán, Guanajuato y Oaxaca que son ricos en cultura popular, además convendría realizar estudios seccionados por rama artesanal, es decir, analizar en específico talleres de joyería, talabartería o arte Huichol.

El presente estudio se basó en las respuestas de los artesanos propietarios de los talleres artesanales visitados, los cuales en su mayoría son negocios pequeños con dos o tres miembros. El artesano es un informador clave, sin embargo, algunos presentaron desconfianza a la hora de responder como sucedió con el desempeño económico. Los artesanos de mayor edad son muy amables y nobles, sin embargo, para futuras investigaciones con el fin de tener una mejor evaluación convendría incluir cuestiones sobre si el negocio presenta otra fuente de ingresos.

5.3 Limitaciones

En términos de limitaciones del trabajo, podemos considerar las propias medidas de éxito utilizadas, más el corte transversal del estudio, el cual limita las relaciones de éxito y su explicación a lo largo del tiempo. Sin embargo, consideramos que se realiza una importante aportación al estudio de los negocios artesanales.

El análisis de estas importantes unidades económicas es sinónimo de un proceso complejo, sobre todo cuando se hace en un sector con organización de tipo familiar donde prevalecen, tradiciones y costumbres difíciles de cambiar. Otra limitante es el tamaño de la muestra, ya que en un inicio se planteó el estudio a nivel estatal, pero debido a los recursos financieros y al clima de inseguridad que se vive actualmente en nuestro país, decidimos enfocar nuestro estudio en la zona conurbada de Zacatecas.

Glosario

Administración: Es la disciplina que se encarga de realizar la gestión de los recursos materiales o humanos con base en criterios científicos y orientada a satisfacer un objetivo concreto.

Almacén: Lugar o espacio físico para el depósito de bienes dentro del taller artesanal.

Apego: Vinculación afectiva intensa, duradera, que se desarrolla y consolida entre personas.

Arte: Actividad en la que el hombre recrea, con una finalidad estética, un aspecto de la realidad o un sentimiento en formas bellas valiéndose de la materia, la imagen o el sonido.

Artesanal: Que está hecho a mano y siguiendo las técnicas tradicionales.

Artesanía: Es un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, hecho por procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas.

Artesano: Persona que realiza objetos artesanales con materiales de la zona en la que viven.

Artista: Persona que practica alguna de las bellas artes como la música, pintura, escultura, arquitectura, danza y poesía.

Bachillerato: Conjunto de estudios, posterior a la educación secundaria, que capacita para el acceso a la universidad.

Capacidad: Circunstancia o conjunto de condiciones, cualidades o aptitudes, especialmente intelectuales, que permiten el desarrollo de algo, el cumplimiento de una función.

Conocimiento: Facultad del ser humano para comprender por medio de la razón de la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas.

Costumbres: Hábito o tendencia adquirido por la práctica frecuente de un acto.

Contexto: Conjunto de circunstancias que rodean una situación y sin las cuales no se puede comprender correctamente.

Cultura: Conjunto de conocimientos, ideas, tradiciones y costumbres que caracterizan a una clase social.

Cultura popular: Conjunto de patrones culturales y manifestaciones artísticas y literarias creadas o consumidas por las clases populares.

Creencia: Conjunto de principios ideológicos de una persona o un grupo social.

Desarrollo: Es el proceso de evolución, crecimiento y cambio de un objeto, persona o situación específica en determinadas condiciones.

Desempeño: Grado de desenvoltura que una entidad cualquiera tiene con respecto a un fin esperado.

Economía: Ciencia que estudia los recursos, la creación de riqueza y la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, para satisfacer las necesidades humanas.

Educación primaria: Es la que asegura la correcta alfabetización y algunos aspectos considerados imprescindibles.

Empírico: Que está basado en la experiencia y en la observación de los hechos.

Entorno: Conjunto de factores o circunstancias sociales, culturales, morales o económicos que rodean una cosa o a una persona, e influyen en su estado o desarrollo.

Equipo: Número reducido de personas con habilidades complementarias comprometidas con un propósito común, una serie de metas de desempeño y un método de trabajo del cual todas ellas son mutuamente responsables.

Escaso: Que es muy poco o insuficiente en número o cantidad.

Expresión: Representación, con palabras o con otros signos externos, de un pensamiento, una idea o un sentimiento.

Éxito: Efecto subjetivo y relativo de la consecuencia acertada de una acción o de un emprendimiento.

Familia: Conjunto de ascendientes, descendientes y demás personas relacionadas entre sí por parentesco de sangre o legal.

Fracaso: Resultado adverso en una acción que se esperaba sucediese bien.

Habilidades: Talento, pericia o aptitud para desarrollar alguna actividad.

Hipótesis: Suposición hecha a partir de unos datos que sirve de base para iniciar una investigación o una argumentación.

Importancia: Valor, interés o influencia de una cosa.

Ingreso económico: Los elementos monetarios que se acumulan y que se generan como consecuencia de un círculo de consumo – ganancia.

Innovación: Proceso en el cual a partir de una idea o reconocimiento de una necesidad, se desarrollan nuevas estrategias para realizar la explotación de los productos o servicios que posee una empresa.

Innovación en marketing: Son nuevos métodos de comercialización o cambios realizados, tratando de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores.

Innovación en organización: Implica la puesta en marcha de nuevos métodos de organización como atribución de responsabilidades y poder de decisión a los empleados.

Innovación en proceso: Es la introducción de un nuevo o mejorado proceso de producción, que implica cambios en los métodos de manufactura.

Innovación en producto: Es la introducción de un bien nuevo o mejorado, o cambios de las características de los bienes nuevos y las mejoras de los productos ya existentes.

Institución: Organismo público o privado que ha sido fundado para desempeñar una determinada labor cultural, científica o social.

Instrumentos de trabajo: Elemento que al ser combinado con otras piezas sirve en el ámbito de los oficios y las artes para determinados propósitos.

Intangible: Que no puede ser tocado o que carece de esencia física.

Maquinaria: Conjunto de máquinas que se usan para un fin determinado.

Materia prima: Cada una de las materias que se emplea para la conversión de productos elaborados.

Mercado: Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios.

Metropolitana: Región urbana que engloba una ciudad central que da nombre al área y una serie de ciudades satélites que pueden funcionar como ciudades industriales, comerciales y de servicios.

Modelo matemático: Es uno de los tipos de modelos científicos que emplea algún tipo de formulismo matemático para expresar relaciones, proposiciones sustantivas de variables, parámetros y relaciones entre variables, para estudiar comportamientos de sistemas complejos.

