Economía, Sociedad y Territorio, vol. xxii, núm. 69, 2022, 493-518.
DOI: http://dx.doi.org/10.22136/est20221803

Identidad empresarial indígena: una interpretación integral desde el enfoque de las capacidades y dimensiones culturales

Indigenous business identity: a comprehensive interpretation from the capabilities and cultural dimensions approach

Citlalli Macías-Barreto*
Evelia Rojas Alarcón**

Abstract

This research presents an analysis of the Business Identity carried out in Purépecha artisan enterprises, through 10 semi-structured interviews applied in depth, through convenience and snowball effect sampling. For the data analysis, an integration of approaches based on capabilities and cultural dimensions was used. It was concluded that to improve the quality of public policies, it is necessary to align them in accordance with the producers' business identity, which is related to the social and cultural context. We also contribute to future research on enterprises by integrating the qualitative variables used in the analysis.

Keywords: *theory of the firm, indigenous, integrative perspective, entrepreneurship, craft promotion.*

Resumen

Esta investigación presenta el análisis de la identidad empresarial realizado en empresas artesanales purépechas mediante 10 entrevistas semiestructuradas aplicadas a profundidad, por muestreo de oportunidad y efecto bola de nieve. Para el análisis de los datos se empleó una integración de enfoques basados en capacidades y dimensiones culturales. Se concluyó que, para mejorar la calidad de las políticas públicas, es necesario alinearlas en congruencia con la identidad empresarial de los productores, que está relacionada con el contexto social y cultural. Además, se contribuye con futuras investigaciones sobre la empresa mediante la integración de variables cualitativas empleadas en el análisis.

Palabras clave: teoría de la empresa, indígena, perspectiva integradora, espíritu empresarial, fomento artesanal.

* Estudiante de la Maestría en Ciencias en Estudios Interdisciplinarios para Pequeñas y Medianas Empresas en la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas del Instituto Politécnico Nacional, correos-e: cmaciasb1800@alumno.ipn.mx / citlallimbarreto@gmail.com

** Instituto Politécnico Nacional, correos-e: erojasa@ipn.mx / eve720819@hotmail.com

Introducción

En el marco de las industrias culturales, la actividad artesanal (acart) es prioritaria en países que la consideran un medio de desarrollo para sus comunidades más vulnerables (Azuela Flores y Cogco, 2014; Grobar, 2019), pues se estima un promedio internacional de ocupación laboral para este sector de 9.4% (Grobar, 2019: 3), lo que explica el creciente interés por el estudio de la acart en el entorno empresarial y el aumento de publicaciones en revistas de alta calidad. En México, oficialmente se calcula que 10.44% de la población nacional se dedica a esta actividad (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, Fonart, 2018: 12), lo que justifica un diseño cuidadoso de las políticas públicas relacionadas con ella.

Para mejorar la calidad de dichas políticas, es necesario contar con información adecuada sobre el sentido de la acart en el contexto empresarial, pues prevalece la errada asociación de este concepto a un productor indígena de poca formación y bajos recursos económicos, vinculado con procesos de producción manuales (Azuela Flores y Cogco, 2014; Correa García *et al.*, 2017). Es importante reemplazar este limitado concepto y, al mismo tiempo, generar un análisis particular para cada contexto (Correa García *et al.,* 2017). En este sentido, la presente investigación aporta, al diseño de políticas públicas, el análisis e interpretación de la identidad empresarial (IE), desarrollado para el caso de la acart en el contexto purépecha de Michoacán.

Debido a que el término *artesanal* es relativamente reciente, su definición aún no ha alcanzado un consenso internacional pleno, pues con él se pretende abarcar una amplia pluriculturalidad que corresponde a distintos sentidos y niveles de desarrollo. Por lo anterior, en el presente documento se consideró como acart al proceso de transformación derivado del conjunto de habilidades físicas e intelectuales sobre materiales y herramientas propios de un oficio y hábitos culturales (Novelo, 2010), mismos que son transferidos, generalmente, por tradición familiar, de una generación a otra.

En el terreno del emprendimiento, investigaciones previas han abordado el estudio del empresario artesanal de forma fragmentada. En síntesis, se han estudiado aspectos como: su *comportamiento* frente a la competencia; la relación entre el éxito de la empresa y el patrimonio cultural del *contexto*; la *motivación* de los empresarios, sus propósitos y estilos de vida frente a sus objetivos económicos; el *desarrollo* empresarial y los *recursos* estratégicos para la creación y aprovechamiento de oportunidades; las diferencias en torno al *género* y las *tipologías* de empresarios artesanales. Sin embargo, aún son pocas las investigaciones –con visión

integral– para la discusión académica teórica que permitan avanzar en el conocimiento y la investigación empírica (Pret y Cogan, 2019: 597-600).

Por su parte, la calidad y desempeño de los programas de fomento a las artesanías en México es muy bajo, pues los beneficiarios manifiestan afectación en su convivencia comunitaria y familiar, sin percibir mejoras en su nivel de vida (Pérez Cruz *et al.,* 2017: 14-15). Estos programas abarcan áreas como: *capacitación integral* para la administración del proceso productivo y comercialización; *asistencia técnica* para la producción y transferencia de conocimientos*; apoyo a la producción,* con la asignación de recursos económicos*; adquisición de artesanías y comercialización* mediante compra y venta en ferias, exposiciones, páginas web, catálogos y concursos (Azuela Flores y Cogco, 2014; Correa García *et al.,* 2017). Sin embargo, estos programas establecen una relación *proveedor-cliente* entre los artesanos y el propio instituto, porque operan gestionando los recursos de forma individual y condicionada, lo que genera conflictos dentro de las comunidades, al premiar, favorecer y reconocer a unos productores por encima de otros.

Por lo anterior, es necesario explorar la particularidad de cada acart, con la finalidad de ampliar el conocimiento sobre ésta en el contexto de la empresa. Para ello, se estableció como objetivo central de investigación identificar e interpretar las fronteras, motivaciones y características de las empresas artesanales de los pueblos originarios de México, empleando, para ello, una integración teórica, con base en Wilber (1998), de los enfoques de la empresa de Penrose (1962) y Nooteboom (2003; 2006; 2009), y las dimensiones culturales de Hofstede (2001). Para lograrlo, se seleccionó a la población purépecha localizada en las bioáreas Meseta y Lacustre de Michoacán de Ocampo, México, debido a su larga tradición artesanal y a su historia milenaria. Para la localización de los participantes se aplicó un único y amplio criterio de selección: dedicarse a la producción de artesanía en el territorio purépecha.

Este documento se presenta en tres apartados: el primero plantea el marco teórico-conceptual empleado en el análisis y los criterios para su integración, tras lo cual, se describe el contexto de investigación y la metodología empleada, así como las variables para el análisis cualitativo; en el segundo apartado se presentan y discuten los resultados obtenidos; en el tercero se exponen las conclusiones.

1. Construcción e integración del marco teórico-conceptual

El marco teórico-conceptual responde al vacío teórico identificado en torno al estudio de la empresa, a partir de las principales aportaciones

hechas por Penrose (1962) y Nooteboom (2003; 2006; 2009), quienes abordaron el desafío de abrir la llamada *caja negra* para su estudio. Posterior al trabajo en campo de esta investigación, se reconoció la utilidad de considerar los aspectos culturales que rigen y moldean a las organizaciones humanas; para ello, se incorporaron las dimensiones culturales propuestas por Hofstede (2001) para un análisis intercultural. Tras lo cual, las teorías previamente seleccionadas se integraron en un sólo marco teórico-conceptual, con base en la lógica y fundamentos del mapa cuadrático de desarrollo propuesto por Wilber (1998), con la finalidad de realizar un análisis coherente y ordenado.

