Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios
ISSN L: 2313-7819
revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn
Vol. 12, Nº 2 Julio – Diciembre 2025

pp. 85- 101

La capacidad de innovación y adaptabilidad en el sector artesanal

The capacity for innovation and adaptability in the artisanal sector

Verónica Zetina Gómez[1], Jorge Alberto Acosta Alejandro[2]

[1] Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas. México. 231B50003@alumno.ujat.mx https://orcid.org/0009-0005-7702-1111
[2] Universidad Politécnica del Centro, División de Ingeniería Electrónica. México. jorge.acosta@updc.edu.mx https://orcid.org/0000-0001-7666-0193

Recibido: 1 de diciembre de 2024 Aceptado: 29 de julio de 2025

DOI https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v12n2.a8004

Resumen

El sector artesanal se enfrenta a crecientes retos en un contexto global donde la innovación y la adaptabilidad son factores clave para su desarrollo. Esta investigación analiza cómo los artesanos han implementado diversas estrategias para mantenerse competitivos en un mercado en constante evolución. Se emplea una metodología de revisión documental acerca de la literatura existente sobre los mecanismos que emplean los artesanos para innovar en el diseño de sus productos, procesos y modelos de negocio, sin perder la autenticidad y valor cultural de sus obras, para posteriormente extraer ideas principales y resumirlas sistemáticamente de acuerdo con la generalidad de los conceptos. Además, se destacan ejemplos de adaptación a nuevas tecnologías, como plataformas digitales, que han permitido a los artesanos acceder a mercados más amplios y optimizar sus procesos de producción y distribución. El análisis también subraya la importancia de las colaboraciones con actores externos, como dependencias de gobierno y otras empresas, que han impulsado la innovación en el sector. Este estudio pone de manifiesto que la capacidad de los

artesanos para innovar y adaptarse a los cambios es esencial no solo para su supervivencia económica, sino también para su relevancia en un contexto de transformación constante. Los resultados obtenidos aportan una visión valiosa para quienes buscan fortalecer la competitividad y resiliencia del sector artesanal.

Palabras clave: Innovación; adaptabilidad; artesanos; competitividad; globalización.

Abstract

The artisanal sector faces increasing challenges in a global context where innovation and adaptability are key factors for its development. This research analyses how artisans have implemented various strategies to remain competitive in a constantly evolving market. A literature review methodology is used to examine the existing literature on the mechanisms that artisans use to innovate in the design of their products, processes and business models, without losing the authenticity and cultural value of their works, to subsequently extract main ideas and systematically summarize them according to the generality of the concepts. In addition, examples of adaptation to new technologies, such as digital platforms, are highlighted, which have allowed artisans to access wider markets and optimize their production and distribution processes. The analysis also highlights the importance of collaborations with external stakeholders, such as government agencies and other companies, which have driven innovation in the sector. This study shows that the ability of artisans to innovate and adapt to changes is essential not only for their economic survival, but also for their relevance in a context of constant transformation. The results obtained provide valuable insight for those seeking to strengthen the competitiveness and resilience of the artisanal sector.

Keywords: Innovation; adaptability; artisans; competitiveness; globalization.

Introducción

El sector artesanal presenta una creciente relevancia en el ámbito económico y sociocultural de muchos lugares, por lo que este artículo de revisión documental tiene por objeto explorar de qué manera los artesanos, con una gran historia de tradiciones heredadas de nuestros antepasados, se enfrentan a diversos retos en un entorno cambiante, en un contexto globalizado y con el auge de las nuevas tecnologías, desarrollando su capacidad de innovación y adaptabilidad para subsistir en un mercado altamente competitivo.

El presente análisis pretende dar una perspectiva en cómo los productores artesanales han logrado mantener un equilibrio entre preservar su legado de técnicas ancestrales y la necesidad de innovar para satisfacer las necesidades del cliente actual.

La producción de artesanías en numerosos países es un área crucial para el desarrollo económico de las regiones, lo que hace que este emprendimiento sea significativo en la teoría y en la práctica (Ruiz-Carta, 2021; Salcedo et al., 2012), del mismo modo ayuda a la transmisión de la identidad cultural mediante la preservación de técnicas de fabricación que pasan de generación en generación (Benavides & Redondo, 2021; Chacón-Martínez & Gaona León, 2020; Medina & Armas, 2020; Núñez et al., 2021). Sin embargo, los cambios que se dan constantemente en las tendencias de consumo, así como el desconocimiento de técnicas de mercadeo, además de la competencia prevalente de productos elaborados industrialmente ponen a prueba la capacidad de los artesanos para adaptarse a ese entorno desafiante (Hernández et al., 2007b).

