



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

**Desarrollo endógeno y crecimiento económico de los artesanos en
la comuna Valdivia**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Previo a la obtención del grado académico de:

LICENCIADO(A) EN GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

AUTOR(A):

BALAREZO TIGREROS DIANA CAROLINA
GONZABAY GONZABAY WILMER JONATHAN

TUTOR(A):

Lcdo. BENJAMÍN WILSON LEÓN VALLE. Mgtr.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA DE GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

**Desarrollo endógeno y crecimiento económico de los artesanos en
la comuna Valdivia**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
Previo a la obtención del grado académico de:

LICENCIADO(A) EN GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

BALAREZO TIGREROS DIANA CAROLINA
GONZABAY GONZABAY WILMER JONATHAN

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL.....	III
INDICE DE TABLA.....	VI
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	VII
DEDICATORIA.....	VIII
AGRADECIMIENTOS.....	IX
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	X
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	XI
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	13
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Antecedentes del Problema	16
1.2. Formulación del problema de investigación.	20
1.3. Objetivos.	21
1.3.1. Objetivo general.	21
1.3.2. Objetivos específicos.....	21
1.4. Justificación de la investigación.	21
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	25
2.1. Conocimiento actual.....	25
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.	29
2.2.1. Desarrollo endógeno.....	29
2.2.2. Valor simbólico	29
2.2.3. Capital social.....	30
2.2.4. Transmisión de saberes.....	30
2.2.5. Encadenamientos y apoyos.	30
2.2.6. Crecimiento económico	31
2.2.7. Proceso productivo	31
2.2.8. Diversificación de productos y canales.	31
2.2.9. Fidelización de clientes.....	32
2.2.10. Resiliencia competitiva.....	32
2.2.11. Artesanos	32

2.2.12. Economía creativa y artesanía.....	33
3. MARCO METODOLÓGICO.....	34
3.1. Tipo de investigación.....	34
3.2. Alcance de la investigación.....	34
3.3. Operacionalización de las variables.....	35
3.4. Población, muestra y periodo de estudio.....	37
3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.....	38
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	39
4.1. Desarrollo Endógeno.....	39
4.1.1. Valor simbólico.....	39
4.1.2. Capital social.....	39
4.1.3. Transmisión de saberes.....	40
4.1.4. Encadenamiento y apoyos.....	41
4.2. Crecimiento Económico.....	42
4.2.1. Proceso productivo.....	42
4.2.2. Diversificación de productos y canales.....	42
4.2.3. Fidelización de clientes.....	43
4.2.4. Resiliencia competitiva.....	44
4.3. Relación entre desarrollo endógeno (capacidades) y crecimiento económico (criterios).....	45
5. DISCUSIÓN.....	47
5.1. Validación de la información recolectada.....	47
5.2. Examen de Interpretación de Resultados.....	48
5.2.1. Identidad y Valor Simbólico.....	48
5.2.2. Redes, asociatividad y capital social.....	49
5.2.3. Transmisión de saberes y aprendizaje.....	50
5.2.4. Encadenamientos y apoyos.....	50
5.2.5. Ventas, ingresos y estacionalidad.....	51
5.2.6. Diversificación de productos y canales.....	51
5.2.7. Fidelización y rotación de clientes.....	52
5.2.8. Resiliencia competitiva frente a plataformas.....	52
5.2.9. Riesgos por falsificación y reputación.....	53
5.2.10. Procesos, costos y estándares.....	53
5.2.11. Aporte del estudio y contraste con autores.....	54

5.3. Sistematización de enfoques, categorías y hallazgos recientes	55
5.4. Vínculos entre capacidades endógenas y criterios económicos en Valdivia	56
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
6.1. Conclusiones	58
6.2. Recomendaciones	59
REFERENCIAS.....	63
ANEXOS	66

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Operacionalización de las variables	35
Tabla 2 Valor simbólico	39
Tabla 3 Capital Social	39
Tabla 4 Transmisión de saberes	40
Tabla 5 Encadenamiento y apoyo	41
Tabla 6 Proceso productivo	42
Tabla 7 Diversificación de productos y canales	42
Tabla 8 Fidelización de clientes.....	43
Tabla 9 Resiliencia competitiva.....	44
Tabla 10 Relación entre desarrollo endógeno (capacidades) y crecimiento económico (criterios)	45

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **BALAREZO TIGREROS DIANA CAROLINA**, con C.I. **0951205434**, y **GONZABAY GONZABAY WILMER JONATHAN** con C.I. **0926914797** estudiantes de la carrera de Gestión Social y Desarrollo, declaramos que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **DESARROLLO ENDÓGENO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS ARTESANOS EN LA COMUNA VALDIVIA**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, diciembre del 2025.

Atentamente,

Balarezo Tigreros Diana Carolina

C.I. 0951205434

Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan

C.I.0926914797

DEDICATORIA

A Dios y mi madre Narcisa de Fátima Tigrero Briones, quien espero y no olvide que este logro no es solo mío, quien ha caminado a mi lado en este proceso, por su perseverancia, por su impulso y esfuerzos para que no me rindiera, quien siempre tuvo fe en mí incluso cuando ni yo misma lo hacía, quien apoyo cada paso que di, no solo emocionalmente si no también económicamente, mi mayor ejemplo de amor, lucha, sacrificio y entrega, quien siempre me mantuvo en sus oraciones y me dio aliento para avanzar.

Mi padre José Humberto Balarezo Guerrero; su ejemplo del valor, esfuerzo y dedicación que influyo en mí para que continuara con mis estudios, por siempre inculcarme que con constancia lo lograría; gracias por estar presente en esta etapa.

Mi pequeño hijo Austin Samuel Zarate Balarezo que confió en mí, consiente que todo este esfuerzo valdría la pena para nuestro futuro, quien me acompañó y regalo risas, sustos, entendía mis días ocupados y supo ser un pilar esencial.

Balarezo Tigreros Diana Carolina

Dedico este trabajo de titulación con sincero y profundo amor y gratitud a Dios, por ser mi guía constante y fortaleza en cada paso de este camino universitario.

A mi querida familia, quienes con su esfuerzo, confianza y sacrificio me inspiraron y me enseñaron el valor del trabajo, la perseverancia y la humildad, por su apoyo incondicional, comprensión y motivación en los momentos más difíciles.

Y a todas aquellas personas que creyeron en mí, a pesar de las adversidades y por más difícil que estuvo el camino, este sacrificio y este triunfo también es de ustedes.

Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios por acompañarme en cada paso que daba e iluminar mi mente en momentos de dudas, por brindarme la serenidad necesaria para que afrontara mis debilidades, y aunque en silencio siempre me sostuvo, me acompañó para darme fuerzas y me dio esperanza para lograr esta meta.