Modelo econométrico: Modelo científico que sigue los preceptos de la econometría, aplicando las técnicas estadísticas a las teorías económicas para su verificación y la solución de los problemas económicos.

Motivaciones: El énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de satisfacer una necesidad, aumentando con ello el impulso necesario para que ponga en obra esa acción, o bien para que deje de hacerlo.

Objetivo: Es el planteamiento de una meta o un propósito a alcanzar que tiene cierto nivel de complejidad.

Patrilineaje: Grupo de descendientes relacionados a través de un linaje común masculino.

Pequeña empresa: Empresa con características distintivas y ciertos límites ocupacionales y financieros. Están definidas por el número de empleados con los que se cuenta.

Popular: Que tiene su origen o pertenecen al pueblo.

Producto terminado: Es la fase final del proceso de transformación de materias primas para su distribución y consumo.

Recursos: Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad.

Regresión lineal: Es un método matemático que modela la relación entre una variable dependiente, las variables independientes y un término aleatorio.

Significancia: Es la probabilidad de que sea cierta la hipótesis alterna.

Sistema: Conjunto ordenado de normas y procedimientos que regulan el funcionamiento de un grupo o colectividad.

Subsistencia: Conjunto de alimentos y de los medios necesarios para sobrevivir.

Taller artesanal: En un centro de producción que posee diversidad creativa de los artesanos para elaborar sus productos.

Tangible: Que puede ser tocado.

Telar: Dispositivo o instrumento que se utiliza para tejer.

Teoría: Conjunto de reglas, principios y conocimientos de una ciencia, una doctrina o una actividad, que explican un fenómeno deducidas a partir de la observación, la experiencia o el razonamiento lógico.

Tradición: Es cada uno de aquellos acuerdos que una comunidad considera dignos de constituirse como una parte integral de sus usos, costumbres y el conocimiento heredado a la siguiente generación.

Turismo: Actividad recreativa que consiste en viajar o recorrer un país o lugar por placer.

Valioso: Que vale mucho o que tiene importancia.

Valores: Son principios que permiten orientar el comportamiento en función de la realización de las personas.

Variable: Que está sujeto a cambios frecuentes o probables.

Venta: Proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos.

Referencias de consulta

- Agha, S., Alrubaiee, L. y Jamhour, M. (2012). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International journal of business and management*.7(1), 192-204.
- Albertos, J. (2002). Cultura, innovación y desarrollo local. *Boletín de la A.G.E.* 31, 229-244.
- Albuquerque, F. (2014). Metodología para el desarrollo económico local. *Desarrollo humano local* (pp.313-326).
- Alcalá, M. (2006). *Sistema universitario de innovación en apoyo a la microempresa marginada de la industria de alimentos en Baja California*. Tijuana:UABC.
- Alcalá, M. (2009). *Potenciales de desarrollo de redes de conocimiento en el campo de la biotecnología marina en Baja California*. Tijuana:UABC.
- Álvarez, J. (1982). El arte popular. *Antologías de textos sobre arte popular*. (165-177). México: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.
- Alzate, M. (2011). El análisis de la acción colectiva desde la perspectiva de la política cultural. En C. Gutiérrez (comp). *Avatares del estudio de las organizaciones* (pp. 115-133). México: Fontamara.
- Amit, R. y Schoemaker, P. (1993). Strategic asset and organizational rent. *Strategic Management journal*. 14(1),33-46.
- Anaya, A. (2009). Factores psicosociales en pequeñas empresas de artesanía: resultados de una investigación-acción-participativa para mejorar las condiciones de seguridad e higiene en el trabajo. *Ciencia y trabajo*. (11) 32, 117-121.
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMEs del Estado de Veracruz. *Revista contaduría y administración*. 216, 35-69.
- Arata, N. (2011). La formación del artesano en los escritos de Manuel Belgrano. *Revista del IICE*. 30, 57-72.

- Ardichvili, A., Mitchell, J. y Jondle, D. (2009). Characteristics of Ethical Business Cultures. *Journal of Business Ethics*. 85, 445-451.
- Artes de México. (2007). *Arte antiguo cora y huichol. La colección de Konrad T. Preuss*. Núm. 85. México: Artes de México y el Mundo.
- Astrachan J., Klein, S. y Smyrnios, K. (2002). The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem. *Family business review*.15, 45-58.
- Atl, Dr. (1982). Las artes populares en México. *Antología de textos sobre arte popular* (pp.19-39). México: Fondo Nacional para el Fomento de las artesanías.
- Avedano, J., Kelly, L., Trevinyo, R. y Madero, S. (2009). A family-based competitive advantage: handling key success family factors in mexican family business. *Revista cuadernos de administración*, 22, 191-212.
- Ayala, J. (1999). *Instituciones y economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Azuela, J. y Cogco, R. (2013). Public policy of crafts in México: a misconception. *Munich personal RePEc Archive*. Consultado en línea <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/50657/>
- Balazote, A. y Rotman, M. (2006). "Artesanías Neuquinas": Estado y comercialización de artesanías mapuche. *Revista Theomai*.14. 58-65.
- Barney, J. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?. *The academy of management review*. 11(3), 656-665.
- _____ (1986). Strategic factor markets: expectations, luck, and business strategy. *Management science*. 32,1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17, 99-120.
- Barney, J. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27, 643-650.

- Benedetti, C. (2012). Producción artesanal indígena y comercialización: entre los "buenitos" y los "barateros". *Haguaré* 26(1), 229-262.
- Benedetti, C. (2014). Desde las colecciones al mercado "global". Reflexiones sobre patrimonio y artesanías indígenas. *ILHA revista de antropología*. 359-380.
- Bernal, J., y Martínez, S. (2011). La MIPYME española y el comercio electrónico: características que pueden ser comparables con la MIPYME iberoamericana. En G. Maldonado (ed.) *Factores de competitividad en la MIPYME* (pp. 55-71). México: UAA.
- Bertalanffy, L. (2012). *Teoría general de los sistemas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Best, A. (1982). Del origen y peculiaridades del arte popular Mexicano. En FONART *Antología de textos sobre arte popular (pp.41-57)*, México Fondo Nacional para el Fomento de las artesanías.
- Bianchi, P. y Miller, L. (1999). *Innovación y Territorio, Políticas para las pequeñas y mdianas empresas*. México: Jus.
- Blanco, A. y Díaz, D. (2005). El bienestar social su concepto y medición. *Revista Psicothema*. 17(4), 582-589.
- Blanco, P. (2004). Estrategias de comercialiazción en el sector artesano. Del taller a los mercados. *Revista de desarrollo rural*. 22-23.
- Bonfil, G. (1995). De culturas populares y política cultural. *Culturas populares y política cultural* (pp. 11-21). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Buckley, P. y Casson, M. (2007). Edith Penrose´s Theory of the Growth of the Firm and the strategic management of multinational enterprises. *Management international review*. 47(2), 151-173.
- Burciaga, J. (2008). *Manos en armonía. Historias de vida en el arte popular zacatecano*. Zacatecas: CONACULTA.
- Burciaga, J. (2009). *Guadalupe, memoria sobre el arte popular*. Zacatecas: CONACULTA.