Cuando se habla de innovación generalmente se piensa en tecnología e industrias, o aplicada en el área de marketing lo cual impacta en la competitividad de las empresas (Cuevas-Vargas et al., 2020). Esta capacidad se hace notar en diversas áreas de la organización para mejorar la competitividad en el sector, el cual cambia por la misma naturaleza del entorno, situación que exige que este proceso de innovar sea constante para adaptarse a las necesidades del cliente (Cutipa-Limache et al., 2022).

Conforme a lo descrito por Díaz et al. (2017), las empresas artesanales deben adaptarse a los cambios del mercado para estar en condiciones de competir en el mundo globalizado, lo cual puede ser posible a través de la innovación en sus productos, procesos y contexto organizacional, sobre todo, cuando se hace una combinación de todas las anteriores, existiendo estudios que demuestran que los artesanos no poseen las habilidades directivas y técnicas para reaccionar efectivamente a las nuevas exigencias de sus compradores

En contraste hay otras investigaciones que muestran el esfuerzo de los fabricantes artesanales para innovar y adaptar sus productos a las preferencias del consumidor (Núñez et al., 2021).

Con esta investigación se busca ofrecer un análisis de la literatura existente sobre la capacidad de innovación y adaptabilidad en el sector artesanal, para comprender como se puede aprovechar estas capacidades no sólo como medio de sobrevivencia de los talleres artesanales, sino poder prosperar en un entorno tan competitivo y que sigue en evolución. Este estudio es relevante por el potencial que brinda para identificar estrategias viables que puedan ser incluso replicadas en otros contextos, buscando la sostenibilidad y el crecimiento del tejido empresarial.

Con la combinación adecuada de estrategias comerciales como factores de innovación se busca un mayor desarrollo y bienestar para las zonas que se dedican a esta importante labor, al mismo tiempo de preservar el patrimonio cultural existente en estas regiones (Díaz et al., 2017).

Metodología

Esta investigación es de tipo no experimental cualitativo, de alcance descriptivo, basándose en la recopilación, análisis y síntesis de literatura relevante a partir de fuentes secundarias. Se identificaron y seleccionaron publicaciones científicas relacionadas con la capacidad de innovación y adaptabilidad en el sector artesanal.

Primero se estableció el objetivo y alcance de la revisión, analizando elementos humanos como el fabricante artesanal y su capacidad de respuesta ante el cambio del entorno.

Se realizó una búsqueda exhaustiva en las bases de datos académicas Redalyc, DOAJ y Dialnet, empleando palabras clave como innovación artesanal, adaptabilidad artesanal, competitividad y globalización, el periodo de cobertura de búsqueda abarcó de 2007 a 2022, con excepción de un artículo de 1998 por su contenido relevante que contribuye a la explicación del tema central, se consideró como criterios de inclusión aquellos estudios que contemplan las palabras claves descritas en los años especificados. Se han excluido artículos que no tenían relación con las variables clave, así como aquellos anteriores y posteriores a los años que comprende el periodo de búsqueda, así como las investigaciones que no cumplen con criterios de especificidad y calidad con ejes distintos al objeto de estudio del presente documento.

Posteriormente se aplicó un análisis cualitativo extrayendo ideas principales relacionadas con el eje del presente estudio, para categorizarlas e identificar relaciones conceptuales. La información se presenta organizadamente destacando conceptos obtenidos de la literatura dando respaldo a la importancia de estas capacidades en la sostenibilidad del sector artesanal.

Con este enfoque se obtuvo una visión integral y con fundamento del tema, sumando a la literatura existente en torno al desarrollo de este sector.

Resultados

La ciencia administrativa contempla el ejercicio de habilidades o capacidades avanzadas, donde se conjunta el conocimiento, la experiencia y la capacitación, de tal modo que coexiste una relación cercana entre las habilidades administrativas, donde se encuentra la capacidad de innovación y adaptabilidad, y un plan estratégico efectivo, donde se plasme la necesidad de adecuarse a los cambios del contexto organizacional (Callao et al., 2020).