A mi compañero Wilmer Jonathan Gonzabay Gonzabay quien desde el pre universitario me brindo su ayuda y apoyo incondicional quien nunca dudo de brindarme su mano amiga, ni permitió que abandonara la carrera.

Y entre los ángeles que aparecieron a lo largo de este camino agradecerle a Anthony Ricardo Intriago Pilay por su paciencia, apoyo, amor y empatía brindada para que pudiera culminar mis estudios, por escucharme y convertirse en mi refugio e impulsarme a ser mejor cada día, gracias por compartir parte de esta etapa conmigo.

Balarezo Tigreros Diana Carolina

Agradezco a Dios, quien fue mi guía mi fuente de sabiduría y luz en mi vida, por permitirme culminar esta etapa tan importante de mi vida y por haberme permitido culminarla con éxito.

A mis docentes y tutores, por su enseñanza, paciencia y dedicación, quienes con sus conocimientos y aportaciones contribuyeron significativamente a la elaboración de esta tesis.

A la institución educativa, por brindarme las herramientas académicas necesarias y el espacio para formarme como profesional comprometido con el desarrollo social.

A mis compañeros y amigos, por compartir experiencias, esfuerzos y aprendizajes a lo largo de este proceso educativo.

Y de manera muy especial, a mi familia, por su amor, apoyo diario en este proceso y por la confianza que depositaron en mí, fueron y serán siempre los pilares fundamentales que me impulsan a seguir adelante y alcanzar este logro académico y muchos más por mi largo camino.

Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 21 de **noviembre** del 2025

Psic. WILSON ALEXANDER ZAMBRANO VELEZ, Mgtr.
Director de la Carrera de Gestión Social y Desarrollo- UPSE

En su despacho. –

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Gestión Social y Desarrollo, informo a usted que el (la) estudiante Balarezo Tigreros Diana Carolina con cédula de identidad No.0951205434, y Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan, con cédula de identidad N 0926914797, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Gestión Social y Desarrollo, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título “DESARROLLO ENDÓGENO Y CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS ARTESANOS EN LA COMUNA VALDIVIA”.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle, Mgtr
DOCENTE TUTOR(

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Psic. Wilson Zambrano Vélez, Mgtr.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**

Econ. Lilibeth Orrala Soriano, Mgtr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle. Mgtr
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA
DE GESTIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**

Ing. Estanislao Yagual Rodríguez Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE GESTIÓN SOCIAL Y
DESARROLLO**

Balarezo Tigreros Diana Carolina
ESTUDIANTE

Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan
ESTUDIANTE

Desarrollo endógeno y crecimiento económico de los artesanos en la comuna Valdivia

Endogenous Development and Economic Growth of Artisans in the Valdivia Commune.

Balarezo Tigreiros Diana Carolina (1), Gonzabay Gonzabay Wilmer Jonathan (2) y Benjamín Wilson León-Valle (3)

Código Orcid (1) 0009-0005-2918-1364

Código Orcid (2) 0009-0002-7074-8332

Código Orcid (3) 0000-0002-3374-5207

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Gestión Social y Desarrollo

RESUMEN

En Ecuador, el desarrollo endógeno se ha planteado como una estrategia para transformar oficios y saberes locales en actividades económicamente rentables, siempre que la identidad del producto y su procedencia sean visibles y verificables para los compradores. El presente estudio tuvo como objetivo explicar la contribución del desarrollo endógeno para el crecimiento económico de los artesanos de la comuna Valdivia. De manera específica, se buscó: sistematizar los principales enfoques, categorías y hallazgos recientes sobre desarrollo endógeno y crecimiento económico, además de examinar los vínculos entre capacidades endógenas y criterios económicos de los artesanos de la Comuna Valdivia. Metodológicamente se aplicó el enfoque cualitativo con la técnica la entrevista, con preguntas semiestructuradas a tres talleres de calzado artesanal, además, se realizó la revisión documental para identificar categorías vinculadas al desarrollo endógeno y al crecimiento económico. Entre los principales resultados se encontró que; la identidad de los productos, la etiqueta, la marca, el proceso y la personalización son elementos del desarrollo endógeno, en cuanto al crecimiento económico, se refleja; la rotación de pedidos, los tiempos de entrega, las variaciones de precios y la estabilidad del trabajo. Además, los programas de instituciones públicas orientados a la estandarización y a la apertura de vitrinas comerciales lo que permite fortalecer ventajas competitivas artesanales en la comuna.

Palabras Clave: *saberes locales, desarrollo endógeno, comuna, artesanía, crecimiento económico*

ABSTRACT

In Ecuador, endogenous development has been proposed as a strategy to transform local crafts and knowledge into economically profitable activities, provided that the product's identity and origin are visible and verifiable to buyers. The present study aimed to analyze the contribution of endogenous development to the economic growth of artisans in the Valdivia commune. Specifically, the study ought to: characterize the identity and organizational arrangements of the workshops, describe the marketing and craft-learning practices, and examine the relationship between these capabilities and economic growth indicators. Methodologically, a qualitative approach was applied using semi-structured interviews with three artisanal footwear workshops, and a document review was conducted to identify categories linked to endogenous development and economic growth. Among the main findings, it was found that product identity, labeling, branding, process, and personalization are elements of endogenous development; in terms of economic growth, order turnover, delivery times, price fluctuations, and job stability are reflected. Additionally, public institutions' programs aimed at standardization and the opening of commercial showcases enable the strengthening of artisan competitive advantages in the municipality.

Keywords: *local knowledge, endogenous development, commune, crafts, economic growth.*

INTRODUCCIÓN

Esta investigación aborda el desarrollo endógeno desde la perspectiva de los emprendimientos de los artesanos dedicados a la producción de calzado ubicados en la comuna Valdivia, estos han servido como catalizador de la economía local, lo que ha contribuido directamente al desarrollo y la transformación de la localidad, enfocados en los ingresos económicos, en este contexto los artesanos de la localidad como parte del crecimiento económico han implementado mecanismos de visibilización de los productos (calzado artesanal) a través de plataformas digitales, lo que les permite mantener un alcance internacional, provincial y local del producto (calzado artesanal). Estas herramientas como parte de la economía han contribuido a la diversificación de los ingresos como también en la generación de empleo, particularmente cuando se activan cadenas de producción y comercio sustentadas en la autenticidad, el origen y la transparencia del proceso. En este marco, el trabajo artesanal como elemento dinamizador de la economía local ha sido incorporado en agendas de desarrollo y en mediciones de resultados socioeconómicos realizadas por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (ONU, 2021).