1.1. Disección teórica del crecimiento y la cognición de la empresa

De acuerdo con la literatura revisada sobre la teoría de la empresa, basada en Aghion y Holden (2011), la explicación de ésta y el empresario fueron irrelevantes para la teoría neoclásica durante mucho tiempo, hasta principios de la década de los ochenta, cuando Oliver Williamson presentó su teoría de costos de transacción como explicación de la creación de empresas. Desde entonces, surgieron varias perspectivas para la interpretación de la empresa, cada una centrada en diferentes aspectos. Sobre esta línea, García Garnica y Taboada Ibarra (2012) clasifican y caracterizan los diversos enfoques sobre el estudio de la empresa en dos grupos relevantes: el enfoque contractual, que comprende las perspectivas de Coase, Alchian, Demsetz y Williamson, y el enfoque de capacidades, que abarca las perspectivas de Penrose (1962) y Nooteboom (2003; 2006; 2009).

A partir de la revisión de estos autores, se seleccionó el enfoque de capacidades –porque tanto Edith Penrose (1962) como Bart Nooteboom (2003; 2006; 2009) centran la atención en las motivaciones para el emprendimiento y en el conocimiento para realizarlo–, cuya importancia radica en la combinación de las mismas y lo que las distingue entre sí, en oposición al enfoque contractual de Coase, Alchian, Demsetz y Williamson, quienes interpretan a la empresa desde sus elementos más formales, como la coordinación y tipos de contratos o la eficiencia en la gestión de los costos de transacción (García Garnica y Taboada Ibarra, 2012).

Un primer paso en la investigación fue comprender los elementos de una empresa desde una postura teórica. En argumento de Nooteboom (2009: 25-26), la empresa se define atendiendo sus aspectos organizativos con propósito, por lo que es vista como una unidad de producción, donde se transforman insumos al agregar valor a través de *sistemas de actividad dirigidos* o a través de la *coordinación de capacidades*; coincide con Penrose (1962) al incluir la coordinación de acciones, conocimientos y tecnología en el conjunto de recursos, tangibles e intangibles, que el empresario

coordina para aprovechar las oportunidades reales o subjetivas de la empresa. Además, este enfoque incluye la empresa unipersonal en el análisis organizativo, la cual se compone del propietario-gerente, quien coordina y dirige sus propias capacidades.

Como puede observarse, los procesos cognitivos son los elementos centrales para la revisión de estas teorías, pues determinan la unidad empresa mediante sus manifestaciones tangibles e intangibles, es decir, cómo se organizan y gestionan las actividades, y cómo se definen y comparten los objetivos organizacionales. De acuerdo con Penrose (1962), en una economía de mercado las empresas proveen los satisfactores que la sociedad demanda, para ello, cada una se centra en un tipo limitado de productos, con base en sus recursos heredados. A partir de esta idea, Nooteboom (2006: 5-6) considera que los objetivos organizacionales surgen de alinear la cognición limitada (visión del empresario) con sus objetivos personales. Con base en lo anterior, se entiende que las empresas pueden agruparse en términos de capacidades frente a la demanda social y, simultáneamente, distinguirse por sus objetivos organizacionales y la manera en que el empresario mezcla sus recursos y conocimientos. Ambos autores coinciden en que la visión del empresario es, al mismo tiempo, tanto una guía como un límite del crecimiento de la empresa, porque se sustenta en la confianza en sus conocimientos (Penrose, 1962; Nooteboom, 2006), lo que le permite afrontar tanto las oportunidades como la incertidumbre.

Con Nooteboom (2009: 29-30), el concepto de cognición evoluciona y trasciende el sentido racional para incluir factores como destreza motora, percepción, interpretación e inferencia, así como conocimientos a partir de relaciones lógico-causales; preferencias y valores técnicos, personales e institucionales; y gobernanza y resolución de conflictos. Esta perspectiva fue importante porque en las empresas, independientemente de su nivel de formalización, una gran cantidad de conocimiento es tácito y se transfiere de manera orgánica, mediante procesos de aprendizaje, intercambio de entendimientos e interpretaciones dentro de la misma, lo que para Nooteboom (2009) es la reconstrucción de conocimiento a partir de los ya existentes. De este modo, se estableció que las empresas aumentan la probabilidad de permanecer en el mercado si impulsan procesos internos de aprendizaje para el desarrollo de sus capacidades.

Para Penrose (1962), la empresa también puede obtener conocimientos mediante la adquisición de maquinaria o tecnología para detonar o acelerar procesos cognitivos desde una fuente externa, sin embargo, la realidad de muchas pequeñas empresas es el acceso limitado a financiamiento, o bien, la dificultad de asimilación de tecnología debido a las distancias cognitivas. Al respecto, Nooteboom (2003: 225-227) llama

heurística de descubrimiento a un método cíclico para transitar hacia nuevas competencias, pues considera que la naturaleza del aprendizaje es evolutiva. Éste inicia tras la consolidación de conocimiento y su posterior generalización en nuevos contextos o aplicaciones distintas, lo que implica ajustarlo a sus características específicas mediante la exploración, para encontrar combinaciones novedosas y apropiadas; tras aplicarlas, éstas se consolidan nuevamente, momento en el cual surge un periodo de desempeño insatisfactorio que detona el proceso nuevamente.

El uso deliberado y consciente de las capacidades de la empresa favorecen la institucionalización, más allá del contrato legal y formal. Esta perspectiva teórica explica el *contrato relacional,* como las instituciones que emergen de las relaciones basadas en la confianza, integradas por rutinas, valores, lenguajes y creencias. Estos procesos de *institucionalización* regulan el comportamiento mediante reglas preestablecidas para gestionar el riesgo relacional, con base en la lealtad y la motivación intrínseca (Nooteboom, 2009), lo que posibilita relaciones de mutuo intercambio a largo plazo y fortalece la capacidad adaptativa de las empresas, a través de la colaboración.

Ambas perspectivas son útiles para explicar la empresa artesanal e identificar los componentes que le dan identidad desde sus capacidades, sin embargo, al explorar los aspectos cognitivos de los participantes, se detectó la necesidad de explicarlos en términos culturales y de interpretación del mundo, mismos que se presentan a continuación.

1.2. Comportamiento y empresa: las dimensiones culturales

En el proceso cualitativo, y a medida que el investigador capta e interpreta el fenómeno estudiado, es posible identificar relaciones no anticipadas (Hernández Sampieri *et al*., 2010). En función de la autodeterminación de los pueblos indígenas en México (formas de gobierno, idiomas, valores y paradigmas propios), se consideraron cumplidos los criterios suficientes para abordar la investigación como internacional en términos culturales. En este sentido, fue necesario regresar a la literatura para incorporar elementos útiles para la interpretación de las conductas, pensamientos y paradigmas no previstos al inicio de la misma. A partir de esto, y en argumento de Munyanyi *et al.* (2018) –así como en la naturaleza de los datos recolectados–, los factores culturales fueron considerados determinantes en el estudio de la IE indígena. Se identificó y seleccionó, en la literatura especializada, el marco de cinco tendencias de comportamiento de las dimensiones culturales propuesto por Geert Hofstede (2001), que a continuación se describen brevemente:

