

## Innovación social en el sector artesanal: Nuevas formas de gestión cultural

---

**Autores:** Mejía Vázquez, Rebeca\*; Bermúdez Peña, Carla Patricia

**Contacto:** \*[mejiarbk@gmail.com](mailto:mejiarbk@gmail.com)

**País:** México

### Resumen

En las últimas décadas, el estudio referente a la innovación ha evolucionado y cada vez toma mayor relevancia, asimismo, se fomenta que tenga contribución trascendental a partir de los cambios que pueda originar en la sociedad. En este sentido, el sector artesanal, aunque es visto como “tradicional”, complementario y conservador, también se identifica como una industria creativa, cuyas características están asociadas con los saberes, la cultura y con su capacidad innovadora; por ejemplo, en sus artesanías, las cuales son tecnología que representa la acumulación de conocimiento de quienes la elaboran.

A pesar del aporte del sector artesanal en el ámbito cultural y el peso económico que representa en países como México, las artesanas y los artesanos no han mejorado proporcionalmente sus condiciones de vida, su posicionamiento, ni la valorización hacia ellos y su trabajo. De igual forma, todavía se vincula el trabajo artesanal con producciones de sociedades pobres donde a las nuevas generaciones no les interesa continuar con esta actividad debido a los bajos ingresos económicos que perciben. En este contexto, surge la pregunta: ¿cómo transitar de un modelo tradicional a un modelo innovador basado en tecnologías creativas dentro de la gestión cultural en este sector? Ante esto, la innovación social adquiere protagonismo, por lo que el objetivo de este trabajo es analizar cómo la gestión cultural en el sector artesanal se puede trabajar desde la mirada de la innovación social, la cual permite tomar en cuenta las relaciones y necesidades sociales para generar soluciones eficientes y sostenibles, al tener presente la co-creación, en la que participan diferentes actores sociales durante el proceso de creación, organización, comercialización y promoción en el sector artesanal.

**Palabras claves:** innovación social; gestión cultural; sector artesanal; industria creativa; co-creación.

### 1. Introducción

El sector artesanal tiene importancia económica, social y cultural en diferentes países como México (FONART, 2020). De acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura del INEGI (2019 citado en FONART, 2020), en 2019 este sector aportó al cultural 19.1%; también, representa una riqueza patrimonial del país, debido a la cosmovisión y significados que se vinculan con este. Aunado a que existe una importante diversidad cultural en este tipo de industrias creativas.

No obstante, esa importancia no se ve reflejada en la valorización y posicionamiento del sector. Asimismo, en materia de innovación, aún hay áreas de oportunidad y vacíos de investigación en torno al tema. En tal sentido, cuando se refiere al sector artesanal, este se considera como un sector conservador y “tradicional”, es así como no es común asociarlo con la innovación, pero con base en algunos autores (Abeledo, Coli y Koster, 2016; Díaz, Sánchez y Henríquez, 2017), la innovación no es ajena a lo artesanal.

Por otra parte, también se identifica cierta evasión hacia la innovación (Simancas et al., 2015) debido a la esencia misma de la actividad artesanal, la cual está compuesta por la cultura, las creencias y los conocimientos que son adquiridos de generación en generación; no obstante, en ocasiones estas mismas llegan

a ser obstáculos para generar cambios o aceptar lo nuevo, ya que en la actividad artesanal predomina lo manual, lo hecho a mano (Alexandre et al., 2017).

En este contexto, trabajar la gestión cultural desde la innovación social es un área de oportunidad que considera las relaciones y necesidades sociales para generar soluciones eficientes y sostenibles. En los próximos apartados se mencionan acerca de los antecedentes vinculados con el tema de innovación y lo artesanal, se identifica cómo se ha abordado el tema, así como las estrategias que se han tomado en cuenta para impulsar la innovación en el sector.