La siguiente investigación permite comprender el trabajo artesanal no solo como un legado ancestral, cultural, sino también como una actividad que genera ingresos. En este sentido, teórica y conceptualmente las capacidades endógenas son concebidas como optimizadores de recursos locales para impulsar procesos de desarrollo económicos, cuyos protagonistas son los ciudadanos de la localidad, que toman decisiones en torno a la productividad los talleres de calzado artesanal y las oportunidades comerciales que desde el territorio se establecen. En este sentido, la categoría desarrollo endógeno constituyen un campo adecuado para estudiar; puesto que esta se articula con la cotidianidad en la que se viven la población, entre talleres, organizaciones y canales de comercialización estos, convierte recursos sociales en resultados económicos observables, esto es posible siempre que existan estructuras que viabilicen del desarrollo pleno de los ciudadanos en cada uno de los emprendimientos, además de reglas e información que reduzcan la incertidumbre y los costos de transacción (Eversole & Campbell, 2023), desde esta perspectiva orientó la selección con sus categorías de análisis y la interpretación de los hallazgos en Valdivia.

La evidencia indica que elementos como las etiquetas, la descripción del proceso productivo y la explicación del origen de los materiales incrementan la valoración de los productos artesanales frente a los artículos industriales de producción masiva. En la literatura contemporánea respecto al trabajo artesanal se ha mostrado que el valor económico se vincula estrechamente con la identidad y calidad del producto, particularmente cuando este se asocia con orígenes y criterios de autenticidad, su trazabilidad y posibilidades de personalización, aunque por lo laborioso que representan los productos artesanales, estos suelen tener un precio superior, y los compradores aceptan este diferencial, siempre y cuando exista personalización, condiciones de costo y plazos de entrega determinado. (Zhu, Rahman, Alli, & Effendi, 2023).

Los estudios sobre decisiones de compra, tanto en canales físicos como digitales, resaltan que la visibilidad en línea amplía el alcance comercial, pero que la conversión efectiva depende de la confianza en el origen del producto, las condiciones de entrega y la utilidad percibida. Cuando los talleres combinan un espacio físico de exhibición con un catálogo digital, proyectan una imagen de modernización que solo se sostiene si va acompañada de una presentación clara y confiable de los productos y de protocolos de respuesta adecuados (Su, Lai, & Huang, 2024).

En la comuna Valdivia, la actividad artesanal ha mostrado avances importantes en los últimos años esta actividad se ha ido incrementado de forma significativa pasando de 256 en el 2017 (Castro, León-Valle , Villao, & De la Cruz , 2017) a 359 en el 2025, esto se debe a la preferencia que tiene el producto pasando por el uso de materiales importados, la participación en ferias y la presencia activa en redes sociales, todas estas actividades han contribuido a mejorar la comercialización de los productos. A ello se suma un esfuerzo creciente en marketing digital, que ha permitido dar a conocer el trabajo de los artesanos y ampliar su llegada a nuevos compradores.

El objetivo de la investigación se presenta desde la formulación del problema: en este sentido pretende explicar cómo a partir de la evidencia documental, el desarrollo endógeno contribuye al crecimiento económico de los artesanos de la Comuna Valdivia, entre los resultados se consideran factores como la facturación de pedidos, estabilidad de los márgenes de precios, diversificación de los canales y volumen de venta, la reducción de la dependencia de plataformas externas u otras plataformas digitales de comercialización, entre otras acciones que permitan fortalecer las condiciones económicas de las familias que tienen talleres

artesanales.

En este contexto la asociatividad contribuye a incrementar la visibilidad de la producción de calzado artesanal, pero el efecto sobre los costos y márgenes de utilidad solo se mantiene en el tiempo cuando existen compras coordinadas y acuerdos mínimos sobre volumen y calidad estandarizada de la materia prima; en ausencia de estas condiciones, los beneficios tienden a ser transitorios, estos hallazgos indican que la identidad del producto se convierte en un factor determinante para el crecimiento, siempre que se encuentre asociada a criterios de autenticidad y que este sea verificable, además, cuando la personalización del producto se ofrece como una propuesta innovadora, adicionalmente, reglas definidas de precio y tiempos de entrega, le brinda reputación y genera confianza, por otra partes, la presencia digital amplía el alcance comercial, siempre que la vitrina virtual comunique con claridad, el origen, el proceso productivo y las garantías ofrecidas; si esto no ocurre, la competencia se concentra únicamente en el precio

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del Problema

En la última década, la economía creativa ha adquirido un papel central en la agenda global debido a su contribución al crecimiento y al empleo. El informe más reciente de la UNCTAD señala que los bienes y servicios creativos representan entre el 0,5 % y el 7,3 % del PIB en distintos países y emplean entre el 0,5 % y el 12,5 % de su fuerza laboral, cifras que muestran un peso mayor al que tradicionalmente se atribuía a los sectores artesanales y oficios relacionados (United Nations Conference on Trade and Development, 2024). Estos datos sustentan la idea de que la artesanía no solo conserva patrimonio cultural, sino que también dinamiza ingresos y encadenamientos económicos en territorios periféricos que buscan diversificar su estructura productiva.

En esta línea de pensamiento en la UNESCO se ha consolidado un marco de políticas que permite reconocer la cultura como bien público global, por lo tanto, este enfoque promueve sistemas de gobernanza más comprometido con la ciudadanía, el cual brinda solidez a los mecanismos de medición y financiamiento de los sectores culturales y la protección de expresiones locales como la artesanía. De hecho, el informe global de 2022 destaca la necesidad de que los países implementen políticas de fomento, esquemas de comercialización justa y condiciones de trabajo dignas para todos quienes poseen conocimientos artesanales, y énfasis en la diversidad cultural y la sostenibilidad (UNESCO, 2022). De este modo se ubica a la artesanía en la intersección entre derechos culturales, empleo y desarrollo local.

En el análisis bibliográfico se muestra un crecimiento sostenido de publicaciones y líneas de investigación sobre artesanía y desarrollo en contextos rurales y comunitarios, esto corrobora el fortalecimiento de un terreno de estudio con intervenciones económicas y socioculturales (Fernández, Prados, García, & Molina, 2023). En la inspección bibliométrica divulgada en Heliyon se manifestó que la artesanía se ha posicionado como un elemento importante y clave para el desarrollo local y generación de empleo, también contribuye en la reducción de migraciones rurales, con la ayuda de la valorización de oficios, turismo y creaciones de marcas territoriales.

