

# Innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca

Leobardo Daniel Cruz García<sup>1</sup>

Maricela Castillo Leal<sup>2</sup>

Antonio Miguel Ramírez Jiménez<sup>3</sup>

## Resumen

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) son un actor clave para el desarrollo local principalmente en las zonas rurales, ya que un factor fundamental para el estudio de este tipo de empresas es el nivel de competitividad que poseen para hacer frente a los retos que se derivan de diferentes procesos como la globalización. Por ello, para este estudio se pretende analizar la incidencia de la innovación social en la competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca.

La innovación social se ha convertido en un tema relevante y estudiado en diferentes disciplinas demostrando que su aplicación deriva en soluciones creativas a problemáticas desatendidas por los mercados o por los gobiernos, lo cual repercute de manera directa en el desarrollo local.

Las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca mantienen diferencias en cuanto a sus modelos operativos con lo cual se denota la desigualdad de la innovación social aplicada en cada una de ellas, repercutiendo en diferentes aspectos que permean en su competitividad.

A través de un método mixto se analizará la relación entre estas dos variables que en primer momento se desenvuelven en ámbitos diferentes, una en el entorno económico (competitividad) y la otra en el social (innovación social). Al momento se cuenta con hallazgos derivados del trabajo de campo aplicado mediante técnicas cualitativas, lo cual posibilita generar algunas primeras deducciones sobre la relación de las variables.

**Conceptos clave:** 1. Innovación social, 2. competitividad, 3. MiPyMEs artesanas.

## Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas artesanas (MiPyMEs artesanas) representan un alto valor para Oaxaca, no solamente en términos económicos por representar en ocasiones la principal fuente de ingresos familiar, sino también en aspectos culturales y sociales, al preservar valores, procesos y productos históricos.

Crear artesanías es un proceso que se ve vinculado con diversas categorías del desarrollo humano: cultura, economía, desarrollo social, educación, hasta ciencia, esta

---

<sup>1</sup> Mtro. Leobardo Daniel Cruz García, TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, ige.leobardocruz@gmail.com

<sup>2</sup> Dra. Maricela Castillo Leal, TecNM/Instituto Tecnológico de Oaxaca, cleal@itoaxaca.edu.mx

<sup>3</sup> Dr. Antonio Miguel Ramírez Jiménez, Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, antonio@ramirezjimenez.com

actividad es vista como “arte” pero también es considerada “negocio” el cual debe mantener y preservar estándares de eficiencia, calidad, innovación, entre muchos otros factores para hacerlo competitivo y lograr un lugar en el mercado (Hernández et al., 2002).

A pesar de que la producción y comercialización de artesanías es una de las principales actividades económicas del estado de Oaxaca, también presenta una gran diversidad de problemas, iniciando con la desinformación sobre el sector, los bajos niveles de producción por el tiempo invertido, las dificultades de distribución y comercialización de los productos, las complicaciones para obtener los insumos o materias primas, entre muchas otras problemáticas que no son solamente de carácter económico como el bajo reconocimiento y prestigio social de los productos (Rojas et al., 2017).

Las MiPyMES artesanas también presentan problemas y necesidades sociales que deben ser atendidas, una de ellas que es sumamente alarmante y que no solamente afecta en términos económicos sino también impacta directamente en la calidad de vida de los artesanos y sus familias, es la desigualdad de los modelos operativos de estas empresas.

Tal es el caso de las empresas artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca donde uno de los modelos es promovido por el individualismo y otro por el trabajo colaborativo, los cuales marcan disparidades en el crecimiento y desarrollo empresarial repercutiendo en su nivel de competitividad.

Estas empresas se caracterizan por ser un espacio en donde la creación de artesanías se ve vinculada con las creencias, expectativas y estrategias, que se crean a partir de las experiencias pasadas y donde el generar un cambio representa un proceso sumamente complejo. Para llegar a la implementación de nuevas alternativas (prácticas innovadoras), los artesanos deben reconocer que éstas sean “valiosas” y que generen un beneficio tangible, no solamente para ellos, sino también para su familia y con esto mejorar su calidad de vida (Hernández et al., 2007).

En el campo académico y científico se ha discutido un elemento que actúa para el diseño de alternativas o estrategias que den solución a los problemas sociales desatendidos, buscando y persiguiendo el crecimiento o desarrollo del elemento o ámbito en donde se ejecuta, el cual es la innovación social.

Aún en la actualidad, no se ha llegado a un consenso sobre la definición y elementos o factores que inciden o determinan a la innovación social por el alto nivel de multidisciplinariedad del concepto (Savall, 2022). Esta transversalidad en diversos campos orilla a que existan huecos o espacios vacíos en el conocimiento sobre el rol, nivel, características, dimensiones y efectos de la innovación social en una actividad económica específica, como lo es la producción y comercialización de artesanías en un contexto local determinado.

Para Millard (s.f.) (citado en Ortega-Hoyos y Marín-Verhels, 2019) la innovación social promueve la participación de diferentes actores locales que se convierten en beneficiarios directos de la misma, incitan nuevas formas de relaciones sociales que se demuestran mediante distintos modos de colaboración y de redes de trabajo y de comunicación que al mismo tiempo propician la generación de estrategias y fortalecimiento de capacidades y competencias individuales y colectivas de los actores.