Esta idea es reforzada por Hinojosa y Castillo (2022) quienes señalan que las instituciones más exitosas tienen como gerentes a individuos con habilidades gerenciales, dispuestos a desarrollar estrategias para elevar la competitividad de las organizaciones. Una capacidad puede definirse como la mejor forma de integrar, desarrollar y reorganizar las competencias internas y externas de una organización para adaptarse a un entorno en constante cambio, dicho de otro modo, son las destrezas que contribuyen a la creación de la ventaja competitiva frente a los desafíos (González, 2020).

Ruiz-Carta (2021) considera a las capacidades como las habilidades esenciales para lograr de manera efectiva los objetivos planteados. Estas competencias surgen del aprendizaje colectivo dentro de la organización y derivan de la coordinación entre diversas destrezas de producción y la integración tecnológica.

González (2020) menciona que los grupos de artesanos enfrentan una difícil decisión de participar activamente en el mercado con el riesgo de que su identidad perezca, o mantenerse alejados con el riesgo de ser relegados por la competencia industrial y con ello sufrir de grandes pérdidas económicas; de tal modo que el futuro en cualquiera de las dos opciones los llevaría a perder el patrimonio cultural de su práctica.

Entre las habilidades directivas se destaca la de innovación y adaptabilidad, consideradas como factores importantes para lograr la competitividad empresarial, tanto por el beneficio económico en ingresos como en la relación con otros factores de competitividad (Abay Analistas Económicos, 2015). Se destacan las innovaciones enfocadas al producto, a los procesos, organizativas y de comercialización.

Para una mejor explicación del concepto de capacidad de innovación y adaptabilidad, la Tabla 1 presenta muestra estudios que contemplan a la innovación como uno de sus ejes.

Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios
ISSN L: 2313-7819
revistas.up.ac.pa/index.php/revista_colon_ctn
Vol. 12, Nº 2 Julio – Diciembre 2025

Tabla 1

Definición de innovación y adaptabilidad

Concepto de Innovación	Cita
Introducir ideas nuevas vinculando valor y creatividad, con base en conocimiento del mercado como factores relevantes en las pymes artesanales.	Alcívar-Vera & Cerón-Tatac (2021)
Se acompaña de una estrategia de comercialización en el sector artesanal para lograr que la organización sea competitiva, se encuentra presente en la producción, en la comercialización, en la investigación y desarrollo de productos, trata de convencer al consumidor que el producto elegido es el mejor.	Benavides & Redondo (2021)
Capacidad de cambio de un sistema de procesos o producto, mínima o radical, para obtener beneficios en su aplicación, en el ámbito de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural.	Benítez (2009)
Abarca actividades como la exploración, el descubrimiento, la experimentación, el desarrollo, la imitación y la implementación de nuevos productos, métodos de producción y estructura organizacional, como factor estratégico de competitividad en empresas artesanales.	Cota & López (2007)
Crear ofertas de valor para un mercado, transformando las necesidades no satisfechas en oportunidades de negocio para el sector artesanal.	Díaz et al. (2017)
Involucra la comercialización de ideas novedosas de manera efectiva para la sostenibilidad empresarial de todo tipo incluyendo la actividad artesanal.	Fondo Europeo de Desarrollo Regional (2020)
El valor agregado que el artesano adiciona al bien para su comercialización.	Hernández et al. (1998)

Concepto de Innovación	Cita
Proceso donde se aplica la creatividad, desarrollo y gestión de ideas, desde la conceptualización y organización hasta la comercialización de bienes o servicios novedosos, aplicado a los negocios de artesanía en México.	Hernández et al. (2007a)
Es la herramienta específica para aprovechar el cambio y hacer un negocio diferente, en el contexto de emprendimientos artesanales del cantón La Troncal.	Hinojosa y Castillo (2022)
Capacidad aprovechada individualmente para desarrollarse en un proceso que convierta bienes o servicios en una opción que satisfaga necesidades del cliente, contribuyendo al desarrollo económico del gremio artesanal.	Maya (2019)
Posibilidad para convertir conocimientos generales en específicos, habilidad de aprender y desarrollarse en el entorno donde actúan como oportunidades para microempresas, sin excluir a las artesanales.	Quintero et al. (2019)
Establecer una nueva forma de producción, es una habilidad de las organizaciones para persuadir al mercado a través del desarrollo de productos nuevos, constituyéndose en ventaja competitiva para las empresas artesanales.	Salcedo et al. (2012)
Mejoramiento de la posición competitiva de las unidades económicas, a través de una serie de actividades organizacionales, financieras, comerciales que impactan en la producción y comercialización de las empresas artesanales.	Solís-Muñoz et al. (2020)