- Burciaga, J. (2010). *Zacatecas, memoria sobre el arte popular*. Zacatecas: CONACULTA.
- Calderón, G. (2006). Competencias distintivas en las pymes: un aporte desde gestión humana. *Innovar*.16(27),57-71.
- Calderón, A., Ferraro, C., Ascuá, R., Boscherini, F. y Salcedo, A. (2013). Cómo mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe. *Revista CEPAL*, 37, 9-37.
- Canizales, M. (2010). *Alfarería y cerámica en Zacatecas*. Zacatecas: CONACULTA.
- Cameron, K. y Quinn, R. (1999). *Diagnosing and changing organizational culture*. Michigan: Prentice Hall.
- Carbajal, L. (2013). Los artesanos de Puebla y el arancel de 1821. *Análisis económico*. 23 (68), 135-154.
- Cardini, L. (2005). Las "puestas en valor" de las artesanías en Rosario. Pistas sobre su "aparición" patrimonial. *Cuadernos de antropología social*. 21,91-109.
- Cardona, R. (2011). Estrategia basada en los recursos y capacidades. Criterios de evaluación y el proceso de desarrollo. *Revista Forum Doctoral*, 4,113-147.
- Carreño, J. (1995). Las políticas de cultura popular del Estado. *Culturas populares y política cultural* (pp.23-29). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Carreón, P., Capelleras, J. y Giménez, V. (2013). La capacidad emprendedora de los estados mexicanos: una aproximación basada en la Teoría de Recursos. *Ciencias administrativas. Teoría y praxis*. 1(9). 255-279.
- Casero, J., Púlido, D. y Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. 11, (3), 209-230.
- Caso, A. (1982). La protección de las artes populares. En Fonart *Antología de textos sobre artes popular*. (pp.66-76). México: Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías.

- Castañeda, J., Hernández, M., y Castro, C.(2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Revista pensamiento y gestión*, 26, 165-190.
- Castillo, I. y Portela, M. (2014). Tecnología y competitividad en la teoría de recursos y capacidades. Se desconoce revista.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. México:Mc Graw Hill.
- Clara, C. (2004). Aspectos culturales en la problemática artesanal de El Salvador. *Revista Científica*, 5,96-101.
- Colombres, A. (2009). *Teoría de la cultura y el arte popular. Una visión crítica*. México:CONACULTA.
- Colín, M., y Rodríguez, R. (2011). Competitividad e innovación en la industria manufacturera del estado de Guanajuato. Un estudio comparativo. En C. Gutierrez (comp.) *Avatares del estudio de las organizaciones*. (pp. 361-378). México: Fontamara.
- Comerci, M. (2011). Tejedoras de ilusiones. Mujeres artesanas en el oeste de La Pampa. *Huellas*. 15, 72-90.
- Correa, O., Correa, G. y Carmona, R. (2008). Los tipos de espacios de la economía artesanal-turística en México. *Revista UNAM*. 1, 1-14.
- Correa, L., González, R. y Leal, F. (2013). Los talleres artesanales de la Zona Metropolitana de Zacatecas:aspectos históricos y su problemática frente a los retos de la globalización. *Estructura productiva y potenciales de la economía del estado de Aguascalientes: una perspectiva regional*. (pp.113-129). Aguascalientes:Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Correa, L., González, R. y García, B. (2015). Análisis de la influencia familiar en los talleres artesanales de México. *Revista internacional administración & finanzas*. 8(3),93-102.
- Covarrubias, M. (1982). Obras selectas del arte popular. FONART *Antología de textos sobre arte popular*. (pp.77-85). México. Fondo Nacional para el fomento de las artesanías.

- Cuche, D. (2004). La noción de la cultura en las ciencias sociales. *Revista de antropología*. 233-237.
- Cuevas, J. (2007). Turismo y consumo artesanal en Tlaquepaque, Jalisco México en tres etapas del siglo XX. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. 13(26),103-125.
- Day, G. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of marketing*. 58 (4), 37-52.
- Deal, T. y Kennedy, A. (1985). Las empresas como sistemas culturales: ritos y rituales de la vida organizacional. México: Sudamericana.
- De la Rosa, A., Lozano, O. y Ramírez, J. (2009). Organización, empresa, y familia: de la empresa familiar a la organización familiar. *Gestión y estrategia*. 36, 17-36.
- De Luna, D. y Manzano, L. (2011). *La cultura para el ámbito organizacional. Propuesta teórico-metodológica en tres niveles: sistémico, abstracto y semiótico*. En C. Gutiérrez (comp.) *Avatares del estudio de las organizaciones*. (pp. 179-198). México: Fontamara.
- De Luna Fiallo, J.A. (2012). *Turismo rural en el municipio de Tecate: factor de desarrollo local*. (Tesis de maestría inédita). Colegio de la Frontera Norte.
- Dini, M., Ferraro, C. y Gasaly, C. (2007). Pymes y articulación productiva. Resultados y lecciones a partir de experiencias en América Latina. *Revista CEPAL*. 180,5-44.
- Dobb, M. (1986). Introducción a la economía. México: Fondo de cultura económica.
- Dobson, J., Duncombe, R. y Nicholson, B. (2010). Utilizing the internet to improve peasant artisan incomes: evidence from Mexico. *International Federation for information processing*, 292-309.
- Domínguez, M. y Hernández, J. (2007a). *Impacto, a dos años, de los programas del FONART en los indicadores de pobreza, producción y comercialización artesanal*. IPN. México: Instituto Politécnico Nacional.