- La dimensión *distancia de poder,*[1] entendida como el potencial de una persona para influir sobre otra, expresado en términos inequitativos dentro del mismo contexto, suele manifestarse en grados de desigualdad de estatus, riqueza, poder o privilegios que cada sociedad u organización maneja (Hofstede, 2001; Zhussupova *et al.,* 2019). La perspectiva de esta dimensión es útil en el análisis, ya que se manifiesta como temor a estar en desacuerdo con un superior, lo que inhibe el intercambio de ideas y la discusión, de allí el sentido de distanciamiento entre los involucrados.
- La dimensión *evitación de la incertidumbre* se interpreta como la tolerancia ante la ambigüedad y suele manifestarse como el impulso al control y planeación; se manifiesta en el uso de tecnología o en los *rituales* para enfrentarla (Hofstede, 2001; Zhussupova *et al.,* 2019). Esta dimensión fue útil para la comprensión del paradigma imperante y el fundamento técnico-económico de los participantes.
- Los términos de la dimensión *individualismo-colectivismo* se refieren a las cualidades de los vínculos entre los integrantes de la organización, es decir, a la forma en que resuelven sus necesidades cotidianas (Hofstede, 2001). Esta dimensión permitió comprender la naturaleza de las estructuras organizacionales identificadas en el contexto de la investigación.
- La dimensión *masculinidad-feminidad* atiende el sentido de los objetivos de una sociedad u organización y la forma en que son establecidos (Hofstede, 2001: 280); está relacionada con el conjunto de atributos de género aprendidos mediante complejos procesos de socialización, asociados, pero no determinados, por el sexo. Esto implica identificar el sentido de los objetivos organizacionales en dos direcciones: el trabajo para la reproducción de la vida con énfasis en la cooperación y el servicio (feminidad); o bien, para la competitividad, la independencia y la autoexplotación para el éxito personal y material (masculinidad).
- La dimensión *orientación al largo-corto plazo* se interpreta como la tendencia a fijar los alcances de los objetivos o proyectos organizacionales, con relación a la importancia que la empresa atribuye a su pasado, presente y futuro (Hofstede, 2001; Zhussupova *et al.,* 2019). Desde esta dimensión, la empresa es interpretada como el conjunto de acciones proyectadas en función del tiempo y es resultado de su propia historia y trayectoria.

[1] *Poder* es "el potencial para determinar o dirigir el comportamiento de otra(s) persona(s) más que al revés". *Distancia de poder* es "el grado de desigualdad de poder entre un Individuo (I) menos poderoso y un Otro con más poder (O)" (Mauk, 1977: 90).

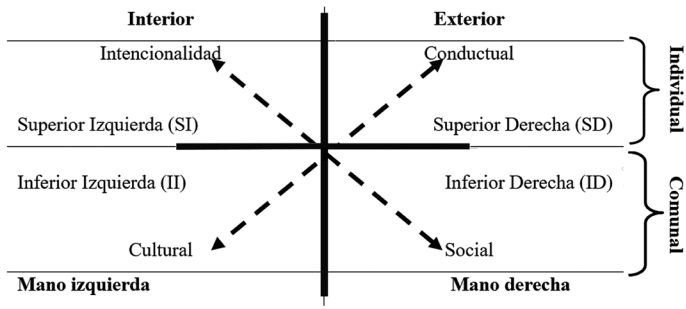
La incorporación de estos elementos proporcionó mayor amplitud y profundidad a la investigación, pero originó la necesidad de agrupar y clasificar todos los factores explicativos seleccionados, para su interpretación ordenada y coherente, en cuatro cuadrantes de desarrollo, que se explican en el siguiente apartado.

1.3. Cuadrantes y niveles para la integración teórico-conceptual

Es habitual fragmentar fenómenos complejos para facilitar su estudio, sin embargo, los resultados suelen presentar restricciones; por ello, crece el interés en enfoques integrales para el estudio de las empresas. En argumento de Cacioppe y Edwards (2005), uno de los enfoques más útiles para la integración de teorías diversas es el propuesto por Ken Wilber (1998): *todos los cuadrantes, todos los niveles* (AQAL, por sus siglas en inglés). Wilber (1998) argumenta que si una verdad es parcial pero funciona debe considerarse parte de otras verdades también importantes.

La noción de los cuatro cuadrantes del desarrollo emerge de considerar que toda entidad posee una dimensión *exterior*, objetiva y de fácil valoración, y una *interior*, subjetiva e interpretativa. Asimismo, a cada una le corresponde una dimensión en los planos *individual* y *comunal* (figura 1). La columna mano izquierda indica los aspectos emocionales, sentimentales y de la consciencia, es decir, la experiencia interior y subjetiva, lo que se expresa, en términos de la empresa, en su razón de ser. A cada aspecto de esta columna le corresponde uno análogo en la columna mano derecha, la cual señala los aspectos descriptivos, de forma empírica y objetiva, que se manifiestan en las formas y mecanismos que la empresa emplea para regular y ejecutar sus actividades. Además, existen simultáneamente los planos *individual* y *comunal* (filas), donde a cada cual le corresponde una

Figura 1
Todos los cuadrantes, todos los niveles



Fuente: elaboración propia con base en Wilber (1998: 107).

manifestación en los planos *interior* y *exterior* (Wilber, 1998). De la interacción entre estas dimensiones resultan todos los cuadrantes del desarrollo: interior-individual o *intencionalidad*, interior-comunal o *cultural*, exterior-individual o *conductual* y exterior-comunal o *social*. Adicionalmente a las dimensiones cuadráticas, este mapa contempla niveles de desarrollo emergentes en función de una complejidad creciente para cada uno de los cuadrantes (Wilber, 1998; Cacioppe y Edwards, 2005).

Esta perspectiva es una de las más completas, porque incluye conjuntamente cuadrantes, niveles, líneas, estados, tipos, perspectivas y dinámicas; aunque, como señalan Cacioppe y Edwards (2005), para realizar un análisis integral es innecesario incluir todos los elementos, empero, un enfoque integral debe reconocer la riqueza y diversidad de la vida. En este sentido, se adopta el pluralismo metodológico integral en oposición al pluralismo excluyente del posmodernismo, con base en los principios de: *a*) *no exclusión*: reconocer la pluralidad de verdades existentes en todas las tradiciones de conocimiento; *b*) *envolvimiento-desenvolvimiento*: reconocer los métodos que se desarrollan de patrones emergentes en un proceso envolvente; *c*) *promulgación*: práctica multidisciplinaria para revelar las verdades centrales del tema (Wilber, 2006). Por lo anterior, la presente investigación se incluye entre las que emplean el término *integral* basado en los principios previamente expuestos, con la finalidad de evitar una aplicación superficial. De este modo, fue posible combinar todos los elementos explicativos seleccionados de cada una de las teorías revisadas, en la construcción de un sólo marco teórico-conceptual para el análisis integral, mismo que se presenta en la sección de metodología, posterior a la descripción del contexto purépecha.

2. Territorio purépecha: población y artesanía

Para dar contexto geográfico, a continuación se describen brevemente los rasgos más representativos del territorio purépecha y de su población dedicada a la acart.

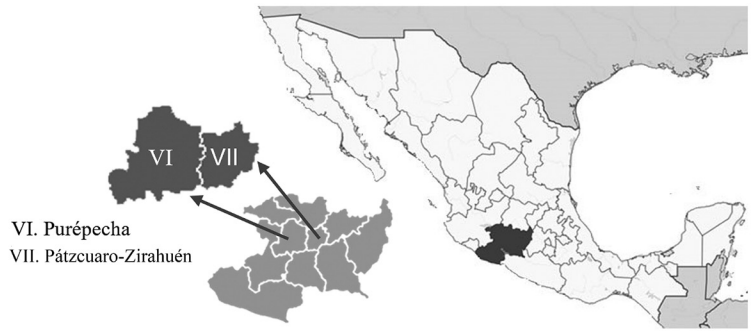
El territorio purépecha[2] fue más grande que el actual estado de Michoacán[3] y un Imperio más fuerte que el entonces señorío Azteca. Surgió en el siglo XIV, tras lograr la unificación de la mayoría de los pueblos indígenas asentados allí, bajo el mando absoluto de Titzipandácuare cazonci. De gobierno teocrático-militar, era administrado por una nobleza hereditaria, cuyo linaje termina con la muerte de Tanganxoán II, en 1530

[2] "Lugar donde viven los p'urhé" o "lugar donde vive la gente" (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015: 21).

[3] Del purépecha *michmacuán*, "lugar junto al agua" (Inafed, 2017).

(De Alcalá, 2000; Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015; Inafed, 2017). El actual estado de Michoacán de Ocampo se sitúa en la porción centro-oeste de la república mexicana, con una extensión de 58,643 kilómetros cuadrados, que equivalen a 3.04% del territorio nacional. Por su densidad de población indígena y fortaleza de usos y costumbres, esta investigación se ubicó en dos de las cuatro bioáreas que conforman la biorregión purépecha,[4] correspondientes a las regiones geoestadísticas con clave VI. Purépecha y VII. Pátzcuaro-Zirahuén; esto es, Meseta o Sierra y Lacustre, respectivamente (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015; Coordinación General de Gabinete y Planeación, 2015; Inafed, 2017) (figura 2).