Aunque la innovación social podría ser un elemento potencialmente favorecedor de la competitividad de las MiPyMES artesanas, ésta promovería la solución de problemáticas que repercuten en su desempeño, la idiosincrasia y la resistencia al cambio por parte de los artesanos junto con la dificultad de comprender las necesidades de su entorno y los problemas sociales de su actividad económica, conlleva a que no sea considerada y muchas veces ni siquiera aplicada.

La innovación social en las empresas artesanas se convierte en un elemento que fomenta las relaciones sociales permitiendo el intercambio de información, acrecentando la interacción entre los miembros de un grupo, persiguiendo un equilibrio en cuanto a los ingresos económicos y la protección de un patrimonio cultural y natural, sin embargo, normalmente se desconoce la forma y modos de implementación de dicha variable en las comunidades o grupo de actores (Puc-Cruz, et al., 2018).

Este proyecto de investigación se centra en una problemática de la realidad de San Antonino Castillo Velasco, en la que sus MiPyMES artesanas presentan desigualdades visibles que repercuten en la calidad de vida familiar y donde la innovación social representa potencialmente una oportunidad, no obstante, su nivel de aplicación y sus efectos sobre la competitividad se desconocen.

Sin duda, faltan estudios sobre la correlación entre muchas otras variables con la competitividad de este tipo de empresas, es por ello, que se requiere realizar una investigación sobre la relación y grado de incidencia de la innovación social en la competitividad de las MiPyMES artesanas y con esto comprender el vínculo entre los aspectos económicos y sociales de las actividades productivas que realizan.

### **Artesanías: elementos culturales de trascendencia social y económica**

El concepto de artesanía se puede visualizar desde diferentes posturas, por ejemplo, desde una postura tecnológica es entendida como aquel elemento manual y con sentido artístico, vista desde la antropología representa una actividad sin afectaciones de especialización o división del trabajo y una perspectiva trascendental es la cultural donde es reconocida como el “arte popular” como aquellas actividades productivas de carácter manual elaborada desde la individualidad o la familia transmitidas por generaciones por tradición (Rodríguez, et al., 2021).

Las artesanías son reconocidas por su producción a mano de forma original que llega a fomentar cierta exclusividad de cada producto que se elabora, forman parte de la cultura de una comunidad y conllevan a su vez historia, identidad y tradición, estos elementos han sido estudiados desde una diversidad de las ciencias sociales y desde diferentes posturas para comprender la diversidad de elementos que conllevan para el desarrollo de una comunidad.

Las artesanías han ido evolucionando con el paso del tiempo al mismo tiempo que van adquiriendo más valor, no solamente un valor económico como artículo de compra-venta sino un valor social, histórico, cultural que cada vez es más añorado por los consumidores.

Como bien señala Rodríguez, et al., (2021), las empresas de artesanías son en su mayoría de carácter familiar basadas en tradiciones y costumbres de comunidades rurales

con limitada participación en los mercados y bajos niveles de producción y capacidad técnica, dando así cierto valor económico al producto, no obstante, las artesanías conllevan también y más importante un valor social como elemento preservador de la cultura, objetos de apreciación y de identidad comunitaria.

El que las artesanías principalmente se produzcan en comunidades indígenas con altos grados de marginación y alto rezago educativo explica que la producción carezca de aspectos técnicos para la gestión de negocios, lo cual conlleva a una diversidad de problemas productivos y de comercialización principalmente.

Las empresas artesanas simbolizan una fuente de ingreso familiar importante para las comunidades que a su vez forman parte del desarrollo económico regional, en nuestro país y principalmente en Oaxaca, donde encontramos desde grandes talleres con una gran diversidad de productos hasta artesanos independientes que carecen de un espacio físico donde ofertar sus productos y lo hacen en la vía pública.

Oaxaca es una región de asentamiento de dieciséis etnias que mayormente viven en situación de pobreza y marginación, cuya economía familiar en diversos casos se sustenta con la producción de artesanías derivadas de la alfarería, cerámica, textiles, madera, entre otros (Jiménez, 2018).

Las empresas de artesanías representan una parte fundamental del patrimonio cultural contribuyendo de forma directa a la identidad y representatividad de las comunidades principalmente de aquellas indígenas, estas unidades económicas mueven la economía regional y son punto de atracción para el turismo (Yta-Castillo y Sánchez-Medina, 2022); sin embargo, como todo producto, su existencia no garantiza su sostenibilidad en los mercados por lo que Ferro (2017) menciona que las artesanías deben fomentar la “innovación en valor” vista desde el sistema productivo y la cadena de valor, lo cual se logrará a partir de la formación de equipos interdisciplinarios que aporten al proceso productivo.

Los mercados y el mundo están cambiando y también las artesanías deben evolucionar para garantizar su permanencia y crecimiento en el sector económico, por lo que es importante que las y los artesanos empleen el uso de la innovación para generar nuevas estrategias que las conviertan en sectores más competitivos.

### **Innovación Social en las empresas artesanas**

El mundo atraviesa por desafíos de carácter económicos, políticos y sociales que han dado pie a la incubación de la innovación social surgente como alternativa a las crisis mundiales, aumento de las desigualdades, calentamiento global, diversidad cultural, incluso por el origen de las nuevas enfermedades, entre muchas otras problemáticas (Camargo et al., 2017).