Dentro de este contexto, la artesanía se considera como un recurso productivo y simbólico el cual permite avivar las capacidades endógenas, fortalecer vínculos y convertir la identidad en valor económico, siempre y cuando existan arreglos organizacionales y de mercado que permitan que esto sea posible. La lectura se torna pertinente para aquellas comunidades costeras que tienen tradiciones artesanales y oficios que se transmiten por medio de aprendizaje situado y lazos familiares (Eversole & Campbell, 2023), con respecto al plano conceptual, la discusión sobre desarrollo endógeno ha progresado en cuanto a los enfoques neo-endógeno los cuales integran los recursos internos del territorio es decir: capital social, habilidades locales e identidad; con influencias externas de políticas, redes y mercado. (Eversole & Campbell, 2023) revisan esta discusión desde un punto de vista antropológico del desarrollo en el cual sostienen que las trayectorias territoriales no se imponen desde afuera, más bien se construyen en conjunto de actores locales, circuitos de apoyo e instituciones

En términos de política pública, este revela y sugiere que la especialización creativa produce beneficios al interior del sector, pero no exactamente genera impactos amplios en otras actividades si no existen encadenamientos y políticas complementarias, para los territorios artesanales, esto refuerza la importancia de estrategias de articulación productiva, acceso a mercados y fortalecimiento organizativo para traducir los saberes en ingresos sostenibles (Goya, 2024).

En América Latina, la evidencia reciente muestra resultados mixtos. (Goya, 2024) el caso de Chile encontró efectos positivos dentro de las industrias creativas en términos de mayores ventas y aumento de firmas especializadas, pero no identificó evidencia sólida de efectos indirectos significativos hacia el resto de la economía.

Desde una perspectiva internacional y regional, de manera conjunta ha permitido formular tres ideas muy importantes para este problema de investigación: la primera idea la artesanía se reconoce como una actividad con potencial económico real y no solo cultural (United Nations Conference on Trade and Development, 2024); la segunda idea el potencial endógeno depende de arreglos institucionales y redes que relacionan lo local con lo extra-local (UNESCO, 2022); y la tercera, las consecuencias hacia la economía en general no se originan de forma automática, por lo que necesitan políticas y vinculaciones productivas que generen una línea de valor (Goya, 2024).

En el escenario del ecuatoriano, el debate en lo que se refiere a la artesanía se ha vinculado con la ideología del patrimonio cultural inmaterial y con la economía de base comunitaria. La obra colectiva coordinada por Carbonell Yonfá (2020) regulariza avances y desafíos en la gestión institucional del patrimonio inmaterial, destacando así los procesos de transmisión de saberes, prácticas colaborativas y dificultades para la comercialización en mercados segmentados. Este análisis ubica a la profesión artesanal como parte de la red de actividades tanto económica como social de comunidades urbanas y rurales, donde la continuidad de las técnicas, estrategias y diseños depende de las condiciones laborales, el reconocimiento y la existencia de canales confiables y seguros de comercialización. La descripción también examina diferentes formas de articular política cultural, identidad y estrategias locales de desarrollo, lo cual resulta especialmente relevante para los oficios del litoral ecuatoriano (United Nations Conference on Trade and Development, 2024).

El análisis nacional se vincula con las tendencias globales, antes descritas: la necesidad de medir y financiar la cultura, de promover condiciones laborales adecuadas y de garantizar canales de circulación y valorización para los productos artesanales. Esta convergencia de agendas ha permitido ubicar a la artesanía como un ámbito en el que la identidad cultural, la organización socio productiva y el acceso a mercados se relacionan de manera directa con los resultados económicos y con la sostenibilidad del tejido social (UNESCO, 2022).

La artesanía del calzado constituye un eje económico comunitario dentro de la comuna Valdivia, provincia de Santa Elena. Un estudio de titulación realizado en el periodo 2022 analizó a la Asociación de Calzado Artesanal Valdivia y, con base a un censo de 30 integrantes, se demostró que el 83,33 % reportó ingresos inferiores a USD 425 mensuales, lo que describe una situación de vulnerabilidad económica pese a la relevancia del oficio en el territorio. El mismo estudio registró que el 76,67 % consideró “muy importante” dicha actividad artesanal para el desarrollo socioeconómico local, el 63,33 % percibió que la calidad del producto “siempre” destacó en el mercado, y que el 100 % estuvo de acuerdo con comercializar con una marca propia que los identifique. Sin embargo, el 90 % indicó no haber recibido ningún tipo de capacitaciones en el último año y el 86,67 % señaló que la adquisición de maquinaria podría mejorar la calidad de sus productos, aunque una parte expresó preocupación por la posible pérdida de empleo manual. Estos hechos específicos muestran una brecha significativa entre la capacidad productiva y la calidad percibida, por un lado, las limitaciones de capital, formación y tecnología, por otro. (Goya, 2024).

En el año 2025, otro trabajo de titulación enfocado en el emprendimiento artesanal femenino en Valdivia identificó los desafíos repetitivos, como la ausencia de tecnología avanzada, la apreciación desfavorable hacia los productos nacionales y la urgencia de asociatividad con programas públicos de financiamiento como BanEcuador. La investigación expuso que atender las necesidades específicas de las artesanas podría reforzar el segmento, con impactos en la independencia económica y en la dinámica local, también se planteó explorar las rutas de fortalecimiento apoyado (Cevallos & Figueroa, 2025) Un trabajo de investigación basado en la gestión turística para la comunidad como complemento registró y destacó la importancia en enlazar la artesanía y turismo para así poder extender mercados y beneficiarse de la demanda estacional, tomando en cuenta la literatura internacional sobre turismo cultural y productos con identidad. Conjuntamente, se necesita un encadenamiento, procesos de aprendizaje y acceso a créditos para mantenerse, y que estos insumos definan un entorno local que aprecien la artesanía como base económica cultural.

Al relacionar los resultados locales con los marcos internacionales, el problema de investigación se define con mayor precisión: la Comuna Valdivia refleja su capital endógeno en forma de conocimientos, identidad y redes asociativas y el trabajo artesanal ha reflejado la capacidad para generar ingresos y reconocimiento de calidad, existe interés personal en avanzar hacia el uso de marca personalizada. No obstante, continúan las desigualdades en base a la formación, barreras que limitan el acceso a tecnología, escaso vínculo con mercados más dinámicos y falta de herramientas financieras más oportunas. En ausencia de políticas y mecanismos de articulación, los avances tienden a concentrarse dentro del sector sin generar efectos amplios en el resto de la economía local en base a evidencia internacional. La especialización creativa produjo beneficios dentro del sector, pero no se tradujo automáticamente en efectos indirectos hacia otras actividades, lo que sostiene el planteamiento con el caso de Chile (Goya, 2024).

La economía creativa se ha establecido como una estrategia relevante de crecimiento y empleo, esto se observa a escala global. Hipotéticamente, la perspectiva neo-endógena propone que las medidas nacen de los nexos entre recursos propios del territorio y conexiones externas. La especialización gestiona beneficios internos, pero no asegura efectos en otros sectores, esto es lo que muestra la evidencia en el ámbito regional. Y, en el nivel local, Valdivia muestra sus capacidades, identidad y organización, aunque con limitaciones en formación, crédito y tecnología. Esto antecedentes llevan a justificar el porqué de la realización de revisión documental cualitativa, la cual está orientada a poder comprender como estas capacidades endógenas de una comunidad artesanal llega a convertirse en un crecimiento económico sostenible y medible, en circunstancias adecuadas para la gobernanza, apoyo institucional y encadenamiento (Eversole & Campbell, 2023).

