



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

## **Congreso Internacional de Investigación e Innovación**

**10 y 11 de Abril de 2014**

**“La Universidad como Formadora de Investigadores, Generadora de Conocimientos e Innovación Tecnológica”**

Universidad Centro de Estudios Cortazar

- **Título del trabajo:**

“La innovación en producto en los talleres artesanales de Zacatecas y de la Republica Mexicana”

- **Nombre del autor**

Luis Ángel Correa García

- **Grado Académico y correo electrónico**

Maestro en Administración      correo: [luisangel\\_zac@hotmail.com](mailto:luisangel_zac@hotmail.com)

- **Nombre de la institución**

Universidad Autónoma de Aguascalientes



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

## **Resumen, Abstract, Palabras clave**

El propósito de este trabajo es analizar los factores que explican la innovación en producto que realizan los artesanos de catorce estados de la República Mexicana entre los cuales podemos encontrar a Hidalgo, Oaxaca, Chiapas, San Luis Potosí, Michoacán, Puebla, Distrito Federal, Jalisco, Querétaro Estado de México, Aguascalientes, Guerrero y Zacatecas, con el objetivo facilitar la toma de decisiones en este tipo de empresas en su mayoría familiares ya que afrontan importantes retos ante un mundo cada más globalizado y competido para así ofrecer información útil que les permita ser más competitivas. Para tal fin se utilizó un análisis factorial para conocer los factores que explican la innovación en producto.

Se encontró que las variables convergen en un componente los cuales lo integran: los cambios en tamaños de artículos, cambio en formas y los cambios en dibujos.

Palabras clave: Innovación, talleres artesanales, producto.

### **I. Introducción**

La artesanía es una manifestación local, que parte de una construcción social de identidad y tradición (Hernández, Yescas y Domínguez, 2007), al estudiar a esta expresión de cultura popular, encontramos que son pocos los estudios que abordan los talleres artesanales desde la perspectiva de las ciencias administrativas, ya que existen estudios que abordan este importante tema desde el punto de vista antropológico o histórico. El estudio de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), son consideradas en la literatura como el sector más importante, puesto que forman un fuerte componente del crecimiento



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”

Multidisciplinario

10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

económico dentro de los países en vías de desarrollo como es el caso de México, dan empleo a un alto número de trabajadores y son las empresas que generan mayores oportunidades a las personas de las poblaciones más pequeñas.

Dentro del sector manufactura se encuentran los talleres artesanales, que son unidades económicas en su mayoría familiares, talleres portadores de una tradición heredada de generación en generación (Burciaga, 2010), en el presente estudio abordaremos la comercialización que realizan dichas unidades económicas ya que es parte vital en el funcionamiento de cualquier empresa (Baca, 2010), por ende se puede producir la mejor artesanía en su género y al mejor precio pero por el contrario si no se tienen los medios para hacerlo llegar al consumidor en forma eficiente, dicho taller artesanal ira a la quiebra.

El propósito de este trabajo es analizar la innovación en los talleres artesanales y su influencia en el ingreso promedio mensual de los talleres artesanales de trece estados de la República Mexicana de los estados de Aguascalientes, Chiapas, Distrito Federal, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala y Zacatecas, con el objetivo de facilitar la toma de decisiones en mercados tan competidos y globalizados. Se realizó un análisis de regresión estadística que incluye como variables dependientes la innovación en producto, en proceso y en organización y como variable dependiente en el ingreso promedio mensual.

En años recientes se ha dado mayor importancia al estudio de las empresas manufactureras por ser generadoras de valor como por ser la principal fuente de empleo en la mayoría de los países, sin que México sea la excepción (Colín y Rodríguez, 2011). Al analizar la innovación dentro del sector artesanal se brinda información útil que apoye su proceso de toma de decisiones y les permita a los talleres ser más competitivos, partiendo de que la innovación es un aspecto fundamental y es una condición necesaria para alcanzar la competitividad. Para tal



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
Multidisciplinario  
10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
ISBN: 978-607-95635

fin se analiza el caso de los talleres artesanales de algunos estados de la Republica Mexicana en función de que es importante por su arraigo cultural y que con el paso del tiempo han sido desplazadas por objetos fabricados en serie.