No es desconocido que nuestro planeta enfrenta grandes problemáticas que inciden en la calidad de vida de la humanidad, problemas que siguiendo la línea del desarrollo sostenible se catalogan en económicos, sociales y ambientales. La innovación social en sí misma por su connotación, dimensiones que la integran y ciencias que trasciende, se convierte en una alternativa para proporcionar soluciones.

La innovación social al igual que la sostenibilidad y la creatividad, está en un período de consolidación para convertirse en un eje prioritario en las agendas públicas y de gobierno, el desarrollo comunitario, la sostenibilidad ambiental, la exclusión social están siendo modificadas a través de intervenciones creativas generadas por este tipo de innovación (Martínez-Celorrío, 2017).

Temas como conciencia ambiental, igualdad de oportunidades, crecimiento económico, desarrollo, entre otros, se están convirtiendo en conceptos populares empleados por las personas en sus conversaciones diarias, compartidas desde una postura de carencias o problemas que son o pueden ser atendidos a partir de alternativas creativas originadas por la innovación social.

La innovación social se centra en las relaciones sociales con la finalidad de generar soluciones a los problemas que la humanidad más necesita (Camargo et al., 2017) con una definición omnicomprendensiva es la innovación social la que surge a partir de las demandas sociales que el mercado no puede satisfacer (Ariza-Montes, et al., 2016).

Para poder cumplir con sus fines y objetivos, la innovación de tipo social requiere del trabajo colaborativo y unión entre todos los actores involucrados de forma directa o indirecta en la problemática que se desee atender, ya que hace uso de las capacidades y habilidades propias de cada uno de ellos para potencializar los impactos.

La innovación social reconoce que para dar solución a las problemáticas mundiales es necesario que el sector público, privado y la sociedad civil se involucren, una innovación solo puede ser considerada de tipo social si se encamina al fomento del bienestar social y no a la generación de riqueza, es decir crear valor social con alternativas sostenibles en el tiempo susceptibles de réplica según el contexto donde se desenvuelva (Camargo et al., 2017).

La principal diferencia existente entre la innovación tradicional y la social radica en la finalidad, la primera busca y promueve mejores beneficios económicos, mientras la segunda está ligada directamente con mejorar las condiciones de vida de la población.

Las innovaciones sociales en contraste con la innovación tradicional producen cambios de gran relevancia social a través de movimientos sociales, el Estado, la iniciativa privada y las instituciones educativas se convierten en agentes y actores estratégicos para poder desarrollarla (Ramírez, 2020). Además, una innovación social debe considerar criterios éticos y de bienestar con vistas a un beneficio colectivo, empoderando a los individuos para actuar de manera cooperativa con confianza para la generación de una cultura de relaciones colaborativas (Martínez-Celorrío, 2017).

Se trata de trabajo en equipo, el ser humano por naturaleza es un ser social, esta innovación lo que busca es hacer uso de esa característica biológica y potencializarla para maximizar los beneficios que se pueden alcanzar. La presentación o manera de actuar de la innovación social es ampliamente variada, derivado de la transversalidad y amplia manipulación para ser aplicada a diferentes realidades y contextos, es por eso que como tal no se puede afirmar que esta innovación se presenta única y exclusivamente de una manera.

La subjetividad del concepto permite amplitud y diversificación de su entendimiento y de la forma en la cual se desarrolla, así como también de los efectos que provee, los cuales serán diferentes de acuerdo al contexto, objeto, método o enfoque que se utilice. Aún con la

amplia literatura e investigaciones realizadas son pocos los proyectos directamente enfocados en la innovación social de las empresas artesanas. Dentro de la investigación documental realizada, gran parte de los artículos publicados en esta materia se enfocan en la innovación social y el desarrollo de las comunidades, principalmente aquellas de carácter rural.

Si bien existe basta publicación de trabajos con enfoque en las artesanías o en la innovación social, son realmente pocos aquellos que las combinan, por ejemplo, Sanchis, et al., (2016) trabajó este tipo de innovación con la creatividad cultural como medios para el desarrollo haciendo uso de estudios de caso de empresas artesanas.

Con base en todo lo anterior se alude a que la innovación social puede ser empleada dentro de las empresas artesanas como herramienta para la generación de alternativas que solucionen o al menos disminuyan problemáticas comunitarias, entendiendo que este tipo de empresas cuentan con una gran cantidad de carencias y que sus productos contienen tanto un valor económico como un valor social.

### **Modelo de Innovación Social**

La innovación social se puede aplicar haciendo uso de diferentes procesos considerados por variados autores y organizaciones, uno de estos enfoques es el propuesto por Wheatley y Frieze (2006). Véase gráfico 1.

Este modelo se centra en la existencia de la emergencia social que orilla hacia el cambio marcando su ciclo de vida a través de tres etapas, la primera comienza con el descubrimiento del poder que conlleva el trabajo en red, entendiendo las redes como una forma de autoorganización de los sistemas vivos reconociendo la interdependencia de los miembros, estas redes son indispensables para encontrar organismos con ideas o trabajos afines (Wheatley y Frieze, 2006).

