



Aproximaciones teóricas de los factores que determinan la innovación incremental en emprendimientos artesanales

Solis- Muñoz, Juan¹; López Lira - Arjona, Alfonso² & Cruz -Álvarez, Jesús³

¹ *Universidad católica de Cuenca. Unidad Académica de Administración. Carrera de Administración de Empresas. Departamento de Investigación. Avenida Ernesto Che Guevara y Avenida 16 de abril, Azogues, Cañar, Ecuador. jbsolizm@ucacue.edu.ec, solizjuan1972@gmail.com, (07) 2240901.*

² *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México. Alfonso.lopezlr@uanl.edu.mx*

³ *Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Pública y Administración Monterrey, Nuevo León, México. jesusphd@prodigy.net.mx*

Artículo arbitrado e indexado en Latindex

Revisión por pares

Fecha de aceptación: mayo 2020

Fecha de publicación: julio 2020

Resumen

El presente artículo ofrece aproximaciones teóricas alrededor de la innovación incremental del sombrero de paja toquilla en los cantones de Azogues y Biblián, Ecuador. Se parte de una revisión sistemática de la literatura para conocer los factores que impulsan la mejora de productos artesanales, habiendo determinado a la orientación al mercado, autonomía, recompensas por innovación, transferencia del conocimiento y asociatividad como las variables predictoras del estudio. Se recurre a estudios similares en contextos geográficos distintos y se alcanza a corroborar, que la innovación incremental prevalece sobre la radical, tratándose de productos artesanales. Se identifican los beneficios de la innovación incremental expresados en el incremento de los ingresos de los artesanos innovadores. En consecuencia, es posible mejorar las condiciones del nivel de vida de los artesanos toquilleros del Ecuador, generando estrategias innovadoras de orientación al mercado, fortalecimiento de la capacidad socio - organizativa y productiva; y, la transferencia del conocimiento ancestral milenario.

Palabras clave: emprendimiento artesanal, innovación incremental, manufactura, Ecuador.

Abstract

This article offers theoretical approaches around the incremental innovation of the toquilla straw hat in the cantons of Azogues and Biblián, Ecuador. It starts from a systematic review of the literature to know the factors that drive the improvement of craftsmen products, having determined market orientation, autonomy, rewards for innovation, knowledge transfer and associativity as the predictive variables of the study. Similar studies are used in different geographical contexts and it is corroborated that incremental innovation prevails over radical innovation, in the case of craftsmen products. The benefits of incremental innovation expressed in the increased income of innovative artisans are identified. Consequently, it is possible to improve the living conditions of Ecuador's toquillero craftsmen, generating innovative market-oriented strategies, strengthening socio-organizational and productive capacity; and, the transfer of ancient millennial knowledge.

Key word: artisanal entrepreneurship, incremental innovation, manufacturing, Ecuador.

1. INTRODUCCIÓN

La innovación es un concepto que se ha convertido en emblema de la sociedad moderna y aparente panacea de solución de muchos problemas. Lleva implícita el mejoramiento de la posición competitiva de las unidades económicas. El proceso de innovación representa un serial de actividades organizacionales, de financiamiento y comerciales con los ámbitos científicos y tecnológicos revolucionan las etapas productivas y comerciales de los negocios (Albornoz, 2009). Lo dicho es corroborado por (Velásquez y Salgado, 2016) cuando trata sobre los agentes implicados en la ciencia, tecnología e innovación que inciden en el crecimiento económico, al considerar que una invención aplicada afecta positivamente al producto interno bruto (PIB) por los cambios que operan a lo largo de la cadena de valor de las empresas.

A su vez, de acuerdo al grado de novedad una innovación es radical bajo el supuesto del advenimiento de algo nuevo, denota complejidad en grado extremo e implica la generación de liderazgos fuertes en el mercado. Es incremental si obedece a una mejora relevante sobre un producto, proceso, servicio o mercado. El alcance y la novedad hacen distinciones en las innovaciones que operan en las empresas generalmente Pymes y las que se desarrollan en el contexto del mundo, sin embargo, todas tienen el membrete de innovación (Barba, 2015).

Con lo que antecede, se desprende el planteamiento del problema de investigación que sigue anclada a procesos de intermediación con ingresos, en ocasiones, por debajo de los costos de producción. Se trata de identificar qué factores impulsan la innovación incremental de los productos artesanales, para proponer estrategias que mejoren la relación: productor – consumidor final.

