

Cohesión social y emprendimiento artesanal en los Valles Centrales de Oaxaca, México

Social cohesion and artisan entrepreneurship in the Central Valleys of Oaxaca, Mexico

Eduardo Cruz-Cruz

Instituto Tecnológico del Valle de Etla (México)

<https://orcid.org/0000-0002-1036-7151>

eduardo.cruz@itvalletla.edu.mx

Sandra Nelly Leyva-Hernández

Instituto Tecnológico del Valle de Etla (México)

<https://orcid.org/0000-0002-5687-9945>

sandra.nlh@itvalletla.edu.mx

María del Carmen Avendaño-Rito

Instituto Tecnológico del Valle de Etla (México)

<https://orcid.org/0000-0001-6839-0963>

maria.ar@itvalletla.edu.mx

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la influencia de la Cohesión social en el Emprendimiento artesanal en comunidades de los Valles Centrales de Oaxaca para poder comprender los elementos sociales que impulsan el desarrollo local. Se adoptó un enfoque cuantitativo, no experimental, con alcance descriptivo y exploratorio. La recolección de datos se realizó mediante un cuestionario aplicado a 216 artesanos de cinco comunidades oaxaqueñas con fuerte tradición artesanal y el análisis de datos se efectuó con modelado de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Debido a la operacionalización de un mayor nivel de abstracción de los constructos, este estudio empleó un enfoque integrado de dos etapas. Los resultados confirmaron una relación positiva y significativa entre la cohesión social y el emprendimiento artesanal ($\beta = 0.709$, $p = 0.000$, $R^2 = 0.502$, $Q^2 = 0.495$). Se destaca que factores como la inclusión, el apoyo mutuo y el sentido de identidad actúan como catalizadores del patrimonio cultural, bienestar social, valores y tradición. No obstante, en la construcción de la variable emprendimiento artesanal, se excluyó la dimensión creación de valor, lo que subraya la necesidad de un análisis profundo de su conceptualización, factores culturales y contextuales que interfieren, así como el conocimiento y cosmovisión de los artesanos. Se concluye que la cohesión social fomenta la simbiosis entre tradición e innovación en el sector artesanal,

propiciando su sostenibilidad y bienestar comunitario a partir de una redefinición del concepto de valor, orientado más hacia lo social y cultural que a los criterios económicos tradicionales empresariales.

PALABRAS CLAVE

Cohesión social; emprendimiento artesanal; desarrollo local; patrimonio cultural; Oaxaca.

ABSTRACT

This research aimed to analyze the influence of social cohesion on artisanal entrepreneurship in communities in the Central Valleys of Oaxaca, to understand the social elements that drive local development. A quantitative, non-experimental approach was adopted, with a descriptive and exploratory scope. Data collection was conducted through a questionnaire administered to 216 artisans from five Oaxacan communities with a strong tradition of artisanal production, and data analysis was carried out using partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Due to the operationalization of a higher level of abstraction of the constructs, this study employed an integrated two-stage approach. The results confirmed a positive and significant relationship between social cohesion and artisanal entrepreneurship ($\beta=0.709$, $p<0.001$, $R^2=0.502$, $Q^2=0.495$). Factors such as inclusion, mutual support, and a sense of identity are highlighted as catalysts for cultural heritage, social well-being, values, and tradition. However, in constructing the variable "craft entrepreneurship," the value creation dimension was excluded, underscoring the need for an in-depth analysis of its conceptualization, the interfering cultural and contextual factors, and the artisans' knowledge and worldview. It is concluded that social cohesion fosters a symbiosis between tradition and innovation in the craft sector, promoting its sustainability and community well-being through a redefinition of the concept of value, one that is more oriented toward social and cultural aspects than traditional business economic criteria.

KEYWORDS

Social cohesion; artisan entrepreneurship; local development; cultural heritage; Oaxaca.

Clasificación JEL: C30, L26, M10, M13.

MSC2010: 62G10, 62J05, 62P25.

1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, al año 2024 el tamaño del mercado de las artesanías fue superior a 50,000 millones de dólares y con base en una tasa de crecimiento compuesto del 8 %, se espera que al año 2033 duplique su valor (Business Research, 2025). En América Latina, el emprendimiento artesanal ha cobrado importancia no solo como estrategia de subsistencia económica en contextos rurales e indígenas, sino también como vía de reivindicación cultural, fortalecimiento comunitario y articulación con mercados locales y globales (Ruiz-Carta, 2021). En México, el sector artesanal representa una de las expresiones culturales más valiosas y diversas, así como una actividad económica estratégica para millones de personas, especialmente en contextos rurales e indígenas. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2024), en el año 2023, el sector cultural en México aportó el 2.7 % al Producto Interno Bruto (PIB) nacional y generó más de 1.4 millones de empleos, un rubro en el que se integra la actividad artesanal, la cual vincula de manera directa o indirecta a más de 12 millones de mexicanos, según estimaciones de la Secretaría de Economía (2018).

Rito et al. (2024) destacan que la actividad artesanal en México no sólo representa una actividad económica crucial para muchas regiones rurales, sino que también encarna la identidad cultural transmitida de generación en generación. Este doble carácter económico y cultural adquiere especial relevancia en estados como Oaxaca, donde la población de artesanos ronda las 451,837 personas (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, 2020). De acuerdo con el INEGI, el estado es el principal productor de artesanías en México, con una aportación del 6.4 % al PIB estatal, el doble de la media nacional (Gobierno de Oaxaca, 2023). Para las familias oaxaqueñas, la actividad artesanal representa la principal fuente de empleo y sustento (Lugo-Morin et al., 2008). Sin embargo, estos ingresos son limitados rondando entre los \$2000 y los \$15000 pesos, siendo los principales criterios de estos rangos el tipo de zona en la que se localicen, es decir, si es rural, urbana o turística (Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, 2020).

Lejos de concebirse únicamente como la producción de objetos tradicionales, las artesanías deben entenderse como prácticas sociales profundamente arraigadas en los sistemas de valores, conocimientos y organización comunitaria. En este marco, el arte popular es garante de las diversas formas de expresión del patrimonio y riqueza cultural mediante la preservación de técnicas artesanales y la cosmovisión cultural oaxaqueña (Gobierno de Oaxaca, 2021). En regiones como los Valles Centrales de Oaxaca, la actividad artesanal se vincula estrechamente con formas locales de cohesión social, caracterizadas por redes de apoyo, reciprocidad y transmisión intergeneracional del saber. Estas relaciones sociales actúan como base estructural para el surgimiento y sostenimiento del emprendimiento artesanal, entendido no sólo como actividad económica, sino como forma de agencia cultural y comunitaria (Cruz Domínguez et al., 2024).

En este marco, Oaxaca sobresale a nivel nacional e internacional por la riqueza, diversidad y calidad de sus expresiones artesanales, siendo la artesanía textil y la alfarería dos de sus manifestaciones más emblemáticas. La producción textil, profundamente arraigada en comunidades zapotecas y mixtecas de los Valles Centrales, el Istmo y la Sierra Norte, se caracteriza por técnicas ancestrales como el tejido en telar de cintura, el bordado manual y el uso de tintes naturales derivados de plantas, insectos (como el caracol púrpura o la cochinilla) y minerales. De acuerdo con el Atlas de Textiles Indígenas (2014), en Oaxaca existen alrededor de 300 trajes distintos, tejidos con materiales como algodón, lana o seda, lo que indica la riqueza étnica y cultural del Estado.

La alfarería oaxaqueña, representada por figuras icónicas como el barro negro de San Bartolo Coyotepec o las piezas policromadas de Ocotlán y loza vidriada de Atzompa, combina innovación estética con técnicas milenarias que reflejan una estrecha relación con el entorno natural y las prácticas rituales evidenciadas en los vestigios arqueológicos de Montealbán. Ambas expresiones, textil y cerámica, trascienden su función utilitaria o decorativa para constituirse en prácticas socioculturales fundamentales, donde la producción artesanal está íntimamente ligada a estructuras comunitarias, redes familiares, festividades locales y formas colectivas de organización económica que refuerzan la identidad cultural al transmitirse los conocimientos ancestrales de generación en generación (Rito et al., 2024).

No obstante, pese a su relevancia económica y cultural, los artesanos enfrentan condiciones estructurales de precariedad, informalidad y exclusión de los circuitos comerciales formales, lo que exige un enfoque analítico integral para comprender sus dinámicas operativas y desarrollar estrategias de fortalecimiento del emprendimiento cultural. Esto se refleja en los altos niveles de informalidad del sector en Oaxaca, que superan el 95 %, los más altos del país, y en ingresos promedio derivados de la actividad artesanal que apenas alcanzan los 6,850 pesos mensuales (Gobierno de México, 2024).

Una de las principales causas de esta precarización radica en la fragmentación de la cadena de valor artesanal, donde los productores suelen concentrarse en la etapa de producción, mientras que el diseño, la comercialización y la fijación de precios quedan en manos de intermediarios o actores externos al tejido comunitario (Pérez Hernández & Neme Calacich, 2021). Esta desarticulación limita la capacidad de los artesanos para capturar el valor total de sus productos y perpetúa relaciones asimétricas de poder en los mercados.

El panorama de los Valles Centrales de Oaxaca no está muy lejos de la realidad de las comunidades alfareras en Latinoamérica, de acuerdo con el estudio de Martínez y León (2020) en la comunidad de tradición alfarera de Ráquira en Colombia, se han identificado retos comunes relacionados con la comercialización, la intermediación comercial y la escasa incorporación de estrategias innovadoras, pese a la alta calidad técnica y simbólica de los productos. Estos desafíos también presentes en regiones como los Valles Centrales de Oaxaca subrayan la necesidad de fortalecer no solo la producción, sino también las capacidades colectivas para acceder a mercados, gestionar la oferta y mantener la autenticidad cultural frente a la masificación.

En este sentido, Ruiz-Carda (2021) señala que lejos de permanecer estáticas, muchas comunidades artesanales en Latinoamérica han demostrado capacidad de innovación, adaptación organizativa y respuesta estratégica ante cambios en los mercados, todo ello sin renunciar a sus saberes tradicionales ni a sus formas colectivas de trabajo. Estos procesos revelan una estrecha relación entre cohesión social, transmisión del conocimiento y desarrollo de proyectos económicos culturales sostenibles.

Al respecto de las problemáticas del sector, las actividades de los artesanos en los Valles Centrales de Oaxaca se ven limitadas por la falta de oportunidades para la generación de mayores ingresos, lo que compromete la calidad de vida de los hogares (Mejía-Sánchez et al. 2019). Además, García-Hernández & Martínez-García (2025) identifican el problema de la competitividad en el sector, misma que se ve comprometida por la desigualdad de crecimiento, la informalidad, la falta de recursos. En este contexto, resulta relevante considerar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), cuyo propósito, según Calatayud-Mendoza et al. (2023), es abatir las desigualdades. Para ello, Sachs (2015) establece que el desarrollo sostenible busca una prosperidad compartida y la inclusión social en las comunidades locales. Esta perspectiva concuerda con Banerjee y Duflo (2012) al orientar la lucha contra la pobreza hacia un entendimiento sustancial de las dinámicas sociales. En este sentido, Cuéllar-Marchelli (2020) valida que el desarrollo social parte de la cohesión social construida por los habitantes, quienes, a través de la reciprocidad y la confianza, generan bienestar común.

En este contexto, la cohesión social puede funcionar como un mecanismo de articulación interna que permita a las comunidades reorganizar su participación en la cadena de valor, desde la toma conjunta de decisiones hasta la creación de canales de comercialización colectivos, reduciendo su dependencia de intermediarios y fortaleciendo su autonomía económica con relación a esto surge la siguiente pregunta de investigación ¿Cómo la cohesión social desde los sistemas sociales y culturales influye en el emprendimiento artesanal integrado por los ejes social, cultural y creación de valor?