- Domínguez, M. y Hernández, J. (2007b). *Impacto, a dos años, de los programas del FONART en los indicadores de pobreza, producción y comercialización artesanal*. IPN. Tomo 2, México: Instituto Politécnico Nacional.
- Domínguez, M., Hernández, J., y Toledo, A. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados. El caso de la artesanía en México. *Cuadernos de administración*.17, 127-158.
- Dosi, G. (1982). Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinants and directions of technical change. *Research policy* 11, 147-162.
- Escandon, D. y Arías, A. (2011). Factores que componen la competitividad de las empresas creadas por mujeres y las relaciones entre ellos. *Cuadernos de administración*. 24 (42), 165-181.
- Escandon, D., Arias, A. y Salas, J. (2012). Recursos y capacidades que inciden en el desempeño de los sub sectores económicos colombianos 2003-2004: un acercamiento desde la teoría basada en recursos. *Ingeniería y Competitividad*, 14, 53-67.
- Esparza, J. y García, D.(2011). La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica. *Cuadernos de administración*. 24(42)295-313.
- Estrella, N., Morgado, A., Escudero, A., Abrego, H., Muñiz, I.,Lima, J. y Santos, R. (2009). Diagnóstico de la producción de artesanías en San Nicolás de los Ranchos: Las últimas manos que tallan la piedra. *Diagnóstico Social Comunitario*, 1, 353-376.
- Fariselli, P., Dupuy, Y., Rau, C., Bellotti, C. y Beneduce, A. (1999). Políticas que favorecen la innovación y transferencia de tecnología en las pymes. *Innovación y territorio. Políticas para las pequeñas y medianas empresas* (pp. 181-229). México: Jus.
- Fariselli, P. y Rau, C. (1999). Sobre la transferencia de tecnología. *Innovación y territorio, Políticas para las pequeñas y medianas empresas* (pp. 157-180). México: Jus.

- Fernández, E., Montes J. y Vázquez, C. (2014). Los recursos intangibles como factores de la competitividad de la empresa. *Revista D-O*, 10, 83-98.
- Ferreira, J., Azevedo, G. y Fernández, R. (2011). Contribution of Resource-based view and entrepreneurial orientation on small firm growth. *Cuadernos de gestión*. 11, 95-116.
- Fierro, E. y Mercado, P. (2012). La innovación organizativa y sus predictores desde la Teoría de Recursos y Capacidades. *Administración y organizaciones*. 6, 1-23.
- Flores, M. (2005). Gerencia del conocimiento: su relación con la generación de capacidades innovativas. *Revista de ciencias sociales*. 11(2), 229-245.
- FONRAT, (2009). Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. *Manual de diferenciación entre artesanía y manualidad*. México: FONART.
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). *Cuadernos de desarrollo rural*, 10(72), 141-158.
- Friedemann, N. (1971). Joyería Barbacoana: Artesanía en un complejo orfebre con supervivencias precolombinas. *Estudios de negros en el litoral pacífico colombiano*. 1, 54-85.
- Fuentelsaz, C. (2004). Calculo del tamaño de la muestra. *Matronas profesión*. 5 (18). 1-9.
- Fuentes, G., Hernández, M. y Vallejo, M. (2008). Razones para crecer en la empresa familiar: un análisis comparativo. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*. 14(3), 15-34.
- Gamío, M. (1982). La industria Nacional. En FONART *antología de textos sobre arte popular*.(pp.137-143). México: Fondo Nacional para el fomento de las artesanías.
- Gallo, M. y Cappuyns, K. (2004). Characteristic of successful family businesses. *Chair of family business*. Navarra: IESE Business School. 542, 1-14.
- García, N. (2002). *Culturas populares en el capitalismo*. México: Grijalbo.
- García, N. y Piedras, E. (2003). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI editores.

- García, D., Marín, S. y Martínez, F. (2006). La contabilidad de costos y rentabilidad de la PYME. *Contaduría y administración*. 218,39-59.
- García, M. y Ramírez, L. (2012). *Análisis y propuesta de variables que inciden en la competitividad y dirigen las PYMEs hacia la excelencia*. México. Universidad de Guanajuato.
- Garza, M., Medina, J., Cheín, N., Jiménez, K., Ayup, J. y Díaz, J. (2011). Los valores familiares y la empresa familiar en el nordeste de México. *Cuadernos de administración*. 42, 315-333.
- Giménez, G. (1999). Territorio, cultura e identidades la región socio-cultural. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. 9 (26), 25-57.
- Giménez, G. (2005). Cultura, identidad y metropolitanismo global. *Revista mexicana de sociología*. 67 (3), 483-512.
- Giménez, G. (2008). Cultura, identidad y memoria. Materiales para una sociología de los procesos culturales en las franjas fronterizas. *Frontera norte*. 21 (41), 7-32.
- González, R., Blanco, M. y Fernández, R. (2014). Factores culturales organizacionales y psicosociales para una implantación exitosa de empresas extranjeras en México, estudio preliminar. *Ciencias administrativas. Teoría y praxis*. 1(10) 89-105.
- Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of competitive advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 114-135.
- Graterol, R. (2009). Valores y estrategias gerenciales para el desarrollo endógeno. Artesanos de Miraca, municipio Falcón del Estado Falcón. *Multiciencias*. 9(1), 24-30.
- Guillén, I. (2010). La organización como un espacio de manifestación cultural: El artesano, un estudio de caso en México. *Actualidad contable*.13(21), 34-62.
- Haber, S. y Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures -The case of the tourism industry-. *Journal of small business management*, 43(3), 257-286.

- Hernández, J., Domínguez, M., Moreno, I., y Ortega, N. (1998). Estrategias competitivas en artesanía. *Revista Iztapalapa* 44, 261-276.
- Hernández, J., Domínguez, M. y Ramos, A. (2002). Canales de distribución y competitividad en artesanías. *Estudios sobre Estado y Sociedad*. 25, 143-164.
- Hernández, J., Yescas, M. y Domínguez, M. (2007a). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Revista de estudios gerenciales*. 104 ,77-99.
- Hernández, J., Domínguez, M., y Caballero, M. (2007b). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Centros de Investigación y docencia Económicas*. 2, 353-379.
- Hernández, J., Domínguez, M., y Espinosa, C. (2007c). Orientación al mercado y desempeño en artesanías. *Revista naturaleza y desarrollo* 1 , 27-40.
- Hernández, J., Domínguez, M., y Mendoza, L. (2010a). Desempeño de negocios de artesanía después del movimiento social de 2006 en Oaxaca México. *Revista espiral estudios sobre estado y sociedad*, 48 ,205-240.
- Hernández, R., Fernández, R. y Baptista, L. (2010b). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, V., Pienda, D. y Andrade, M. (2011). Las mipymes artesanales como un medio de desarrollo para los grupos rurales en México. *Revista universidad y empresa*. 21, 65-92.
- Hillman, H. (1988). The crafts in the post-modern economy. *Journal of cultural economics*. 12 (2), 39-66.
- Huerta, P., Navas, J. y Almodóvar, P. (2004). La diversificación desde la teoría de recursos y capacidades. *Cuadernos de estudios empresariales*. 14, 87-104.
- IDEAZ. (2012). Instituto de Desarrollo Artesanal de Zacatecas. Padron de artesanos. Gobierno del Estado de Zacatecas.
- INEGI. (2013). Instituto Nacional de Estadística Geografía. - Guadalupe, Zacatecas. Consultado 21-Enero-2013, 2013.