Fuente: Elaboración propia con base en Alcivar-Vera & Cerón-Tatac (2021), Benavides & Redondo (2021), Benítez (2009), Cota & López (2007), Díaz et al. (2017), Fondo Europeo de Desarrollo Regional (2020), Hernández et al. (1998), Hernández et al. (2007a), Hinojosa y Castillo (2022), Maya (2019), Quintero et al. (2019), Salcedo et al. (2012) y Solís-Muñoz et al. (2020).

Con relación al proceso de innovación se enfatiza la magnitud de la participación del recurso humano, porque interpreta y aplica en acciones específicas la información enviada al mercado, en correspondencia a los productos ofertados y a las preferencias del consumidor (Maya, 2019), además de que los líderes deben comunicar y promover en sus colaboradores el compromiso con la innovación y los resultados que se pretenden lograr (Paredes et al., 2022).

Derivado de la aplicación de la innovación en las organizaciones se pueden obtener múltiples beneficios como la solución a problemas mejorando la efectividad del negocio, capitalizar los nuevos conocimientos y aplicaciones, sostenimiento de la ventaja competitiva, incremento de la productividad, (Hernández et al., 2007a), de igual modo se incrementan los ingresos por concepto de ventas de nuevos productos (Abay Analistas Económicos, 2015), se aumenta el nivel de competitividad frente a los mercados internacionales (Aliaga-Melo & Tudela-Mamami, 2022; Díaz et al., 2017) y se está en condiciones de responder efectivamente a las oportunidades y amenazas del ambiente organizacional (Maya, 2019).

Para que la innovación sea exitosa en la organización, se requiere que la estrategia sea inspiradora, ambiciosa, abierta, acorde al tiempo, y adaptable para evolucionar en el transcurso del tiempo (Fondo Europeo de Desarrollo Regional, 2020).

Sumado a esto se ha encontrado que la capacidad de innovación se conforma de diversidad de factores como la creatividad, la gestión y reconfiguración del conocimiento, capital humano, cultura organizacional, liderazgo, sistemas y estructuras, integradas de tal forma que generan estrategias para que las organizaciones adquieran la capacidad para innovar de manera constante (Cutipa-Limache et al., 2022). Los autores clasifican la innovación en tres categorías, en lo humano donde se encuentra la creatividad del individuo, en lo organizacional donde se percibe la cultura, liderazgo y estrategias innovadoras, y en lo técnico donde se encuentran los recursos, la información y la tecnología.

En este sentido Hinojosa y Castillo (2022) revelan que entre las características del artesano emprendedor se encuentran la innovación y creatividad, en el sistema de producción o bien generando un producto nuevo, deseando ser mejores que los competidores.

El nivel de innovación puede darse en diversos aspectos como en el modelo de negocio, mercados, procesos y productos (Cutipa-Limache et al., 2022), entre los hallazgos del estudio de estos autores destaca que la capacidad de innovación humana es el factor más importante, para alcanzar niveles altos de innovación en las empresas por su aporte creativo y desarrollo de ideas únicas, mismas que el artesano debe poner en práctica constantemente.

Hernández et al. (2007a) analizaron diversos factores de innovación para medir el éxito en los negocios de artesanías en México, enfocándose al valor agregado para los miembros del negocio, la tecnología, las estrategias comerciales, de promoción y de producto, encontrando que el mayor efecto sobre la innovación se encuentra en el conocimiento del dueño del negocio en el manejo de su empresa, con un producto diferenciado que plasme la historia de la comunidad, así como los insumos utilizados en su elaboración.

Al respecto, Salcedo et al. (2012) coinciden en que el conocimiento es el elemento primordial de la innovación y se constituye como un proceso continuo, donde la empresa es protagonista del compás que imprime a esta habilidad, convirtiendo a la creación de innovación como una ventaja competitiva que es influenciada por los cambios de la industria donde participa.