La innovación juega un papel sobresaliente en el mejoramiento de la competitividad del desarrollo local y el crecimiento económico, dentro de la literatura, el análisis de la innovación resulta fundamental ya que ayuda a definir las estrategias competitivas que podrían aprovechar los talleres productores de artesanías, se parte de la idea de que la capacidad de innovación de una empresa es determinante en su nivel de competitividad y por ende, afecta su desempeño. En años recientes se ha dado mayor importancia al estudio de las micros y pequeñas empresas manufacturas por ser la principal fuente de empleo en la mayoría de los países del mundo, sin que México sea un caso singular, estas empresas enfrentan grandes retos ante un mercado cada vez más globalizado y competido. Se destaca la gran flexibilidad que tiene 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 (Colin y Rodríguez, 2011). Hasta la crisis de los setenta, las actividades de innovación consistían en la creación de nuevos productos y procesos, la presencia de economías de escala en la producción, desarrollada en áreas específicas, con responsabilidades claras y objetivos predeterminados (Yoguel y Boscherini, 1999).

La creatividad se refiere a la habilidad para combinar ideas de manera única o realizar asociaciones poco usuales entre ellas, una organización que estimula la creatividad aplica formas únicas de trabajar o soluciones novedosas a problemas, pero la creatividad por sí misma no es suficiente ya que los resultados del proceso de creatividad necesitan ser transformados en productos o método de trabajo útil, a lo que Robbins y Coulter (2005) denominan innovación.



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”

Multidisciplinario

10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

La innovación se refiere al proceso completo desde el uso de la creatividad, investigación y generación de nuevas ideas, planes y desarrollo, nuevas políticas y procedimientos, investigación del mercado hasta la comercialización aplicación del nuevo producto o servicio (Hernández, Hernández y Caballero, 2007). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, en el manual de Oslo, define como la introducción de un nuevo o un bien significativamente mejorado, entendiéndose como los cambios en materiales, componentes u otras características que hacen que estos productos tengan un mejor rendimiento (OECD, 2005). Para Porter es una actitud y una acción de mejora encaminada a competir globalmente, aplicado al sector artesanal por su parte Domínguez, Hernández y Toledo (2004) escriben que es el grado en que los artesanos han hecho mejoras y cambios a productos, procesos, procedimientos administrativos y las formas de comercializar los productos, por lo tanto la innovación permite a los talleres artesanales ofrecer productos diferentes y nuevos, mayor facilidad de venta, ya que puede manejar mejor sus precios, reflejándose en mayores utilidades, lo que les permite vivir en un ambiente sin preocupaciones.

Para Hernández, Domínguez y Espinosa (2007) se refiere al proceso completo desde la creatividad, investigación, y generación de nuevas ideas, estudios de costos-efectividad, análisis de riesgo, plan y desarrollo, nuevas políticas y procedimientos, hasta la comercialización así como la aplicación del nuevo producto. Otros autores como Yoguel y Boscherini (1999) la definen como la potencialidad de idear, planear y realizar innovaciones a partir del uso de los conocimientos tecnológicos y organizativos, tanto formales como informales, por último para López et al., (2002) la innovación es un proceso interactivo de aprendizaje y conocimiento acumulado dentro del cual se entrelazan los factores exógenos y endógenos al Sistema de Innovación Regional.

El primer objetivo de la innovación es el de satisfacer a los clientes (Fariselli y Rau, 1999). La innovación puede ser investigada en tres niveles, el primero es el



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
 Multidisciplinario  
 10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
 ISBN: 978-607-95635

sectorial, el segundo el regional y el tercero el de empresa o proyecto (Hernández et al., 2007). Empero, la falta de recursos financieros, es uno de los obstáculos que bloquean, o retrasan la introducción de la innovación en las pequeñas y medianas empresas (Fariselli, Dupuy, Rau, Belloti y Beneduce, 1999), para que exista innovación hace falta como mínimo que el producto, el proceso, el método de comercialización sean nuevos o significativamente mejorados.

## II. Metodología

### Muestra

La muestra se selecciono por conveniencia, es decir no sigue a ninguna fórmula estadística, ya que la encuesta se aplicó a los artesanos que se encontraban instalados en el marco de las Feria Nacional de Zacatecas (FENAZA), en el mes de Septiembre de 2013 lugar donde se entrevisto a 22 artesanos de diversos estados de Aguascalientes, Chiapas, D.F., Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tlaxcala y Zacatecas. Estos talleres fueron seleccionados por el FONART para participar en la FENAZA, y 28 talleres artesanales de diversos municipios del Estado de Zacatecas por la Sub-secretaría de Desarrollo Artesanal perteneciente a Gobierno del Estado de Zacatecas.