Recientemente la competencia frente a plataformas internacionales para el comercio electrónico ha fijado patrones de compra para la población local, beneficiando a los artículos de producción industrial por bajos costos. Con estas variaciones en las referencias por consumo se han desplazado gran parte de la demanda la cual antes se dirigía para los artesanos de la comuna Valdivia, amenorando los márgenes de rentabilidad y circulación de los inventarios. La demanda puesta por precios de productos importados desarrollo comparaciones que se sentaron solamente en el costo y se dejó como segundo plano detalles como identidad, durabilidad y calidad. De la misma manera los cambios positivos para mejorar tiempos de entrega y control de plataformas ha permitido incrementar el remplazo para productos elaborados artesanalmente por las alternativas estandarizadas. Como consecuencia el ingreso económico de los hogares que dependen netamente de la artesanía se ha visto afectados debido a que su estabilidad laboral se volvió débil. Este proceso se comprende como un cambio de estructura para condiciones de competencia, en donde se documentó bienes creativos en los reportes recientes internacionales.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cómo contribuye el desarrollo endógeno al crecimiento económico de los artesanos en la Comuna Valdivia?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Explicar como el desarrollo endógeno contribuye al crecimiento económico de los artesanos de la Comuna Valdivia, a partir de evidencia documental académica.

1.3.2. Objetivos específicos.

1 Sistematizar los principales enfoques, categorías y hallazgos recientes sobre desarrollo endógeno y crecimiento económico en contextos artesanales, con énfasis en experiencias comunitarias similares a Valdivia.

2. Examinar los vínculos entre capacidades endógenas y criterios económicos de los artesanos de la Comuna Valdivia.

3. Derivar implicaciones y orientaciones sustentadas en la evidencia del desarrollo endógeno y el crecimiento económico de los artesanos de la Comuna Valdivia.

1.4. Justificación de la investigación.

Esta investigación es importante debido a que trata situaciones actuales sobre la generación de ingresos económicos, transmisión de saberes y construcción de las redes de productividad, dentro de un espacio comunitario. La artesanía se da a conocer como un dinamismo económico y cultural, sosteniendo los medios de vida, aportando identidad y movilizando circuitos de intercambio. Explorar estas conexiones dan paso a reconocer las capacidades que ya existen, de la misma manera la presión enlazada a los ingresos de mercados y formaciones técnicas y organizativas. Por consiguiente, el estudio contribuye a una percepción ordenada de procesos los cuales influyen de manera directa a la sostenibilidad económica de este sector artesanal

La importancia radica en la información disponible sobre la artesanía, debido a que se encuentra dispersa y se aborda desde distintas perspectivas, lo cual dificulta una interpretación integrada al fenómeno. la sistematización sugiere organizar las categorías, identificar patrones y precisar los factores que beneficien e impidan las respuestas económicas. En la comuna Valdivia, los artesanos confrontan retos relacionados a la estabilidad de la demanda, restricciones de financiamiento y necesidades de capacitaciones. Mediante un riguroso análisis el cual ayudo a calcular los limites reales del talento local en la generación de ingresos sostenibles, fortaleciendo la comprensión del ecosistema artesanal.

El estudio desde el entorno académico ofrece una lectura situada del desarrollo endógeno en un contexto costero más específico. Evitando especificaciones no estandarizadas alejadas de la realidad local, la investigación contribuye a afinar conceptos como capital social, encadenamientos productivos, aprendizaje colectivos e identidad del oficio. Una definición conceptual más clara facilita las comparaciones con otros espacios comunitarios y reduce el riesgo de generalizaciones poco preparada. De la misma manera el enfoque cualitativo permite describir los procesos en curso que no siempre se reflejan adecuadamente en indicadores cuantitativos convencionales, aportando perspectivas más sostenibles para los debates sobre desarrollo local y economía cultural.

A nivel social. El estudio resulta característico debido a que se hacen notar las necesidades y potencialidades que influyen de manera negativa a las familias que están dedicadas a la artesanía. Este dinamismo sostiene evoluciones laborales, conserva técnica y métodos heredadas de generaciones y da paso a oportunidades para mujeres y jóvenes. Tiene una considerable perceptibilidad de producción local, lo cual favorece el vínculo de visitantes y compradores, con resultados en los ingresos. Examinar estas dinámicas promete insumos en la toma de decisiones sobre la producción comercial y formación los cuales se convierten en un instrumento para razonar de manera informada hacia el interior de la comunidad.

En cuanto a metodología, la opción de una revisión documental cualitativa se evidencia por factibilidad y posibilidad de incorporar diversas fuentes. Se permitió con este enfoque reunir informes, estudios y trabajos de titulación lo cuales examinan el acontecimiento desde distintos ángulos, produciendo una visión mejor y completa. La sistematización permite reconocer tendencias, vacíos de información y los niveles de solidez entre los hallazgos. Si se agregan entrevistas exploratorias, su aportación es suplementario y no expone la viabilidad del diseño. De la misma forma la estrategia metodológica afirma que el estudio progresa dentro del tiempo fijado, manteniendo los criterios de rigor académico claros.

La investigación contiene importancia institucional, debido a que instaura evidencia útil para los actores públicos y asociativos. Un escrito estructurado, facilita el dialogo entre los artesanos, centros académicos y autoridades locales, contribuyendo a crear una base común de información. La categorización y resultados permite establecer prioridades, sin tener que forzar modelos externos, ni disponer de soluciones exactas. Esta estructura ampara la organización de los esfuerzos, apoya la argumentación de decisiones técnica y coopera en la transparencia del uso de datos disponibles.

Este estudio plantea describir la relación que existe entre las capacidades endógenas y resultados económicos de los artesanos en la comuna Valdivia, preponderando las categorías claras y transmitibles a entornos comunitarios similares. Se explorará redes, procesos de aprendizaje e identidad y como estos se enlazan con el ingreso a mercados y consistencia en los ingresos, la creación de un mapa conceptual útil para orientar los debates locales. Por lo tanto, el trabajo aporta un ordenamiento de preguntas estratégicas para el sector artesanal y enfocar la atención con semblantes de potencial para una mejora realista.

Como complemento, la investigación busca determinar factores que posibiliten o delimiten la evolución de capacidades locales en crecimiento económico. Entre las variables se tiene en cuenta la asociatividad, disponibilidad de información de sobreprecios, diversidad de canales para venta, calidad del producto, obtención de financiamiento, métodos de aprendizaje, variación estacional de demanda y la relación entre visitantes y compradores. La localización de cada componente concede a idear oportunidades para mejoras las cuales no dependan de una participación complicada y se presente como una de ajustes regulares, apoyados por la evidencia documental.