Prevalece la idea de que las artesanías deben impulsar la innovación en valor, tanto del sistema productivo, como en la cadena de valor, lo que requiere poner especial atención al mercado (Ferro, 2017).

De igual modo se investigaron las circunstancias que han llevado a los artesanos al desarrollo de la capacidad de innovación, como el conservar la calidad de los bienes producidos, la creatividad que se imprime en cada pieza, necesidad de contar con nuevos diseños, ventas bajas, compra de nueva maquinaria, capacitación del personal, y sobre todo la necesidad de adaptarse a los nuevos gustos del consumidor (Salcedo et al., 2012), de este último se subraya la trascendencia de los estudios de mercado para alinear los esfuerzos organizacionales al segmento de cliente, con productos ajustados a sus deseos y necesidades (Maya, 2019).

Del material consultado se extrae que la innovación del producto es de las más usuales privilegiándose sobre la innovación de procesos (Abay Analistas Económicos, 2015; Cota & López, 2007; Hernández et al., 2007a; Salcedo et al., 2012), ya que introduce un bien o servicio mejorado en sus atributos o usabilidad, comprende especificaciones técnicas, materiales utilizados en su fabricación, entre otras características prácticas (Benavides & Redondo, 2021).

Cuando se encuentran productos diferenciados donde se plasma la creatividad e innovación del artesano, se pueden encontrar otros mercados e incrementar los precios de manera justificada (Hernández et al., 1998), aunque, usualmente este tipo de innovación de diseños especiales, surge a solicitud del cliente (Salcedo et al., 2012).

En el caso de las artesanías la innovación disruptiva es mínima, en el afán de conservar tradiciones ancestrales, aunque se esté alejando de lo que exige el mercado actual de consumidores (Solís-Muñoz et al., 2020), predomina el temor al cambio suponiendo que sólo empresas de gran tamaño pueden afrontar innovaciones, además de que creen que deben aferrarse al ejemplo que sus padres enseñaron porque así lo aprendieron toda su vida (Salcedo et al., 2012), de esta manera, los artesanos eligen opciones tradicionales que son parte de su legado y en caso de surgir otra estrategia aplicable a producción, comercialización, administración y ventas, consideran las ventajas que obtendrán y la facilidad de implantación antes de tomar la decisión de acogerla (Puc-Cruz et al., 2019).

Otras barreras para la innovación son la poca disponibilidad de información, recursos y acceso a financiamientos, así como el tiempo insuficiente para desarrollar nuevas ideas, no se conoce la tecnología que pueda ayudar a desarrollar mejoras (Abay Analistas Económicos, 2015), falta de formación en áreas estratégicas del negocio como el marketing, lo que limita a las organizaciones a mejorar sus procesos y enfrentarse a la desmedida competencia del mercado (Alcívar-Vera & Cerón-Tatac, 2021). Además, se encontró otros obstáculos como la falta de capacitación y calidad de los materiales (Salcedo et al., 2012), así como el desconocimiento del funcionamiento del sector, de tal manera que no se comprenden las características del mercado donde ofertará sus productos (Lechuga-Cardozo et al., 2020).

Discusión

Para que una empresa se considere exitosa debe sacar provechos de sus fortalezas, como son los conocimientos, habilidades y la capacidad creativa e innovadora de todo el personal, incluyendo a dirigentes y colaboradores (Salcedo et al., 2012). Este proceso requiere de planeación y dirección, ya que de lo contrario resultará adverso (Maya, 2019).

En la empresa, la innovación se aprovecha para aplicar el conocimiento en resultados positivos para el negocio, generando bienes y servicios, modelos de negocio novedosos, y procesos mejorados (Fondo Europeo de Desarrollo Regional, 2020; Maya, 2019), por lo que resulta importante para responder a los desafíos del mercado, mejorar la competitividad y preservar el valor cultural de los productos manteniendo el equilibrio entre tradición y modernidad.

Entre las estrategias con mayor impacto para aumentar la comercialización de artesanías a nivel local e internacional, se encuentra la innovación de productos, lo que incrementa la competitividad y genera lealtad hacia estos bienes (Benavides y Redondo, 2021).