Desde esta perspectiva, el presente estudio tiene como objetivo analizar la influencia de la cohesión social sobre el emprendimiento artesanal en comunidades de los Valles Centrales de Oaxaca, con el fin de comprender los mecanismos sociales y de negocios que impulsan el desarrollo local. Se parte de una visión crítica e interdisciplinaria que reconoce en el emprendimiento artesanal no solo una estrategia económica, sino una práctica profundamente arraigada en formas colectivas de organización, agencia cultural y solidaridad territorial, a partir de la cual es posible conocer cuáles son aquellos aspectos sociales que favorecen el desarrollo de proyectos culturales de índole artesanal.

A través de la teoría del capital social, este estudio abona a la explicación del emprendimiento particularmente el emprendimiento artesanal a partir de la cohesión social. En este sentido, el estudio busca explorar cómo el sistema social y cultural puede ser el conducto hacia el emprendimiento artesanal desde los ejes social, cultural y de creación de valor. Además, plantea retos y desafíos sobre la complejidad del estudio de indicadores de negocio en entornos de emprendimiento fuertemente motivados por lo social y económico, como son los de las artesanías oaxaqueñas.

Las secciones que continúan son cinco. En la primera, se describe el fundamento teórico del estudio, así como el análisis de las dos variables de la investigación: cohesión social y emprendi-

miento artesanal y la propuesta del modelo de investigación. En la segunda, se detalla la metodología de la investigación. En esta sección, se explica cómo se realizó el análisis de datos desde un enfoque integrado de dos etapas. En la tercera, se presentan los resultados comenzando con los correspondientes a la evaluación del modelo de medida, seguidos de los respectivos a la evaluación del modelo estructural. En la quinta, se desarrollan las discusiones. Finalmente, en la sexta se abordan las conclusiones que incluyen una reflexión de los principales hallazgos, las limitaciones del estudio y la propuesta de futuras líneas de acción y de investigación.

2.FUNDAMENTO TEÓRICO

En el campo de los estudios del emprendimiento, Ruiz-Carta (2021), desde la teoría basada en recursos y capacidades, señala que los artesanos emprenden utilizando recursos intangibles como el conocimiento tradicional, la identidad cultural o las redes comunitarias. Estos elementos, si bien no siempre son valorados por el mercado convencional, constituyen ventajas competitivas significativas en economías creativas y de nicho. Existen propuestas para favorecer las capacidades cognitivas, relacionales y prácticas, como la de Viswanathan et al. (2021), quienes proponen el concepto de alfabetización de mercado en contextos de subsistencia, argumentando que su fortalecimiento puede permitir a los emprendedores de contextos marginados insertarse con mayor autonomía en sistemas económicos más amplios.

De esta manera, el trabajo artesanal representa un vehículo para el bienestar colectivo y la cohesión social, especialmente en entornos donde las relaciones sociales son centrales para la reproducción de la vida comunitaria. Trejo (2024) plantea que el trabajo artesanal debe leerse como una forma de resistencia y dignificación en medio de procesos de exclusión global, reforzando así la idea de que el emprendimiento artesanal está profundamente enraizado en valores comunitarios. Además, Dana et al. (2022) amplían esta visión al estudiar a los emprendedores artesanales como actores que negocian simultáneamente entre la lógica del mercado, la preservación cultural y las formas de organización tradicionales.

Existen investigaciones empíricas en el caso oaxaqueño que muestran cómo los factores sociales, organizativos y simbólicos condicionan fuertemente el éxito o la sostenibilidad del emprendimiento artesanal. Así lo demuestran Girón et al. (2007) y, más recientemente, Rito et al. (2024), quienes documentan el papel de las mujeres artesanas como nodos de cohesión y transformación social en sus comunidades. Sin embargo, existe un vacío en la literatura, ya que, de acuerdo con Martínez-Sidón et al. (2020), son pocos estudios los que han analizado y comprobado la relación entre el capital social y el emprendimiento, pese a las implicaciones e incidencias de la cohesión social sobre esta actividad empresarial en países en desarrollo.

La teoría del capital social es un referente crucial para entender cómo los individuos y los grupos sociales movilizan activos o recursos a través de sus interacciones. Según la conceptualización clásica de Bourdieu (1985), el capital social es la “totalidad de los recursos potenciales y actuales asociados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas, de conocimiento y reconocimiento mutuos” (p. 148). Esta visión se complementa con la idea de que este capital se manifiesta en las redes, interacciones y relaciones sociales dentro de los grupos (Mendoza-Crespo & Ortiz-Velásquez, 2020).

El impacto del capital social trasciende el ámbito individual para convertirse en un motor de desarrollo económico y social. Autores como Membiela-Pollán y Pena-López (2017) lo analizan desde una perspectiva macrosocial, donde se considera un “recurso macrosocial y macroinstitucional” (p. 159) esencial para el correcto funcionamiento del mercado y el progreso de la sociedad. Esta idea es respaldada por Coleman (1988), quien sostiene que el capital social impulsa la acción social e impacta directamente en la actividad económica. En un sentido similar, Putnam identificaba que la participación cívica era un motor para la actividad económica y no al revés (Bolch & Putnam, 1994), un argumento confirmado por Knack y Keefer (1997), quienes postulan que la confianza y las normas de cooperación dentro de una comunidad inciden directamente en el desempeño económico. En cuanto a su impacto global, a partir de un análisis

con datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y la World Values Survey (WVS), Martínez-Sidón et al. (2020) encuentran que el capital social impacta positivamente el emprendimiento en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

De esta manera, el capital social se reconoce como un activo clave que fomenta la cohesión, la confianza y la reciprocidad, lo que a su vez estimula la actividad emprendedora. Como señalan Rodríguez y Urbiola (2019), el fortalecimiento de estas relaciones sociales mejora los procesos de emprendimiento. Cevallos y Mendoza (2019) profundizan en esto al sustentar que aspectos como la cooperación, la confianza y la participación son determinantes para el desarrollo de emprendimientos, mientras que Fornoni y Foutel (2004) afirman que el aumento del capital social genera certeza, lo cual despierta la intención emprendedora. Por lo tanto, las redes relacionales y el capital social que de ellas emana se configuran como un activo estratégico para la innovación social y el emprendimiento artesanal. Santiago (2023) sustenta que el capital social a partir de prácticas ligadas al sentido de cohesión social fomenta un ambiente de confianza, conexión y pertenencia que es crucial para el logro de objetivos grupales. Esto fortalece la capacidad de los artesanos para desarrollar y consolidar sus proyectos de emprendimiento.

Con base en lo expuesto, el sustento teórico a partir del cual se sustenta la presente investigación parte de dos variables: Cohesión social y Emprendimiento artesanal. Para su análisis, cada variable se desglosa en dimensiones e indicadores. Sobre estos últimos, es importante mencionar que, si bien algunos conceptos como los valores, las tradiciones y el simbolismo se encuentran presentes en ambas variables, su rol y medición son diferentes, evidenciando su cualidad como componentes valiosos dentro de cada una de ellas.

2.1. Variable Cohesión social

La cohesión social es fundamental para el desarrollo de los pueblos latinoamericanos, según Buvinić et al. (2004), quienes argumentan que se puede alcanzar fomentando una cultura que promueva el empoderamiento comunitario, la solidaridad y la inclusión. En línea con esto, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México (s.f.) sugiere que la cohesión social facilita la integración de las personas a través de su involucramiento económico y social, ofreciéndoles apoyo y respeto a sus culturas. Complementando esta perspectiva, Ocampo (2024) y Atkinson (2024) destacan casos regionales específicos donde la cohesión social ha sido clave para una integración estatal que ha redundado en un desarrollo económico y una equidad social favorables. La cohesión social se centra primordialmente en la inclusión social como el camino al progreso colectivo y respuesta a la exclusión experimentada por diversos sectores sociales, según Alaluf (1999).

2.2. Inclusión

Profundizando en este concepto, Buvinić et al. (2004) explican que la inclusión social trasciende el ámbito económico, abarcando la atención de carencias, el acceso a oportunidades y el desarrollo del empoderamiento social. En la misma línea, Ble y Cornelio (2023) señalan que la inclusión se relaciona con el hacer partícipes a los ciudadanos del ejercicio de sus derechos y libertades. Así entendida, la inclusión social implica la disponibilidad de las personas a participar y ser partícipes de diversas dinámicas y relaciones sociales, por medio de las cuales se reduzcan la exclusión y la pobreza. Además, Reyes (2012) argumenta que la inclusión social, en el contexto del desarrollo de aspectos individuales y sociales en los que participan las personas, las familias y los diversos grupos, permite el aprovechamiento de las oportunidades, la mejora de las capacidades productivas y genera equidad. Es crucial destacar que la inclusión es también un pilar dentro de la construcción de la Agenda 2030, la cual aspira a la mejora de las condiciones de vida globales a partir de 17 objetivos estratégicos enmarcados en lo económico, lo social y lo ambiental (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México (s.f.)).

En este aspecto, y para comprender cómo se estructura, la inclusión e integración social se modela a partir de tres aspectos fundamentales: el mercado y la participación comunitaria en el mismo, la redistribución de la adscripción política y la reciprocidad al interior de los grupos so-

ciales (Subirats et al., 2004). Complementando esta perspectiva, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) (2015) subraya que estas relaciones sociales son nutridas por la unidad que existe al interior de las poblaciones, al compartir principios como confianza, inclusión y valores.

2.3. Bienestar colectivo

Tironi y Sorj (2007) sostienen que la integración y unidad permiten el fortalecimiento del bienestar colectivo de los miembros de una sociedad. En esta óptica, y en un contexto de desarrollo social, McKay et al. (2024) declaran la importancia del empoderamiento de los individuos y grupos para que, a partir de él, logren su potencial, se promueva el cambio y se atienda la problemática de la pobreza en las localidades rurales. Aunado a esto, Mora y Martínez (2018) proponen la sostenibilidad económica, la cual implicaría para las localidades ser partícipes de un desarrollo capaz de mejorar el bienestar individual y colectivo y de reducir la marginación por medio de un uso eficiente del emprendimiento, la innovación y la productividad.

2.4. Apoyo mutuo

El apoyo mutuo se define por Herrera y Pereda (2017) como una acción de carácter colectivo y las redes sociales al interior de los grupos, por medio de la cual se aspira al desarrollo grupal en un contexto de bien común orientado a la inclusión social. En el mismo sentido, Cabrera y Pérez-Mercado (2023) relacionan el apoyo mutuo con las capacidades de autoorganización, solidaridad y cooperación de las poblaciones que, como discurso ante el individualismo, proponen el bien colectivo sobre el personal. Complementando estas ideas, Tovilla et al. (2021) identifican que, una vez que se logran asociaciones artesanales, elementos como el apoyo y la reciprocidad se convierten en medios para el beneficio cooperativo y colectivo del proyecto.

2.5. Necesidad de superación

En un contexto de innovación social y de proyectos empresariales artesanales, Cruz et al. (2023) sostienen que el trabajo colectivo permite la unidad de las personas y organizaciones para que, por medio de las capacidades que poseen, logren la superación y atención de necesidades. En sintonía con esta perspectiva, Duque (2003) afirma que la necesidad de superación en unión con una conciencia social son factores que motivan al sector artesanal a buscar que sus familias salgan adelante. Ampliando esta idea, Núñez et al. (2021) consideran que la necesidad de superación es, junto a la pasión por el oficio y la identidad que encuentran en la actividad artesanal, la motivación que impulsa a los artesanos a perseverar y adaptarse al entorno. Por su parte, Sarango et al. (2024) declaran que los factores que influyen en la actividad emprendedora están relacionados con aspectos socioeconómicos, como la necesidad de superación, generar ingresos y el bienestar familiar.