Posteriormente, se revisa el marco conceptual de innovación social, gestión cultural e industrias creativas con la finalidad de identificar las características que permitan trabajar en el contexto del sector artesanal a partir de la co-creación. En seguida se presenta el apartado de metodología donde se hace mención sobre el enfoque utilizado y una breve descripción del lugar del estudio de caso. Finalmente, se presentan los resultados preliminares, tomando en cuenta que aún es una investigación que está en proceso.

## 2. Antecedentes

En ese contexto, de acuerdo con investigaciones referentes a esta línea de investigación (innovación en el sector artesanal) que se revisaron en bases de datos como Redalyc, Google académico, Dialnet, Scielo y páginas como Researchgate, se identificaron aquellas destinadas al análisis de los factores de innovación (véase Tabla 1), los cuales se enfocan al producto, la organización, la mercadotecnia (Del Carpio, 2016; Correa y González, 2017) y la comercialización (Pérez, 2016; Chacón y Gaona, 2021), con la finalidad de contribuir en la competitividad de los talleres dentro de los mercados (Salazar, Moreno y Casas, 2015; Díaz, Sánchez y Henríquez, 2017).

TABLA 1. Sector artesanal, innovación

Tema	Aplicación en el sector artesanal	Publicación
Innovación	a) Diseño y desarrollo de productos b) Procesos productivos c) Negocio innovador	MINCETUR (2018)
	a) Producto b) Organización c) Mercadotecnia	Del Carpio (2016); Correa y González (2017)
	a) Comercialización	Pérez (2016); Chacón y Gaona (2021)
	a) Procesos b) Productos c) Acceso a mercados	Santamaría (2018)
Industria 4.0	a) Uso de facilitadores digitales en el diseño y fabricación de productos	Alexandre et al., (2017)

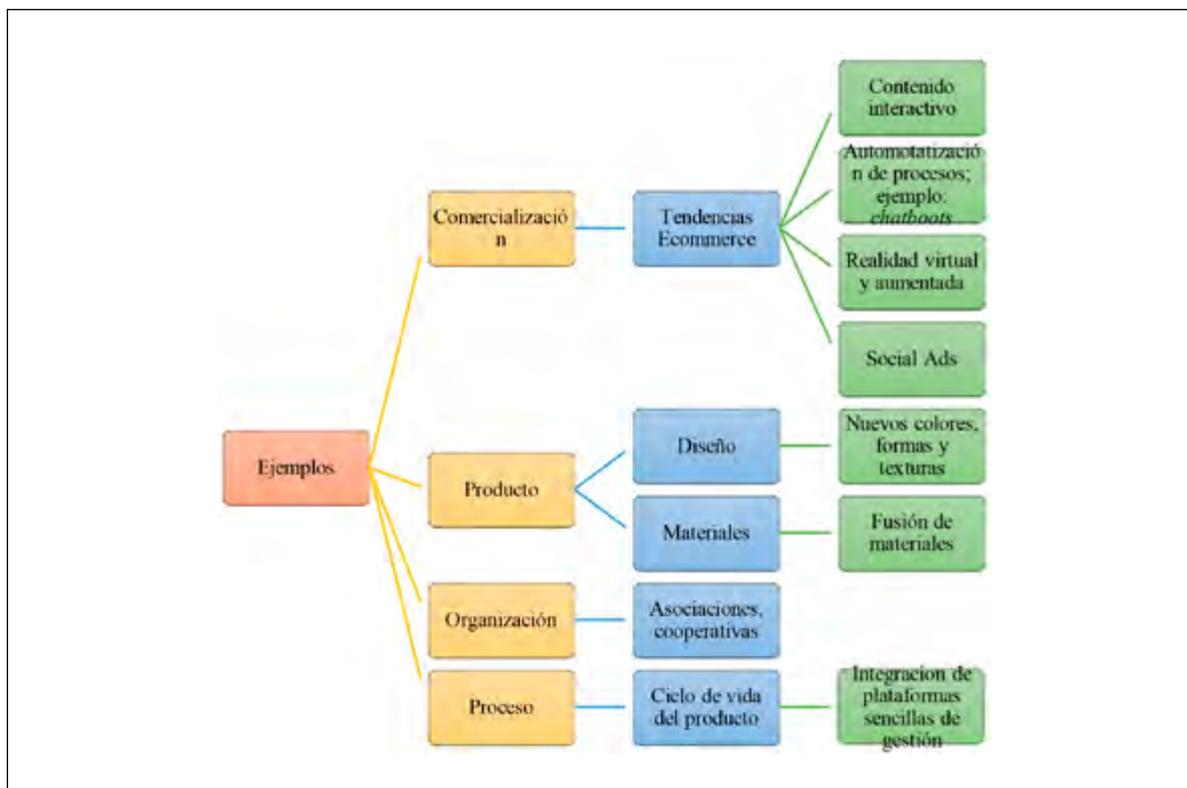
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con Turok (1988 citado en Puc et al, 2018), las innovaciones que han mejorado uno de los sectores artesanales como el de la alfarería han sido: los talleres cuentan con un lugar expreso, tienen una tienda y sala de exposición -incluyen producción propia y productos de reventa de otros artesanos-, emplean empaques especiales, realizan envíos a clientes nacionales y extranjeros, diversifica sus diseños y productos, elaboran objetos utilitarios hechos con materiales tradicionales, el dueño del taller deja de participar directamente como artesano para convertirse empresario, entre otros factores.