Gráfico 1. Modelo de innovación social de Wheatley y Frieze



Fuente: Elaboración propia con base en Wheatley y Frieze, 2006

Las redes nos enseñan que más lejos de la necesidad de socialización o trabajo en equipo, el hecho de que personas u organizaciones se unan para algún fin común aprovechando las capacidades individuales y estableciendo objetivos conjuntos, son factores determinantes para el alcance de mejores resultados.

La segunda etapa es la generación de comunidades de práctica (CdP), las cuales surgen a partir de una red consolidada, es aquí donde los miembros se dan cuenta de los beneficios que se derivan de esa relación entre ellos, dentro de las CdP se involucra la compartición del conocimiento, apoyo mutuo y creación de conocimiento práctico. El compromiso y

participación dentro de estas comunidades busca el beneficio colectivo sobre el individual (Wheatley y Frieze, 2006).

Las redes involucran trabajo colaborativo y colectivo para el logro de objetivos grupales, las comunidades de práctica escalan hacia el siguiente nivel reconociendo que su incidencia y existencia impacta a su entorno, que promueven y comparten conocimiento social para el desarrollo o bien la mejora en la calidad de vida.

Por último, la tercera etapa de este modelo es la aparición de un sistema con poder e influencia, que transforma las prácticas de las comunidades en estándares que erradican la duda de su uso por otras comunidades o grupos mediante un sencillo aprendizaje (Wheatley y Frieze, 2006).

Este modelo tiene por objetivo la generación de estándares aplicables por agentes comunes o no comunes a partir de buenas prácticas, trabajo colaborativo y apoyo mutuo, dejando a un lado la individualidad para un sistema de pensamiento de unión y colectividad.

### **La innovación social en la competitividad empresarial**

A pesar que tanto la innovación social como la competitividad han sido estudiadas desde diferentes enfoques y en diversas disciplinas, identificar documentos que las vinculen es un proceso que se dificultó derivado de los escasos trabajos que las relacionen.

En 2020 (Cruz, et al.) se desarrolló un estudio acerca de la calidad, competitividad e innovación social y productiva en las empresas medianas de México y Colombia, concluyendo que la innovación social y productiva es relevante y necesaria para la competitividad regional, además que hace falta incluir este tipo de innovación dentro de la implementación de sistemas de calidad para la sostenibilidad y el crecimiento económico de las dos naciones.

Una de las posibles causas por las que estos dos elementos teóricos no se hayan conjuntado en diversos trabajos puede ser la dimensión de desarrollo en donde se incrustan, mientras que por un lado la competitividad se mueve dentro del entorno económico, la innovación social como su nombre lo indica se puede considerar parte del sector social, lo cual podría dificultar en cierta medida la interpretación de la relación, por otro lado, la relación entre competitividad e innovación tradicional ha sido ampliamente estudiada.

Diversos estudios han postulado y aprobado hipótesis acerca de la relación entre la innovación y la competitividad, García y Cruz (2021) aseguran que sin innovación no hay competitividad, haciendo mención que el proceso de innovar requiere aprendizaje, tecnología y recursos para lograr la generación de valor que potencializará la relevancia en el mercado y elevará la competitividad.

Algo a considerar es que, aunque no se ha mencionado en palabras explícitas, los autores hacen referencia a que la competitividad depende en cierta medida de la innovación y no de forma inversa, puesto que la segunda es aquello que provee de elementos que potencialicen la primera. Al innovar se abre una puerta para la apertura al cambio, ya que los mismos procesos innovadores involucran cambios que ocasionan incertidumbre para las empresas, el acostumbrarse a la actualización y a los cambios también representan elementos que hacen competitivas a las organizaciones.

Aun así, la innovación no lo es todo para la generación de empresas competitivas, es por eso que Treviño (2002) argumenta que la innovación representa un elemento necesario, pero no suficiente para lograr por sí sola la competitividad, lo que la convierte en una variable importante pero no única en su desarrollo.

Tal cual se ha explicado anteriormente, la competitividad es un elemento variado que no solo depende de otra variable como lo es la innovación sino de un conjunto de elementos que los empresarios implementan, consideran o ponen en marcha y con esto potencializan su crecimiento y estabilidad en los entornos.

Partiendo de lo anterior, se retoman dos puntos: la innovación es importante pero no única para la competitividad y ésta última es un elemento multifactorial por lo que se puede teorizar que la innovación social al ser correctamente aplicada por las empresas contribuye o puede contribuir a desarrollar ventajas competitivas que fomenten diferenciación con los competidores.

### **Innovación social y competitividad variables para el desarrollo local**

El desarrollo es un proceso complejo, un fenómeno multidimensional y una constante búsqueda de la integralidad de sus elementos, para Marx (1859) conlleva una estrecha interrelación entre los aspectos económicos, sociales, políticos e ideológicos de un territorio (Sosa, et al., 2020).

Para entender el desarrollo es completamente necesario identificar que éste no solamente depende de una variable o de una serie de éstas, las cuales se interrelacionan de manera directa o indirecta, al igual, que no solo se logra mediante la evolución de un tipo de actor.