- INEGI. (2014). Instituto Nacional de Estadística Geografía. – Zacatecas, Zacatecas. Consultado el 20-Agosto-2014, 2014.
- INEGI. (2014). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta en hogares/micronegocios 2012. Disponible en línea: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/Encuestas/Hogares/modulos/enamin/enamin2012/default.aspx>
- INEGI. (2015). Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Informática. Análisis de la demografía de los establecimientos 2012. Resultados. México.
- Jalomo, F. (2009). Desarrollo local en contextos metropolitanos. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*,8(22), 1-11.
- Jaspe, S. A. de. C. V. (2009). *Diagnóstico regional de artesanías*. Zacatecas: Instituto de Desarrollo Artesanal del Estado de Zacatecas.
- Jiménez, J., Domínguez, M. y Martínez, C. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Revista pensamiento y gestión*. 26, 165-190.
- Juliao, C. (1999). *Metodología de la investigación*. México: ACAC.
- Kor, Y. y Mahoney, J. (2004). Edith Penrose's (1959) Contributions to the Resource-based View of strategic Management. *Journal of Management Studies*, 41, 183-191.
- Kohli, A. y Jaworski, B. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*. 54,1-18.
- Lagunas, D. (2010). El dilema de Mata Ortiz: turismo, artesanía y goce estético en el desierto de Chihuahua, México. *Revista Líder*. 17 (12),177-201.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product development. *Strategic management journal*. 13, 111-125.
- Letchipía, M. (2009). *Al son de nuestra piel*. Zacatecas: CONACULTA.
- Levine, R., Loayza, N. y Beck, T. (2000). Financial intermediation and growth: causality and causes. *Journal of Monetary Economics*. 46, 31-77.

- Lewis, K. (2008). Small firm owners in New Zealand: In it for the "good life" or growth?. *Small enterprise research*. 16(1), 61-69.
- Loera, M. (2005). Una tradición a punto de romperse Artesanos es peligro de extinción. *Gaceta universitaria UDG*. 1, 18-19.
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W. y Palich, L. (2007). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill
- López, C. Ríos, M. y Molina, R. (2014). Propiedad, control y participación familiar en las empresas de la región Laja Bajío, Guanajuato. Un análisis comparativo a partir de la dimensión tamaño. *Ciencias administrativas. Teoría y praxis*. 1(10) 155-168.
- López, S., Rosales, S., Espinoza, J., y Martínez, R. (2002). *Los Sistemas Regionales de Innovación*. Un acercamiento al caso de Sinaloa. Culiacan: UAS.
- Maldonado, G., Montejano, S. y López, G. (2014). Los procesos de producción y su efecto en la competitividad. *Ciencias administrativas. Teoría y praxis*. 2(10)51-66.
- Martínez, P. (1982). Varias definiciones sobre el arte popular. FONART, *Textos sobre arte popular* (pp. 235-253). México: Antología.
- Martínez, J. (1995). Resistencia comunitaria y cultura popular. *Culturas populares y política cultural* (53-64). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento y gestión*. 20, 165-193.
- Martínez, S. y Mauricio, L. (2006). *Sistema de buenas prácticas en desarrollo económico local. Una revisión preliminar de la experiencia*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social. Santiago: CEPAL.
- Martínez, M. (2010). Relaciones entre cultura y desempeño organizacional en una muestra de empresas colombianas: Reflexiones sobre la utilización del modelo de Denison. *Cuadernos de administración*. 40,163-190.

- Martínez, C., García, D. y Maldonado, G. (2011). *Factores de competitividad en la MIPYME*. Aguascalientes: UAA.
- Masuo, D., Fong, G., Yanagida, J. y Cabal, C. (2001). Factors associated with business and family success: a comparasion of single manager and dual manager family business households. *Journal of family and economic issues*. 22(1), 55-73.
- Mathews, J. (2002). A resource-based view of Schumeptertian economic dynamics. *Journal of evolutionary economics*. 12,29-54.
- Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. *Estudios urbanos regionales* 28 (84),1-32.
- Meyer, J. (2009). ¿Qué es el desarrollo económico local? ¿Por qué es tan difícil? En E. Dussel (coord.) *Perspectivas y retos de la competitividad en México* (pp.136-173). México: UNAM.
- Moctezuma, P. (2011). Familia patriarcal y trabajo artesano: Una forma organizativa laboral sustentada en el parentesco. *Revista la ventana* 36, 134-177. México: UNAM.
- Monks, J. (1991). *Administración de operaciones*. México:Mc Graw Hill.
- Moori, V. y Yoguel, G. (1998). El desarrollo de las capacidades innovativas de las firmas en un medio de escaso desarrollo del sistema local de innovación. *Globalización e innovación localizada*. 20, 2-36.
- Nahmad, S. (1995). Características del pluralismo cultural. *Culturas populares y política cultural* (pp.65-76). México: CONACULTA.
- Nelson, L. (2006). Artesanía, mobility and the crafting of indigenous identities among Purhépechan women in México. *Jourgnal of Latin American Geography*. 5(1), 51-77.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambrigde. Cambrigde University Press.
- Novelo, V. (1995). La expropiación de la cultura popular. *Culturas populares y política cultural* (pp.77-85). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