La innovación, en el mundo de la artesanía, nos permite hacer el viaje de creación de riqueza cultural con lo mejor del pasado y el aporte creativo del ingenio y talento de sus cultores para el constante fortalecimiento de toda la cadena de valor del sector (Ventocilla citado en MINCETUR, 2018, p.1).

En la Figura 1 se aprecian las estrategias de innovación aplicadas en el sector artesanal.

FIGURA 1. Ejemplos de estrategias aplicadas en el sector artesanal



Fuente: Elaboración propia con base Del Carpio (2016), Alexandre et al. (2017), Correa y González (2017), MINCETUR (2018), Santamaría (2018), Chacón y Gaona (2021).

Entonces, se puede llegar a ser un sector innovador y competitivo, lo cual implica un mayor desarrollo económico, mejor calidad de vida y bienestar, además puede influir en la revalorización del sector artesanal. En este orden de ideas, “la innovación en el contexto artesanal puede adoptar matices distintos a los de otros sectores empresariales” (Díaz, Sánchez- Medina y Henríquez, 2017).

### 3. Innovación social, gestión cultural e industrias creativas

En el caso de la gestión cultural, esta puede ser una herramienta de configuración referente a la identidad (Sánchez, 2021), aspecto que se puede vincular con las características específicas del sector artesanal, ya

que el mundo rural no es ajeno a la innovación, pero se debe considerar que cuenta con especificaciones propias (Abeledo, Coli y Koster, 2016).

De hecho, existe población artesanal que se ha posicionado como líder en el sector, tal es el caso de la información que recuperó Jiménez (1982) en su estudio referente a situaciones en Michoacán, donde identifica prácticas que contribuyen a los artesanos a ser competitivos en el mercado, ejemplo de ello se encuentra la innovación en nuevos productos (introducen elementos novedosos, así como diseños, moldes y modelos).

La innovación social es un fenómeno complejo y multidimensional que ha tomado mayor auge en los últimos años (Hernández-Ascanio, Tirado-Valencia y Ariza-Montes, 2016), y para comprender este concepto es importante no desvincularse del contexto cultural en el que se da.

En otro orden de ideas, una opción para seguir atendiendo la situación de que la innovación se pueda desarrollar en este tipo de sectores es la inclusividad, la cual, con base en Foster y Heeks (2013) se integra por cuatro aspectos:

1. El objeto de la innovación tenga su base en las necesidades de los pobres.
2. Que este sector de la población se involucre en el desarrollo de la innovación.
3. Que tengan la capacidad de adoptar la innovación.
4. Que tal innovación tenga un efecto benéfico en sus vidas.