Un ejemplo de esto es el enfoque de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) la cual en 2015 constituyó la denominada “Agenda 2030” en la cual este proceso con miras a la sostenibilidad es visto desde tres dimensiones principales: económica, social y ambiental, las cuales se desagregan en una serie de categorías como lo son: pobreza, hambre, salud, educación, igualdad, saneamiento del agua, energías renovables, crecimiento económico, innovación, desigualdades, producción, consumo, vida marina y terrestre, paz, solo por mencionar algunas (Naciones Unidas, 2018).

Otra visión parecida en algunos aspectos a la anterior es aquella propuesta por Vázquez (1988) la cual se centra en el denominado “desarrollo local” entendido como un proceso de cambio estructural y crecimiento económico que propicia elevar el nivel de vida de los pobladores de una localidad mediante tres dimensiones: la económica, en la que actúen los empresarios locales para organizar factores productivos y niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los distintos mercados; la dimensión sociocultural soportada por los valores e instituciones y formas de organización social; y la dimensión político-administrativa, en donde las políticas locales posibiliten un entorno económico local favorable que impulse el desarrollo local (Sosa, et al., 2020).

Tal como se mencionó antes, los actores, variables y factores que se ven involucrados en el proceso de desarrollo son incontables dependiendo de la forma y perspectiva desde la que se pretenda abordar.



La innovación social propensa nuevas formas de organización y prácticas sociales que atiendan necesidades colectivas y/o mejoren alguna situación, esta radica en la realización de relaciones de cooperación y alianzas de diferentes actores locales, es ahí donde se vincula al desarrollo local, ya que este último representa un espacio de vida y de construcción social a partir de acciones y representaciones de sus actores (Madeleine, 2005).

Dentro del modelo de desarrollo local es indispensable la intervención de actores económicos, sociales e institucionales, lo cual promoverá un sistema de relaciones de tipo: económicas (productivas, comerciales), tecnológicas, socio-culturales y/o institucionales, lo que de forma directa impulsará un crecimiento y fomentará un cambio en el territorio (Vázquez y Rodríguez, 2015, citados en Tortosa, et al., 2018).

Las localidades cuentan con una gran diversidad de actores, algunos de ellos son: actores de gobierno (autoridades, funcionarios), actores empresariales (artesanos, comerciantes, productores locales), actores de la sociedad civil organizada (colectivos, asociaciones, redes) entre otros, hablando desde lo local es complejo unificar la tipología de actores pues estos van a depender de las características y necesidades locales.

Los actores proponen iniciativas, construyen organizaciones y redes que empoderan a su población, se ha llegado a demostrar que la eficiencia de las actividades productivas-económicas se ve influida por relaciones de proximidad y pertenencia generando identidad, lo cual detona el desarrollo local (Madeleine, 2005).

Tal como se mencionó anteriormente, la innovación social bajo el modelo de Wheatley y Frieze (2006) contempla la construcción de redes comunitarias como parte trascendental en su metodología y como punto de partida para el proceso creativo en entornos sociales de las cuales se derivará la sistematización de la experiencia y la futura influencia hacia otras comunidades o grupos que compartan ciertas características.

Al compartir un elemento importante tanto la innovación social como el desarrollo local el cual es la presencia y comportamiento de los agentes locales, se puede deducir que esta innovación es una de las variables que inciden dentro de los procesos de desarrollo de las localidades mediante el actuar y las formas de organización social.

Por otro lado, la introducción de la competitividad un concepto aparentemente de alcance empresarial a un entorno económico fue compleja, no obstante, con el paso del tiempo la capacidad competitiva de las empresas era un reflejo de la capacidad competitiva de un país (Berumen, 2006).

Aunque las empresas mismas son actores económicos de un territorio, la competitividad surgió como un elemento propio de control interno que derivaba en las ventajas competitivas por lo cual no era visualizada como un factor detonante de desarrollo local económico, más bien un factor de crecimiento empresarial.

Fue la globalización un elemento importante para considerar a la competitividad como variable de desarrollo, ya que para las empresas la presencia de este fenómeno implica mayor competencia, mayores posibilidades de acción, incremento en los mercados, aumento de recursos disponibles, para los gobiernos ésta representa mayores oportunidades de relaciones internacionales y para la sociedad implica facilidad de acceso a mayor cantidad de bienes y servicios (Berumen, 2006).

En ese momento, cuando la globalización comenzó a presentarse con mayor fortaleza fue cuando se convirtió en necesario incrementar la competitividad de las empresas con el fin de potencializar las variables de la economía como la producción y el consumo y con ello fomentar un crecimiento económico.

El mismo Vázquez-Barquero (1988) en su modelo de desarrollo local, hace mención que las empresas son actores clave para detonar la variable económica de un territorio, en su discurso señala a la productividad y competitividad como dos factores directamente vinculados, donde la competitividad empresarial impulsa la competitividad territorial.

Es de esta manera que tanto la innovación social como la competitividad son dos de los múltiples factores que inciden dentro del desarrollo local, actuando desde diferentes dimensiones, económica y socialmente, pero unidas a partir de un elemento clave que son los actores locales.