Figura 2
Regiones geográficas VI y VII de Michoacán de Ocampo, México



Fuente**:** elaboración propia con base en datos obtenidos de Inafed (2017) y Coordinación General de Gabinete y Planeación (2015).

De acuerdo con datos de 2015, la población total de Michoacán es de 4,599,104 habitantes, de los cuales 48.2% son hombres y 51.8% mujeres (Inegi, 2015). La población estatal se distribuye en función de las características de cada bioárea, por lo que, para el caso de este documento, se presentan sólo los datos de las áreas contempladas en la investigación (tabla 1).

Conforme el censo ejidal del Inegi (2007), de las 87 comunidades en el estado que cuentan con acart, 41 pertenecen a estas dos bioáreas, por lo que se trata de una de las actividades económicas más importantes de este grupo y, en consecuencia, la mayoría de los talleres artesanales se ubican aquí (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015: 42). En ellas se producen artesanías de madera, barro, cestería de fibras vegetales, bordados,

[4] Aproximadamente 6000 kilómetros cuadrados; comprende las bioáreas Lacustre, Ciénega de Zacapu, Cañada de los Once Pueblos y de la Meseta o Sierra (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015: 21).

Tabla 1
Distribución de la población en las bioáreas VI y VII

	Regiones geográficas	*Total habitantes*	*Porcentaje*	*Hombres*	*Mujeres*	*Porcentaje indígena*
VI	Bioárea Meseta o Sierra	712,427	16	344,558	367,869	10
VII	Bioárea Lacustre	186,714	4	89,081	97,633	14

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos de Amézcua Luna y Sánchez Díaz (2015) y Coordinación General de Gabinete y Planeación (2015).

hilados y textiles (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015; Inafed, 2017). Si bien el sector terciario no fue considerado en la muestra, debe señalarse que 15 de los 49 ejidos y comunidades con actividad turística se encuentran en estas dos bioáreas (Inegi, 2007). En este sentido, el municipio de Pátzcuaro, localizado en la bioárea Lacustre, destaca como importante centro de turismo cultural, actividad líder en el modelo económico estatal, sustentada en el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales del estado (Amézcua Luna y Sánchez Díaz, 2015: 44), lo que justifica su análisis en esta investigación.

3. Metodología

Se presenta, a continuación, la metodología que se implementó para responder a la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los componentes y significados que definen la IE indígena, con base en una teoría de la empresa integrada por el enfoque de capacidades y dimensiones culturales?

Del instrumento y la muestra. Se realizaron 10 entrevistas a profundidad con preguntas semiestructuradas, organizadas en cuatro etapas: 1) preguntas generales, 2) preguntas complejas, 3) preguntas sensibles y 4) preguntas de cierre. Posteriormente, se realizó una prueba piloto a microempresarios, con la finalidad de detectar y corregir interpretaciones ambiguas. Dada la inexistencia de registros públicos oficiales para un muestreo estratificado por sexo, técnica y municipio, se empleó un criterio de muestreo por oportunidad y efecto de bola de nieve a partir de agentes clave (Hernández Sampieri *et al.,* 2010; 398-399), quienes facilitaron la localización de los participantes. Se cubrieron 11 localidades en ocho municipios (de un total de 18 que conforman las bioáreas de investigación), así como nueve técnicas artesanales, gracias a que algunas de las empresas de la muestra operan en más de una localidad.

De la entrevista y los participantes. Las entrevistas se llevaron a cabo durante tres semanas de septiembre de 2020, en el contexto de la pandemia provocada por la enfermedad del coronavirus y con las medidas de distanciamiento social; cuatro entrevistas se aplicaron cara a cara, cinco de manera virtual y una vía telefónica. Se emplearon grabaciones de audio, video y notas para la recolección de los datos de campo. La extensión de las entrevistas fue de entre 120 y 150 minutos y fueron aplicadas a tomadores de decisiones en seis empresas artesanales purépechas. La tabla 2 muestra la descripción del objeto de estudio.

Tabla 2
Descripción del objeto de estudio

Tipo de empresa	*Localidad*	*Técnica(s)*	*Puesto / Cargo / Actividad*	*Sexo, edad (años)*	*Formación académica*
Unipersonal. RFC inactivo.	Tzintzuntzan.	Cerámica de alta temperatura y decoración con óxidos.	Propietario. Diseño, producción, ventas y administración.	Hombre, 57.	Psicología educativa
Unidad económica familiar. RFC activo como persona física.	Santa Fe de la Laguna.	Alfarería bruñida de baja temperatura.	Propietario. Diseño, capacitación, ventas, producción y administración.	Hombre, 58.	Preparatoria
Red informal de talleres. Sin RFC.	San Francisco Pichátaro.	Muebles rústicos y tallados de pino.	Director General. Responsable de calidad y ventas.	Hombre, 31.	Psicología
Red cooperativa no constituida.	Angahuan, Nurio, San Felipe de los Herreros y Ahuirán.	Aplicación de bordado de punto de cruz. Deshilado. Telar de cintura. Confección de vestimenta tradicional.	Socia. Gestoría y ventas.	Mujer, 38.	Antropología
			Socia. Gestoría y ventas.	Mujer, 36.	Psicología / Artesana
Red cooperativa no constituida.	Turícuaro, municipio de Nahuatzen; Cherán y Pomocuarán.	Telar de cintura. Aplicación de bordado de punto de cruz.	Socia. Gestión de proyectos y ventas.	Mujer, 36.	Economista
				Mujer, 34.	Diseñadora textil
				Mujer, 36.	Psicología educativa
	Turícuaro, municipio de Nahuatzen.		Socia. Maestra artesana. Difusión de conocimientos y producción.	Mujer, 55.	Cuenta con segundo año de educación primaria.

Tabla 2 (*continuación*)

Tipo de empresa	*Localidad*	*Técnica(s)*	*Puesto / Cargo / Actividad*	*Sexo, edad (años)*	*Formación académica*
Unidad económica familiar. Sin RFC.	Ihuatzio.	Chuspata y herrería.	Maestro artesano. Producción y ventas.	Hombre, 68.	Manifiesta no saber leer ni escribir.

Fuente**:** elaboración propia a partir de datos obtenidos durante las entrevistas.

Del procesamiento y análisis de los datos. Las entrevistas se transcribieron, para su codificación, con apoyo del programa Atlas.ti, por el método de codificación cualitativa por comparación de segmentos (Hernández Sampieri *et al.*, 2010; 448-453); para ello se empleó una codificación deductiva flexible con base en una lista de códigos predefinidos (Linneberg y Korsgaard, 2019) y afinados durante el proceso de codificación (tabla 3). Se cumplió el rigor de investigación por el método de panel de expertos y dependencia interna de los datos; la diversidad de ramas artesanales proporcionaron a la muestra variedad para el análisis (Pret y Cogan, 2019).

Tabla 3
Componentes de la IE e interpretación de variables cualitativas

La IE emerge de la alineación constante entre la intencionalidad y el paradigma (objetivos personales y su orientación; objetivos organizacionales y la motivación colectiva para la producción social). Éstos tienen su manifestación observable en los componentes conductual (normas que rigen el comportamiento observable) y materialidad (estructuras para la organización de los recursos, tangibles e intangibles), lo que les permite enfrentar la incertidumbre del futuro.	
Intencionalidad (cuadrante SI): fundamento ontológico. Subjetividad y consciencia. La experiencia de sí, el ser del empresario. Incluye las ideas que materializan el mundo.	
Percepción.	Interpretación o juicios. Incluye la intuición.
Sentimientos y emociones.	Impresión afectiva que le causa el exterior.
Cognición limitada.	Procesos cognitivos internos y experiencias.
Objetivos personales.	Consciencia de aspiraciones y motivaciones.
Sentido de los objetivos.	Masculinidad-Feminidad.
Paradigma (cuadrante II): interpretación del mundo y métodos adaptativos, hermenéutica colectiva, recorrido histórico de adaptación, relación pasado-presente-futuro.	
Orientación al tiempo.	Proyectados al futuro / guiados por el pasado.
Motivación política.	Impulso compartido para la creación social.
Objetivos organizacionales.	Comunicación para la organización del trabajo.
Heurística de descubrimiento.	Intercambio de saberes y experiencias.