1.1 Hechos actuales que contextualizan el problema

El sistema económico en el Ecuador es social y solidario, en esta medida, la economía está a disposición de la comunidad y garantiza los derechos al accionar los subsistemas: público-

privado y de economía social. Dispone de políticas encaminadas al fomento productivo de los involucrados en la economía social, reduciendo procesos administrativos ineficientes, eliminando las barreras de acceso al crédito, impulsando la apertura de mercados nacionales e internacionales y otros medios. Dentro del marco del desarrollo de los dominios productivos para alcanzar el desarrollo rural integral (Plan Nacional para el Buen Vivir, 2017). En efecto, en la estructura de la producción del Ecuador, el sector de la manufactura es uno de los más dinámicos con 13% del Producto Interno Bruto, según el Boletín de Datos Macroeconómicos del Banco Central (2019).

Es parte del sector de manufactura la rama de actividad artesanal y se lo concibe como una ocupación con elementos económicos y de identidad en contextos específicos para la producción de bienes y creación de servicios, con intencional representación simbólica. La intervención del artesano y el proceso artefactual, con apoyo, o no, de herramientas y maquinarias (Sinchi y Uruchima, 2018).

Ahora bien, la situación de las artesanías en Ecuador, es compleja ya que existen ramas de actividad que elaboran artesanías de manera independiente, sin cadena de valor y procesos sostenidos de innovación. Desde los años 90, los procesos industriales con materiales y técnicas nuevas como el plástico desplazaron las artesanías utilitarias (Malo, 1991). Sin embargo, Ecuador reúne características para la supervivencia de las artesanías al contar con una variedad ecológica que pocos países en el mundo lo tienen y una gran diversidad cultural, riqueza en tradiciones que favorecen a la producción artesanal con una creciente demanda en el mercado.

En esta línea, el Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (MIPRO, 2018), en el estudio sobre la vocación económica y productiva realizado en las siete regiones o zonas de planificación, encuentra en la Zona 6 integrada por las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago, que la participación en ventas y en la generación de

empleo del sector de la manufactura se ubica en segundo lugar después del comercio, en el año 2018 (ver tabla

Tabla 1. Participación del sector manufacturero en ventas y empleo

Sector económico productivo	Participación en ventas	Participación en el empleo
Comercio	34%	14%
Manufactura	25%	9%
Transporte y almacenamiento	6%	5%
Agricultura, ganadería y pesca	5%	43%
Actividades financieras y de Seguros	3%	0%
Otros	27%	29%
Total	100%	100%

Fuente: Elaboración propia adaptada del MIPRO (2018)

Un ítem del sector de la manufactura y de la actividad artesanal es el sombrero tradicional de paja toquilla. Se lo considera de alta relevancia ancestral y es un producto elaborado a mano que se manufactura solamente en Ecuador. Su elaboración de forma artesanal se logra con el tejido de las fibras de palmera. A los artesanos se los llama tejedores o sombrereros, pertenecen a familias campesinas y la técnica del tejido se transfiere a los niños a través de la observación directa y la imitación. La técnica de tejido artesanal de paja toquilla en el Ecuador, el cinco de diciembre de 2012, fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (PROECUADOR, 2018).

Según la información del Censo de Tejedores y Tejedoras de Sombreros de Paja Toquilla (2011) en los cantones Azogues y Biblián, se registran en total 8 mil 998 tejedoras y tejedores de sombrero de paja toquilla, lo que representa el 9,9 por ciento de la población. Las mujeres representan el 90% de la población de artesanos de paja toquilla y el 10% son varones. La tasa de analfabetismo en el cantón Azogues es del 9% y en el cantón Biblián, del 15%.

En el estudio diagnóstico del sector manufacturero de las artesanías en las provincias de Cañar; Azuay; y, Morona Santiago se encuentra que, de la población de tejedores, el 24% aprendió la técnica del tejido a los 6 años de edad. El 80% ha transferido la técnica del tejido a otra persona. El 66%

aprendió de la mamá. El 49% dedica entre 6 a 10 horas diarias al tejido de paja toquilla. Sin embargo, el 60% no está afiliado al Seguro Social y el 63% tiene instrucción primaria, datos que configuran la precariedad de los productores de sombrero de paja toquilla. Así, el 44% percibe un ingreso semanal entre 11 a 20 dólares. Tan solo un 4% de la población de tejedores de paja toquilla tiene un ingreso semanal superior a 50 dólares. El 100% hace ventas del producto de contado. El 56% pertenece a alguna organización. El 60% vende el producto a intermediarios (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014).