2.6. Capital social

Carvajal-Henao (2020) destaca la importancia del capital social en la actividad emprendedora, señalando su capacidad para generar fundamentos de cohesión al proyecto que fomentan la innovación y el diseño de productos. Para comprender esto, el capital social comprende las redes sociales, normativas y de confianza por medio de las cuales se incrementa la productividad de un entorno social (Putnam, 1994, citado por Sánchez, 2024). Ampliando su impacto, Putman (2011), citado por Lescas et al. (2024), declara que el capital social y su impacto en la cohesión social permiten la comprensión social y cultural de la comunidad y la facultan para el empoderamiento y la participación económica. De hecho, el capital social se reconoce como un elemento clave para la conformación de perfiles productivos al interior de las poblaciones indígenas (Sánchez, 2024). Adicionalmente, Azuero (2009) extiende el efecto del capital social a lo político y a lo cultural, destacando su valor para aminorar la ausencia de otros capitales, como el financiero o económico.

2.7. Sentido de identidad

El CONEVAL (2015) reconoce que la cohesión social entre los grupos incide y es influenciada por el sentido de identidad y pertenencia compartido desarrollado al interior de ellos. Este sentido de pertenencia a una colectividad determina la identidad de una cultura a partir del patrimonio cultural (Molano, 2007). Campos-Winter (2018) destaca que este sentido de identidad cultural se construye a partir de la cohesión, confianza y lealtad hacia grupos a los cuales pertenecen y con los cuales son afines. Como producto de ello, Ranalboldo (2006) señala que estas identidades culturales, como resultado del sentido de pertenencia de los pobladores, se expresan en las fiestas, los rituales, las tradiciones y manifestaciones artísticas como la música y la danza. Así, para Buvinić et al., (2004), la inclusión social con enfoque de género permite la construcción de nuevos sentidos de identidad socioculturales.

2.8. Valores

Las artesanías son productos a partir de los cuales los artesanos comparten valores simbólicos y la cosmovisión de sus comunidades (Secretaría de Cultura, 2019). De hecho, como parte de las manifestaciones culturales de un pueblo, las artesanías son capaces de comunicar y transmitir valores, creencias y simbolismos propios de una comunidad (Sandoval, 2025). Caldera (2019) relaciona los valores sociales y económicos con la identidad cultural de organizaciones sociales, sobre todo en contextos donde se manifiestan principios de la economía social, como en el del sector artesanal oaxaqueño. Desde un punto de vista estructuralista, el CONEVAL (2015) declara que en las comunidades se establece un acuerdo social que rige las interacciones y redes al interior de las mismas y que se basa principalmente en normativas y valores. Varas et al. (2018) sostienen que las tradiciones, creencias, valores y normativas otorgan diferencia, identidad y cohesión social a las comunidades. En este ámbito, conceptos como el del simbolismo, valores y normas son identificados por Durston (2002) como elementos que participan en las relaciones personales y colectivas de una población, definiendo su capital social, y contribuyen a la confianza y cooperación comunitaria (Durston, 1999).

2.9. Creencias

El sistema cultural en las poblaciones se construye por medio de las normas, valores y las creencias que se comparten al interior y que terminan por robustecer la cohesión social comunitaria (CONEVAL, 2015). En este contexto, Ferro (2017) afirma que las creencias, los valores y las tradiciones forman parte del sistema sociocultural del ser humano, por medio de los cuales tejen vínculos y afinidades y preservan costumbres y tradiciones a través de expresiones culturales como las artesanías. Particularmente, el patrimonio cultural de las comunidades es parte del conjunto de tradiciones, costumbres y creencias, siendo estas últimas constituidas por la identidad proporcionada por medio de leyendas y mitos (Baño, 2019). También, en estos procesos de conservación y transmisión, además de las creencias, se preservan al interior de las comunidades historias, fiestas, cargos y cosmovisiones (Madrazo, 2005).

2.10. Normas

Es común que las comunidades oaxaqueñas se rijan mediante sistemas normativos internos, a partir de los cuales se regula el tejido cultural constituido por diversos elementos culturales y sociales (Ortega et al., 2017). En esta línea, Sandoval-Contreras (2013) indica que las comunidades constituyen su sistema normativo a través de usos y costumbres, los cuales determinan las normas y conductas esperadas de los individuos al interior de las poblaciones. Considerando lo anterior, Ceballos (2020) reflexiona sobre la necesidad de generar respaldos normativos que brinden protección a la identidad y tradición artesanal y cultural, pese a la complejidad que representaría. Si bien se identifican retos en las comunidades oaxaqueñas con sólidos sistemas normativos, culturales y tradicionales para consolidarse como sitios turísticos, se resalta que sus usos y costumbres les otorgan solidez y cohesión social.

2.11.Tradiciones

El enfoque oficial normativo para la artesanía se centra en lo tradicional, priorizando el alto trabajo manual y baja tecnificación, con lo cual se llega a excluir muchas expresiones artesanales altamente dependientes de la tecnología y el proceso industrializado (Azuela & Cogco, 2014). Las artesanías resultan medios de comunicación y transmisión de las tradiciones socioculturales (Del Carpio-Ovando & Freitag, 2013). En este contexto, García (2024) advierte la necesidad de dar protección y seguridad normativa a la cosmovisión cultural, las tradiciones y los productos artesanales ante amenazas tecnológicas y de mercantilización. En algunos casos, Hernández-Díaz y Zafra (2005) señalan que esta protección de las tradiciones se da a partir del sistema de cargos, a través de los cuales los pobladores participan de actividades y servicios en pro de la comunidad.

2.12.Variable Emprendimiento Artesanal

La potencial contribución al desarrollo local de los emprendimientos artesanales, como parte de las pequeñas y medianas empresas, es tal que en países como Ecuador, Lituma et al. (2020) declaran que estos negocios contribuyen de forma significativa a la economía a niveles locales y nacionales. Además, ellos aportan que los emprendimientos culturales están vinculados con las industrias creativas y artísticas y se trata de procesos de “creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en el conocimiento, productos artísticos tangibles e intangibles” (p. 33). En este sentido, Escalante y Merchán (2024) resaltan la cualidad del emprendimiento artesanal para empoderar a la población, en específico, a las mujeres, a partir del acercamiento a conocimientos y herramientas tecnológicas proporcionados por procesos de capacitación al sector. No obstante, Araque y Álvarez (2023) identifican que este tipo de emprendimientos artesanales afrontan una serie de adversidades y desafíos en el camino a buscar la consolidación y el desarrollo como proyectos de negocio. En esta misma línea de desarrollo integral, Cruz-Cruz (2024) sustenta una visión del desempeño de proyectos empresariales alineada con los ODS, que trasciende lo puramente económico para abarcar lo social y lo inclusivo, en sintonía con ideas clave que dan lugar a dinámicas sociales y grupales al interior de las organizaciones y a partir de las cuales se fomenta el desarrollo organizacional.

2.13.Simbolismo cultural

En el marco de los emprendimientos artesanales, Lituma et al. (2020) conciben el producto artesanal como una manifestación de las herencias, conocimientos, costumbres y simbolismos de las comunidades. En sintonía, Vinuesa (2016) sostiene que el ser humano logró perpetuar y compartir sus saberes, signos y simbolismos a partir de la cultura, siendo esta un fundamento de la conformación de las sociedades contemporáneas. Así, Enríquez (2018) sugiere que la riqueza de los productos artesanales está en los diversos usos que se pueden hacer de ellos, además de sus consideraciones estéticas y las representaciones simbólicas que poseen. Asimismo, Garzón y Duque (2015) afirman que a partir de actividades de cohesión las personas se integran y colaboran para la ejecución de proyectos de emprendimiento artesanal que transmitan la cultura y simbolismo y fomenten el desarrollo local.

2.14.Bienestar social

A partir de emprendimientos culturales, Garzón y Duque (2015) sostienen que se promueve el bienestar mediante la mejora en las condiciones de vida de las poblaciones. En el mismo sentido, Araque y Álvarez (2023) afirman que a partir de actividades de negocio en el área artesanal se aspira a la búsqueda del bienestar colectivo y cultural de las poblaciones. De igual modo, Ciliane et al. (2014) encontraron contribuciones de la actividad artesanal dentro del sector turístico, basadas en sus relaciones con aspectos fundamentales para el desarrollo local, como lo son la calidad de vida, el empleo, los ingresos, la educación y el bienestar social en general. Sumando a lo anterior, Azuela y Cogco (2014) aportan alternativas de negocios a partir de las

cuales se fomenta el autoempleo y el empleo al seno de las comunidades, propiciando así la mejora económica para las familias e individuos y el desarrollo social.

2.15. Participación comunitaria

Vinueza (2016) declara que, a partir de la participación y de diversos procesos de comunicación de la riqueza simbólica y significativa, se preserva la “memoria histórica” comunitaria. En este contexto, Rosas (2010) subraya la importancia para los habitantes de comunidades indígenas de ejercer sus derechos y beneficiarse de las políticas derivadas del patrimonio cultural y turístico que poseen, por medio del usufructo y la participación comunitaria. A su vez, Acero y Calderón (2024) proponen fortalecer la parte psicológica y social al interior de los emprendimientos artesanales por medio de trabajar en temas necesarios para las dinámicas sociales como la empatía, la comunicación, la solución de conflictos que redunden en una mayor participación de los habitantes de un contexto social. Como complemento, Rodas et al. (2015) abordan la actividad turística en las comunidades a partir de la participación comunitaria y una orientación hacia el cuidado del entorno y el mejoramiento de las condiciones de vida en comunidades rurales.

2.16. Fomento y promoción

En el estado de Oaxaca, existen leyes a partir de las cuales se da el fomento, promoción y rescate a las actividades artesanales, dada su relevancia dentro del patrimonio simbólico, folclórico y artístico de la entidad (H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, 2022). En cuanto a este fomento, se promueven talleres, capacitación sobre técnicas artesanales, investigación científica y la difusión de la identidad cultural de las regiones. En este marco, Montiel (2020) comparte la existencia de emprendimientos que, a partir de la cultura y el liderazgo empresarial, promueven la cultura mediante sus actividades creativas. Por otro lado, Acero y Calderón (2024) proponen la importancia del tema psicosocial en los proyectos artesanales mediante la especialización e innovación en técnicas y materiales, el desarrollo de habilidades y la participación en espacios donde puedan compartir sus conocimientos e inquietudes y aprender de manera colaborativa. Además del fomento externo o por parte de las autoridades, Suárez (2016), citado por Abrigo-Córdova (2018), destaca la necesidad para los artesanos de participar en la formación de redes de contacto a través de las cuales puedan promocionar sus productos artesanales.

2.17. Valores y tradición

Vinueza (2016) declara que los proyectos de negocio artesanales agrupan individuos que comparten creencias, cosmovisiones, valores y tradiciones, y buscan su promoción y conservación. Bajo esta premisa, Acero y Calderón (2024) afirman que la innovación social a partir de emprendimientos colaborativos gestados desde los saberes y valores socioculturales se relaciona con incidencias positivas en el desarrollo de las comunidades. Mientras tanto, Díaz (2018) invita a explorar las formas de integrar los procesos industriales en los negocios artesanales en armonía con aspectos relacionados con los valores y tradiciones que estos pregonan. Adicionalmente, Navarro et al. (2019) relacionan una serie de valores que dan lugar a la participación comunitaria, misma que, desde los aportes de Geilfus (2009), puede ser participación interactiva, funcional y basada en incentivos.