Con base en datos otorgados por Turok (1988 citado en Puc et al., 2018) en México aproximadamente el 5% del total de artesanos había innovado, el 65% empleaba sistemas rudimentarios y el restante se encontraba en un punto medio. De igual forma, de acuerdo con FONART (2020) la mayoría de las comunidades artesanales del país padecen de múltiples carencias (no cuentan con infraestructura ni condiciones básicas para generar ingresos permanentes de su actividad, no cuentan con prestaciones laborales ni con espacios para comercializar sus productos), lo que se puede asociar con el primer punto de la inclusividad.

Tal como se mencionó, existen artesanos que se han involucrado en el desarrollo de la innovación, aunque aún haya reticencia sobre el tema. Por otra parte, en el caso del punto tres, este también se vincula con la capacidad de absorción de los artesanos.

De igual forma, es importante retomar que el sector artesanal tiene ciertas particularidades respecto a la innovación; por ejemplo, por el tipo de transferencia de conocimiento, el cual corresponde a los saberes que se transmiten de generación en generación, principalmente, de forma oral (Puc et al., 2018). Otro aspecto para considerar es la configuración de valor que tiene su trabajo -valor simbólico, estético, de uso y comercial- (Saldaña-Ortega et al., 2018) y que, en este caso, no solo los expertos son los encargados del desarrollo del nuevo conocimiento, sino que los artesanos también forman parte de los actores clave para llevarlo a cabo, por lo que la innovación puede ser una solución novedosa a los problemas sociales de este sector.

En este contexto, se puede considerar la innovación social, la cual se refiere a las nuevas ideas, formas de organización social, nuevos procesos, productos y políticas públicas que fortalecen la cultura y en ese sentido también contribuye a resolver problemas sociales (Puc et al., 2018); por ejemplo, puede favorecer a la revalorización del sector artesanal, además de mejorar la calidad de vida de los artesanos al posicionarse como un sector competitivo, pero que conserve la esencia cultural con la que cuenta este tipo de ramo.

Tal como lo comentan los autores Puc et al (2018), la innovación social ha estado presente en la comunidad artesanal, a través de la generación de ideas de comercialización, de organización, en los propios talleres familiares, entre otros aspectos y que se asocia a lo que se ha investigado (Del Carpio, 2016; Correa

y González, 2017; Díaz, Sánchez-Medina y Henríquez, 2017; Pérez, 2016; Chacón y Gaona, 2021), aunque el énfasis ha estado sobre todo en la competitividad del sector, pero no se retoma la innovación social como eje central, lo que genera un área de oportunidad para seguir desarrollando esta línea de investigación.

Los estudios referentes a industrias creativas en México son relativamente nuevos (Castañeda y Garduño, 2017); no obstante, se continúan estructurando las líneas de investigación al respecto. En el caso del sector artesanal, se tiene un vínculo con industrias creativas y culturales. Cuando se refiere a las industrias culturales son aquellas que combinan tres aspectos: creación, producción y comercialización de bienes y servicios culturales (Naciones Unidas, 2010). Referente a las industrias creativas, estas son aquellas que producen obras protegidas por derechos de autor y cuentan con canales de distribución, sus productos son únicos por lo que requieren protección (Naciones Unidas, 2010).

Por otra parte, la cocreación en el sector artesanal se asocia al proceso colaborativo para crear valor, en donde participan actores internos y externos (*stakeholders*); internos como los artesanos y externos como instituciones gubernamentales que toman decisiones respecto a ciertos puntos del sector como su difusión y preservación (González y Araque, 2018). En este contexto, con base en González y Araque (2018), el valor es co-creado por medio de la unión de diferentes recursos y actores sociales (sector artesanal, empresas, proveedores, usuarios y socios estratégicos).

#### 4. Metodología

Para la elaboración de este trabajo se utilizó un enfoque cualitativo, para ello se recurrió a técnicas de recolección de información como revisión de literatura, entrevistas semiestructuradas, observación participante y no participante.