La capacidad de innovación y adaptabilidad involucra generar y desarrollar ideas nuevas que aporten valor al cliente, es una habilidad que se desarrolla a nivel individual, por lo que es un activo intangible muy importante para desplegar ventajas competitivas que lleven a la empresa a la conquista del mercado (Maya, 2019).

Entre las principales barreras para innovar se destacan la falta de acceso a financiamiento, capacitación limitada, carencia de tecnología adecuada y resistencia al cambio debido a la preservación de tradiciones.

Todo indica que entre los requisitos de subsistencia de las organizaciones se encuentran, la capacitación del gerente, así como del personal que tenga a su cargo. en áreas estratégicas, actividad que permitirá adaptarse mejor a las necesidades del consumidor y superar las limitaciones estructurales, esta preparación es relevante para aumentar el valor de la organización y dar fortaleza al emprendimiento, pero sin perder la emotividad y valor cultural de la artesanía (Maya, 2019; Ruiz-Carta, 2021). Otra necesidad es comprender cómo funciona el mercado, conocer el

comportamiento del consumidor, así como las estrategias de los competidores (Alcívar-Vera & Cerón-Tatac, 2021).

Se puede concluir que la innovación en el sector artesanal no solo fortalece su competitividad, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades y a la preservación de su patrimonio cultural.

Conflicto de interés

Los autores declaran que no existe conflicto de interés en la redacción de este artículo.

Referencias Bibliográficas

Abay Analistas Económicos. (2015). *Análisis de la competitividad del sector artesano en Andalucía 2014.* Escuela de Organización Industrial

Alcívar-Vera, E. L. & Cerón-Tatac, O. I. (2021). Estrategia de innovación en valor: factores relevantes en el contexto de las PYMES artesanales. *Polo del Conocimiento, 56*(3), 1395-1416. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2443

Aliaga-Melo, G. & Tudela-Mamami, J. W. (2022). Proceso de la administración, innovación e internacionalización de empresas artesanales textiles de la región Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas,* 24(4), 302-310. http://www.scielo.org.pe/pdf/ria/v24n4/2313-2957-ria-24-04-302.pdf

Benavides, L. & Redondo, A. (2021). Estrategias de comercialización para el sector artesanal colombiano en mercados internacionales. *Revista Habitus: Semilleros De Investigación, 1*(1). https://doi.org/10.19053/22158391.11899

Benítez, S. (2009). Dinámica de la artesanía latinoamericana como factor de desarrollo económico, social y cultural. UNESCO Office Havana and Regional Bureau for Culture in Latin America and the Caribbean, *Cultura y Desarrollo, 6*(25). https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/48D7253265028FB40525827A0061790C/$FILE/CyD_LaArtesaniaLatinoamericana.pdf

Callao, M., Collantes, H. Y. & Alarcón, C. E. (2020). Formación de microempresas para desarrollar habilidades administrativas en los artesanos de Cultura Viva, de la Asociación de Artesanos Monsefú, Chiclayo. *Tzhoecoen, 12*(1), 53-73. https://doi.org/10.26495/tzh.v12i1.1245

Chacón-Martínez, M. C. & Gaona- León, C. (2020). Estrategias de innovación en el proceso de comercialización de artesanías de barro del Municipio de Ráquira. *In Vestigium Ire. 14*(2). 80 -104. http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/2236/1902

Cota, R. & López, C. (2007). La presencia de innovación como factor estratégico de competitividad: el caso de las empresas que producen artesanías en Tonala, Jalisco. *DER-Ineser, 19*(99), 18-32. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7950845.pdf

Cuevas-Vargas, H., Parga-Montoya, N. & Estrada, S. (2020). Incidencia de la innovación en marketing en el rendimiento empresarial: una aplicación basada en modelamiento con ecuaciones estructurales. *Estudios Gerenciales, 36*(154). 66-79. https://doi.org/10.18046/j.estger.2020.154.3475

Cutipa-Limache, A.M., Escobar-Mamani, F., Carpio, A. & Fernández, R. F. (2022). Capacidad de innovación y su influencia en el nivel de innovación de micro y pequeñas empresas exportadoras de artesanía textil del Sur de Perú. *Investigación & Desarrollo, 30*(2). 96-126. https://dx.doi.org/10.14482/INDES.30.2.658.406