2.18. Negocio

El proceso de creación de emprendimientos artesanales parte de la transformación y viabilidad de negocio de una idea para asegurar la satisfacción de los intereses de las partes interesadas, como los inversionistas, la comunidad y los clientes (Gómez, 2023). En este marco, Escalante y Merchán (2024) declaran efectos positivos en emprendimientos artesanales a partir de factores clave como el liderazgo, la gestión del negocio y las herramientas digitales de mercadotecnia. Lituma et al. (2020) recomiendan la implementación de metodologías innovadoras

para asegurar el éxito en los negocios artesanales. En cuanto a la dimensión de mercado y negocio, Del Carpio (2017) analiza la cadena productiva de las artesanías en México en términos mayormente relacionados con los productos comerciales, como lo son la comercialización, los canales de distribución, la innovación y el consumo, entre otros aspectos relacionados con la mercadotecnia. Aunado a esto, Arellano y Bocanegra (2021) discuten la importancia de fortalecer y aprovechar las redes mercantiles internacionales mediante la comercialización de las artesanías fuera de sus límites geográficos.

2.19.Producto

Para el H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca (2022), en cuanto a las artesanías oaxaqueñas, estas podrían organizarse a partir de los productos artesanales que ofrecen en: artesanías indígenas, productos relacionados con el patrimonio indígena a partir del conocimiento y sabiduría ancestral; artesanías tradicionales, aquellas que emergen de la sabiduría cultural del estado, y artesanías contemporáneas, aquellas que, sin tener la influencia y orígenes anteriores, cumplen con los requisitos de ser elaboradas de manera manual y artística.

En relación con sus características, Del Carpio (2017) declara que, si bien puede haber intervención mecánica o tecnológica en el proceso de elaboración, se manifiesta una predominancia en el trabajo manual. Además, Sandoval (2025) resalta que los productos deben poseer características diferenciadoras que les permitan diferenciarse de otros, remarcando así su valor ante los consumidores. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2023) considera que las artesanías son medios para la exposición cultural de las comunidades a partir de aspectos estéticos como el diseño, la apariencia y el estilo. Sin embargo, por el potencial negocio que representan y con la finalidad de preservar y proteger el patrimonio y la identidad cultural de los pueblos, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2023) recomienda que las creaciones artesanales sean sometidas a las normatividades del derecho de autor para darles protección.

2.20.Sustentabilidad

Díaz y Serrano-Barquín (2024) destacan aspectos de atención a la sustentabilidad, como los relacionados con el uso de los recursos naturales empleados como materias primas para la elaboración de artesanías. Sobre esto, Lugo-Morin et al. (2015) declara la aparición y crecimiento de un interés en el diseño de productos artesanales mediante prácticas más conscientes del medio ambiente, como el uso de materiales y procesos productivos orientados al ecodiseño, pudiendo ser un catalizador de las economías locales al ser comunicados de manera eficiente a los nuevos mercados. En esta idea coinciden Santiago-Cruz et al. (2025), quienes remarcan la importancia del desarrollo de proyectos de emprendimiento a partir de un enfoque sostenible a través del cual se dé atención a las necesidades de los consumidores o interesados bajo una consciencia ambiental y social sólida. Aunado a lo anterior, Díaz (2018) asocia el interés por el tema sustentable como parte de una creciente demanda y exigencia del entorno hacia prácticas artesanales más sensibles y conscientes de temas ligados a la responsabilidad social empresarial. Mientras, Acero y Calderón (2024) defienden que los proyectos innovadores elaborados bajo enfoques sociales y que parten de las tradiciones y aspectos asociados a la sustentabilidad, favorecen la identidad cultural, la cohesión y el bienestar psicológico.

2.21.Simbólico

En cuanto a la conformación y contenido de la cultura, Molano (2007) reconoce la influencia del sentido simbólico en relación con la identidad artística de un territorio. Conjuntamente, Sandoval (2025) aporta que, en la construcción de la imagen del producto, el simbolismo se manifiesta por medio de interpretaciones objetivas y subjetivas, como en el caso del uso del color. En esta línea, Vinueza (2016) sostiene que este proceso de compartir la cultura simbólica ancestral a partir de las artesanías puede darse por medio de elementos como el color y la forma. Por su parte, Díaz (2019) plantea un análisis del emprendimiento artesanal que, entre otras cuestiones,

se da a partir de la atención del capital simbólico como vía para compartir la riqueza patrimonial y ancestral de una cultura. Además, Trivi (2021) agrega que este simbolismo constituye un elemento diferenciador para la construcción de productos turísticos y un atractivo para el desarrollo de estos.

2.22. Estético

Las manifestaciones culturales de una comunidad conforman parte del atractivo diferenciador que Sandoval (2025, p. 7) llama un “valor estratégico, estético y simbólico”. En la perspectiva de Araque y Álvarez (2023), las artesanías, como expresiones compartidas por un grupo, se constituyen a partir de aspectos culturales, sociales, de negocio y estéticos. Por su parte, Pozo (2015) sostiene que los proyectos de negocio de carácter artesanal constituyen una extensión de las actividades del ser humano, motivadas por un conjunto de valores compartidos en un entorno, los cuales son de carácter social, cultural, ancestral y estético, materializadas en productos con funciones culturales, utilitarias y estéticas. Particularmente, en un contexto de artesanías alimenticias, Trivi (2021) resalta el valor que aporta la parte estética de los productos como elemento que, junto a los valores y símbolos, contribuye a la conformación de estrategias a favor de la marca y su comercialización a partir de la publicidad.

2.23. Creatividad e innovación

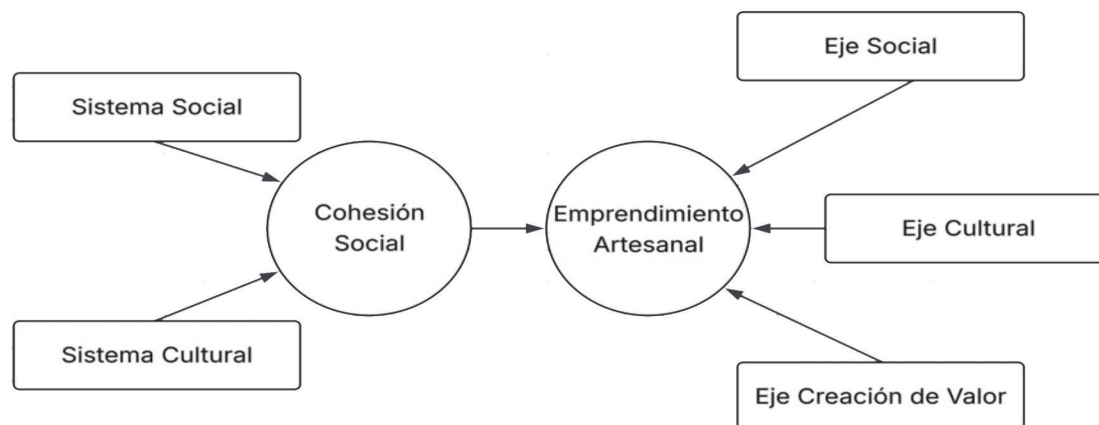
Araque y Álvarez (2023) destacan que la creatividad e innovación en los procesos artesanales se suelen dar a través de la mejora en las metodologías de trabajo o de la incorporación de nuevas técnicas y tecnologías. Al respecto, Sendra et al. (2024) reconocen la influencia entre el arte, la artesanía y el diseño, señalando que en los procesos de elaboración de prendas la creatividad e innovación permiten la creación de productos funcionales, de moda y muy estéticos. Como complemento, Sandoval (2025) afirma que la creatividad permite la atención a necesidades y la creación de espacios a partir de los cuales se dé la actividad turística, partiendo del patrimonio cultural y la cultura popular. Por su parte, un diagnóstico realizado por el Gobierno de Oaxaca (2016) reconoce que el valor agregado de las artesanías está en la innovación, en el diseño de productos y la calidad de estos. Finalmente, Escalante y Merchán (2024) y Cruz-Cruz (2020) coinciden en aseverar la existencia de un efecto favorable entre las competencias de emprendimiento o empresariales, como parte de los recursos y capacidades del emprendedor, sobre la creatividad y el logro de los objetivos planteados por las empresas y emprendimientos artesanales. Con base en lo sustentado, en la Tabla 1 se expone la matriz de congruencia a partir de la cual se caracterizan las variables Cohesión social y Emprendimiento artesanal.

Tabla 1. Variables, dimensiones, indicadores e ítems de la investigación

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems
Cohesión social	Sistema social	Inclusión	CS1, CS2
		Bienestar colectivo	CS3, CS4
		Apoyo mutuo	CS5, CS6
		Necesidad de superación	CS7, CS8
		Capital social	CS9, CS10
	Sistema cultural	Sentido de identidad	CS11, CS12
		Valores	CS13, CS14
		Creencias	CS15, CS16
		Normas	CS17, CS18
		Tradiciones	CS19, CS20
Emprendimiento artesanal	Eje social	Simbolismo cultural	EA1, EA2
		Bienestar social	EA3, EA4
		Participación comunitaria	EA5, EA6
	Eje cultural	Fomento y promoción	EA7, EA8
		Valores y tradición	EA9, EA10
	Eje creación de valor	Negocio	EA11, EA12, EA13
		Producto	EA14, EA15, EA16
		Sustentabilidad	EA17, EA18, EA19
		Simbólico	EA20, EA21, EA22
		Estético	EA23, EA24, EA25
		Creatividad e innovación	EA26, EA27, EA28

Por su parte, en la Figura 1 se incluye el modelo de relación entre las variables y sus dimensiones teóricas para su posterior análisis.

Figura 1. Modelo de investigación



3.METODOLOGÍA

Este estudio adoptó un enfoque cuantitativo, ya que buscó proponer nuevas observaciones y evaluaciones sobre las variables de estudio, tal como lo señala Vega-Malagón et al. (2014). En cuanto al diseño, fue de tipo no experimental porque no se realizaron intervenciones sobre las variables y su entorno de estudio, como lo declaran Hernández et al., (2014). Sobre el alcance, este fue descriptivo y exploratorio, siendo recomendable cuando existen pocos estudios sobre los temas de investigación, siguiendo la recomendación de Creswell (2014). El diseño muestral fue no probabilístico por conveniencia, dado que este tipo de muestreo es coherente con los alcances de investigación exploratoria (Hernández et al., 2014; Creswell, 2014).

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, empleando un cuestionario de 57 ítems, 9 preguntas de carácter general, 20 preguntas sobre la variable Cohesión social y 28 preguntas al respecto de la variable Emprendimiento artesanal. La medición de ambas variables se dio a partir de una escala de tipo Likert (desde “totalmente de acuerdo” hasta “totalmente en desacuerdo”).

La ejecución de la investigación se llevó a cabo entre 2024 y 2025 en la región de los Valles Centrales del estado de Oaxaca. En la Tabla 2 se presenta la muestra analizada, misma que comprendió como unidad de análisis a 216 artesanos dedicados a la elaboración y comercialización de artesanías de textiles y de barro, provenientes de cinco comunidades oaxaqueñas con fuertes tradiciones culturales en estos tipos de artesanías.