Con el objeto de dar una perspectiva general del la distribución muestral se presenta la siguiente tabla donde se puede analizar la frecuencia de cada estado de los talleres invitados por FONART.

| <b>Cuadro 1.- Distribución muestral por entidad federativa</b> |            |            |             |
|--|------------|------------|-------------|
| Estado   | Frecuencia | Porcentaje | Acumulativo |
| Aguascalientes   | 1          | 2          | 2           |
| Chiapas  | 3          | 6          | 8           |
| Distrito Federal   | 1          | 2          | 10          |
| Estado de México   | 1          | 2          | 12          |



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
 Multidisciplinario  
 10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
 ISBN: 978-607-95635

|                 |    |     |     |
|-----------------|----|-----|-----|
| Guerrero        | 3  | 6   | 18  |
| Hidalgo         | 1  | 2   | 20  |
| Jalisco         | 1  | 2   | 22  |
| Michoacán       | 2  | 4   | 26  |
| Oaxaca          | 2  | 4   | 30  |
| Puebla          | 3  | 6   | 36  |
| Querétaro       | 1  | 2   | 38  |
| San Luis Potosí | 1  | 2   | 40  |
| Tlaxcala        | 2  | 4   | 44  |
| Zacatecas       | 28 | 56  | 100 |
| Total           | 50 | 100 |     |

Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada.

En el cuadro 2 se muestra la distribución muestral por ramas artesanales.

| <b>Cuadro 2.- Distribución muestral por rama artesanal</b> |            |            |             |
|--|------------|------------|-------------|
| Rama Artesanal   | Frecuencia | Porcentaje | Acumulativo |
| Fibras vegetales   | 4          | 8          | 8           |
| Textil   | 10         | 20         | 28          |
| Joyería  | 5          | 10         | 38          |
| Talla de madera  | 4          | 8          | 46          |
| Bordado y deshilado  | 6          | 12         | 58          |
| Metalistería   | 3          | 6          | 64          |
| Arte huichol   | 2          | 4          | 68          |
| Talabartería   | 2          | 4          | 72          |
| Alfarería y cerámica                                       | 3          | 6          | 78          |
| Juguete tradicional  | 2          | 4          | 82          |
| Otras  | 9          | 18         | 100         |

Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuesta aplicada.

### Medición de variables

Para la operacionalización de variables se baso en el manual sobre innovación de la OECD, y el modelo propuesto por Hernández, Domínguez y Caballero (2006) que se refiere a la idea nueva de que el taller artesanal adopta para sus productos, utilizando una escala tipo likert de 5 items donde: 5 = muchísimo, 4= mucho, 3 = regular, 2=Poco, 1 = nada.



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
 Multidisciplinario  
 10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
 ISBN: 978-607-95635

| <b>Cuadro 3.-Innovación en producto</b>            |
|--|
| ¿Ha utilizado nuevas fuentes de colores?           |
| ¿Ha elaborado productos que son totalmente nuevos? |
| ¿Ha hecho cambios en colores?                      |
| ¿Ha hecho cambios en tamaños de artículos?         |
| ¿Ha hecho cambios en dibujos?                      |
| ¿Ha hecho cambios en formas?                       |

Dentro del análisis cinco personas encargadas de los talleres se negaron a proporcionar información, por lo que la muestra quedo integrada de cuarenta y cinco observaciones, sometidos al análisis factorial.

### III. Resultados

#### Resultados descriptivos

Analizando los resultados descriptivos podemos encontrar que el 58% de los talleres artesanales se encuentran en una zona urbana, que el 24% de los artesanos se encuentra en un rango de edad de entre 40 y 49 años, que el 46% cuenta con estudios de primaria, el 32% cuenta con ingresos promedio mensuales de \$1 a \$2,000, el 78% de los talleres artesanales su única fuente de ingreso es la venta de artesanías, el 50% de los dueños de los talleres son hombres, el 56% de los artesanos son casados, el 62% cuenta con entre 1 y 3 hijos, el 48% de los artesanos tenían otras actividades que no especificaron, el 62% entro en este negocio por herencia familiar y el 66% lo heredo de sus padres, lo que confirma lo descrito por Burciaga (2010) que la mayoría de los oficios de talleres artesanales son transmitidos de generación en generación.

El análisis de validez y confiabilidad que se aprecia en el cuadro 1, donde podemos apreciar que arroja una confiabilidad de .935 alpha de Cronbach, como lo muestra el cuadro 1.

#### Cuadro 4.- Estadístico de fiabilidad



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
 Multidisciplinario  
 10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
 ISBN: 978-607-95635

|                  |                |
|------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .935             | 7              |

**Cuadro 5.- KMO y prueba de Bartlett**

|  |                         |         |
|--|-------------------------|---------|
| Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. |                         | .829    |
| Prueba de esfericidad de Bartlett                    | Chi-cuadrado aproximado | 321.256 |
|  | GI                      | 21      |
|  | Sig.                    | .000    |

**Cuadro 6.- Comunalidades**

|   | Inicial | Extracción |
|---|---------|------------|
| Utilizado nuevas fuentes de colores           | 1.000   | .448       |
| Elaborado productos que son totalmente nuevos | 1.000   | .662       |
| Hecho cambios en colores                      | 1.000   | .632       |
| Hecho cambios en tamaños de artículos         | 1.000   | .875       |
| Hecho cambios en dibujos                      | 1.000   | .869       |
| Hecho cambios en formas                       | 1.000   | .872       |
| Hecho cambios en la calidad del producto      | 1.000   | .754       |