### Unidad de análisis

San Antonino Castillo Velasco es un municipio del estado de Oaxaca, perteneciente a la región de Valles Centrales; colinda al norte con Santa Ana Zegache, San Martín Tilcajete y Ocotlán de Morelos; al sur con Ocotlán de Morelos y Santiago Apóstol; al este con Ocotlán de Morelos y al oeste con Santiago Apóstol y Santa Ana Zegache, se encuentra localizado aproximadamente a treinta punto cinco kilómetros de la ciudad capital de Oaxaca de Juárez (Honorable Ayuntamiento Constitucional de San Antonino Castillo Velasco [HACSACV], 2022). Véase Mapa 1.

Mapa 1. Macrolocalización del municipio de San Antonino Castillo Velasco



Fuente: HACSACV, 2022: 26

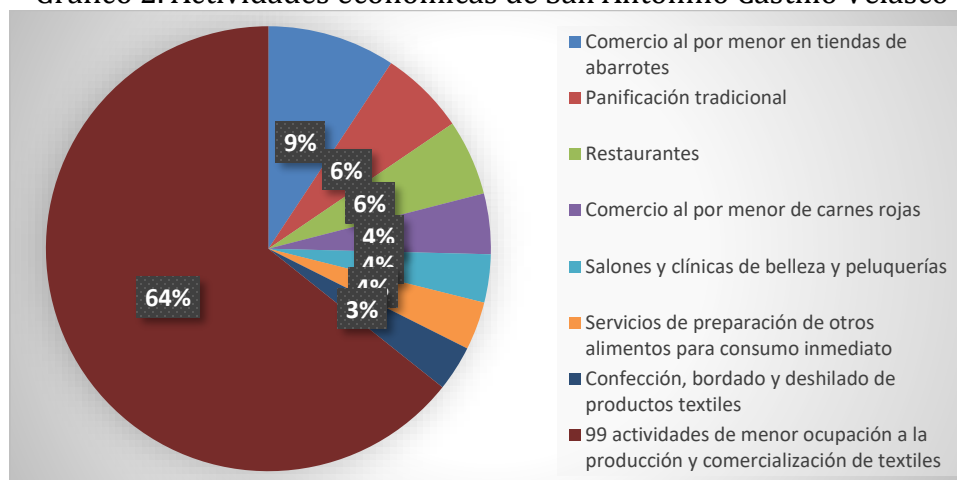
En el municipio de San Antonino Castillo Velasco se desarrollan distintas actividades económicas, entre las que destacan la agricultura, la producción y comercialización de artesanías textiles y bordados y el sector de servicios. De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2020 del INEGI, el 71.9 % de la población municipal cuenta con un empleo o desarrolla una actividad económica independiente (HACSACV, 2022).

Es de suma importancia resaltar que en comparación con el estado que reporta 60.4 % de Población Económicamente Activa (PEA) (INEGI, 2022), el municipio cuenta con un indicador más elevado del 72.3 % de PEA posicionándose por encima del promedio estatal con 11.9 puntos porcentuales.

Tomando como referencia los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2019 del INEGI, se identificaron 452 establecimientos comerciales en San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca con 106 actividades económicas diferentes, de los cuales 15 son dedicados a la actividad de confección, bordado y deshilado de productos textiles representando el 3.31 % del total (HACSACV, 2022).

En el siguiente gráfico se puede apreciar la distribución de dichos establecimientos por actividad.

Gráfico 2. Actividades económicas de San Antonino Castillo Velasco



Fuente: Elaboración propia con base en HACSACV, 2022.

La actividad de confección, bordado y deshilado de productos textiles se posiciona como la séptima actividad económica predominante del municipio de las 106 registradas, superada por establecimientos de servicios como lo son tiendas de abarrotes y empresas enfocadas a la preparación de algún tipo de alimentos.

No obstante, según el padrón realizado por el Comité de artesanos del municipio, existen aproximadamente 160 artesanos textiles y alrededor de 30 talleres, lo cual demuestra que los Censos Nacionales no reflejan la información correcta respecto a estos aspectos.

Dentro de la producción textil de las MiPYMES artesanas del municipio, se pueden encontrar una gran diversidad de blusas, vestidos, mochilas, carteras, entre otros, productos con historia y una parte de la vida de las manos que las crean, es decir, de las y los artesanos que llegan a tardar incluso meses en la elaboración de cada prenda haciendo uso de las propias técnicas compartidas a lo largo de la vida para la creación de los bordados y procurando siempre hacer piezas únicas y exclusivas para los clientes que son principalmente turistas nacionales e internacionales. Véase Imagen 1.

Imagen 1. Blusa con bordado de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca



Fuente: HACSACV, 2022: 155.

Imagen 2. Productos con bordado de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca



Fuente: Pagina de Facebook de Aguja de Plata, (2021)

San Antonino Castillo Velasco es un municipio con un gran patrimonio cultural construido por una diversidad de elementos entre los que principalmente destaca su actividad artesanal realizada con técnicas ancestrales y únicas en el estado, así mismo cuenta con actividades de organización social como lo son los mercados tradicionales y el “Baratillo” que potencializa la promoción de sus productos, todas estas características provee de oportunidades para la gestión empresarial artesanal; sin embargo, relacionado con la competencia directa dentro del mismo municipio, se encuentra la cultura de trabajo individual y la ausencia de colaboración que desemboca en desigualdades operativas para las empresas artesanas, sumado a los conflictos estatales que en ocasiones imposibilitan el acceso a la comunidad por bloqueos y marchas llegan a representar barreras para el crecimiento de estas empresas.