- Novelo, V. (2002). Se indio, artista y artesano en México. *Revista Espiral*. 9(25), 165-178.
- Novelo, V. (2004). *La fuerza del trabajo artesanal en la industria mexicana. II Congreso Nacional de Historia Económica*, México.
- Novo, S. (1982). Nuestras artes populares. En FONART *Antología de textos sobre arte popular*. (pp. 59-63). México: Fondo Nacional para el Fomento de las artesanías.
- OECD. (2005). *Manual de Oslo Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación* Vol. 3ª edición. OECD.
- Oliva, C. (2009). Artesanía. *Universitas humanística*. 68- 287-296.
- Oliveras, M. y Albanese, V. (2012). Etnomatemáticas en artesanías de Trenzado: un modelo metodológico para investigación. *Bolema*. 24 (44), 1315-1344.
- Pacheco, J., Barrero, G. y Gómez, G. (2013). An Eco-Technological approach to handcraft production. Two cases in the Colombian caribbean region. *Cuadernos de desarrollo rural*. 10 (70), 115-129.
- Paige, R. y Littrel, M. (2002). Craft retailers' criteria for success and associated business strategies. *Journal of small business management*. 40(4),314-331.
- Paz, O. (1997). El uso y la contemplación. *Revista colombiana de psicología*.5 (6) 133-139.
- Porter, M. (1980). *Competitive strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press: New York.
- Porter, M. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*.77-90.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growthof the firm*. New York: Wiley.
- Pérez, J. (2012). La artesanía en el derecho. *Vniversitas*. 125, 287-318.
- Peteraf, M. (1993). The cornerstones of Competitive Advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14,179-191.
- Prahalad, C y Hart, S. (2002). The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy business*. 26,2-14.

- Ramos, C., Villalba, O. y Ramos, L. (2013). Relationship between competitive strategies and innovation types. *Ciencias administrativas. Teoría y praxis*. 1 (9),35-45.
- Reader´s Digest. (1983). *Inventos que cambiaron el mundo*. México: Reader´s Digest.
- Regino, J., Hernández, J. y Domínguez, M. (2006). Los recursos intangibles en el desempeño y en la ventaja competitiva sostenida de la empresa: el caso de los negocios en artesanía en una industria fragmentada de Oaxaca, México. *X Congreso Anual ACACIA*, San Luis Potosí.
- Reijonen, H. (2008). Understanding the small business owner: what they really aim at and how this relates to firm performance. *Management research news*. 31,8. 616-629.
- Reuter, J. (1982). Arte popular. *En FONART antología de textos sobre arte popular*. (Pp. 187-197). México; Fondo Nacional para el fomento de las artesanías.
- Reveles, M. (2009). *La marquetería de Guadalupe, una historia de familia*. Zacatecas: CONACULTA.
- Rivas, L. (2007). *Mapa de las teorías de organización: una orientación para empresas*. 23, 35-67.
- Robbins, S. y Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson 8ª. ed.
- Rodríguez, J. (2002). De artesanos rurales a comerciantes globales. La adaptación estratégica del sistema productivo local de Los Villares. *Boletín económico de ICE 2744*. 31-38.
- Rodríguez Camacho, R.R. (2011). *Estrategias empresariales para la innovación mediante la utilización de markplace en las PYMES*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Rodríguez, L., Bernal, M. y Cuervo, L. (2011). *Innovación social y desarrollo económico local*. En políticas sociales (170), Santiago:CEPAL.
- Rojas, C., Martínez, B., Ocampo, I. y Cruz, J. (2010). Artesanas mixtecas, estrategias de producción y cambio. *Revista de estudios de género. La ventana*. 31,102-138.

- Rotman, M. (2003). Modalidades productivas artesanales: expresiones de "lo local" en un mundo globalizado. *Revista artigos*. 3,135-145.
- Rubio, A., y Aragón, A. (2002). Factores explicativos del éxito competitivo. Un estudio empírico en la pyme. *Cuadernos de gestión*,2,49-63.
- Rubín, D. (1974). *Arte popular mexicano*. México:Fondo de cultura económica.
- Rubín, D. (1982). Las artes populares indígenas de América, supervivencia y fomento. En *FONART, Antología de textos sobre arte popular*. (pp.87-135) México: Fondo Nacional para el fomento de las artesanías.
- Rumelt, R. (1991). How much does industry matter? *Strategic Management Journal*, 12, 167-185.
- Saberi, S. y Mohd, R. (2012). Neural network application in predicting advanced manufacturing technology implementation performance. *Revista Neural comput y applic*. 21,1191-1204.
- Sáez, D. (2000). El portencial competitivo de las empresas: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*. 6(3),71-86.
- Salom, J. (2003). Innovación y actores locales en los nuevos espacios económicos: Un estado de la cuestión. *Boletín de la A. G. E*. 36, 7-30.
- Samuelson, P., y Nordhaus, W. (2006). *Economía*. Mc Graw-Hill. México.
- Sánchez, J., Gutiérrez, A., Maldonado, G. y Gaytán, J. (2011). La responsabilidad social corporativa y la competitividad en las MIPYMES: el caso del sector restauranterode Guadalajara. En G. Maldonado (ed). *Factores de competitividad en la MIPYME* (pp. 121-140). México: UAA.
- Sánchez, P., Domínguez, M. y Hernández, J. (2010). Género y comportamiento ambiental de los negocios de artesanías de barro. *Gestión y política pública*. 19(1), 79-110.
- Sánchez, P., Díaz, R., Bautista, A. y Toledo, A. (2013). Environmental compliance and economic and environmental performance: evidence from handicrafts small business in Mexico. *Journal Business Ethics*. 13(2), 1945-1958.

- SE, (2013). Secretaría de Economía. Consultado el 28-Enero-2013, 2013, de <http://www.economia.gob.mx/>
- Shivani, S., Mukherjee, S. y Sharan, R. (2006). Socio-cultural influences on Indian entrepreneurs: The need for appropriate structural interventions. *Journal of asian economics*. 17, 5-13.
- Suárez, F. (1994). La competitividad de las empresas. *Estudios Públicos*. 54, 151-175.
- Subiñas, M. (2011). Organización y género: Insumos teóricos y metodológicos para el estudio de la cultura organizacional. En C. Gutiérrez (comp.). *Avatares del estudio de las organizaciones* (pp. 155-178). México: Fontamara
- Tapia, M. (2010). ¿Extracción del voqui fuco: una práctica sustentable? Una aproximación hacia indicadores de sustentabilidad en economías familiares. *Revista Líder*. 17(12), 53-94.
- Teece, D. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, colaboration, licensing and public policy. *Research policy*. 15, 285-305.
- Toledo, A., Hernández, J. y Griffin, D. (2010). Incentives and the growth of Oaxacan subsistence businesses. *Journal of Business Research* 63:630-638.
- Toledo, A. (2012). La producción y comercialización de los textiles artesanales de Mitla, Oaxaca. *Aquí estamos, revista de exbecarios indígenas*, 16,20-28.
- Toledo, A., Díaz, R., Jiménez, J. y Sánchez, P. (2012). Defining succes in subsistence business. *Journal of Business Research*, 65,1658-1664.
- Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Editorial Plaza y Valdes.
- Uc, L., Canto, G. y Monforte, G. (2011). Vincularse con IES... ¿estrategia empesarial?. En G. Maldonado (ed.) *Factores de competitividad en la MIPYME*. (pp. 141-160). México: UAA.