La cadena productiva inicia con el proveedor de la materia prima, que es adquirida por el artesano del sombrero de paja toquilla y se trabaja en el azocado, trenzado, teñido y terminados. El intermediario exporta los sombreros al mayorista en Europa, especialmente en Alemania. El mayorista europeo distribuye a las tiendas especializadas para su comercialización al consumidor final. Un tallo de fibra vegetal, comúnmente denominado paja, para sombreros de grado 2 o 3, es de 0,25 centavos de dólar. En grados se mide el grosor del sombrero de paja toquilla. Para la elaboración de un sombrero se requieren entre 6 a 12 tallos.

El costo unitario de la materia prima fluctúa en la banda de: 1,50 a 3 dólares norteamericanos. El intermediario paga al productor por un sombrero de paja toquilla entre 4 a 6 dólares norteamericanos y cobra al mayorista entre 7 a 9 dólares. El consumidor final paga en la tienda especializada en Europa

entre 70 a 90 euros. Los importadores en Alemania destacan la evolución del mercado de sombreros de paja toquilla en aspectos de venta por temporada climática y recomiendan nuevos colores y diseños, con grados de tejido para nuevos consumidores, manteniendo productos diferenciados con estándares de calidad y diseño (PROECUADOR, 2018).

El canal de distribución y comercialización se muestra en la secuencia: Productor/artesano, empresario ecuatoriano-intermediario, empresario alemán-intermediario- mayorista- consumidor final, tiendas especializadas-retailer, consumidor final. Siendo los principales intermediarios mayoristas en Alemania: Mayser, Vintimilla, Breiter, Cayambe, Stetson, Ecuandino (PROECUADOR, 2018).

Desde los hechos se observa que el sombrero de paja toquilla elaborado a mano con fibra vegetal *Carduluvica Palmata*, es único en el Ecuador, habiendo sido reconocida como Patrimonio Intangible de la Humanidad por la UNESCO. Sin embargo, se mantiene un sistema de intermediación que limita al productor llegar directamente al consumidor final mediante un innovador método de posicionamiento, con calidad y precio competitivo (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2014).

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Perspectivas teóricas y estudios aplicados alrededor de la innovación incremental.

En este apartado teórico se exponen los conceptos y estudios aplicados de la innovación incremental, sus características, ventajas y desventajas con relación a otras formas de innovación.

La creación artesanal de productos es un acto de identidad de los pueblos que conlleva el establecimiento de sus rasgos culturales en el diseño del objeto con una mayor participación artefactual del hombre mediante su mano de obra que con el uso de maquinarias industriales. La artesanía tiene por tanto un sistema propio de costeo y podría asociativamente asumir los beneficios de las economías de escala según Cortázar citado por (Gravano, 1998). Desde un estudio realizado

por García, Maldonado y Alvarado (2019) sobre la innovación en la industria manufacturera de México, que comprueba que las unidades económicas que hagan innovación incremental tienen mayores probabilidades de un incremento significativo en su rendimiento financiero. El hallazgo empírico corresponde a 300 emprendimientos, utilizando el método cuantitativo mediante la aplicación del modelo de ecuaciones estructurales considerado el más adecuado para el análisis de dependencia.

Desde la mirada de Ringberg, Reinhlen y Rydén (2019) la innovación incremental, con frecuencia implica una retribución de menor riesgo y constituye la situación de mayor dominación en las empresas. Teniendo en cuenta la mentalidad táctica y estratégica, las unidades económicas que apuestan por la innovación incremental, innovan de forma permanente, destinando recursos en calidad de inversión a la mejora, a medida que la ruta incremental esté fuertemente condicionada por acciones de la competencia y en menor escala por las percepciones de necesidad del cliente o consumidor.

El estudio de innovación en la fabricación de productos artesanales derivados de la caña flecha así lo corrobora. La rama de actividad artesanal está inmersa en las llamadas industrias creativas. En el sector de las artesanías la innovación disruptiva es escasa bajo el principio de la preservación de las técnicas milenarias, tornando al producto distante de la orientación al mercado exigente. Es por esta razón que, se hace necesaria la innovación incremental para conseguir productos mejorados como ocurrió con la artesanía de caña flecha, aplicado a la elaboración del sombrero Vueltiao, considerado un símbolo de la cultura colombiana (Pineda, 2017).