## **Método**

Para llevar a cabo esta investigación se seleccionó una metodología mixta, Hernández-Sampieri et al., (2014: 534) hace mención que “los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de Investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos”. Chen (2006) (citado en Hernández-Sampieri et al., 2014) los define como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno.

Tomando como referencias a estos autores se puede afirmar que la metodología mixta se logra al mezclar la metodología cualitativa y la cuantitativa mediante el uso de diferentes métodos que involucren estas dos últimas para lograr una mayor visualización del problema y de esta manera comprender y analizar la información.

Este proyecto es de tipo no experimental, en ella no se manipulan las variables, se observan los fenómenos dentro de su realidad y su contexto para posteriormente analizarlos, esta investigación es sistemática y empírica (Agudelo y Aignerren, 2008).

De ninguna manera se puede manipular la forma en que las MiPyMES artesanas emplean su innovación social o competitividad, a través de las técnicas empleadas se obtendrá información acerca de lo que han realizado y cómo lo han hecho respecto a las variables del estudio.

El diseño específico es transeccional o transversal en el que se desarrolla la recolección de datos en un momento específico en el tiempo con el objetivo de describir y analizar la incidencia o interrelación entre las variables (Agudelo y Aignerren, 2008).

Como tal este diseño permite el alcance de los objetivos del proyecto, ya que la principal finalidad del estudio es analizar la incidencia de la innovación social en la competitividad de las PYMES artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca para lo cual es importante considerar una realidad y un momento específico en el tiempo para la aplicación de instrumentos y análisis de resultados.

## **Resultados preliminares**

Los resultados preliminares obtenidos a través de métodos cualitativos empleados en trabajo de campo en San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca arrojan que la producción y comercialización de artesanías es una de las actividades económicas más relevantes del municipio representada por una amplia variedad de productos artesanales destacando los textiles y bordados.

Se identificó que existen tres MiPyMES artesanas que promueven el trabajo colaborativo entre familias para maximizar la producción y cubrir un mayor mercado en comparación a un gran número de empresas unifamiliares.

Específicamente una de ellas, conformada por 25 familias de artesanos, ha logrado un gran desarrollo mediante este trabajo colaborativo, lo cual se refleja en su posicionamiento tanto en su punto de venta físico como en redes sociales, llegando a incursionar en el comercio internacional, exportando sus productos a países como Estados Unidos y Japón.

Esta empresa artesana ha hecho un eficiente uso de la división del trabajo estableciendo subgrupos encargados de cada una de las fases del proceso de producción de las artesanías textiles, mientras unos dibujan, otros cortan y otros tejen y de esta misma manera en todas las etapas productivas, todo con el fin de promover productos totalmente artesanales y optimizando recursos como el tiempo.

Pero todo esto también sucede dentro de una misma realidad donde existen otras empresas artesanas que se rigen con un modelo operativo individualista que solo están integradas por tres o cuatro miembros de una sola familia, que tardan meses en elaborar una prenda y que por esto mismo no son capaces de abastecer a potenciales clientes mayoritarios.

A través de las visitas realizadas a la comunidad se identificó que la desigualdad aplicativa de la innovación social de las empresas artesanas de la localidad se refleja en los dos modelos operativos que coexisten, los cuales tienen distintas repercusiones en los volúmenes de venta, los tiempos de producción, la sobrecarga laboral, la limitación de mercados atendidos, la deficiente gestión del conocimiento lo cual repercute en los niveles de competitividad empresarial. Lo siguiente en el proyecto es conocer mediante cuestionarios los niveles de innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco y con eso determinar la incidencia que mantiene la primera variable sobre la segunda.

## **Conclusiones**

Han sido numerosos los estudios que se han realizado para analizar la relación o incidencia de diferentes variables con la competitividad, una de ellas ampliamente estudiada ha sido la innovación con la cual algunos autores validan y confirman que mantienen una relación directa mostrando que a mayor innovación mayor competitividad de las empresas.

La innovación social ha sido estudiada en diversas disciplinas y con diferentes actores, pero pocos han sido los estudios que vinculan esta variable de tipo social con alguna económica como lo es la competitividad, por lo que realizar este estudio resulta interesante, novedoso y con viabilidad.

De acuerdo a los datos obtenidos al momento y con las interacciones mantenidas con los sujetos de estudio que son las empresas artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca, se puede concluir que la forma en que implementan la innovación social es bajo el enfoque teórico del modelo de Wheatley y Frieze (2006) que establece que el mantenimiento de un trabajo colaborativo incide directamente en la competitividad de las empresas artesanas que así lo realizan.

A través del trabajo de campo se ha demostrado que aquellas empresas que integran un número mayor de familias artesanas o el denominado “trabajo en grupo” establece una distribución equitativa de trabajo, incremento en la producción, atención más ágil a clientes que hacen grandes pedidos, optimización del proceso productivo, aumento de las ventas, mayor participación en exposiciones y eventos de relaciones públicas, así como también eficiente uso de las redes sociales y plataformas digitales para la venta y comercialización.