Tabla 2. Población y número de emprendedores artesanales

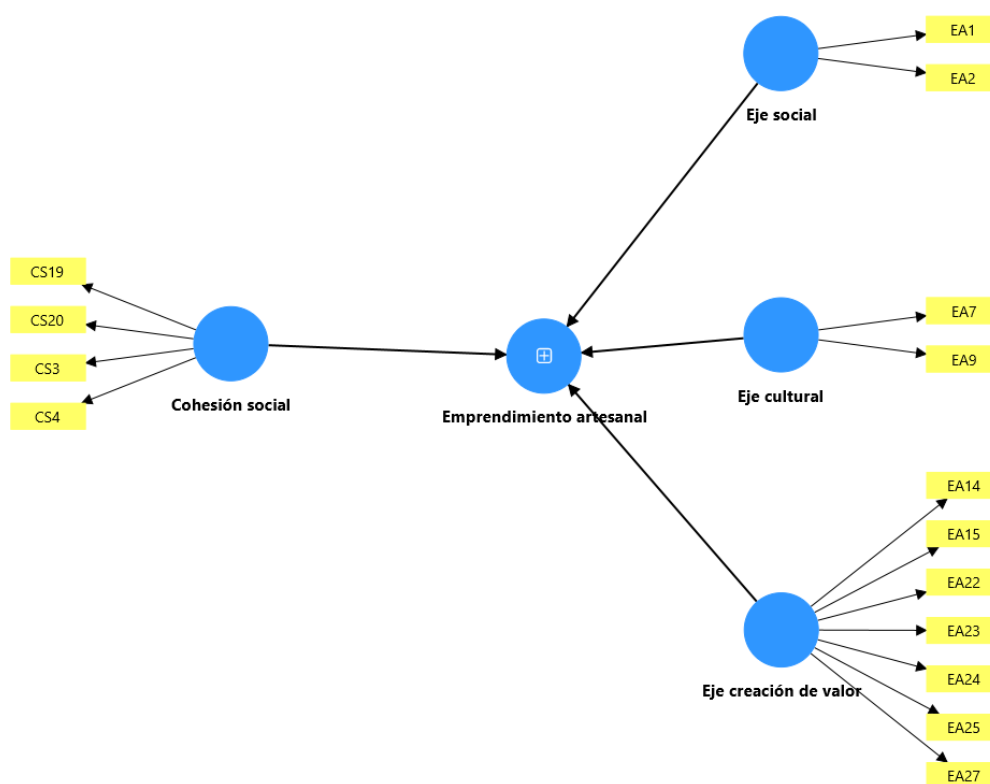
Población	n total	n textil	n barro
Teotitlán del Valle	73	73	–
San Bartolo Coyotepec	68	68	–
Tlacolula de Matamoros	35	20	15
Tlaxiactac de Cabrera	32	19	13
San Antonio Arrazola	8	3	5

El análisis de datos se realizó por medio del modelado de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM), con base en el método seguido por Leyva-Hernández et al., (2024), lo que permitió realizar la validación de las medidas y determinar la influencia de la variable Cohesión social en el Emprendimiento artesanal. El software utilizado fue SmartPLS versión 4 (Ringle et al., 2024).

Dado que la variable Emprendimiento artesanal se operacionaliza con tres dimensiones, se consideró esta como un constructo de orden superior (*Hierarchical order construct-HOC*). No obstante, en la validación de las medidas se eliminó una dimensión, por lo que el constructo “emprendimiento artesanal” se integró de dos dimensiones en el modelo final. El modelo de medida de emprendimiento social fue reflectivo-formativo. Mientras que la variable Cohesión social se determinó como constructo de orden inferior (*Low order construct-LOC*), dado que, al realizar un análisis preliminar, los ítems no se agruparon en diferentes factores. El modelo de medida de esta variable fue reflectivo.

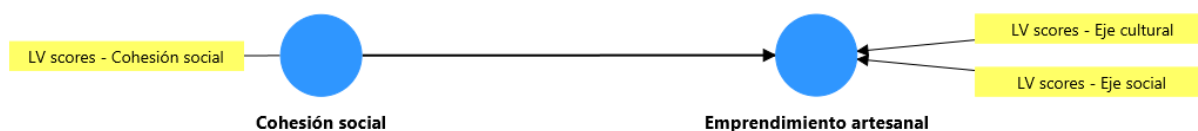
Para poder evaluar el modelo de investigación, dado que se tiene un constructo de orden superior, se siguió el enfoque integrado de dos etapas propuesto por Sarstedt et al. (2019). Ellos consideran que se siguen dos etapas para el análisis de datos, como su nombre lo indica. En la primera, se usó el enfoque de indicadores repetidos para construir el modelo, como se muestra en la figura 2. Se evaluó el modelo de medida de los constructos de orden inferior y se generaron puntuaciones de los constructos de orden inferior que fueron usadas como los datos para la segunda etapa.

Figura 2. Modelo utilizado en la primera etapa



En la segunda etapa, se evaluó el modelo de medida de los constructos de orden superior y se realizó la evaluación del modelo estructural. En esta etapa, el constructo de orden superior se formó a partir de las puntuaciones de los constructos de orden inferior (sus dimensiones) y el constructo de orden inferior, cohesión social, se midió a través de un solo ítem que es la puntuación de su constructo obtenido de la primera etapa (Figura 3).

Figura 3. Modelo utilizado en la segunda etapa



La validación del modelo de medida de los constructos formativos consistió en la evaluación de la colinealidad, relevancia y significancia; mientras que, para los constructos reflectivos, se evaluaron las cargas de los indicadores, la fiabilidad de la consistencia interna, la validez convergente y discriminante (Guenther et al., 2023). La evaluación del modelo estructural consistió en examinar la colinealidad del modelo, evaluar el tamaño y significancia de los coeficientes path, evaluar el coeficiente de determinación y el poder predictivo (Sarstedt et al., 2019; Hair & Alamer, 2022).

4.RESULTADOS

En la primera etapa, se realizó la evaluación del modelo de medida del constructo cohesión social y de las dimensiones de emprendimiento artesanal, las cuales son constructos de orden inferior. Dado que todos son constructos con un modelo de medida reflectivo, se validaron los criterios indicados para este tipo de constructos. Se mantuvieron los ítems que tuvieran cargas factoriales superiores a 0.708 o cercanas a este valor (Benitez et al., 2020; Guenther et al., 2023). El ítem CS4 fue el único que se mantuvo con una carga factorial cercana a 0.708, los demás que se mantuvieron tuvieron cargas factoriales superiores, como se muestra en la tabla 2. Los ítems que no cumplieron con este criterio fueron eliminados en esta etapa. Se consideraron valores iguales o superiores a 0.7 de fiabilidad (alfa de Cronbach y fiabilidad compuesta) para asegurar la consistencia interna de los constructos (Hair et al., 2019). Además, se cumplió con los criterios de tener un valor al menos de 0.5 o mayor de Varianza Extraída Media (Average Variance Extracted -AVE) para cada constructo como se aprecia en la Tabla 3 y un valor menor a 0.85 de la relación Heterotrait-Monotrait (HTMT) como se aprecia en la Tabla 4 (Benitez et al., 2020). Con ello se logró obtener validez convergente y discriminante de los constructos de orden inferior. En esta etapa se mantuvo la dimensión “Eje de creación de valor”, pero fue eliminada en la segunda etapa porque no cumplió con los criterios de la evaluación del modelo de medida para el constructo de orden superior “Emprendimiento artesanal”.

Tabla 3. Valores de fiabilidad y validez convergente de los constructos de orden inferior

Constructo de orden inferior (LOC)	Ítem	Cargas factoriales	Alfa de Cronbach	Fiabilidad compuesta (rho_a)	Fiabilidad compuesta (rho_c)	Varianza extraída media (AVE)
Cohesión social	CS19	0.928	0.861	0.930	0.903	0.702
	CS20	0.893				
	CS3	0.834				
	CS4	0.674				
Eje social	EA1	0.925	0.836	0.837	0.924	0.859
	EA2	0.929				
Eje cultural	EA7	0.884	0.724	0.724	0.879	0.784
	EA9	0.887				
	EA14	0.803				
Eje creación de valor	EA15	0.847	0.933	0.938	0.947	0.719
	EA22	0.770				
	EA23	0.938				
	EA24	0.938				
	EA25	0.878				
	EA27	0.742				

Tabla 4. Valores de HTMT para constructos de orden inferior

Constructo	Cohesión social	Eje creación de valor	Eje cultural	Eje social
Cohesión social				
Eje creación de valor	0.434			
Eje cultural	0.752	0.568		
Eje social	0.722	0.635	0.812	

En la segunda etapa, se evaluó el modelo de medida del constructo de orden superior, que es de tipo formativo. Para ello, se verificó que los valores de inflación de la varianza (VIF) fueran menores de 3 y se corroboró que los pesos fueran diferentes de cero y significativos como recomienda Guenther et al. (2023). Dado que la dimensión “Eje creación de valor” no tuvo peso significativo, se eliminó del modelo final como se aprecia en la Figura 3.

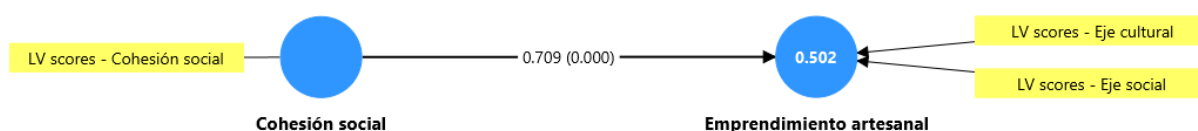
En esta etapa, también se realizó la evaluación del modelo estructural. En la tabla 5 y figura 4, se muestran los resultados obtenidos en esta evaluación. Se observa que el coeficiente path de la relación entre cohesión social y emprendimiento artesanal fue positivo y significativo. Además, el valor del coeficiente de determinación fue moderado ($R^2=0.502$) y el valor del poder predictivo fue de 49.5 % ($Q^2=0.495$).

Tabla 5. Resultados de la evaluación del modelo estructural

Relación	Coeficiente path	Valor p	VIF	R2	Q2
Cohesión social → Emprendimiento artesanal	0.709	0.000	1.000	0.502	0.495

VIF-Factor de inflación de la varianza, R2- coeficiente de determinación, Q2- poder predictivo

Figura 4. Modelo estructural con valores de coeficiente path



5.DISCUSIONES

El patrimonio intangible potencia el desarrollo de diversas actividades sociales y económicas en las comunidades oaxaqueñas, como la cohesión social y los procesos de creatividad e innovación, mismos que pueden encaminarse a la producción cultural (Baltazar-Domínguez, 2019). A pesar de que la variable de emprendimiento artesanal se operacionaliza por los ejes social, cultural y creación de valor, después de la validación de esta variable, únicamente los dos primeros miden la variable. De esta forma, el emprendimiento artesanal de las comunidades indí-

genas se manifiesta en su simbolismo cultural, el fomento y promoción de valores y tradiciones. Como lo indica Timarán Rivera et al. (2022), cuando el emprendimiento se vincula con la cultura, se incentiva la protección de la identidad cultural, además de que se promueve la economía de los productos culturales innovadores. Así, la cultura es un elemento trascendental para la comprensión y medición del emprendimiento artesanal en el contexto de trabajo.

De acuerdo con los resultados de esta investigación, la cohesión social es vista como el bienestar colectivo y las tradiciones, lo que concuerda con lo sugerido por Castillo et al. (2022), quienes indican que la cohesión social permite la búsqueda de condiciones de bienestar para sus miembros. Además, Tromben et al. (2022) sugieren que la cohesión social involucra la transformación de normas y valores, como lo son las tradiciones, para una acción colectiva. Entonces, la cohesión social, a la vez de procurar el beneficio del colectivo a través de la organización y desarrollo de proyectos, lo enlaza y sustenta con su cultura y tradiciones.

Los valores mostrados a través del modelado de ecuaciones estructurales confirmaron que la cohesión social influye positivamente en el emprendimiento artesanal de las comunidades indígenas ($\beta = 0.709$, $p = 0.000$). Asimismo, el grado de explicación y de predicción de la cohesión social confirman su relevancia como factor del emprendimiento artesanal ($R^2 = 0.502$, $Q^2 = 0.495$). Esta influencia positiva y significativa a través de los ejes social y cultural, respaldan los postulados de la teoría del capital social, el cual para Bourdieu (1985) se trata de los recursos y beneficios a partir de las redes relacionales, y coinciden con Trejo (2024) y Rito et al. (2024), quienes destacan que estas redes, en el contexto del estado oaxaqueño, representan medios para el empoderamiento y la dignificación comunitaria.