Desde la investigación realizada por Hernández, Domínguez y Caballero (2007) sobre los factores de innovación en negocios de artesanía de México, se anota que la innovación es una actividad integral que se basa en la creatividad, la investigación y la creación de ideas nuevas, así como, evaluaciones de costo-beneficio, análisis de sensibilidad, planes de acción y estudios de orientación al mercado que implica la comercialización del producto nuevo

o mejorado. Desde la consistencia del concepto de innovación incremental, es viable la justificación teórica de sus dimensiones que en el caso del sombrero de paja toquilla del Ecuador, son: Orientación al mercado, autonomía, recompensas por innovación, transferencia del conocimiento y asociatividad.

2.2 Consideraciones teóricas y estudios aplicados de orientación al mercado

La orientación al mercado es un proceso de recogida metódica de información de los consumidores para entender las fuerzas del mercado e implementar las correspondientes tácticas (Baena, Sánchez y Montoya, 2003).

Desde las investigaciones de Hajipour, Rahimi & Hooshmand (2013) la orientación al mercado implica que, los planes de acción de cultura organizacional, persigan la innovación del producto a través de acciones de mercado. En el momento en que las empresas se hallan orientadas al mercado es altamente probable que ocurran ideas nuevas para diversificar su oferta (Hurley & Hult, 1998). Existen estudios empíricos que dan cuenta de la relación positiva entre la orientación al mercado y la innovación (Pastor, Rodríguez y Balbinot, 2019).

En el contexto ecuatoriano, se propone un estudio sobre la orientación al mercado aplicado al desarrollo sustentable de los emprendimientos de la economía popular y solidaria. Según los autores Burgos, Burgos, Márquez y Tello (2019) la orientación al mercado en la investigación obtuvo 5,9 +/- 0,88, sobre 7 puntos. Se observa que el valor está por encima del promedio de la escala de medición, lo que comprueba la existencia de un alto nivel de orientación al mercado por parte de los emprendimientos solidarios. Se determina una alta correlación entre la orientación al mercado y la economía popular y solidaria con un coeficiente del 0,98. Desde el punto de vista de la confianza del modelo, explicada por R², se evidencia que el 59,7% de los emprendimientos sociales, donde se hallan las artesanías, se explica por la orientación al mercado. En conclusión, la orientación al mercado influye positivamente en el desarrollo sustentable de los emprendimientos de la economía popular y solidaria.

2.3 Abordaje teórico y estudios aplicados de la autonomía

En la línea de ideas de Conill (2013) autonomía se llama la amplitud de guiarse por una norma y tomar decisiones por cuenta propia, sin adoptar intromisiones o influencias de ninguna clase por parte de actores internos o externos a la organización.

La autonomía se soporta en la Teoría de la Autodeterminación que según (Ryan, Kuhl, & Deci, 1997) consiste en un planteamiento hacia la estimulación de la personalidad mediante la utilización de métodos de campo y la meta-teoría organísmica, que relleva la transcendencia del crecimiento del capital humano interno en el crecimiento de la personalidad y la autodeterminación de la conducta.

Con la intención de monitorear el comportamiento de las variables de autonomía y productividad en los llamados escenarios de producción ovina en la dimensión geográfica de Veracruz, en México. El motivo fue el descenso sistemático y metódico del indicador de rendimiento de la carne por ovino y la demasiada subordinación a insumos: fuerza laboral y alimentación. La autonomía se estudió en las dimensiones laboral, alimentaria y económica. Se utilizó la técnica de la entrevista semiestructurada, en dos granjas: A denominada semi-intensiva y B con la denominación de extensivo. En la granja A, la autonomía laboral fue de 0, la autonomía alimentaria de 40,5% y autonomía económica del 18,5%. La granja B se comportó así: la autonomía laboral con el 42,4%, la autonomía alimentaria con el 71,1% y la autonomía económica con el 52,3%. Se concluye que la posibilidad de una granja 100% autónoma es un ideal y para el caso, la granja A es menos autónoma que la granja B (Vilaboa, Díaz, Platas, Ortega y Rodríguez, 2006).

2.4 Aspectos teóricos y estudios aplicados a

Las recompensas por innovación que en los estudios también se le presenta como incentivos y se la define como un factor que incide en un individuo en la medida en que se potencia su inclinación por crecer en una actividad económica rentable que genere atractivos suficientemente convincentes como crecimiento personal, estatus, reconocimientos

económicos o autonomía (Dimov, 2007). El fundamento teórico de las recompensas por innovación entendida bajo un sistema de incentivos laborales es la llamada Teoría Z (Ouchi, 2000) que sustenta las recompensas, colaboraciones, acercamientos, seguridad como factores que propician la confianza, la integración personal y los nexos profundos en los individuos en el ámbito del trabajo.