Todos estos efectos repercuten en elevar la competitividad de las MiPyMES artesanas que implementan la innovación social en su modelo de trabajo generando redes,

compartiendo conocimientos y complementando habilidades unos de otros, y, por el contrario, aquellas empresas artesanas que no han incursionado en el trabajo colaborativo, tienen mayores dificultades para hacer frente a los retos que la globalización está presentando al sector empresarial.

## Referencias

- Agudelo, L., y Aigner, J.** (2008). "Diseños de investigación experimental y no-experimental". *La Sociología en sus Escenarios*, (18), 1-46.
- Ariza-Montes, A., Hernández-Ascanio, J., & Tirado-Valencia, P.** (2016). "El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos". *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (88), 164-199.
- Berumen, S. A.** (2006). *Competitividad y desarrollo local en la economía global*. Esic Editorial.
- Camargo, J. E. P., Contreras, F. G., & Jiménez, Y. Y. R.** (2017). "Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica". *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (82), 563-587.
- Cruz, F., Ibarra, C., Rueda, D., y Olivares, D.** (2020). "Análisis exploratorio sobre la apreciación de características predominantes en empresas medianas de México y Colombia en temas de calidad, competitividad, innovación social y productiva". *Tendencias*, 21(1), 130-156.
- Ferro, D.** (2017). "Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir". *Estudios de la gestión* (1). 96-116.
- García, J., Tumbajulca, I. y Cruz, J.** (2021). "Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19". *Comuni@cción*, 12(2), 99-110.
- Hernández J., Domínguez, M. y Ramos A.** (2002). "Canales de distribución y competitividad en artesanías". *Espiral*, 9(25).
- Hernández, J., Yescas, M. y Domínguez M.** (2007). "Factores de éxito en los negocios de artesanía en México". *Estudios gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P.** (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. Education. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Honorable Ayuntamiento Constitucional de San Antonino Castillo Velasco.** Plan Municipal de Desarrollo Sostenible de San Antonino Castillo Velasco 2022-2024 [Archivo PDF].
- Jiménez, G.** (2018). *Capital social y competitividad en municipios con producción textil artesanal en la región de Valles Centrales de Oaxaca* [Tesis de doctorado no publicada]. Instituto Tecnológico de Oaxaca.
- Madeleine, R.** (2005). Innovación social y desarrollo local en un municipio andino. *Revista Venezolana de Economía Social*, 5 (9), 49-65.

- Martínez Celorrio, X.** (2017). “La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias”. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 2017, num. 247, p. 61-88.
- Naciones Unidas** (2018), *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe* (LC/G.2681-P/Rev.3), Santiago.
- Ortega Hoyos, A. J. y Marín Verhelst, K.** (mayo-agosto, 2019). “La innovación social como herramienta para la transformación social de comunidades rurales”. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*,(57), 87-99. doi: <https://doi.org/10.35575/rvucn.n57a7>
- Puc-Cruz, A., et al.**, (2018). “La organización de los artesanos de madera a través de la innovación social en dzityá”, *Revista del Centro de Graduados e Investigación. Instituto Tecnológico de Mérida*, 33 (75) pp. 129-135.
- Ramírez, A.** (2020) *El fortalecimiento institucional y la interseccionalidad de los modelos de gestión para la innovación social. Estudios de caso del tercer sector en América Latina* [Tesis de Doctorado, Instituto Tecnológico de Oaxaca]. <https://app.box.com/s/i274p5vxfb504wv89fdwtken1puyn55z/file/777444059926>
- Rodríguez, X., Chancay, C., y Regalado, M.** (2021). “La comercialización de artesanías como un medio de generación de ingresos: Caso comerciantes de la parroquia la Pila del cantón Montecristi”. *Revista Publicando*, 8(31), 338-350.
- Rojas, et al.** (2017). “Dificultades en torno a la producción artesanal”. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 3(2), 1200-1204.
- Sanchis, R. A., Serrano, V. C., & Köster, P. R.** (2016). “La cultura como factor de innovación socio-económica en el medio rural: el caso del clúster de artesanía artística de La Città Europea dei Mestieri d’Arte (CITEMA)”. *Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural= Journal of depopulation and rural development studies*, (20), 73-103.
- Savall, N.** (2022). “Una aproximación al concepto de innovación social ya su contribución en los estudios de desarrollo territorial”. *TERRA. Revista de Desarrollo Local*, 10, 138-163.
- Sosa, M., Riquelme, Y., y Diez, O.** (2020). “Consideraciones sobre el desarrollo local”. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 309-315.
- Tortosa, J. M., De Pablo Valenciano, J. y Uribe Toril, J.** (2018). “Innovación social como motor del desarrollo local y el emprendimiento social”. *Equidad y Desarrollo*, (31, suplemento), 11-25. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4416>
- Treviño, L.** (2002). “Innovación y competitividad empresarial”. *Red Aportes*, 20, 55-65.
- Vázquez Barquero, A.** (2009). “Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo”. *Universitas Forum* 1(2).
- Wheatley, M. y Frieze, D.** (2006). “Usando el Poder de lo que Emerge para Potenciar la Innovación Social”. *El Instituto Berkana* , 9 (3), 147-197.
- Yta-Castillo, D., y Sánchez-Medina, P.** (2022). “Un estudio exploratorio sobre los valores y actitudes ambientales de pequeños negocios de artesanías de Oaxaca, México”. *Sociedad y Ambiente*, (25), 1-31.