En el caso de Querétaro, México, se tomaron en cuenta cuatro municipios donde se elaboran artesanías con diferente materia prima; por una parte, está Amealco, sitio donde se hacen las muñecas artesanales “Lele” y “Donxu”; en Tequisquiapan se realizan canastas a base de mimbre; Ezequiel Montes, aún se trabaja el ixtle en las artesanías; Colón, artesanías hechas con lana. En la Figura 2, se muestra un mapa donde se ubican estos cuatro lugares.

FIGURA 2. Lugares de artesanías, Querétaro, México



Fuente: Elaboración propia con base en INEGI/CONABIO (2010).

Además, se identificaron a actores clave de diferentes talleres artesanales de estos municipios de Querétaro, por lo que se aplicó la técnica bola de nieve para poder tener mayor número de *stakeholders*. De igual forma, se consideraron actores sociales de instituciones gubernamentales que tienen vinculación con el sector artesanal como Secretarías de Cultura, Direcciones de Turismo y Casas de Cultura.

## 5. Resultados preliminares

Aún se está trabajando en la obtención de información a partir de las entrevistas, por lo que se presenta en este trabajo son hallazgos preliminares. Entonces, si bien, los estudios acerca de la innovación han evolucionado y lo referente a lo social comienza a tener un papel protagónico y cada vez toma mayor relevancia, aún existen áreas de oportunidad para trabajar en este tipo de temas. Dentro de la investigación que se ha realizado al momento, se identificó que el tema de innovación en el sector artesanal sí se ha estudiado, pero desde una perspectiva donde la innovación es parte comparativa con otra variable; por ejemplo, con la competitividad. Sin embargo, tomando en cuenta que la innovación no es ajena a este tipo de sectores, se deben tomar en cuenta las características propias de este ámbito como es la cultura.

Con base en lo anterior, se identifica un área de oportunidad para abordar el tema de la innovación a través de lo social y la gestión cultural en este tipo de industria creativa. Para ello, se consideró a Querétaro como estudio de caso, se identificaron cuatro municipios de este estado para poder trabajar: Tequisquiapan, Ezequiel Montes, Amealco y Colón.

De acuerdo con los primeros acercamientos con los artesanos de los talleres, cuando se menciona sobre la innovación, imaginan que esta será aplicada al proceso de elaboración de sus productos por lo que dejarán de ser “artesanales” ya que tendrán que usar técnicas diferentes con tecnología, aspecto que se asocia con la reticencia a ser “talleres innovadores”.

Dentro de los talleres, se identificó uno que elabora muñecas artesanales donde involucran la gestión cultural a través de lo social. Para ello, han generado nuevos diseños de las muñecas (sin alterar el proceso de elaboración), aspecto que se vincula con las características no solo de una industria cultural, también de una creativa. En este sentido, se ha identificado que también se puede trabajar la gestión cultural e innovación social en la transferencia de conocimiento a manera de aportar en la preservación y difusión de este tipo de sectores.

Respecto al valor co-creado, se tiene que quienes participan en la co-creación son los artesanos y las artesanas, los usuarios e instituciones gubernamentales; por ejemplo, en Amealco las muñecas han recibido el nombramiento de Patrimonio Cultural Inmaterial del Estado por lo que hay ciertas decisiones y acciones que se llevan a cabo desde Gobierno como es la difusión y uso de la imagen de las artesanías.

Entonces, el sector artesanal, aunque es visto como “tradicional”, complementario y conservador, también se identifica como una industria creativa, cuyas características están asociadas con los saberes, la cultura y con su capacidad innovadora; por ejemplo, en sus artesanías, las cuales son tecnología que representa la acumulación de conocimiento de quienes la realizan.

## Referencias bibliográficas

Abeledo, R., Coli, V. y Koster, P. R. (2016). La cultura como factor de innovación socioeconómica en el medio rural: el caso del clúster de artesanía artística de La Cittá Europea del mestiere d´Arte (CITEMA). *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (20), 73-103.