En este sentido, Deineko (2023) manifiesta que la cohesión social conduce a la creación de oportunidades para los miembros de la comunidad, mismas que pueden ser vistas como el emprendimiento artesanal. Asimismo, los resultados convergen con López Rodríguez y López Rodríguez (2021) para quienes en entornos turísticos en donde se da lugar al emprendimiento, es necesario que exista cohesión social en el contexto comunitario, dado que se espera que todos los actores involucrados obtengan beneficios o impactos positivos mediante la actividad empresarial.

Como lo mencionan Cruz Domínguez et al. (2024), el emprendimiento desde una perspectiva social brinda un valor social y económico a las comunidades. Por ende, cuando los miembros perciben bienestar de forma igualitaria, ellos estarán dispuestos a emprender manifestando su simbolismo cultural en sus negocios artesanales. A partir de lo expuesto, se confirma que las relaciones sociales y la confianza son fundamentales en la cohesión social y el capital social, al favorecer el desarrollo de proyectos de emprendimiento, en sintonía con lo expuesto por Rodríguez y Urbiola (2019) y Cevallos y Mendoza (2019).

La preeminencia de los aspectos sociales y culturales fuertemente arraigados en las dinámicas de las comunidades artesanales oaxaqueñas, por sobre aspectos asociados con la actividad empresarial tradicional, constituye un hallazgo significativo del presente estudio.

En cuanto a la eliminación del Eje creación de valor, el hallazgo constituye una importante contribución teórica, al resaltar la complejidad de la relación entre las variables y necesidad de mayores estudios sobre indicadores de negocios y empresariales, en el marco de proyectos de negocio de carácter social, cultural y turístico. Este hallazgo coincide con las aportaciones de Zamacona-Aboumradi y Barajas-Portas (2022), quienes identificaron que en el sector artesanal en México, el valor simbólico y el valor artístico son más relevantes que las estrategias propias de mercado y de negocio. Además, son similares a los reportados por Jiménez et al. (2009) quienes en un estudio en llevado a cabo en Michoacán, el Estado de México, Guanajuato, Puebla, Jalisco, Guerrero, Veracruz y Oaxaca, identificaron que aspectos relacionados con la creación de valor; como la innovación interpretada a partir de las mejoras en el producto, los procesos y la organización, no inciden en cuestiones de elaboración, comercialización ni competitividad. También concuerdan con lo expuesto por Sánchez-Limón (2025), quien declara que

las empresas artesanales enfrentan diversos desafíos en la gestión de sus proyectos, mismos que se asocian con la integración de sus productos a las demandas del mercado moderno.

Sin embargo, esta exclusión plantea un desafío al respecto de lograr interpretar y conocer cómo aspectos claves de un negocio, como lo son los indicadores del Eje creación de valor, intervienen, modelan e inciden en las actividades artesanales en las comunidades. En el caso del presente artículo, se suponen dos posibles causas de su eliminación:

La primera causa se encontraría ligada a dinámicas sociales y culturales que han integrado a los pobladores en la actividad artesanal a lo largo de generaciones, donde, para Rodríguez-Díaz y Urbiola-Solís (2019), el capital social constituye el catalizador de proyectos de emprendimiento. De acuerdo con Lugo-Morin et al. (2008), la actividad artesanal representa la principal fuente de ingresos para las familias oaxaqueñas y podría verse mermada en su valor económico debido a su carácter rutinario y constante. Como indican Tromben et al. (2022), la integración de los pobladores en actividades colectivas se ve motivada por sistemas culturales y comunitarios, lo que puede llevar a que las artesanías sean percibidas como una práctica habitual del día a día, más que como un negocio en el sentido convencional.

La segunda causa, estaría vinculada al desconocimiento y uso de los criterios de negocio empleados, justificando la importancia de estudios como este. Para Sachs (2015) el desarrollo de los pueblos debe ser sostenible, por lo que resulta importante favorecer la adopción de conocimientos de negocio por parte de los artesanos. La posible falta de entendimiento sobre cuestiones de negocio del sector artesanal encuentra eco en la propuesta de Viswanathan et al. (2021), quienes fomentan la importancia de la “alfabetización de mercado”, mediante la cual, los autores sostienen que es posible mejorar las condiciones económicas de proyectos en entornos en desarrollo, como lo son los emprendimientos en las comunidades oaxaqueñas.

6.CONCLUSIÓN

El capital social, conceptualizado como la red sólida de relaciones y recursos asociados a ella, a partir de la cohesión social, proporciona canales a través de los cuales los artesanos pueden obtener apoyo, cooperación en términos sociales e integración en términos económicos y productivos mediante el acceso a conocimientos y competencias necesarias para desarrollar y sostener sus emprendimientos. La presente investigación confirma que la Cohesión social influye positiva y significativamente en el Emprendimiento artesanal en las comunidades artesanales de los Valles Centrales de Oaxaca. A partir de este hallazgo, se respalda la idea colectiva sobre que diversos elementos y configuraciones de carácter demográfico, social y cultural propias de un sistema social propician el desarrollo de actividades empresariales a partir de la iniciativa emprendedora artesanal.

En este contexto, se destaca que factores de la Cohesión social como la inclusión, el apoyo mutuo y el sentido de identidad fungen como catalizadores del patrimonio cultural y generan bienestar mediante la creación de valor económico y social. Por lo expuesto, se sustenta que los ejes social y cultural del emprendimiento artesanal vistos a través de entornos con arraigo en cohesión social, generan el escenario para la articulación y simbiosis de elementos tradicionales propios de la cultura con elementos afines a la innovación y a la actividad empresarial, bajo una orientación hacia la sostenibilidad y el bienestar comunitario.

La reestructuración del constructo Emprendimiento artesanal, implicó la exclusión de la dimensión Eje creación de valor. Esto sugiere la oportunidad de una conceptualización y operacionalización más profunda y contextualizada, para asegurar la comprensión de la complejidad que implica la creación de valor empresarial en comunidades en donde resulta prioritario fortalecer el capital humano a partir de la capacitación y desarrollo de competencias de emprendimiento y de habilidades gerenciales. Esta exclusión no determina su falta de importancia para el estudio general del tema. Por el contrario, a partir de este hallazgo se subraya el desafío de capturar su valor en los procesos de emprendimiento motivados por la cohesión social, a partir de nue-

vas conceptualizaciones. Los resultados del estudio subrayan la necesidad de intervenciones que fortalezcan el perfil emprendedor de los artesanos oaxaqueños, a fin de un mayor involucramiento de criterios y estrategias de negocios que potencien el valor económico y social de la actividad artesanal.

Una de las principales limitaciones de este estudio fue la muestra utilizada, pues sólo representa el análisis de estas variables en un contexto específico. La elección de la muestra se basó en un muestreo no probabilístico por conveniencia debido a la falta de registros oficiales actualizados sobre el número de unidades económicas dedicadas a la actividad artesanal estudiada y al acceso a las mismas. Sin embargo, se reconocen las posibles limitaciones en cuanto a su representatividad y su capacidad para ser extrapolados a la población total de artesanos.

A partir de estas conclusiones, se ofrecen implicaciones prácticas para el posible desarrollo de investigaciones y el diseño de políticas que incentiven el valor artesanal y fortalezcan la cohesión social, así como para la implementación de estrategias empresariales que potencien la sostenibilidad de los emprendimientos locales aprovechando el patrimonio cultural como activo de desarrollo.

Como posibles líneas de investigación, se recomienda ampliar la muestra a otros contextos para poder comparar los resultados en diferentes regiones del país para mostrar un análisis más amplio sobre cómo se incentiva el emprendimiento artesanal; y en la medida de lo posible, trabajar con muestras elegidas de manera probabilística. De esta manera, sería posible realizar una comparación entre ubicaciones, cultura, tipos de emprendimientos artesanales, países, idioma, por mencionar algunos. Además, las investigaciones pueden retomar esta investigación y analizar si la cultura de las comunidades es un elemento clave para la inclusión o no del Eje creación de valor en la medición del emprendimiento artesanal. Desde el punto de vista metodológico, futuras investigaciones pueden emplear mapas de importancia-rendimiento desde el modelado de ecuaciones estructurales para determinar los factores que tienen mayor injerencia en el desempeño de los negocios artesanales, y de esta manera profundizar el análisis del eje creación de valor. Además, se recomienda realizar un análisis multigrupo para comparar el comportamiento por tipo de artesanías. De esta manera, será posible comprender si es un fenómeno exclusivo de algún tipo de giro o se debe a algún factor cultural o habitual.

En lo práctico, sugiere el desarrollo y transmisión, mediante capacitaciones de modelos teórico-prácticos que adopten y fomenten de forma más exhaustiva los elementos de la creación de valor en entornos artesanales, considerando su valor intrínseco, estético y simbólico, en armonía con los atributos y cualidades culturales propias de las comunidades de la región. Lo anterior, para buscar una integración entre factores determinantes de un proyecto de emprendimiento, como lo son los del Eje creación de valor, y lo social, por medio de lo cual, se impacte en el desarrollo económico y social de las comunidades oaxaqueñas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abrego-Córdova, I., Romeri, C. & Morales, D. Y. (2018). Las redes sociales en el sector artesanal de Oaxaca-México y Plaza Matilde en Loja-Ecuador, como herramienta de comunicación para publicitar emprendimientos. *Innova Research Journal*, 3(3). 62-68.
- Acero, V. & Calderón, L. (2024). *Arte Mimbre: Innovación Social y Bienestar Psicosocial desde la Artesanía*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.
- Alaluf, M. (1999). *La notion de cohesion sociale, Séminaire* «Evolutions démographiques et rôle de la protection sociale: le concept de cohesion sociale». Bruselas.
- Araque, E. A., & Álvarez, D. E. (2023). Gestión estratégica de los emprendimientos femeninos del sector artesanal, priorizado en la ruta competitiva del departamento de Sucre. *Revista CEA*, 9(21). <https://doi.org/10.22430/24223182.2467>
- Arellano, B., & Bocanegra, C. (2021). E-pymes de exportación textil artesanal mexicana, en tiempos de

- integración virtual y economías digitales. *Indiciales*, 1(1), 77–93. <https://doi.org/10.52906/ind.v1i1.12>.
- Atkinson, T. (2004). La experiencia de la Unión Europea con la política de inclusión social. En Buvinić, M., Mazza, J., Pungiluppi, J., y Deutsch, R. (Eds), *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Atlas de Textiles Indígenas (2014), *Revista de Arqueología Mexicana*, Editorial Raíces, Ed Especial Núm. 55 <https://arqueologiamexicana.mx/ediciones-especiales/e55-atlas-de-textiles-indigenas>
- Azueta, J. I., & Cogco, A. R. (2014). Análisis de las políticas públicas de fomento a las artesanías en México. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 24(2), 9–28. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=65452531001>
- Azuero, A. R., (2009). Capital Social e Inclusión Social: algunos elementos para la política social en Colombia. *Cuadernos de Administración*, (41), 151–168. <https://doi.org/10.25100/cdea.v25i41.398>
- Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2012). *Poor economics: A radical rethinking of the way to fight global poverty*. PublicAffairs.
- Baño, J. N. (2019). *Las artesanías como identidad cultural de la comunidad Tigua, provincia Cotopaxi*. Universidad Técnica de Ambato.
- Baltazar-Domínguez, D. A. (2019). *El valor social y económico en empresas sociales: el caso del sector artesanal en Oaxaca*, [Tesis de maestría, Universidad de Guanajuato]. Repositorio institucional. <http://www.repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/4628>
- Benitez, J., Henseler, J., Castillo, A., & Schuberth, F. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information & Management*, 57(2). <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.003>
- Beugelsdijk, S., & van Schaik, A. B. T. M. (2005). Social capital and growth in European regions: an empirical test. *European Journal of Political Economy*, 21(2), 301–324. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2004.07.004>
- Ble, L. B., & Cornelio, E. (2023). Educación inclusiva para un entorno de paz. *Eirene Estudios De Paz Y Conflictos*, 6(10), 179–208. <https://estudiosdepazyconflictos.org/index.php/eirene/article/view/201>
- Bolcjh, B. & Putnam, R. (1994). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Economic Development Is Path Dependent. Foundation for Economic Education.
- Bourdieu, P. (1985). *Las formas del capital. Capital económico, capital cultural y capital social*. En Bourdieu, P. (Ed.). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée.
- Business Research (2025). *Tamaño de mercado de artesanías, participación, crecimiento, análisis de la industria global*. Business Research Insights. <https://www.businessresearchinsights.com/es/market-reports/handicrafts-market-100147>
- Buvinić, M. (2004). Introducción: la inclusión social en América Latina. En Buvinić, M., Mazza, J., Pungiluppi, J., y Deutsch, R. (Eds), *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Cabrera, J. E., & Pérez-Mercado, M. A. (2023). El apoyo mutuo y la respuesta urbana a la pandemia de Covid-19. *Revista Mexicana de Sociología*, 85(e), 71–101. <https://revistamexicanadesociologia.unam.mx/index.php/rms/article/view/60449>
- Caldera, D. (2019). *El valor social y económico en empresas sociales: el caso del sector artesanal en Oaxaca*, [Tesis de maestría, Universidad de Guanajuato]. Repositorio institucional. <http://repositorio.ugto.mx/handle/20.500.12059/4628>
- Campos-Winter, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Cinta de Moebio*, (62), 199–212. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- Carvajal-Henao, M. E., Ramírez-Carvajal, D., & Toro-Cardona, A. (2020). Estructura conceptual del emprendimiento y capital social. *Revista de Ingenierías Interfaces*, (2). 49– 72.
- Castillo, J. C., Espinoza, V., & Barozet, E. (2022). *Cohesión social en Chile en tiempos de cambio: Indicadores, perfiles y factores asociados*. Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Calatayud-Mendoza, A. P., Llerena-Zea, B. A., Villahermosa-Quispe, E., Schettini, P., & Flores-Quispe, L.