Una investigación de evidencia empírica de recompensas por innovación en el contexto de las pequeñas y medianas empresas del estado de Lara Venezuela y su influencia en la innovación, muestra el análisis de correlación de Pearson determina una correlación negativa y significativa $p= 0,023$ y un nivel de significancia del 0,05, confirmando la hipótesis venida en discusión sobre la existencia de una relación negativa y significativa entre las recompensas y el sistema de innovación en el contexto de estudio. Se

concluye que las recompensas influyen a generar opiniones de mejora, capacidades y destrezas innovadoras para solucionar los problemas que se presenten en la empresa (Zapata, 2016).

2.5 Puntadas teóricas y estudios aplicados alrededor de la transferencia del conocimiento

La teoría que soporta la transferencia del conocimiento es la Teoría de la Empresa basada en el Conocimiento (Grant, 1996). Consiste en concebir a la unidad económica como una institución integradora de conocimiento. Advierte la metodología mediante la cual la empresa acumula el saber especializado de empleados y trabajadores, bajo el principio que el trabajador lleva implícito el conocimiento y el papel de la empresa es gestionar y aplicar el conocimiento.

Desde el aporte de Olea, Contreras y Barcelo (2016) en el contexto de las Pymes mexicanas con el objetivo de determinar los dominios de absorción del conocimiento como proveedor de ventajas competitivas que enriquecen a las pequeñas y medianas empresas las oportunidades de ser parte de las grandes cadenas de valor. Los resultados denotan que cuando las pequeñas y medianas empresas de la localidad son fuentes proveedoras de grandes unidades económicas

externas, se genera transferencia de conocimiento lo que facilita el ingreso y potencia su condición en las cadenas de valor globales.

En el contexto de las mipymes empresas colombianas, un estudio sobre la capacidad de absorción mediante un modelo multidimensional y la incidencia en la innovación. Se trabaja sobre una muestra representativa de 403 Mypimes colombianas y mediante el análisis de conglomerados bietápico. Se trabaja con dos conglomerados. En el primero, se determina que entre el 86 y 95% las empresas generan procesos de innovación. En relación al dominio de absorción estas empresas adquieren conocimiento externo con fines de innovación. El segundo conglomerado con unidades económicas con más de 10 años de operación, realizan innovación entre el 81 y 86%. Sin embargo, no tienen capacidad de absorción de conocimiento (González y Hurtado, 2014).

2.6 Lineamientos teóricos y estudios aplicados sobre la asociatividad

La asociatividad es una estrategia ante la globalidad y los retos que impone en la línea de las cadenas inter-empresariales (Santiago et al., 2015).

Desde la mirada de Bernal, Ríos, Giraldo y Vargas (2019) la asociatividad empresarial una herramienta de articulación mediante la cual las unidades económicas juntan ideas, recursos y voluntades con el propósito de alcanzar mayor competitividad para encarar los desafíos de la globalización, lo que permite obtener insumos estratégicos a través de bienes y servicios diferenciados.

Un estudio describe los beneficios al desarrollo local, a partir, de la fundación de la asociación de pequeños caficultores de Ocamonte, departamento de Santander, Colombia. Los derrames son a nivel socio-organizativo, cultural, económico y ambiental. El estudio es de tipo descriptivo. Se trabaja con una muestra de 45 asociados, con una encuesta estructurada. Los resultados se presentan con percepciones de los involucrados al mantenerse por más de 20 años, el haber entrado en acuerdos de comercio, mejoramiento de los estándares de vida, haber alcanzado indicadores de competitividad y productividad mediante la

innovación. Un 37% de mejores beneficios desde la asociatividad al entorno ambiental. Un 27% al sector económico. Un 18% al tejido socio productivo y un 18% al marco de acción organizacional (Melo, L.I, Melo, M.M y Fonseca, 2017).

3. METODO

En este apartado se desarrolla el método de estudio del presente artículo. Consiste en describir los fundamentos metodológicos utilizados en la presente investigación.

3.1 Pregunta central de investigación

La pregunta central de investigación se plantea alrededor del problema de investigación: ¿Qué factores determinantes impulsan la innovación incremental en emprendimientos artesanales?

3.2 Objetivo general de la investigación Determinar los factores que impulsan la innovación incremental

en emprendimientos artesanales mediante una revisión sistemática de la literatura para realizar comprobaciones empíricas.

3.3 Hipótesis general de investigación

Los factores determinantes que impulsan la innovación incremental en emprendimientos artesanales son: Orientación al mercado; autonomía, recompensas por innovación, transferencia del conocimiento, asociatividad.