Tabla 3 (*continuación*)

Vínculos de los miembros.	Individualismo-Colectivismo.
+Tolerancia a la incertidumbre.	Estilo de vida (relación trabajo-tiempo-cuidados).
*Rituales.	Conocimiento revelado de lo desconocido.
Conductual (cuadrante SD): relaciones y normas que las regulan. Comportamiento observable interno y externo.	
Distancia de poder.	Relación de poder entre los miembros.
Reglas.	Sociales, jurídicas o tradicionales.
*Control y planeación.	Anticipación del futuro y reducción del riesgo.
Internas.	Rutinas y hábitos.
Externas.	Acciones para la construcción de confianza.
Materialidad (cuadrante ID): estructuras y fundamento tecnoeconómico que dan forma material a la cultura.	
*Tecnología.	Adquisición de maquinaria, equipo o tecnología.
Estrategias de crecimiento.	Integración, volumen, diversificación, etcétera.
Jerarquía.	Escala de importancia o poder.
Grados de desigualdad.	Estratificación material, reparto de la riqueza.
Sistemas de actividad.	Coordinación de recursos tangibles e intangibles.
Coordinación de capacidades.	Empresa unipersonal (propietario-gerente).

+ *Influye en* *

Fuente**:** elaboración propia con apoyo del programa Atlas.ti a partir de Penrose (1962), Nooteboom (2003, 2006, 2009), Hofstede (2001) y Wilber (1998).

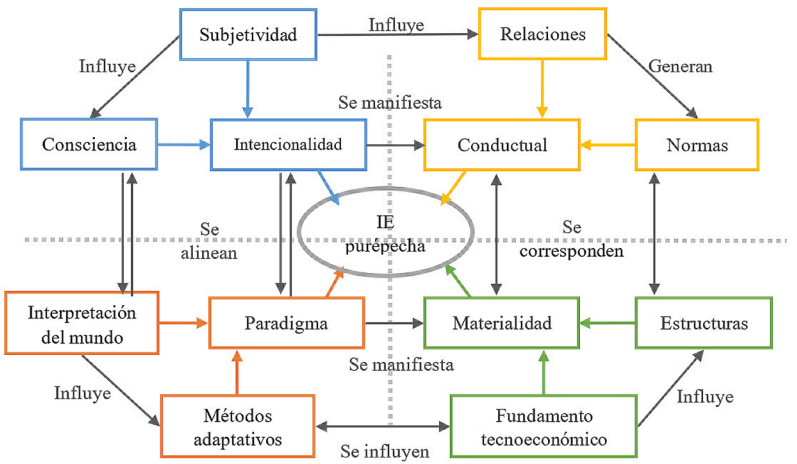
4. Resultados y discusión

Como ya se explicó, se construyó un solo marco teórico-conceptual para el análisis integral, por lo que, en este apartado se presentan, conjuntamente, los resultados y su discusión. Éstos se describen, interpretan y discuten mediante el contraste con los obtenidos en investigaciones previas realizadas sobre empresarios artesanales, sin hacer exclusión por etnicidad o contexto.

Para presentar la interpretación integral de los componentes de intencionalidad, paradigma, conductual y materialidad que constituyen la IE en el contexto de la acart purépecha, se elaboró un mapa cuadrático (figura 3) basado en el principio holístico de Wilber (1998). En la figura 3 se ordenan los resultados por dimensión de desarrollo en función de niveles y sus relaciones, donde se presentan los primeros dos niveles de integración

descritos en la tabla 3. En el nivel 1 del mapa se encuentran los componentes de la IE diferenciados por color: intencionalidad, azul; paradigma, naranja; conductual, amarillo; y materialidad, verde. En el nivel 2 se encuentran los subcomponentes: subjetividad y consciencia; interpretación del mundo y métodos adaptativos; relaciones y normas; estructuras y fundamento tecnoeconómico, respectivamente. Asimismo, se muestran el sentido y efecto entre ellos por medio de flechas y texto auxiliar. Tras relacionar la parte con el todo, los resultados obtenidos en cada componente analizado se desagregan en cuatro dimensiones para su discusión (figuras 4-7).

Figura 3
Mapa cuadrático de la IE para el caso de la acart purépecha

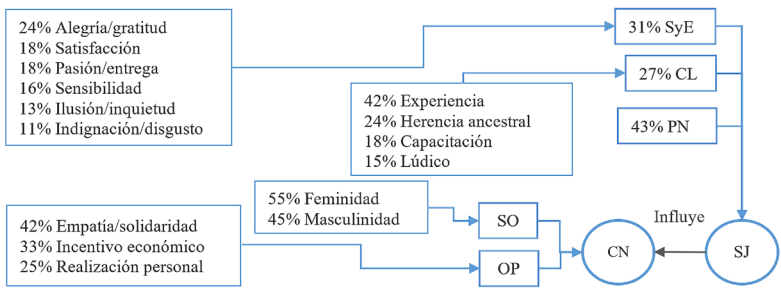


Fuente: elaboración propia con base en el análisis de las entrevistas con apoyo del programa Atlas.ti.

El primer resultado corresponde a la dimensión uno del componente intencionalidad (figura 4), conformado por los aspectos subjetividad (SJ) y consciencia (CN) de sí del empresario, y las ideas que motivan su actividad empresarial. Del análisis de los datos se identifica que el empresario purépecha es guiado, principalmente, por su percepción (PN); seguidamente de sentimientos y emociones (SyE), generalmente positivos; y, en tercer término, por su cognición limitada (CL), construida, predominantemente, con base en su experiencia y herencia ancestral. Todos estos elementos, en conjunto, influyen en el nivel de consciencia (CN) sobre su actividad empresarial con relación a sus objetivos personales (OP) y sentido de los mismos (SO); teniendo como principal motivador la empatía y solidaridad, correspondientes a la orientación

a los cuidados descrita en la dimensión *feminidad* (Hofstede, 2001: 280), de la mano con incentivos económicos y el logro de los objetivos. Esto se corresponde con resultados de investigaciones en localidades rurales pobres no indígenas, donde predomina un sentido de camaradería, solidaridad con causas sociales y deseo por preservar y compartir productos artesanales, en oposición a la búsqueda de ventajas sobre los otros miembros (Cater *et al.*, 2017; Pret y Carter, 2017). En este sentido, aunque la presente investigación se limitó a artesanos purépechas, éstos se localizan en un contexto rural, lo que indica que la relación entre el productor y su entorno tiene gran influencia en su intencionalidad empresarial.