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

**Cuadro 7.- Varianza total explicada**

| Componente | Autovalores iniciales |                  |             | Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción |                  |             |
|------------|-----------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|
|            | Total                 | % de la varianza | % acumulado | Total  | % de la varianza | % acumulado |
| 1          | 5.112                 | 73.036           | 73.036      | 5.112  | 73.036           | 73.036      |
| 2          | .942                  | 13.463           | 86.498      |  |                  |             |
| 3          | .376                  | 5.367            | 91.866      |  |                  |             |
| 4          | .247                  | 3.535            | 95.401      |  |                  |             |
| 5          | .182                  | 2.606            | 98.007      |  |                  |             |



**“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”**  
 Multidisciplinario  
 10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México  
 ISBN: 978-607-95635

|   |      |       |         |  |  |
|---|------|-------|---------|--|--|
| 6 | .083 | 1.187 | 99.194  |  |  |
| 7 | .056 | .806  | 100.000 |  |  |

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Cuadro 8.-Matriz de componentes<sup>a</sup>

|   | Componente |
|---|------------|
|   | 1          |
| Utilizado nuevas fuentes de colores           | .670       |
| Elaborado productos que son totalmente nuevos | .814       |
| Hecho cambios en colores                      | .795       |
| Hecho cambios en tamaños de artículos         | .935       |
| Hecho cambios en dibujos                      | .932       |
| Hecho cambios en formas                       | .934       |
| Hecho cambios en la calidad del producto      | .868       |

#### IV. Conclusiones

Del análisis factorial podemos concluir que atendiendo el criterio de la varianza explicada, se puede observar que sólo un factor la explica en el 76% de la varianza extraída, dado que cada factor es una combinación lineal de diversas variables. El cuadro 6 nos muestra que los factores con la varianza más alta. Lo que significa que gran parte de la varianza está recogida en los factores seleccionados mayores a .75. De esta forma el factor 1 al que podemos interpretar como la innovación del producto viene explicado por las variables: los cambios en tamaños de artículos, seguido de cambio en formas y cambio en dibujos. La percepción que tienen los artesanos de la innovación en producto, puede medirse mediante las siete variables, pero podemos afirmar



## “CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2014”

Multidisciplinario

10 y 11 de abril de 2014, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

que sin perder demasiada información esta percepción se resumen en un eje que es la innovación en producto objeto de nuestro análisis.

### V. Bibliografía

- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6ta edición). México: McGraw Hill
- Burciaga, J. (2010). *Zacatecas, memoria sobre el arte popular*. Zacatecas: CONACULTA.
- Colín, M., y Rodríguez, R. (2011). Competitividad e innovación en la industria manufacturera del estado de Guanajuato. Un estudio comparativo. *Avatares del estudio de las organizaciones. Tomo 2* (pp. 361-378). México: Fontamara.
- Domínguez, M., Hernández, J., y Toledo, A. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados. El caso de la artesanía en México. En *cuadernos de administración 27(17)*, 127-158.
- 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. Editorial Jus, *Innovación y territorio, Políticas para las pequeñas y medianas empresas* (pp. 157-180). México: Jus.
- Hernández, J., Domínguez, M., y Espinosa, C. (2007). Orientación al mercado y desempeño en artesanías. En revista *Naturaleza y desarrollo 5(1)*, 27-40.
- Hernández, J., Hernández, M., y Caballero, M. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. (Spanish). *Innovation Factors in Mexico's Craftsmanship Businesses. Centros de Investigación y docencia Económicas 16(2)*, 353-379.
- Hernández, J., Yescas, M., y Domínguez, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. En revista de estudios gerenciales *23-104*, Pag. 77-99.
- López, S., Rosales, S., Espinoza, J., y Martínez, R. (2002). *Los Sistemas Regionales de Innovación. Un acercamiento al caso de Sinaloa*. Culiacan: UAS.
- OECD. (2005). *Manual de Oslo Guía para la recolección e interpretación de datos sobre innovación* Vol. 3 ra Edición. OECD pp. 194.
- Robbins, S., y Coulter, M. (2005). *Adminisrtación* (8 va ed.). México: Pearson Education.
- Yoguel, G., y Boscherini, F. (1999). El ambiente y los procesos innovativos: un modelo interpretativo de las actividades incrementales desarrolladas por las PyMES Argentinas. *Innovación y territorio. Políticas paraa las pequeñas empresas* (pp. 265-294). México: Jus.