- UNESCO. (2004). *Índice UNESCO Artesanía-Turismo Sección de arte. Artesanías y Diseño.*
- Vera, A. y Villalón, M. (2005). La triangulación entre métodos cuantitativos y cualitativos en el proceso de investigación. *Ciencia & trabajo.* 7 (16). 85-87.
- Volpe, L. y Biferali, D. (2008). Edith Tilton Penrose, The teoryof the Growth of the Firm. *Journal of Manage Governance.* 12, 129-125.
- Vicente, S. (2014). Con las ollas en el caldero. Reflexiones sobre el valor de ciertas artesanías. *Huellas.* 108-120.
- Villareal, R. (2003). La competitividad sistémica: conceptos y condiciones en México. En E. Dussel (coord). *Perespectivas y retos de la competitividad en México* (pp. 187-208). México:UNAM.
- Viteri, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa.* 6(3),71-86.
- Vivas, S. (2013). Las implicaciones de las capacidades dinámicas para la competitividad y la innovación en el siglo XXI. *Cuadernos de administración.* 26(47). 119-139.
- Ward, D. (2003). Una mirada antropológica hacia el mundo del artesano del Voqui Fuco en un contexto de desarrollo sostenible: San Juan de la Costa , X Región de Chile. *Revista Mad.* 9, 182-255.
- Wei, J., Liu, C. y Wang, J. (2014). The research on the value experience in the brand culture of sushan and the desing of product system service. *Springer international publishing switzeland.* 8528, 101-110.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based view of the firm. *Strategic management journal,* 5, 171-180.
- Wijewardena, H. y Cooray, S. (1994). Determinants of growth in small manufacturing firms: the Japanese experience. *Accounting & finance working paper.* 2-9.

- Yescas León, M. (2008). La cultura organizacional y el desempeño de los negocios de artesanía. (Tesis de maestría inédita). Instituto Politecnico Nacional.
- Yoguel, G., y Boscherini, F. (1999). El ambiente y los procesos innovativos: un modelo interpretativo de las actividades incrementales desarrolladas por las PyMEs Argentinas. En P. Bianchi (ed.) *Innovación y territorio. Políticas para las pequeñas empresas*. (pp. 265-294). México:Jus.
- Yi, Z., y Ruhana, C. (2011). The effect of activity-based costing on firms performance, a study among chinese manufacturing firms. *Australian Journal of basic and applied sciences*. 9, 227-237.
- Zavala, V. y Bariola, N. (2007). Discurso, género y etnicidad en una comunidad de Shipibos en Lima. *Debates en sociología*. 32, 50-69.
- Zapata, E. y Suárez, B. (2007). Las artesanas, sus quehaceres en la organización y en el trabajo. *Ra Ximahi*. 3 (3), 591-620.
- Zevallos, E. (2003). Micro, pequeñas y medianas empresas en América Latina. *Revista CEPAL* 79, 53-70.

ANEXOS

Anexo A.- Carta de aceptación de artículo.

Anexo B.- Instrumento de recolección.



Anexo A

IBFR The Institute for Business and Finance Research

PO BOX 4908 Phone: 808-959-9120 www.theibfr.com
 Hilo, HI 96720 Fax: 800-928-6595 Email: admin@theibfr.com
 USA

14 de julio de 2014

Luis Ángel Correa García
 Universidad Autónoma de Aguascalientes
 Centro de Ciencias Económicas Administrativas
 Av. Universidad # 940, Ciudad Universitaria
 Aguascalientes Aguascalientes 20131
 México

Referencia No. CR031214050

Estimado Profesor Correa García:

Felicitaciones! Basados en la recomendación de dos árbitros y la opinión del editor, su manuscrito titulado "**Análisis de la Influencia Familiar en los Talleres Artesanales de México**" ha sido aceptado para publicación en *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)*. Aceptación y publicación de manuscritos en *Revista Internacional Administración & Finanzas (RIAF)* es muy competitivo. Por tanto, su esfuerzo y contribución académica merece un gran reconocimiento. Adjunto encontrara:

1. Cartas de aceptación
1. Factura costo de publicación

Para finalizar su publicación, usted debe de completar los siguientes pasos:

2. Baje el Formulario de Permiso para Publicar en ingles "*Permission to Publish Form.*" Este formulario se encuentra disponible en www.theibfr.com/forms.htm.
3. Su formulario completo y formado por todos los autores debe ser enviado utilizando nuestro portal ubicado en www.theibfr.com/pp.htm
4. Realice el pago de su factura. Formas aceptadas de pago se encuentran en www.theibfr.com/metodospago.htm
5. Como autor contacto, visite nuestro sitio en <http://www.theibfr.com/shipping-journal.htm> para que procese su formulario de dirección postal. Asegúrese de indicar su dirección exacta. El Instituto enviara una sola vez el ejemplar de la revista que contiene su artículo. Su envío se realizara utilizando USPS correo aéreo. Este tipo de envío no ofrece rastreo. Si desea utilizar EMS, FEDEX, UPS or DHL, contáctenos para brindarle una cotizarle los costos de este tipo de envío.

Usted debe de completar esta pasos antes de **agosto 11, 2014**. El Instituto programará su artículo para publicación una vez recibido sus formularios y pago. Los editores se reservan el derecho de realizar cambios editoriales a su manuscrito una vez aceptado. Estos cambios pueden incluir modificar o eliminar secciones, tablas o figuras.

No dude en comunicarse conmigo si tiene alguna duda.