De la misma manera, se pretende contrastar la experiencia de la comuna Valdivia con los aprendizajes documentados en otros ambientes comunitarios con el fin de sacar lecciones comparables. La categorización de prácticas que se hayan evidenciado con efectos positivos para ingresos, estabilidad ocupacional permitirá reconocer las condiciones contextuales que intervienen en la posible adaptación. Por ende, el documento propone que las referencias y las mismas puedan ser valoradas para pertinencia local de varias orientaciones, anteponiendo siempre la adaptación al contexto antes de la aplicación de experiencias externas.

Por último, la investigación proyecta estabilizar un lenguaje universal, en donde se permita que exista organización entre los artesanos y las entidades de apoyo. Con este método se precisa los términos de usos frecuentes, reduciendo ambigüedades de conversaciones técnicas y comunitarias, sirviendo como una base para acuerdos de formación, comercialización y calidad brindada. Una claridad conceptual superior contribuye en ordenar prioridades, retribuir recursos con mejor criterio y seguimiento a los actos que se implementan. Por estas razones se justifica la elaboración del estudio y apoya su importancia académica, practica y social.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

La literatura reciente muestra que los colectivos artesanales enfrentan tensiones estructurales que limitan su desempeño económico. Entre las principales dificultades se encuentran la escasa capitalización, la baja rentabilidad, las restricciones en mercadeo y las dificultades para cumplir estándares exigidos por compradores. En conjunto, estos factores hacen que, aun disponiendo de conocimientos técnicos valiosos, las fricciones en canales de venta, acceso a materiales y certificaciones reduzcan la posibilidad de convertir las capacidades locales en ingresos estables, y que la competencia se oriente hacia ofertas de menor precio y mayor estandarización (Yadav, Patoju, & Yadaveni, 2022).

En la revisión sistemática de las últimas cinco décadas respecto al emprendimiento artesanal se identifica un conjunto de categorías cuya articulación favorece mejores resultados económicos: identidad del oficio, aprendizaje situado, inserción en nichos específicos y capacidad de adaptación a variaciones de la demanda. La revisión también resalta la importancia del papel de la asociatividad y de los micro encadenamientos productivos para sostener la calidad, negociar condiciones más favorables y fortalecer la diferenciación frente a productos seriados, mediante la apropiación de relatos culturales y la coherencia entre técnica y propuesta de valor (Hasanah, Honestiviana, Nugroho, & Robby L, 2023).

Un estudio variado efectuado en la India analizó dos formas artesanales en Odisha y una en Maharashtra, empleando entrevistas y observación cualitativa, desde un enfoque interpretativo. Los resultados obtenidos demostraron que la relación que existe entre cultura, creatividad e innovación se asocian con mejor posicionamiento a una mayor disposición a pagar por parte de los compradores, siempre y cuando las innovaciones introducidas conserven la identidad técnica y material del oficio. El estudio señala que la valorización de patrones locales permite sostener niveles de precio que cubren costos y remuneraciones, generando impactos económicos visibles en el corto plazo, interpretado desde el desarrollo endógeno (Roy & Mohapatra, 2023).

Un estudio adicional, examino la relación entre identidad local y elección de producto, la cual fue desarrollada en Jinan (China) mediante entrevistas en profundidad y observaciones de artesanías y souvenirs vinculados a la ciudad. Los resultados muestran que los compradores acostumbran a asignar un mayor valor a los objetos cuando estos se relacionan de manera clara con prácticas, materiales e historias locales, y cuando el acuerdo comercial comunica esa especificidad. La relación entre objeto, identidad personal y sentido de pertenencia al entorno se tradujo en una mayor preferencia por productos artesanales frente a productos alternativos y en una mayor probabilidad de compra recurrente (Duan, Tan, Choon, & Zhang, 2023).

Se identificó tres variables fundamentales para el incremento de ingresos artesanales en una revisión temática internacional sobre souvenirs asociados al patrimonio cultural en (2018-2022): la originalidad observada del producto, el control, origen y destino de los materiales y la relevancia cultural del diseño. El mapeo de datos obtenidos evidenció que, cuando estos elementos se relacionan, aumenta la disposición a pagar y disminuye la sustitución por productos industriales, debido a que la coherencia entre técnica, narrativa y canal comercial favorece a los resultados económicos sostenibles a escala local (Zhu, Rahman, Alli, & Effendi, 2023).

Una revisión sistemática más reciente (2019–2024) Se profundizó en la relación entre souvenirs y sostenibilidad cultural en una revisión sistemática más reciente en (2019-2024). Tal estudio mostró que los productos artesanales ayudan a mantener prácticas simbólicas comunitarias cuando se respetan los principios de diseños, técnicas y significados locales. De igual manera la información clara sobre el origen y el proceso de elaboración de los productos mejora la aceptación tanto en ferias comerciales como en canales digitales. Se determina que el fortalecimiento de constructos narrativos, estilos visuales y saberes tradicionales puede coexistir de manera positiva con estrategias de comercialización multicanal, sin pérdida de originalidad ni merma en la rentabilidad (Qiu, Rahman, & Dolah, 2024).

Mediante entrevistas y grupos focales con aproximadamente 60 participantes, se analizó fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector, se realizó un estudio aplicado a productores Dhokra en Kondagaon (Chhattisgarh, India) desde un análisis de FODA. Los efectos señalan que estabilizar los ingresos frente a la variación de la demanda es probable que atreves de una variación cuidadosa del catálogo, mejoras progresivas en la calidad del producto y compras colectivas de insumos. También se asociaron diferentes oportunidades en certificaciones básicas y acceso a microfinanzas, y a su vez amenazas asociadas a sustitutos más económicos y a la variación de los costos de materiales. Mejorar el desempeño económico sin perder coherencia estratégica ni comprometer atributos técnicos distintivos del oficio, es una conclusión viable de este estudio (Deshmukh, Rajput, Das, & Alam, 2024).

En el área turística, una investigación con dos etapas más experimentadas analizó cómo los canales digitales de compra en línea influyen en la intención de adquirir souvenirs. Se observó que los esquemas de doble estructura, que combinan estrategias de venta física y en línea, aumentan la conversión cuando los consumidores obtienen conveniencia y utilidad. Sin embargo, cuando la originalidad de producto es el criterio central, pues se mantiene la preferencia por la compra presencial, siempre y cuando existan garantías claras y verificables sobre la procedencia y el proceso de elaboración del producto (Su, Lai, & Huang, 2024).