- R. (2023). Brecha digital de género y los determinantes del uso de Internet móvil en las mujeres artesanas textiles en el departamento de Puno, Perú. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, (36), 1-24. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7752>
- Ceballos, J. M. (2020). Necesidad de protección a los conocimientos tradicionales. Especial mención a las expresiones culturales tradicionales. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (2). 25-75. <https://doi.org/10.18601/16571959.n29.02>.
- Cevallos, M. P., & Mendoza, J. G. (2019). Capital social comunitario: recurso promotor en los emprendimientos agroecológicos. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional De Administración*, (5), 97-120. <https://doi.org/10.32719/25506641.2019.5.4>
- Ciliane, C., Zamberlan, N. R., & Flores, V. (2014). La valoración de las artesanías en el sur de Brasil a través del turismo. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(4), 668-684. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732145002>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Coleman J. S. (2000). Social capital in the creation of human capital. En Serageldin, I. y Dasgupta, P. (Eds.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, World Bank.
- CONEVAL (2015). *Cohesión social: balance conceptual y propuesta teórico metodológica*. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Cruz-Cruz, E. (2020). Clasificación de competencias de emprendimiento desde la Teoría del Desarrollo Organizacional. En Hernández-Sánchez, B., Cardella, G. y Sánchez-García, J. (Eds.), *Retos y oportunidades para emprender en la sociedad del conocimiento*. Editorial Dykinson.
- Cruz-Cruz, E. (2024). Levels and performance indicators of business under an integral theoretical perspective oriented toward SDG. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 4(4). <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v4.n04.pe02453>
- Cruz, L. D., Castillo, M. & Ramírez, A. M. (2023). Innovación social y competitividad de las MiPyMEs artesanas de San Antonino Castillo Velasco, Oaxaca. En Rózga L., Ryszard E. y Mota, V. E. (coords.) *Gestión de los territorios. Innovación tecnológica, capital humano y turismo con innovación social y sustentabilidad*. UNAM-AMECIDER. <https://ru.iiec.unam.mx/6237/>
- Cruz Domínguez, E., Valadez Solana, B., & Cruz Cabrera, B. C. (2024). Emprendimiento social y desarrollo local. El caso de una comunidad alfarera en Oaxaca, México. *Collectivus. Revista de Ciencias Sociales*, 11(2). <https://doi.org/10.15648/Collectivus.vol11num2.2024.4117>
- Cuéllar-Marchell, H. (2020). Cohesión social, crecimiento e institucionalidad para la sostenibilidad: aportes para construir un país próspero y seguro. En Maldonado, C., Marinho, M. L., y Robles, C. (Eds.), *Inclusión y cohesión social en el marco de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Claves para un desarrollo social inclusivo en América Latina*. CEPAL.
- Dana, L. P., Ramadani, V., Palalic, R., & Salamzadeh, A. (2022). *Artisan and handicraft entrepreneurs*. Gewerbestrasse. Springer.
- Del Carpio-Ovando, P. S. & Freitag, V. (2013). Motivos para seguir haciendo artesanías en México: Convergencias y diferencias del contexto artesanal de Chiapas y Jalisco. *Ra Ximhai*, 9(1). 79-98. <https://www.redalyc.org/pdf/461/46127074008.pdf>
- Del Carpio, P. S. (2017). Estrategias mercadológicas e innovadoras en las artesanías, una tradición transformadora. *Poliantea*, 12(23), 77-110. <https://doi.org/10.15765/plnt.v12i23.987>
- Deineko, O. (2023). Ukraine, War and Resistance: Reshaping Social Cohesion. *Studia Socjologiczne*, 2, 155-177. 10.24425/sts.2023.146173
- Díaz, A., & Serrano-Barquín, R. del C. (2024). Artesanías de Rayón, México desde la sustentabilidad. *Apuntes: Revista de Estudios sobre Patrimonio Cultural*, 37. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.APU37.samc>
- Díaz, V. C. (2018). ¿Una moda responsable? Emprendimientos de diseño de indumentaria con producción artesanal de pueblos originarios y rurales desde la perspectiva de la responsabilidad social

empresarial. Universidad Nacional del Litoral. Facultad de Ciencias Económicas.

- Díaz, V. (2019). Disputas y negociaciones en torno al binomio Artesanía-Diseño en emprendimientos de producción artesanal de comunidades originarias y diseño de indumentaria local. *XIII Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Duque, C. (2003). *Papel de la mujer en la artesanía del siglo XXI tradición, innovación y competitividad*. Artesanías de Colombia, Centro de Investigación y Documentación para las Artesanías – CENDAR.
- Durston, J. (1999). Construyendo capital social comunitario. *Revista de la CEPAL*.
- Durston, J. (2002). *El Capital Social Campesino en la Gestión del Desarrollo Rural*. CEPAL.
- Enríquez, J. F. (2018). Innovación artesanal desde el corazón. *Artesanías de América*, (76), 72-75.
- Escalante, J., & Merchán, D. (2024). Empoderamiento y éxito en emprendimientos artesanales femeninos: el impacto de la educación y la capacitación. *Revista Conrado*, 20(97), 67-74.
- Ferro, D., (2017). Identidad, cultura e innovación en las artesanías: un camino para el desarrollo sustentable y el Buen Vivir. *Estudios de la Gestión*, (1), 95-116.
- Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART). (2020). *Diagnóstico Situacional del Sector Artesanal en México durante el período de la pandemia por el COVID-19*.
- Fornoni, M. & Foutel, M. (2004). El círculo virtuoso: capital social – emprendedores. En Roig, S., Ribeiro, D., Torcal, R., Torre, A. y Cerver, E. (Eds.), *El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I* (pp. 421-431). Valencia: Universitat de València.
- García, L. J. (2024). *Propiedad intelectual colectiva: A propósito de la mercantilización de los tejidos huipiles mexicanos*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- García-Hernández, Y., & Martínez-García, M. D. (2025). Competitividad relativa del sector de comercio al por menor de artesanías: análisis por entidad federativa. *Ciencias Administrativas. Teoría Y Praxis*, 21(2), 33-49. <https://doi.org/10.46443/catyp.v21i2.476>
- Garzón, A. B., & Duque, L. M. (2015). Emprendimiento cultural de las organizaciones del sector solidario. *Ciencia Unisalle*. https://ciencia.lasalle.edu.co/maest_administracion/477
- Geilfus, F. (2009). *80 herramientas para el desarrollo participativo. Diagnóstico, Planificación, Monitoreo y Evaluación*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Gobierno de Oaxaca (2023). *Oaxaca, principal productor de artesanías de México*. Coordinación de Comunicación Social. Recuperado de: <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/oaxaca-principal-productor-de-artesantias-de-mexico/>
- Gobierno de México (2024). *Trabajadores Artesanales*. Data México.
- Girón, J. D. L. P. H., León, M. Y., & Hernández, M. L. D. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Estudios Gerenciales*, 23(104), 77-99.
- Gobierno de Oaxaca (2016). *Diagnóstico de la Cadena de Valor Artesanías Textil en las Regiones de Oaxaca*. Coordinación de Comunicación Social, Gobierno del Estado de Oaxaca. Recuperado de: <https://www.oaxaca.gob.mx/coplade/wp-content/uploads/sites/29/2017/04/Perfiles/AnexosPerfiles/1.%20CV%20TEXTIL.pdf>
- Gobierno de Oaxaca (2021). *El arte popular oaxaqueño es inigualable y debe ser reconocido: IMM*. Coordinación de Comunicación Social, Gobierno del Estado de Oaxaca.
- Gómez, S. (2023). Viabilidad comercial de un emprendimiento artesanal: Chocolatera ubicada en Cuenca – Ecuador. *MQRInvestigar*, 7(1), 3086-3098. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.7.1.2023.3086-3098>
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111, 127-142.
- H. Congreso del Estado Libre y Soberano de Oaxaca (2022). *Ley de Fomento a las Actividades Artesanales del Estado de Oaxaca*. [https://congreso.oaxaca.gob.mx/docs65.congreso.oaxaca.gob.mx/legislacion_estatal/Ley_de_Fomento_a_las_Actividades_Artesanales_del_Estado_de_Oaxaca_\(Ref_dto_609_LXV_Legis_13_abr_2022_PO_20_4a_secc_14_may_2022\).pdf](https://congreso.oaxaca.gob.mx/docs65.congreso.oaxaca.gob.mx/legislacion_estatal/Ley_de_Fomento_a_las_Actividades_Artesanales_del_Estado_de_Oaxaca_(Ref_dto_609_LXV_Legis_13_abr_2022_PO_20_4a_secc_14_may_2022).pdf)
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.

- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3).
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Hernández-Díaz, J. & Zafra, G. (2005). *Artesanas y artesanos. Creación, innovación y tradición en la producción de artesanías*. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.
- Herrera, I. & Pereda, C. (2017). Invisibles de Tetuán (Madrid). Hacia una práctica subversiva de apoyo mutuo en contextos de exclusión. *Cuadernos de Trabajo Social*, 30(2), 389-402. <https://doi.org/10.5209/CUTS.55205>
- INEGI (2024, 19 de noviembre). *Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2023*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/CSCM/CSCM2023.pdf>
- Jiménez, J. C., Domínguez, M. L., & Martínez, C. J. (2009). Estrategias y competitividad de los negocios de artesanía en México. *Pensamiento & Gestión*, (26), 165-190.
- Knack, S. & Keefer, P. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4), 1251-1288. <https://www.jstor.org/stable/2951271?seq=1>
- Lescas, G. C., López, J. Y., & Lugo, G. (2024). Etnocompetitividad y sustentabilidad en la producción de artesanías textiles como estrategias para fortalecer el turismo regional. En Wong, P. y Mota, V. E. (coords.), *Nuevas dinámicas internacionales y reconfiguración regional del turismo*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Leyva Hernández, S.N., Toledo-López, A., & Ramos López, L. (2024). Análisis de mediación en un modelo de marketing por PLS-SEM. En A. I. Máñez Guaderrama, & V. G. López Torres (Eds), *Modelos de ecuaciones estructurales como técnica de análisis en estudios empíricos*. Astra ediciones. pp. 169-191. <https://doi.org/10.61728/AE20240493>
- Lituma, M., Andrade, R., & Andrade, D. (2020). Caracterización de los emprendimientos artesanales de la ciudad de Cuenca. Caso: adornos para el hogar. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5), 195-205. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5.299>
- López Rodríguez, A. L., & López Rodríguez, S. A. (2021). La cohesión social y el arraigo territorial en el turismo rural comunitario: caso localidad de Usme Bogotá-Colombia. *Anales de geografía de la Universidad Complutense*, 41(2), 365-387. <https://doi.org/10.5209/aguc.79341>
- Lugo-Morin, D. R., Ramírez-Juárez, J., Navarro-Garza, H. & Estrella-Chulim, G. (2008). Etnocompetitividad del sistema artesanal textil Mitla, el papel del territorio y la innovación. *Economía, Sociedad y Territorio*, 8(28), 981-1006. <https://doi.org/10.22136/est002008224>
- Lugo-Morin, D. R., Magal-Royo, T. & Shinn, C. (2015). Ambiente y artesanía: Sinergia para el desarrollo rural sustentable. *Spanish Journal of Rural Development*, 6(3-4). 57-64
- Madrazo, M., (2005). Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición. *Contribuciones desde Coatepec*, (9), 115-132. <https://revistacoatepec.uaemex.mx/article/view/23702>
- Martínez, M. D. C. C., & León, C. G. (2020). Estrategia para la innovación en el proceso de comercialización de artesanías de barro del municipio de Ráquira. In *Vestigium Ire*, 14(2), 81-105.
- Martínez-Sidón, G., Saavedra-Leyva, R. E., & Morones-Carrillo, A. L. (2020). Capital Social como factor de emprendimiento en los países de la OCDE: implementación de un modelo con datos de panel. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 30, 312-326. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3512>
- McKay, L. M., Barrera, A. V., & Skinner, O. R. (2024). Empoderamiento y desarrollo social, claves para superar la pobreza. *Ciencia Latina, Revista Científica Multidisciplinar*, 8(6), 201-219. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i6.14603
- Mejía-Sánchez, E., Mendoza-Juárez, J. & Hernández-Leyva, L. (2019). Artesanos y su potencial emprendedor. Valles Centrales del Estado de Oaxaca, 2018. *Horizontes de Contaduría en las Ciencias Sociales*, (11), 88-115. <https://doi.org/10.25009/hccs.v0i11.14>
- Membela-Pollán, M., & Pena-López, J. A. (2017). Clarifying the concept of social capital through its three perspectives: individualistic, communitarian and macrosocial. *European Journal of Government and*

- Economics*, 6(2), 146–170. <https://doi.org/10.17979/ejge.2017.6.2.4327>
- Mendoza-Crespo, H. & Ortiz-Velásquez, M. (2020). Importancia y determinantes de la asociación productiva agrícola: el cultivo de ñame en el caribe colombiano. *Sociedad & Economía*, (41), 88–108. <https://www.redalyc.org/journal/996/99665238005/html/>
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 7(7). 69–84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187>
- Montiel, E. A. (2020). Emprendimientos culturales: de la idea a la acción. *Atarraya Cultural*, 2(1), 9–14. <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/atarrayacultural/article/view/3723>
- Mora, M. J., & Martínez, F. R. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y Desarrollo*, 31, 27–46. <https://doi.org/10.19052/ed.4375>
- Navarro, M., Vazquez, V., Van't Hooft, A., & Reyes, J. A. (2019). Participación comunitaria y turismo alternativo en zonas indígenas en el contexto mexicano: cuatro estudios de caso. *El Periplo Sustentable*, (36), 7–33.
- Núñez, G., Cruz, G. & Serrano, R. C. (2021). Adaptación, transformación y pervivencia de la producción artesanal alfarera de Metepec, estado de México. *Gazeta de Antropología*, 37(2).
- Ocampo, J. A. (2004). Inclusión social y desarrollo económico en América Latina. En Buvinić, M., Mazza, J., Pungiluppi, J., y Deutsch, R. (eds.), *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2023). *La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional*.
- Ortega, A. M., Castillo, M. & Acevedo, J. A. (2017). Comportamiento organizacional y desempeño. El caso de los talleres familiares de artesanos de Santa María Atzompa, Oaxaca. *Análisis Organizacional*, 1(Suplemento Especial), 644–678.
- Pérez Hernández, D. M., & Neme Calacich, S. (2021). La cadena de valor en la artesanía textil: el caso de la tira bordada tabasqueña. *Nova scientia*, 13(26), 1–22. <https://doi.org/10.21640/ns.v13i26.2754>
- Pozo, C. E. (2015). *Desarrollo de una nueva línea de productos y accesorios artesanales en cuero y tapiz, para promover y dinamizar la artesanía Otavaleña y el emprendimiento familiar “Malky Artesanías” enfocado en diseños andinos, combinando con los modelos contemporáneos que demanda el turista local y extranjero*, [Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas]. Repositorio institucional. <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/4396>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México (s.f.). *Inclusión social: marco teórico conceptual para la generación de indicadores asociados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Naciones Unidas.
- Ranalboldo, C. (2006). *Identidad cultural y desarrollo territorial rural. Territorios con identidad cultural*.
- Reyes, G. E., (2012). Ayuda humanitaria y desarrollo: inclusión social y sostenibilidad. *Compendium*, 15(29), 67–96.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J.M. (2024). *SmartPLS 4*. Bönningstedt: SmartPLS, <https://www.smartpls.com>.
- Rito, M. Ramírez P, & Vargas A. (2024). Hilos de Identidad: Aportaciones de las bordadoras de trajes de tehuana: Impacto social, económico y cultural de las mujeres en Juchitán Oaxaca (México). *Prisma Social: Revista de Investigación Social*, (47), 121–144.
- Rodas, M., Ullauri, N. & Sanmartín, I. (2015). Turismo Comunitario en el Ecuador una revisión de la literatura. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (9). 60–78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5309454>
- Rodríguez-Díaz, M. T. & Urbiola-Solís, A. E. (2019). Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85), 397–420. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23784/24256>
- Rosas, A. (2010). *El giro hacia el turismo cultural: participación comunitaria y desarrollo sustentable*. Universidad Autónoma de México.
- 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

Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press.

Sánchez-Limón, M. L. (2025). La gestión estratégica del sector artesanal: Un enfoque integral desde las ciencias administrativas para el desarrollo sostenible y la preservación cultural. *Ciencias Administrativas. Teoría Y Praxis*, 21(2), 14–32. <https://doi.org/10.46443/catyp.v21i2.475>

Sandoval-Contreras, R. (2013). El Taller doméstico productivo: elemento cultural y estrategia de sobrevivencia en la región P'urhépecha. *Ra Ximhai*, 9(2), 127–144. <https://doi.org/10.35197/rx.09.02.e.2013.09.rs>

Sandoval, M. (2025). *La marca medio de valorización de la cultura popular*. ESPOCH.

Sánchez, J. (2004). Desarrollo de la comunidad afrodescendiente en Honduras y Guatemala. En Buvinić, M., Mazza, J., Pungiluppi, J., y Deutsch, R. (Eds.), *Inclusión social y desarrollo económico en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.

Santiago, C. (2023). Teletrabajo y clima ético. El efecto mediador de la autonomía laboral y del compromiso organizacional. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 36, 1–23. <https://doi.org/10.46661/rev.metodoscuant.econ.empresa.7540>

Santiago-Cruz, E. N., Cruz-Bautista, D. Y., García-Hernández, J. I., Cruz-Cruz, E., Méndez-Sánchez, L. I., & Martínez-Vargas, A. (2025). Savid: caracterización y mercadotecnia para jabón ecológico biodegradable de amole y sábila con enfoque sostenible. En Márquez, E. & García, B. (coords.), *La universidad como semillero de emprendimiento e innovación*. Editorial Universidad La Salle Oaxaca.

Sarango, I. A, Calderón, C. D., & Márquez, Y. J. (2024). Factores que inciden en el emprendimiento asociativo agro productivo en el Ecuador. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 6(6), 304–313. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v6i6.1282>

Sarstedt, M., Hair Jr, J. F., Cheah, J. H., Becker, J. M., & Ringle, C. M. (2019). How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. *Australasian marketing journal*, 27(3), 197–211.

Secretaría de Cultura (2019). *Grandes maestros artesanos; los artífices de la identidad cultural de México*. <https://www.gob.mx/cultura/articulos/grandes-maestros-artesanos-los-artifices-de-la-identidad-cultural-de-mexico?idiom=es>

Secretaría de Economía. (2018). *Artesanos y artesanías: una perspectiva económica*. Gobierno de México.

Sendra, C. E., Miralles, A. T. & Hernández, O. I. (2024). Tecnología, artesanía y moda: una disrupción creativa impulsada por la inteligencia artificial. En Albar, J. (coord.), *Innovación y expresión: un recorrido por las Artes, la Cultura Visual y la Inteligencia Artificial en la Era Digital*. Editorial Dykinson.

Subirats, J. (2004). *Pobreza y exclusión social. Un análisis de la realidad española y europea*. Fundación “La Caixa”.

Timarán Rivera, A. P., Ortega Enríquez, R., & Ascuntar Rivera, M. C. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Tendencias*, 23(2), 220–245.

Tironi, E., & Sorj, B. (2007). Cohesión Social en América Latina: un marco de investigación. *Pensamiento Iberoamericano*, (1), 105–127.

Tovilla, C. E., Zamora, C. B., Estrada, E., & Gracia, M. A. (2021). Artesanía textil, reciprocidad, liderazgo y reproducción social en Zinacantán, Chiapas. *Región y Sociedad*, 33. <https://doi.org/10.22198/rys2021/33/1453>

Trejo, A. F. I. (2024). Artesanía y bienestar: Análisis del Trabajo Artesanal Actual como forma de resistencia en el contexto contemporáneo. *Psicología, Educación & Sociedad*, 3(5), 1–16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11397821>

Trivi, N. A. (2020). El alfajor, un análisis de la golosina nacional argentina desde la geografía cultural. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(55). <https://doi.org/10.24836/es.v30i55.881>

Tromben, V., Cea, C., & Acuña, C. (2022). *Metodología de medición de la cohesión social en América Latina y el Caribe: Aprendizajes y desafíos futuros*. CEPAL.

Varas, R., Aucapiña, S., & Ortiz, D. M. (2018). La identidad cultural en los líderes del futuro. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 6(1), 107–114. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v6i1.230>

Cohesión social y emprendimiento artesanal en los Valles Centrales de Oaxaca, México

Eduardo Cruz-Cruz; Sandra Nelly Leyva-Hernández; María del Carmen Avendaño-Rito

Vega-Malagón, G., Ávila-Morales, J., Vega-Malagón, A., Camacho-Calderón, N., Becerril-Santos, A. & Leo-Amador, G. (2014). Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 10(15). 523–528.

Vinueza, G. R. (2016). *Análisis de los símbolos y signos de las culturas ancestrales en la producción artesanal Quiteña*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.

Viswanathan, M., Umashankar, N., Sreekumar, A., & Goreczny, A. (2021). Marketplace literacy as a pathway to a better world: Evidence from field experiments in low-access subsistence marketplaces. *Journal of Marketing*, 85(3), 113–129. <https://doi.org/10.1177/0022242921998385>

Zamacona-Aboumrad, G. A., & Barajas-Portas, K. (2022). Dimensions that motivate the purchase of Mexican crafts. *RAN – Revista Academia & Negocios*, 8(2), 197–208. <https://doi.org/10.29393/RAN8-14DMGK20014>