Saludos Cordiales,

Terrance Jalbert
 Terrance Jalbert, Ph.D.
 Editor in Chief
 editor@theibfr.com

Anexo B

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES
 DOCTORADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CENTRO DE CIENCIAS ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS

Fecha: Oct-14

PERFIL DEL PROPIETARIO

- V1** Edad del artesano: _____
- V2** Género 1. M () 2. F ()
- V3** Estado Civil 1. Soltero () 2. Casado () 3. Divorciado () 4. Unión libre () 5.- Viudo ()
- V4** Escolaridad: 1. Sin estudios formales () 2. Primaria () 3. Secundaria () 4. Bachillerato () 5. Profesional ()
- V5** ¿Cuál es el motivo principal por el que se inició en este negocio o actividad?:
1. Tradición familiar o lo heredó ()
 2. Para mejorar el ingreso ()
 3. Tenía dinero y encontró una buena oportunidad ()
 4. Otro ()
- V6** ¿Dónde adquirió la habilidad sobre el negocio:
1. Familia () 2. Auto-aprendizaje () 3. Escuela () 4. Trabajo anterior ()

PERFIL DE LA EMPRESA

- V7** Rama artesanal: _____
- V8** Edad del taller artesanal (años): _____
- V9** ¿La forma de asociación es?: 1. Familiar () 2. Pequeño taller () 3. Manufactura ()
- V10** Número de generaciones familiares que han participado en el taller _____

Instrucciones: *Marca con una cruz la respuesta correcta*

1. RECURSOS TANGIBLES

Materia Prima

- V11** ¿Las materias primas e insumos que utiliza son fáciles de conseguir?
 Si _____ No _____
- V12** ¿Tiene definido los días que realiza sus compras de materia prima?
 Si _____ No _____
- V13** ¿Cómo considera la calidad de su materia prima?
 Bueno _____ Mala _____
- V14** ¿Considera adecuado el precio de su materia prima?
 Si _____ No _____

Producto terminado

- V15** ¿Posee producto terminado almacenado?
 Si _____ No _____ (pase a la pregunta V18)
- V16** ¿Considera adecuado el espacio físico para almacenar su producto terminado?
 Si _____ No _____
- V17** ¿Sus productos terminados tardan más de un mes en salir del almacén?
 Si _____ No _____
- V18** ¿Utiliza empaque en sus productos?
 Si _____ No _____
- V19** ¿Ha establecido cambios en el empaque de sus productos?
 Si _____ No _____

Maquinaria y equipo

- V20** ¿Utiliza maquinaria, herramientas o instrumentos de trabajo?
 Si _____ No _____
- V21** ¿Cuántas piezas puede elaborar a la semana?

- V22** ¿Considera que para el buen desempeño de su negocio la maquinaria y equipo es?:
 Suficiente _____ Insuficiente _____
- V23** ¿Presenta fallas en su maquinaria y equipo?
 Si _____ No _____

INTANGIBLES

Conocimiento ¿Cómo se considera para?...

- V24** Administrar su taller artesanal
 Bueno _____ Malo _____
- V25** Conocer a los proveedores
 Bueno _____ Malo _____
- V26** Conocer a sus clientes
 Bueno _____ Malo _____

Motivaciones

V30 ¿Le agrada trabajar en su taller artesanal?

Si _____ No _____

V31 ¿Aceptaría un trabajo con un salario similar a lo que actualmente gana en su taller, pero donde usted tuviera acceso a los servicios del IMSS?

Si _____ No _____

V32 ¿Cuál es el salario mensual por el que usted aceptaría dejar su negocio o actividad?

\$ _____

V33 ¿Ha recibido algún reconocimiento por el desempeño de su oficio?

Si _____ No _____

V34 ¿Considera usted que la gente la reconoce como artesana?

Si _____ No _____

V35 ¿Se siente orgulloso de ser artesano?

Si _____ No _____

2. CAPACIDADES DE INNOVACIÓN

Innovación en producto

En el último año:

V36 ¿Ha hecho cambios en colores?

Si _____ No _____

V37 ¿Ha elaborado productos que son totalmente nuevos?

Si _____ No _____

V38 ¿Ha hecho cambios en tamaños de artículos?

Si _____ No _____

V39 ¿Ha hecho cambios en dibujos?

Si _____ No _____

V40 ¿Ha hecho cambios en formas?

Si _____ No _____

V41 ¿Ha hecho cambios en la calidad del producto?

Si _____ No _____

Innovación en proceso

V42 ¿Ha utilizado materiales mejorados?

Si _____ No _____

V43 ¿Ha reemplazado su maquinaria, herramientas o equipo?

Si _____ No _____

V44 ¿Ha cambiado la forma de producir sus artículos?

Si _____ No _____

Innovación en la organización

V45 ¿Ha realizado cambios a la organización del trabajo?

Si _____ No _____

V46 ¿Ha encontrado nuevas formas de distribuir sus productos?

Si _____ No _____

V47 ¿Ha buscado una mejor relación con sus clientes?

Si _____ No _____

V48 ¿Ha buscado una mejor relación con sus proveedores?

Si _____ No _____

V49 ¿Ha buscado una mejor relación con sus compañeros del taller?

Si _____ No _____

Innovación en marketing

V50 ¿Ha buscado la colocación de productos?

Si _____ No _____

V51 ¿Ha tratado de satisfacer mejor las necesidades de los consumidores?

Si _____ No _____

V52 ¿Se anuncia en algún lugar?

Si _____ No _____

V53 ¿Su taller artesanal tiene algún distintivo?

Si _____ No _____

Habilidades

V27 ¿Ha buscado algún tipo de asesoría?

Si _____ No _____

V28 ¿Ha participado en eventos?

Si _____ No _____

V29 ¿Cómo se considera para organizar la producción?

Bueno _____ Malo _____

3. ASPECTOS CULTURALES

Tradiciones

V54 ¿Considera usted que las tradiciones heredadas de sus padres permanecen a través del tiempo?

Si _____ No _____

V55 ¿Considera usted que sus hijos están interesados en preservar la tradición artesanal?

Si _____ No _____

Costumbres

V57 ¿Plasma en sus piezas de artesanías algunas de sus creencias?

Si _____ No _____

V58 ¿Aún elabora sus piezas artesanales como sus padres le enseñaron?

Si _____ No _____

V59 ¿Considera que sus piezas son auténticas?

Si _____ No _____

V60 ¿Considera que en su taller existe apego a costumbres familiares?

Si _____ No _____

Valores

V61 ¿Los valores que sus padres le inculcaron están presentes en el taller artesanal?

Si _____ No _____

V62 ¿Considera que su familia influye en su taller artesanal?

Si _____ No _____

V63 ¿Los miembros de su familia se sienten orgullosos de pertenecer al taller artesanal?

Si _____ No _____

4. DESEMPEÑO ECONÓMICO

V64 En promedio, ¿Cuánto le deja su negocio o actividad al mes? \$ _____

V65 ¿Cuántas piezas vende al mes? _____

Gracias por su valiosa participación