- Alexandre, B., Salguero, J., Peralta-Álvarez, M.E., Aguayo-Gonzalez, F. y Ares, E. (2017). Aplicación de las tecnologías de la industria 4.0 al diseño y fabricación de productos artesanales. *Economía del cambio tecnológico*, 92(4), 435-441. <http://dx.doi.org/10.6036/8169>
- Castañeda, E. y Garduño, B. (2017). Mapa de las industrias creativas en México. *Proyección para Centro. Economía Creativa*, (7), 118-116.
- Chacón, M. C. y Gaona, C. (2021). Estrategia para la innovación en el proceso de comercialización de artesanías de barro del municipio de Ráquira. *Vestigium Ire*, 14(2), 81-105.
- Correa, L.A. y González, R. (2017). Efecto de los factores de innovación en el desempeño económico de los talleres artesanales de la zona metropolitana de Zacatecas. *Investigación y Ciencia*, 14(70), 63-68.
- Del Carpio, P. S (2016). Estrategias mercadológicas e innovación en las artesanías, una tradición transformadora. *Poliantea*, 12(23), 77-110.
- Díaz, R., Sánchez, P.S. y Henríquez, T. (2017). Innovación y competitividad en el sector artesanal. *Recherches en Sciences de Gestion*, (121), 41-66.
- FONART (2020). *Diagnóstico situacional del sector artesanal en México durante el período de la pandemia por el Covid-19. Fondo Nacional para el fomento de las artesanías*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/596992/Diagno\\_stico\\_Pandemia\\_Fonart.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/596992/Diagno_stico_Pandemia_Fonart.pdf)
- Foster, C. y Heeks, R. (2013). Analyzing policy for inclusive innovation: the mobile sector and base-of-the-pyramid markets in Kenya. *Innovation and Development*, 3(1).
- González, C. S. y Araque, D. P. (2018). La co-creación y los nuevos retos de generación de valor que enfrentan las organizaciones. *Criterio Libre*, (29), 165-182.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (88), 164-199.
- INEGI/CONABIO (2010). Mapa de municipios de Querétaro. <https://www.mapasparacolorear.com/mexico/mapa-estado-queretaro.php>
- Jiménez, M. (1982). *Huáncito la alfarería en una comunidad purépecha. Ensayos 7*. Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco. <http://hdl.handle.net/11191/4980>
- MINCETUR (2018). *VIII Premio Nacional de Diseño de Artesanía Peruana: Innovación en la Artesanía. Reseña de ganadores y finalistas*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Naciones Unidas (2010). *Economía creativa: Una opción factible de desarrollo*. PNUD; UNCTAD.
- Pérez, A. (2016). La inserción de las Tecnologías de Información y Comunicación para la eficiencia de la comercialización de artesanías en Tonalá, Jalisco, México. *Administración y organización*, 19(36).
- Puc, A.C., Sarmiento, J.F., Munguía, A. y Monforte, G. (2018). Innovación social y tecnológica en la actividad artesanal de madera en la comunidad de Dzityá, Yucatán. *European Public & Social Innovation Review*, 3(2), 49-57.
- Salazar, V., Moreno, J.M. y Casas, E.V. (2015). Innovación para el fomento de la competitividad en el proceso artesanal de producción de bacanora. *Estudios Sociales*, 23(46), 214-240.
- Saldaña-Ortega, O. A., Serrano-Barquín, R., Pastor-Alfonso, M. J. y Palmas-Castrejón, Y. D. (2018). Análisis interpretativo del impacto del turismo en el patrimonio cultural artesanal. Tepoztlán, México. *Investigaciones Turísticas*, (16), 46-67.
- Sánchez, D.A. (2021). La gestión cultural independiente como herramienta de configuración para nuestra identidad y necesidad social. *El Artista*, (18).

- Santamaría, J. (2018). Integración del diseño para el desarrollo del sector artesanal en la providencia de Tungurahua. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (6), 85-105.
- Wilchis, D. M. (2020). Aportes de la co-creación para la innovación y las relaciones con clientes. *Suma de Negocios*, 11(24), 84-97.