Un análisis de evaluación ecológica de las industrias innovadoras en Chile distinguió dentro de los resultados marshallianos, relacionados con economías de aglomeración dentro del mismo sector, y efectos jacobianos, relacionados a efectos indirectos entre sectores distintos. Los análisis obtenidos apoyan la presencia externalidades marshallianas, evidenciando que una mayor especialización o conocimientos más profundos del sector creativo se asocia con más ventas y un mayor número de unidades productivas. Por el contrario, se encontró una mínima evidencia de repercusión intersectoriales, lo que sugiere y que no es conveniente esperar impactos amplios sobre el resto de la economía del sector sin políticas y encadenamientos complementarios que posibiliten transferencias efectivas de valor (Goya, 2024)

Se identificó factores desfavorables en registro de producción, control de inventarios, gestión de costos y procesos de formación, mediante un estudio regional con productores y vendedores artesanales en Uganda (África). Como respuesta a la presión del mercado por precios reducidos, la investigación también dejó constancia que el uso persistente de productos importados de bajo precio sustituye a la oferta local. Los autores resaltan la importancia de incrementar capacidades de la organización interna de los talleres y ampliar el acceso a financiamiento y capacitación para sostener la competitividad en contextos de costos poco favorables (Katongole, Bananuka, Mayanja, & Nkundabanyanga, 2024)

Otra línea de evidencia se refiere al incremento de productos falsificados, duplicados y replicados en plataformas digitales y en ventas callejeras. Un estudio reciente muestra que estos productos generan expectativas engañosas en los turistas y producen insatisfacción, afectando la reputación de los destinos y disminuyendo las ventas de artesanos auténticos. Esta dinámica reduce los márgenes de los productores locales y refuerza la sustitución por bienes industriales de muy bajo costo, incrementando la vulnerabilidad del empleo en el sector artesanal (Akhtar, Gupta, & Alsabban, 2025).

En el ámbito ecuatoriano, un análisis de cadena operativa en confección artesanal de alfombras en la parroquia El Rosario, cantón Guano (Chimborazo), se identificó cuello de botella en la producción, los suministros de insumos y control de calidad, también barreras de estandarización y el acceso a materia prima. Todas estas limitaciones suben los costos unitarios y complican la competencia la cual se basa en precios, dentro de un entorno especial en donde los canales digitales facilitan la comparación inmediata de los diversos productos. el estudio recomienda que los procesos sean optimizados, mejorar la productividad y que la estructura organizativa se fortalezca para sostener el crecimiento económico de los artesanos en mercados abiertos (Ramírez, 2025).

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Desarrollo endógeno

El desarrollo endógeno se entiende como un proceso mediante el cual los territorios activan sus recursos y capacidades locales en interacción con apoyos y flujos externos, a partir de dinámicas impulsadas desde el propio contexto. La perspectiva neo-endógenos enfatiza que la trayectoria económica no se define exclusivamente desde el exterior, sino que surge de la coordinación entre actores locales, reglas, instituciones y saberes situados. En el caso de los oficios artesanales, esta mirada implica analizar cómo los significados, las técnicas y la organización interna pueden transformarse en valor económico cuando existen arreglos que permiten producir, acceder a mercados, aprender y mantener la prioridad de las necesidades locales frente a dependencias externas (Eversole & Campbell, 2023).

La innovación social se integra como un proceso clave para este enfoque, al introducir nuevos conjuntos de prácticas, relaciones e institucionalmente los arreglos que expande las destrezas locales. En la valoración se considera resultados en inclusión, sostenibilidad y organización, el cual permite diferenciar cuando existe un perfeccionamiento del método procedimental o relacional y se convierte en una respuesta verificable. Implementada en artesanías, desde ese panorama se permite desligar cambios que mejore el tejido productivo de acciones que no llegan a estabilizarse por la ausencia de integración y monitoreo (Novikova, Social innovation impacts and their assessment, 2022)

2.2.2. Valor simbólico

El valor simbólico hace énfasis al grupo de significados y resultados agremiados a un producto el cual tiene un fin más alto que su utilidad funcional, el mismo que se integra en el valor que capta el comprador. Dentro del comercio al por menor, el integrante eficaz es quien incentiva la pretensión de comprar; pero en la artesanía, se considera al valor simbólico como un suplemento por que se agrega la ascendencia, relato e identidad de la cultura. Cuando estas cualidades se presentan de manera clara y legible para el usuario, crecen las posibilidades de favoritismo por piezas genuinas en comparación a productos genéricos y da paso a la aceptación y validación de precios que muestran el trabajo de la artesanía realizada (Martínez, 2024).

2.2.3. Capital social

El capital social se describe como un grupo de vínculos, normas de reciprocidad y los niveles de confianza los cuales facilitan la organización y acciones colectivas. Estas redes influyen en repercusión al intercambio de información, cooperación y reducción de costos de compromiso. La evidente demostración asocia capital social con la práctica de iniciativas económicas con propósitos sociales, por la facilitación a accesos de recursos, autenticidad y oportunidades de formación. en talleres artesanales, los niveles más altos de capital social de presencian en las compras de un conglomerado de insumos, apoyo técnico para mejorar la capacidad de la negociación con puntos de ventas y los factores que contribuyen en la consolidación de resultados económicos (Deshmukh, Rajput, Das, & Alam, 2024).

2.2.4. Transmisión de saberes

La transmisión de saberes se percibe como un cumulo de conocimientos en donde una comunidad se asegura de extender sus conocimientos y prácticas, mediante maestros, aprendices y bajo entorno de instrucción, informes e identificación y estrategias. Dentro del marco internacional de la protección del patrimonio cultural inmaterial señala que la prolongación ínsita a crear cualidades para que el conocimiento pueda ser puesto en práctica, respetado, valorado y compartido; esquivando resúmenes o la descontextualización. Para la artesanía los procesos mantienen técnicas, criterios de calidad y los diversos significados culturales, los cuales al mantenerse validos permiten que los productos mantengan su identidad y su potencial económico (UNESCO, 2022).

2.2.5. Encadenamientos y apoyos.

Los encadenamientos y apoyos hacen referencia a las relaciones que permitan conectar con los talleres artesanales, sus proveedores, servicios logísticos, asistencia y programas técnicos externos. Estas conexiones permiten la ampliación para la capacidad del taller, y permite producir, aprender y acceder a mercados; donde influyan acuerdos para el suministro de los insumos, acompañamiento técnico, financiamiento y capacitaciones. Cuando estos elementos se enlazan de manera permanente, ayudan a renovar la ocupación y desempeño a la economía local y disminuir la debilidad frente a las variaciones del entorno (Novikova, Social innovation impacts and their assessment, 2022).