Díaz, R., Sánchez, P. S. & Henríquez, T. (2017). Innovación y competitividad en el sector artesanal. *Recherches en Sciences de Gestion*, 121, 41-66. https://scholar.archive.org/work/lhg6up3z2fb3ljmhcynoqa6bmy/access/wayback/https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=RESG_121_0041&download=1

Ferro, D. (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración,* (1), 95-116. https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/572

Fondo Europeo de Desarrollo Regional. (2020). *Innovación y sostenibilidad empresarial.* FEDER. https://camaratoledo.com/wp-content/uploads/2020/06/guia-innovacion-y-sostenibilidad-empresarial.pdf

González, T. E. (2020). Capacidad dinámica y recursos para la resiliencia en empresas artesanales de cerámica en Jalisco, México. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 16(*30). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409663283012

Hernández, J.D., Domínguez, M.L., & Caballero, M. (2007a). Factores de innovación en negocios de artesanía de México. *Gestión y Política Pública, 16*(2), 353-379. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13316204

Hernández, J.D., Yesca, M., & Domínguez, M. L (2007b). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales, 23* (104), 77-99. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21210404

Hernández, J. D., Domínguez, M. L., Moreno, I. A. & Ortega, N. (1998). Estrategias competitivas en artesanía. *Iztapalapa* (44), 261-276. https://revistaiztapalapa.izt.uam.mx/index.php/izt/article/view/1398

Hinojosa, A. G., & Castillo, Y. (2022). Influencia de las habilidades gerenciales en la persistencia de los emprendimientos artesanales del cantón La Troncal. *Religación, 7*(33), https://doi.org/10.46652/rgn.v7i33.971

Lechuga-Cardozo, J. I., Leyva-Cordero, O. & Núñez-García, A. (2020). Internationalization strategy in the handicraft industry: the Galapa-Colombia case. *Revista Academia & Negocios, 5*(2), 99-106. https://revistas.udec.cl/index.php/ran/article/view/2610

Maya, K. (2019). Innovación para el desarrollo económico del Gremio Artesanal. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, 4*(7), 88-98. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576869546005

Medina, A. & Armas, E. (2020). *La construcción del sector artesanal, para un desarrollo comunitario.* En Factores críticos y estratégicos en la interacción territorial desafíos actuales y escenarios futuros. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo. http://ru.iiec.unam.mx/id/eprint/5154

Núñez, G., Cruz, G. & Serrano, R. (2021). Adaptación, transformación y pervivencia de la producción artesanal alfarera de Metepec, estado de México. *Gazeta de Antropología, 37*(2). http://dx.doi.org/10.30827/Digibug.72181

Paredes, D., Cervantes, G., Ibarra, L., & Cruz, M. (2022). Las habilidades directivas de coaching, comunicación, trabajo en equipo y su relación con la competitividad de las PyMEs de Benito Juárez, Sonora México. *Revista De Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria De Ciencias Económicas Administrativas - Departamento De Ciencias Económico Administrativas-Campus Navojoa,* 15(38). https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.522

Puc-Cruz, A. C., Sarmiento, J. F., Munguia, A., & Monforte, G. (2019). 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. https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/99

Quintero, I. C., Galvis, A. C., Rentería, J. & Giraldo, E. (2019). *Capacidades de Innovación. Retos y oportunidades para las microempresas.* Editorial REDIPE.

Ruiz-Carta, E.P. (2021). Emprendimiento y artesanías: una revisión de la literatura desde la teoría basada en recursos y capacidades. *Revista Científica Anfibios, 4*(1), 27-33. https://doi.org/10.37979/afb.2021v4n1.81

Salcedo F. J., Vargas-Hernández, J. G. & Martínez M. A. (2012). Innovación como ventaja competitiva en las empresas artesanales en Tonalá, Jalisco. *Revista OIKOS, 16*(33), 39-51. https://ediciones.ucsh.cl/index.php/Oikos/article/view/1040/981

Solís-Muñoz, J., Lira-Arjona, A. & Cruz-Álvarez, J. (2020). Aproximaciones teóricas de los factores que determinan la innovación incremental en emprendimientos artesanales. *Vinculategica Efan, 6*(1), 442–453. https://doi.org/10.29105/vtga6.1-592