3.4 Justificación y aportaciones del estudio

3.4.1. Práctica: La presente investigación ayudará a fundamentar la evidencia empírica, a partir de los precedentes teórico encontrados a lo largo de la revisión sistemática del marco teórico.

3.4.2. Teórica: Sejustifica teóricamente el estudio porque se utilizan teorías, entre otras, la teoría Z, la teoría de la empresa basada en el

conocimiento. Además, se han incorporado aportes de investigaciones aplicadas que contribuyen con evidencia empírica a las aproximaciones teóricas que se construyen alrededor del tema. La contribución al conocimiento acumulado con la presente investigación es el aterrizaje de la innovación incremental de producto, en un contexto específico de análisis como es el emprendimiento artesanal en el Ecuador.

3.4.3. Metodológica: Esta investigación tiene una justificación metodológica porque se fundamenta en el método científico que permite determinar los factores que impulsan la innovación incremental de los emprendimientos artesanales mediante la revisión sistemática de la literatura.

3.5 Limitaciones del estudio

El presente estudio presenta a nivel de resultados, estudios similares en contextos diferentes al ecuatoriano y en el caso de la innovación incremental del sombrero de paja toquilla en los cantones de Azogues y Biblián, únicamente se trabaja a nivel de validez de contenido y fiabilidad del instrumento con el Alpha de Cronbach. No se presentan aún resultados parciales ni finales del estudio empírico.

4. RESULTADOS

En esta sección se muestran los resultados de estudios de innovación incremental a productos artesanales en contextos diferentes al ecuatoriano como marco de referencia de los beneficios que implica la mejora de producto en la gestión de las micro y pequeñas unidades económicas del sector de la economía social y artesanal (véase la tabla 2

Tabla 2 Factores y beneficios de la innovación incremental en productos artesanales

Estudios aplicados de innovación incremental a productos artesanales	Resultados
Factores de innovación en negocios de artesanía de México (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007).	Los factores que impulsan la innovación incremental en los negocios de artesanía en México son: Valor agregado para los
	miembros del negocio; transferencia del Conocimiento; clima tecnológico; y, estrategia del negocio.
Estudio de innovación en la fabricación de productos artesanales derivados de la caña flecha, en el contexto colombiano (Pineda, 2017).	Los productos innovadores que los artesanos sacan al mercado son: Bolsos, 14%; sombreros; 8%; pavas, 4%. En cuanto al ingreso, el 50% de los artesanos que si innovan el producto tienen un 50% más de ingreso en comparación con los artesanos que no innovan. Por tanto, los motivos para innovar son: ofrecer calidad de productos, 29%; variedad de productos, 28%; y, obtención de mayores ingresos, 20%.

Fuente: Elaboración propia, a partir de los aportes teóricos de (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007) y de (Pineda, 2017).

En cuanto al estudio de innovación incremental en la producción artesanal del sombrero de paja toquilla en los cantones de Azogues y Biblián, Ecuador, al momento se ha trabajado en la validez de contenido de instrumento de medición de las variables de investigación y se ha procedido a determinar el nivel de confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach que es un procedimiento de análisis

de fiabilidad que tienen los datos recolectados. Para ello, se procedió a realizar una prueba piloto con 16 sujetos de investigación, los artesanos agremiados en asociaciones, fundaciones y organizaciones jurídicas. Los resultados de la prueba piloto se presentan, tanto a nivel de constructos por separado como también de todo el modelo teórico (ver tabla 3).

Tabla 3 Alpha de Cronbach de la prueba piloto a nivel de constructos

<u>Variable</u>	<u>Alpha de Cronbach</u>
Orientación al mercado	0,643
Autonomía	0,760
Recompensa por innovación	0,561
Transferencia del conocimiento	0,636
Asociatividad	0,603
Innovación incremental	0,664

Fuente: Elaboración propia, a partir de las consideraciones de Nunnally (1967).

El Alpha de Cronbach del modelo teórico es de 0,763, lo que en opinión de Nunnally (1967) es suficiente por tratarse de una investigación que se encuentra en las primeras etapas, siendo 0,6 o 0,5 recomendable para este tipo de trabajos. Lo que permite, desde

la revisión sistemática de teorías y estudios aplicados, establecer una comparación entre los factores que impulsan la innovación incremental en productos artesanales en los contextos mexicano y ecuatoriano (véase la tabla 4).