Figura 4
Componente de intencionalidad (cuadrante SI)

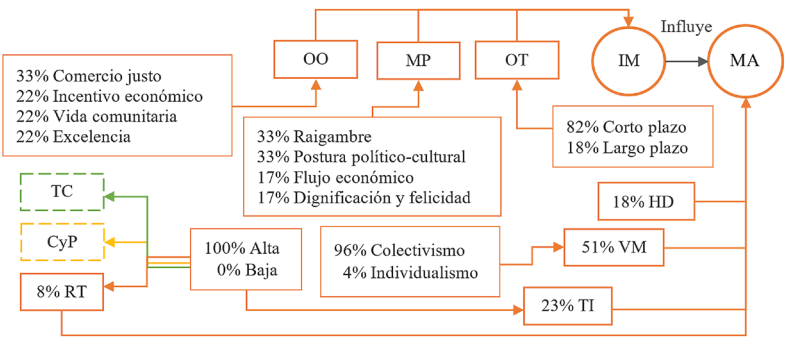


Fuente**:** elaboración propia con base en el análisis de las entrevistas con apoyo del programa Atlas.ti

El segundo resultado corresponde a la dimensión dos del componente paradigma (figura 5), conformado por la heurística colectiva, historia y relación de la empresa con su pasado, presente y futuro, y manifestado en la interpretación del mundo (IM) y métodos adaptativos (MA) de los participantes. En este sentido, el análisis muestra que la raigambre y el papel político-cultural de la acart son las principales motivaciones para la producción (MP); mientras que los objetivos organizacionales (OO) van desde fomentar el comercio justo y la vida comunitaria hasta obtener beneficios económicos y alcanzar sus propios estándares de excelencia. Al respecto, se coincide con la investigación de Cater *et al.* (2017) en pequeñas empresas artesanales, pues señalan que el vínculo directo con los productores es el principal motivador para la búsqueda de un comercio justo. De esta manera, las empresas participantes se orientan en el tiempo (OT) hacia fortalecer su pasado e historia comunal, al igual que otros empresarios artesanales no indígenas, quienes priorizan la conversión del capital económico en capital

cultural, social y simbólico (Pret *et al.,* 2016). Asimismo, se identificó que la IM influye en los MA, siendo el principal factor el fuerte vínculo entre los miembros (VM). En este sentido, se coincide con Kirkley (2016), quien también identifica una tendencia hacia la dimensión colectivista en empresarios rurales, en oposición a la tendencia individualista de empresarios urbanos. En segundo término, pero no menor, las empresas participantes poseen una alta tolerancia a la incertidumbre (TI), lo que marca su ritmo lento de trabajo reforzado por prácticas rituales (RT), empleadas para enfrentar la incertidumbre, en oposición a acciones de control y planeación (CyP) o a la adquisición de tecnología (TC), no representativas en esta cultura. En menor medida, aunque en incremento, se emplea la heurística de descubrimiento (HD) descrita por Nooteboom (2003: 225-227), lo que se traduce en beneficios de capital relacional, como señalan Pret *et al.* (2016). Por lo anterior, se identifica que, a mayor tendencia al presente y orientación al pasado, mayor sentido colectivo de la empresa y más altos niveles de TI, pues el sentido colectivista reduce la ansiedad generada por el futuro.

Figura 5
Componente de paradigma (cuadrante II)

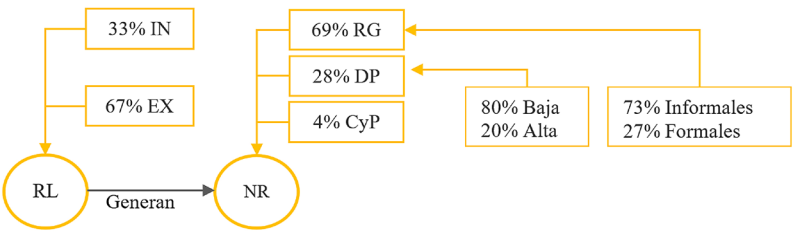


Fuente**:** elaboración propia con base en el análisis de las entrevistas con apoyo del programa Atlas.ti.

El tercer resultado corresponde a la dimensión tres del componente conductual (figura 6), conformado por las relaciones (RL) y normas (NR) identificadas como reguladoras del comportamiento observable de la empresa artesanal. Del análisis de los datos resulta que tanto las relaciones externas (EX) como las internas (IN) motivan la generación de reglas (RG), principalmente de tipo informal, las cuales regulan las relaciones mediante sanciones sociales. Lo anterior concuerda con la investigación de Pret y Carter (2017), quienes describen que la colaboración para la

producción artesanal es un convencionalismo social que responde a normas de la propia comunidad rural. Del análisis se destaca la baja tendencia al control y planeación (CyP), lo que es coherente con su alta tolerancia a la incertidumbre y a la baja distancia de poder (DP), propia de las culturas inclinadas hacia la dimensión colectivista, como señala Hofstede (2001). A partir de la interpretación de este componente, es claro que el comportamiento observable de la empresa artesanal purépecha se basa en el *contrato relacional*, regido por los valores, rutinas y creencias que regulan el riesgo en las relaciones de producción y venta, basados, además, en la lealtad (Nooteboom, 2009).

Figura 6
Componente conductual (cuadrante SD)

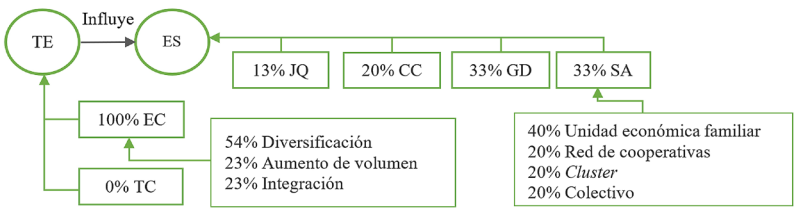


Fuente**:** elaboración propia con base en el análisis de las entrevistas con apoyo del programa Atlas.ti.

El cuarto resultado corresponde a la dimensión cuatro del componente materialidad (figura 7), conformado por el fundamento tecnoeconómico (TE) y sus estructuras (ES) organizacionales, mediante las cuales la empresa manifiesta su cultura y construye la forma material que la caracteriza. Del análisis de este componente resulta que el empresario purépecha adopta estrategias de crecimiento (EC), tales como ampliar su oferta, buscar otros mercados o incrementar su volumen de producción a través de la especialización y la integración empresarial, en oposición al desarrollo o adquisición de tecnología nueva. Este comportamiento contrasta con el descrito en investigaciones realizadas en cerveceras artesanales (Dodd *et al.*, 2018; Flanagan *et al.,* 2018; Kraus *et al.,* 2019), donde los productores comparten tecnología y recursos entre sí para competir contra empresas más grandes, pero sin compartir el mercado. También se identifican cuatro niveles de complejidad en las estructuras organizacionales artesanales; éstas son vistas como un proceso de hermenéutica colectiva, que inicia con la coordinación de capacidades (CC) y continúa con sistemas de actividad (SA) (Nooteboom, 2009: 25 y 26) de diferentes niveles de complejidad, que van desde la unidad económica familiar y el colectivo (cooperativa

en formación) hasta el *cluster* (empresas organizadas para obtener beneficios mutuos) y la red de cooperativas con un amplio alcance territorial. Esta diversidad de formas organizativas manifiesta el compromiso de la comunidad con la generación de valor compartido socialmente (Pret y Carter, 2017). Por su parte, se identificaron pocos niveles de jerarquía (JQ) y pocos grados de desigualdad (GD), lo que no significa que no existan, sino que sus estructuras tienden a la horizontalidad. A partir de lo anterior, se interpreta que, en la IE purépecha, la colaboración entre artesanos genera nuevas identidades empresariales sin que las primeras pierdan su identidad propia.

Figura 7
Componente de materialidad (cuadrante ID)



Fuente**:** elaboración propia con base en el análisis de las entrevistas con apoyo del programa Atlas.ti.

Tras el análisis de los resultados, se interpreta, de manera integral, que la IE purépecha emerge de la alineación constante entre los objetivos personales, de empatía y solidaridad con orientación a los cuidados (intencionalidad) y los objetivos organizacionales de comercio justo y remuneración económica para la vida comunitaria, fundada en la motivación colectiva para la producción, la raigambre comunitaria y su postura político-cultural (paradigma). En coherencia con la fuerza de sus vínculos y su historia compartida, esto es observable en la regulación informal del comportamiento y baja distancia de poder que favorece la gobernanza (conductual), así como en diferentes niveles de complejidad de sus estructuras organizacionales para la construcción sensible y creación de valor (materialidad). Igualmente, se destaca su alta tolerancia a la incertidumbre, pues para enfrentarla, el empresario purépecha se guía, principalmente, por su intuición y prácticas rituales, en oposición a acciones de control y planeación o a la adquisición de nueva tecnología.