Tabla 4 Factores de innovación incremental de productos artesanales

Factores de innovación en negocios de artesanía de México (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007).

Factores de innovación en negocios de artesanía de Ecuador (Solis, et al., 2020).

Valor Agregado para los miembros del negocio	Autonomía
Clima tecnológico	Transferencia del conocimiento
Estrategia del negocio	Orientación al mercado; recompensas por innovación; y, asociatividad.

Fuente: Elaboración propia

Para cerrar el apartado de resultados, se recurre a un estudio sobre el efecto de la innovación incremental en las mipymes de Cuenca, Ecuador, estudio observacional descriptivo y transversal, aplicado a 156 unidades económicas, hallándose que las innovaciones son más de mejora que disruptivas, orientadas a mejorar el producto y con ello alcanzar mayor eficacia en las estrategias de promoción y comercialización en el contexto de la gestión del emprendimiento (Astudillo, et al., 2013).

Con base en los hallazgos teóricos, en el caso de la innovación incremental del sombrero de paja toquilla en Ecuador, se pretende mejorar el diseño del producto orientando a un segmento de mercado de jóvenes; generar estrategias socio-organizativas que potencien la cadena artesanal; mejorar el nivel de ingreso de las comunidades campesinas de los cantones de Azogues y Biblián a consecuencia de ventas directas: productor- consumidor final.

5. CONCLUSIONES

La revisión sistemática de la literatura alrededor de los factores que impulsan la innovación incremental de productos artesanales permite depurar de manera selectiva las variables de investigación hasta encontrar aquellas que más se adaptan a la

investigación y que guardan relación con estudios similares en México, Colombia y Ecuador: orientación al mercado, autonomía, recompensas por innovación, transferencia del conocimiento y asociatividad.

La innovación no se constriñe al desarrollo de nuevos productos en forma preferente, sino también orienta sus actividades a las mejoras en los productos. Tal es el caso de la producción artesanal que se beneficia de la innovación incremental mediante estrategias asociativas, de orientación al mercado y de recompensas a nuevas ideas. De hecho, la innovación radical no es pertinente al sector artesanal donde prima el concepto de identidad que constituye parte del patrimonio intangible de los pueblos. Es por esto que, el artesano prefiere la innovación de mejora al producto.

Los beneficios de la innovación incremental aplicado a productos artesanales que se reportan en los contextos estudiados como el incremento del 50% del ingreso del artesano de la caña flecha en Colombia, se propone derramar a los artesanos de paja toquilla de los cantones de Azogues y Biblián, Ecuador mediante la generación de estrategias socio- organizativas a lo largo de la cadena artesanal y la adecuada orientación al mercado externo del producto mejorado.

REFERENCIAS

- Albornoz, M. (2009). Indicadores de innovación: las dificultades de un concepto en evolución.
- Astudillo, S., Carpio, X., Cordero, F., y Pozo, S. (2013). El efecto de la innovación en las mipymes de Cuenca, Ecuador. Estudio observacional descriptivo transversal. *Revista Maskana*, 4(2), 35-46.
- Baena, E. Sánchez, J.J y Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*. Año IX. No.23.UTP. ISSN 0122-1701.
- Banco Central del Ecuador (2019). Boletín de Datos Macroeconómicos, Quito. Ecuador.
- Barba, E. (2015). *Innovación 100 Consejos para Inspirarla y Gestionarla*. Barcelona. España. Serveis Editoriales.
- Bernal, O. I. V., Ríos, J. A. B., Giraldo, J. A. L., y Vargas, F. J. A. (2019). Asociatividad empresarial y liderazgo ambidiestro como generadores de innovación. *Revista de ciencias sociales*, 25(2), 51- 72.
- Burgos, J.M., Burgos, J.C., Márquez, C. y Tello, G. (2019). La orientación al mercado y el desarrollo sustentable en los emprendimientos solidarios en el Ecuador. *Revista Espacios*. 40(37), p.5.
- Censo de Tejedores y Tejedoras de Sombrero de Paja Toquilla (2011). Fundación Carlos Pérez Perasso. Informe Final, pp. 1-50. Azogues, Ecuador.
- Conill, J. (2013), La invención de la autonomía. *Eidon* 39: 2-12.
- Dimov, D. (2007). From opportunity insigth to opportunity intention: The importance of person-situation learning match. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Hoboken. 31(4), 461-583.
- García, M., Maldonado, G., y Alvarado, A. (2019). Innovación abierta y rendimiento financiero en la industria manufacturera de México. *Revista Venezolana de Gerencia*. Número 87, pp. 826-842.
- González, C. H. y Hurtado, A. (2014). Influencia de la capacidad de absorción sobre la innovación: un análisis empírico en las mipymes colombianas. *Estudios Gerenciales*. Vol, 30, pp. 277-286.
- Gravano, A. (1998). Consideraciones sobre el Concepto de Artesanía en América Latina. *Folklore Americano*. Num. 59. Prisma. Database with Hapi Index.
- Grant, R. M. (1996). Hacia una teoría de la empresa basada en el conocimiento. *Strategic Management Journal*. Vol. 17, 109-122.
- Hajipour, B., Rahimi, F., & Hooshmand, M. (2013). Market orientation: Review and new research agenda. *Journal of Management Research*, 5(1), 92-111.
- Hernández, J., Domínguez, M., y Caballero, M. (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. 16(2), pp. 353-379.
- Hurley, R., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54. doi:10.2307/1251742.

- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2014). Informe de investigación del estudio diagnóstico del sector manufacturero de las artesanías en las provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago. Cuenca, Ecuador.
- Malo, C. (1991). Las artesanías en el Marcos, S. (2011). Sistema de retribución. Recompensa total: El nuevo contrato. People Matters. Harvard deusto business review. Ecuador.
- Melo, L. I., Melo, M.M., y Fonseca, D. E. (2017). The Associativity: a local development strategy for Ocamonte (APCO) coffee growers in Santander, Colombia. *Acta Agrom.* 66(4), 538-543.
- Ministerio de Industrias y Productividad (2018). Informe de investigación de la vocación económica y productiva. Zona de planificación regional 6. Cuenca, Ecuador.
- Nunnally, J. (1967). *Psychometric Methods*. New York: McGraw- Hill Book Co.
- Olea, J., Contreras, O. F. y Barcelo, M. (2016). Las capacidades de absorción como ventajas competitivas para la inserción de Pymes en las cadenas globales de valor. *Revista Estudios Gerenciales*. Vol. 32, 127-136.
- Ouchi, W. (2000). *The secret of TSL*, Pearson, Estados Unidos.
- Pastor, M., Rodríguez, P., y Balbinot, Z. (2019). Orientación Emprendedora, Orientación al Mercado y Capacidades Dinámicas en Pequeñas y Medianas Empresas. *Gestão e Regionalidade*. 35(105), pp.67-82.
- Pineda, J. (2017). Estudio de Innovación en la Fabricación de Productos Artesanales Derivados de la Cañar Flecha. Universidad Tecnológica de Bolívar. Cartagena. Colombia.
- Pro Ecuador Oficina Comercial del Ecuador en Hamburgo- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (2018). Estudio de mercado: Sombreros de paja toquilla en Alemania.
- Plan Nacional para el Buen Vivir, Toda una Vida, (2017). Diagnóstico, ejes, políticas, metas y estrategias. Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES. Quito, Ecuador.
- Ringberg, T., Reihlen, M., & Rydén, P. (2019). The technology-mindset interactions: Leading to incremental, radical or revolutionary innovations. *Industrial Marketing Management*. 79, 102- 113.
- Ryan, R. M., Kulk, J., & Delci, E. L. (1997). Nature and autonomy: Organizational View of social and neurobiological aspects of selfregulation in behavior and development. *Development and Psychopathology*, (9), 701-728.
- Santiago, D., Cruz, B., Acevedo, J., Ruíz, A. y Maldonado, J. (2015). Asociatividad para la Competitividad en la Agroindustria de Oaxaca, México. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 36(ND), 1167-1177.
- Sinchi, T. C. y Uruchima, K. M. (2018). Evolución histórica y cultural del sombrero de paja toquilla en el cantón Biblián, Provincia del Cañar. Universidad del Azuay. Cuenca, Ecuador.
- Velásquez, G.; Salgado, J. (2016). Innovación tecnológica: un análisis del crecimiento económico en México (2002-2012: proyección a 2018). *Análisis económico*, vol. XXXI, núm. 78. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco Distrito Federal, México.
- Vilaboa, J., Díaz, P., Platas, D. E., Ortega, E. y Rodríguez, M.A. (2006). Productividad y autonomía en los sistemas de producción ovina: Dos propiedades emergentes de los agros ecosistemas. *Inci*. 31(1).
- Zapata, G. J. (2016). La centralización en la organización y los incentivos intrínsecos: Un estudio en medianas empresas. *Contabilidad y Negocios* (11) 22, 123-136 / ISSN 1992-1896.