De la interpretación integral de los resultados, se destaca que las empresas artesanales comparten elementos identitarios entre sí, como es el estrecho vínculo entre los productores y la comunidad, la motivación

personal de orgullo y la satisfacción en su actividad productiva, la orientación de los objetivos organizacionales hacia los cuidados y el predominio del contrato relacional basado en la confianza y la sanción social para la regulación de las relaciones comerciales y de producción. Estas coincidencias entre empresarios artesanales existen independientemente del factor de etnicidad, pues comparten otros factores tales como su relación con los medios de producción y la tecnología aplicada, el entorno natural, el carácter rural y, en la mayoría de los casos, cierto grado de marginalidad.

Por otro lado, se identificaron algunas diferencias entre los participantes en el componente de intencionalidad, pero éstas no se sustentaron por saturación de los datos debido al tamaño y tipo de muestra, por lo que no fue posible un análisis estratificado. Sin embargo, se anticipa que en los casos donde la cultura patriarcal es dominante, suele generarse subordinación y desigualdad entre los sexos, lo que influye en el fundamento ontológico de la actividad empresarial (Al-Dajani *et al.*, 2015). Es por ello que son necesarias investigaciones futuras que empleen las variables cualitativas construidas en esta investigación, aplicadas a muestras más amplias, en contextos similares y segmentando por sexo y edad, con la finalidad de cruzar los datos y confirmar, complementar o rechazar los aquí obtenidos.

Conclusiones

En esta investigación se identificaron e interpretaron las fronteras, motivaciones y características de las empresas artesanales de los pueblos originarios de México, empleando, para ello, una integración teórica, basada en Wilber (1998), de los enfoques de la empresa de Penrose (1962) y Nooteboom (2003; 2006; 2009), así como las dimensiones culturales de Hofstede (2001), tras lo cual se concluye que los resultados obtenidos son relevantes porque explican ampliamente la actividad empresarial en la acart dentro de un contexto indígena e ilustran la relevancia de fomentarla en beneficio de toda la comunidad. De este modo, los resultados aportan elementos para la revisión del diseño de políticas públicas, con la finalidad de alinearlas con las motivaciones y objetivos de los beneficiarios, colectivos e individuales, pues hasta ahora, las políticas de fomento artesanal generan conflictos dentro de las comunidades, debido a que distribuyen recursos de manera individual y discriminada, en el marco de las políticas de desarrollo social y asistencialismo, en lugar de fomentar la consolidación de la actividad empresarial en contextos indígenas.

Para la interpretación de los componentes de la IE fue útil la incorporación de las dimensiones culturales de Hofstede (2001), ya que a partir

de ellas fue posible una interpretación más adecuada del objeto de estudio con relación a los enfoques de capacidades, lo que permitió generar categorías de análisis amplias, así como un análisis ordenado. En este sentido, la perspectiva incluyente y global de Wilber (1998) permitió la interpretación de las partes sin perder de vista el todo y, de este modo, es posible aportar al cuerpo de la literatura sobre el estudio de la empresa un sólido antecedente para futuras investigaciones empíricas que deseen comprender y explicar el comportamiento de pequeñas y medianas empresas sin fragmentar los datos, en especial, si se desea intervenir en ellas.

De este modo, la presente investigación aporta al estudio de la empresa el desarrollo de la tabla de variables cualitativas como una herramienta de análisis, pues se carecen de marcos teóricos para ello, por lo que las dimensiones de desarrollo cuadrático constituyen un importante hallazgo de la investigación: individual-subjetiva (intencionalidad), colectiva-subjetiva (paradigma), individual-exterior (conductual) y colectiva-exterior (materialidad); cada una, a su vez, compuesta de identidades de menor complejidad. Lograr esta integración teórica implicó una profunda revisión de las obras de los autores seleccionados, para relacionarlas con la dimensión de desarrollo pertinente previo al análisis de los datos, tras lo cual, los significados y categorías fueron emergiendo y dando sentido una a la otra, por lo que también se identificaron relaciones entre las variables.

Agradecimientos

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por el financiamiento otorgado para la realización de la presente investigación, y al Instituto Politécnico Nacional, por aprobar y respaldar la misma.

Fuentes consultadas

Aghion, Philippe y Holden, Richard (2011), "Incomplete contracts and the theory of the firm: What have we learned over the past 25 years?", *Journal of Economic Perspectives*, 25 (2), Pittsburgh, American Economic Association, pp. 181-197, doi: 10.1257/jep.25.2.181

Al-Dajani, Haya; Carter, Sara; Shaw, Eleanor y Marlow, Susan (2015), "Entrepreneurship among the displaced and dispossessed: Exploring the limits of emancipatory entrepreneuring", *British Journal of Management*, 26 (4), Oxford, British Academy of Management, pp. 713-730, doi: https://doi.org/10.1111/1467-8551.12119

Amézcua Luna, Jarco y Sánchez Díaz, Gerardo (2015), *Pueblos indígenas de México en el siglo XXI. P´urhépecha*, Ciudad de México, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, <https://bit.ly/2Qk6RIW>, 5 de diciembre de 2020.

Azuela Flores, José Ignacio y Cogco, Adolfo Rogelio (2014), "Análisis de las políticas públicas de fomento a las artesanías en México", *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades,* 24 (2), Ciudad Victoria, Universidad Autónoma de Tamaulipas, pp. 9-28, <https://bit.ly/3eKnTZX>, 23 de octubre de 2020.

Cacioppe, Ron y Edwards, Mark (2005), "Adjusting blurred visions: A typology of integral approaches to organisations", *Journal of Organizational Change Management*, 18 (3), Bingley, Emerald, pp. 230-246, doi: https://doi.org/10.1108/09534810510599399

Cater, John; Collins, Lorna y Beal, Brent D. (2017), "Ethics, faith, and profit: Exploring the motives of the U.S. fair trade social entrepreneurs", *Journal of Business Ethics*, 146 (1), Berlín, Springer, pp. 185-201, doi: https://doi.org/10.1007/s10551-015-2934-4

Coordinación General de Gabinete y Planeación (2015), "Plan de Desarrollo Integral del Estado de Michoacán", Morelia, Gobierno del Estado de Michoacán de Ocampo, <https://bit.ly/3sG4Dni>, 2 de marzo de 2022.

Correa García, Luis Ángel; Santos Hernández, Bertha Lucía y Campos Álvarez, Rosa (2017), "La eficiencia de los programas de apoyo hacia sector artesanal", *Vinculatégica Efan*, 3 (1), San Nicolás de los Garza, Universidad Autónoma de Nuevo León, pp. 140-145, <https://bit.ly/2RjNmRd>, 24 de octubre de 2020.

De Alcalá, Jerónimo (2000), *Relación de Michoacán*, en El Colegio de Michoacán, "Relación de Michoacán. Instrumentos de consulta", Morelia, El Colegio de Michoacán, A.C., <https://bit.ly/3whH0AP>, 29 de noviembre de 2020.

Dodd, Sarah; Wilson, Juliette; Mac an Bhaird, Ciaran y Bisignano, Angelo (2018), "Habitus emerging: The development of hybrid logics and collaborative business models in the Irish craft beer sector", *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36 (6), Thousand Oaks, Sage, pp. 637-661, doi: 10.1177/0266242617751597.

Flanagan, David; Lepisto, Douglas y Ofstein, Laurel (2018), "Coopetition among nascent craft breweries: a value chain analysis", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25 (1), Bingley, Emerald, pp. 2-16, doi: https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2017-0173

Fonart (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías) (2018), *Artesanos y artesanías, una perspectiva económica*, Ciudad de México, Secretaría de Desarrollo Social / Inegi, <https://bit.ly/3eM7BQc>, 4 de diciembre de 2020.

García Garnica, Alejandro y Taboada Ibarra, Eunice Leticia (2012), "Teoría de la empresa: las propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom", *Economía: Teoría y Práctica*, 36, Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, pp. 9-42, doi: https://doi.org/10.24275/ETYPUAM/NE/362012/Taboada

Grobar, Lisa (2019), "Policies to promote employment and preserve cultural heritage in the handicraft sector", *International Journal of Cultural Policy*, 25 (4), Londres, Routledge, pp. 515-527, doi: https://doi.org/10.1080/10286632.2017.1330887

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos y Baptista-Lucio, Pilar (2010), *Metodología de la investigación*, Ciudad de México, Mc Graw Hill.

Hofstede, Geert (2001), *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations,* Thousand Oaks, Sage, <https://bit.ly/3y9UFeQ>, 20 de noviembre de 2020.

Inegi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2015), "Banco de indicadores", Aguascalientes, Inegi, <https://bit.ly/3y3IiB3>, 29 de noviembre de 2020.

Inegi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (2007), "Censo ejidal 2007", Aguascalientes, Inegi, <https://bit.ly/2RkQw77>, 30 de noviembre de 2020.

Inafed (Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal) (2010), "Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Estado de Michoacán de Ocampo", Ciudad de México, Secretaría de Gobernación, <https://bit.ly/3bomO8j>, 29 de noviembre de 2020.

Kirkley, William Walton (2016), "Entrepreneur Behavior: The Role of Values", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 22 (3), Bingley, Emerald, pp. 290-328, doi: https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2015-0042

Kraus, Sascha; Klimas, Patrycja; Gast, Johanna y Stephan, Tobias (2019), "Sleeping with competitors: Forms, antecedents and outcomes of coopetition of small and medium-sized craft beer breweries", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25 (1), Bingley, Emerald, pp. 50-66, doi: https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2017-0356

Linneberg, Mai Skjøtt y Korsgaard, Steffen (2019), "Coding qualitative data: a synthesis guiding the novice", *Qualitative Research Journal*, 19 (3), Bingley, Emerald, pp. 259-270, doi: https://doi.org/10.1108/QRJ-12-2018-0012

Mauk, Mulder (1977), *The daily power game*, Leiden, Martinus Nijhoff Social Sciences Division / Springer, doi: 10.1007/978-1-4684-6951-6

Scientific Software Development (2021), "Atlas.ti", versión 7.5.7, Berlín, Scientific Software Development GmbH.

Munyanyi, Watson; Chiromba, Campion; Diza, Misheck; Magweva, Rabson y Muzvidziwa, Dzikamai (2018), "Cultural dimensions and entrepreneurial performance interaction in small and medium enterprises in Zimbabwe", *AD-minister*, 33, Medellín, Universidad EAFIT, pp. 65-84, doi: 10.17230/ad-minister.33.4

Nooteboom, Bart (2003), "Managing exploitation and exploration", en Salvatore Rizzello (ed.), *Cognitive developments in Economics*, Londres, Routledge, pp. 218-242, <https://bit.ly/3vWdPTA>, 20 de noviembre de 2020.

Nooteboom, Bart (2006), "Beyond Penrose: a cognitive theory of the firm", documento de trabajo núm. 2006-34, Tilburgo, Tilburg University School of Economics and Management, doi: https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.903746

Nooteboom, Bart (2009), *A cognitive theory of the firm: learning, governance and dynamic capabilities*, Northampton, Edward Elgar Publishing, doi: https://doi.org/10.4337/9781848447424

Novelo, Vitoria (2010), "De eso que llamamos artesanías mexicanas", conferencia presentada en el XXXII Coloquio de Antropología e Historia Regionales. Artesanías y Saberes Tradicionales, del 22 al 20 de octubre en el Colegio de Michoacán, AntropologiasUdeG [YouTube], 6 de octubre de 2012, <https://bit.ly/3vM7niq>, 9 de agosto de 2020.

Penrose, Edith (1962), *Teoría del crecimiento de la empresa*, Madrid, Aguilar.

Pérez Cruz, Jorge Alberto; Martínez-Martínez, Oscar A. y Cogco, Adolfo Rogelio (2017), "¿Satisfacción con programas de fomento a la artesanía en México? El caso de FONART", *Investigación Administrativa*, 46 (120), Ciudad de México, Instituto Politécnico Nacional, pp. 1-22, doi: https://doi.org/10.35426/IAv46n120.02

Pret, Tobias y Carter, Sara (2017), "The importance of 'fitting in': collaboration and social value creation in response to community norms and expectations", *Entrepreneurship and Regional Development*, 29 (7-8), Londres, Routledge, pp. 639-667, doi: https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1328903

Pret, Tobias y Cogan, Aviel (2019), "Artisan entrepreneurship: a systematic literature review and research agenda", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25 (4), Bingley, Emerald, pp. 592-614, doi: https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2018-0178

Pret, Tobias; Shaw, Eleanor y Dodd, Sarah (2016), "Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital", *International Small Business Journal*, 34 (8), Thousand Oaks, Sage, pp. 1004-1027, doi: 10.1177/0266242615595450

Wilber, Ken (1998), *Breve historia de todas las cosas*, Barcelona, Editorial Kairós.

Wilber, Ken (2006), *Excerpt B: The many ways we touch – Three principles helpful for any integrative approach*, <https://bit.ly/35tl5Pd>, 2 de marzo 2022.

Zhussupova, Roza; Kosherova, Kuralai; Dauletova, Nargiz; Dyachenko, O; Tolegen, A. y Dyke, Gareth (2019), "Implementing the cultural dimensions proposed by Gerard Hofstede for intercultural multilungial communication", *Bulletin of the National Academy*

of Sciences of the Republic of Kazakhstan, 1 (377) Almatý, National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan, pp. 94-103, doi: 10.32014/2019.2518-1467.11

Recibido: 17 de enero de 2021.
Reenviado: 17 de junio de 2021.
Aceptado: 20 de agosto de 2021.

Citlalli Macías-Barreto. Licenciada en diseño de indumentaria y textiles por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México. Es egresada de la Maestría en Ciencias en Estudios Interdisciplinarios para Pequeñas y Medianas Empresas en la Sección de Estudios de Posgrado e Investigación de la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (SEPI-UPIICSA) del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Es miembro del Seminario de Investigación de Microinnovación desde 2019. Su línea de investigación actual es el crecimiento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas en la actividad artesanal en México. Entre sus más recientes publicaciones como autora principal se encuentran: "Soft Systems Methodology applied to design processes in an artisan enterprise", *Revista Ingeniería UC*, 2 (28), Valencia, Universidad de Carabobo, pp. 308-322 (2021) y "Modelo viable de empresa creativa para pequeñas y medianas empresas artesanales", *Nexo Revista Científica*, 4 (34), Managua, Universidad Nacional de Ingeniería, pp. 1129-1139 (2021).

Evelia Rojas Alarcón. Doctora en Economía y en Educación, maestra en Economía y licenciada en Economía. Profesora-investigadora del IPN y de la Universidad Nacional Autónoma de México en el área de ciencias sociales. Sus temas de investigación se relacionan con el crecimiento y desarrollo económico, el estudio de las pequeñas y medianas empresas, la competitividad, la pobreza y desigualdad, las políticas públicas y la economía financiera. Es miembro del Seminario Microinnovación en la SEPI-UPIICSA del IPN. Entre sus más recientes publicaciones se encuentran, como coautora: "Estrategias de innovación y sostenibilidad para el desarrollo de Pluma Hidalgo, Oaxaca", *Ride (Revista Iberoamericana para la investigación y el Desarrollo Educativo),* 9 (17), Zapopan, Centro de Estudios e Investigaciones para el Desarrollo Docente A.C, pp. 550-565 (2018); *Investigaciones en las ciencias económico-administrativas: temas relacionados con la administración, contabilidad, mercadotecnia, publicidad y relaciones públicas*, Ciudad de México, Competitive Press (2017); y *Políticas púbicas de desarrollo sustentable*, Ciudad de México, Competitive Press (2017).