2.2.6. Crecimiento económico

El crecimiento económico se describe como un incremento sostenido por el nivel de producción a lo largo del tiempo, el cual ha sido medido de manera continua por la tasa del crecimiento del PIB real. Ofreciendo este recurso de un marco donde se permite la interpretación de diferentes escalas y se distinguen los cambios ocasionales y tendencias con una permanencia mayor. En estudios realizados y aplicados al sector artesanal, el conocimiento se adecua a la serie de talleres. Mediante indicadores de ingresos por venta, estabilidad de ocupación, diferenciación de productos y aumento de canales comerciales, sosteniendo coherencia en la definición de macroeconomía (World Bank, 2025).

2.2.7. Proceso productivo

El proceso productivo se descifra como una sucesión de procedimientos, los cuales transforman los insumos en un bien final, en donde se incluyen decisiones sobre equipamientos, tecnologías y control de calidad. Desde un enfoque técnico, la elección de equipamientos debe balancear los requerimientos para producción, rendimientos y costos de forma en que la configuración que sea resultante se presente de manera coherente con respecto a la escala de operaciones y llegue a los estándares de calidad percibidas. Para los talleres artesanales las decisiones recaen en la consistencia del acabado, eficacia e incluso el aprovechamiento del material, determinando la disposición para poder cumplir con pedidos dentro de los plazos de entrega (Zaldívar, Dean, del Arco, & Montero, 2024).

2.2.8. Diversificación de productos y canales.

La diversificación de productos y canales alude a las estrategias orientadas a ampliar el rango de ofertas (nuevas líneas, variaciones de diseño o de materiales) y los espacios de comercialización (tienda física, ferias, redes sociales, plataformas digitales, mercados especializados). Su efectividad depende de la conveniencia y utilidad percibida por el comprador, así como de la capacidad del taller para comunicar la autenticidad y el valor cultural del producto en cada canal. Una diversificación planificada puede mejorar la conversión y el alcance, siempre que no diluya la identidad del oficio (Su, Lai, & Huang, 2024)

2.2.9. Fidelización de clientes.

La fidelización de clientes se refiere a las acciones orientadas a promover compras repetidas y relaciones de largo plazo con los compradores. En el contexto artesanal, esta fidelización se sustenta en atributos percibidos de autenticidad, trazabilidad y relevancia cultural del producto, así como en una comunicación clara sobre sus orígenes y procesos de elaboración. Estas características refuerzan la preferencia por productos artesanales frente a sustitutos genéricos y favorecen la estabilidad de la demanda (Qiu, Rahman, & Dolah, 2024).

2.2.10. Resiliencia competitiva.

La resiliencia competitiva explica como un taller artesanal debe mantener su actividad ante las presiones de precios, importaciones a costos bajos y variaciones en la demanda. Esta capacidad se sustenta en un mejoramiento de las organizativas, procesos de preparación, control de gastos y acceso a recursos financieros. Adaptar los procesos y propuestas de valor en las dimensiones disminuye la amenaza de desplazamientos en entornos de competencia intensa fundamentada en el costo (Katongole, Bananuka, Mayanja, & Nkundabanyanga, 2024).

2.2.11. Artesanos

El emprendimiento artesanal se ha caracterizado por la presencia de identidades de oficio definidas, aprendizaje situado, inserción en nichos de mercado y adaptación gradual a cambios del entorno, manteniendo coherencia entre técnica y propuesta de valor. La literatura reciente documenta que la diferenciación basada en origen y proceso incrementa la disposición a pagar, mientras que la asociatividad y los micro encadenamientos facilitan la sostenibilidad de la calidad y una mejor negociación de condiciones comerciales. Paralelamente, se registran desafíos recurrentes como la limitación de capital de trabajo, la gestión comercial incipiente y la exposición a sustitutos de bajo precio, factores que condicionan la transformación de capacidades en ingresos estables (Hasanah, Honestiviana, Nugroho, & Robby L, 2023).

En el ámbito ecuatoriano, el marco institucional identifica y reconoce a los artesanos como actores económicos quienes cuentan con formación, certificación y servicios de apoyo, con prioridad en el fortalecimiento de habilidades y destrezas organizativas, acompañamientos productivos y fomento comercial, priorizando la calidad brindada y la identidad única de la producción manual. Este contexto brinda una referencia para determinar de manera operativa las nociones del artesano, organización y taller, y enlazarlas con programas público que estén

orientados a mejorar la competitividad y bienestar (JNDA, 2023).

Los métodos artesanales tradicionales se definen como prácticas que han sido transmitidas en el tiempo, se basa en las habilidades manuales y los conocimientos en cuanto a materiales, procedimientos específicos y herramientas. Por lo tanto, esta definición resalta la relación existente entre proceso, resultado del material y contexto cultural en donde destacan el encadenamiento de los métodos y técnicas de reconocimiento, condiciones de formación y desplazamiento de los productos. La conceptualización permite caracterizar a la artesanía como una producción industrial estandarizada y se establecen los criterios de legitimidad difundibles a canales de venta (UNESCO, 2022).

2.2.12. Economía creativa y artesanía

La economía creativa se define como un cumulo de actividades fundamentadas en la creatividad, propiedad intelectual y conocimiento, mediante los cuales generan valor económico y fuentes de empleo. Como tal la artesanía es incluida como un bien con identidad cultural y potencialmente comercial. Dentro de la economía creativa el enfoque agrega mediciones de producciones, trabajo y comercio, donde se permite observar la aportación al crecimiento y diferenciación productiva, particularmente cuando se encuentran encadenamientos y acceso a mercados. En el campo experimental, la ocupación artesanal interviene en la economía al transformar los saberes locales en nuevos productos los cuales se desplazan en circuitos como medios digitales, presentan resultados en ingresos y visibilidad productiva continua (United Nations Conference on Trade and Development, 2024).

Las políticas culturales recientes han impulsado el reconocimiento de la creatividad como bien público, promoviendo marcos de gobernanza, medición y financiamiento que incluyen a los oficios manuales. En este enfoque, la artesanía se aborda como expresión cultural que requiere trabajo decente, comercialización justa y salvaguarda de conocimientos. La articulación entre cultura y mercado se plantea como condición para sostener prácticas y resultados económicos, siempre que se respeten criterios de diversidad, participación y sostenibilidad. De esta manera, la artesanía se integra a estrategias contemporáneas de desarrollo cultural y económico (UNESCO, 2022).

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación.

La investigación se desarrolla desde un enfoque cualitativo y se sustenta en el paradigma socio crítico, porque busca comprender significados, prácticas y relaciones de poder que afectan a los artesanos, al tiempo que produce conocimiento orientado a la transformación del contexto. Bajo este paradigma, el análisis no se limita a describir la realidad, sino que incorpora reflexión crítica y diálogo con los actores involucrados, con el fin de identificar tensiones, desigualdades y posibilidades de cambio en el ámbito comunitario (Sinche, 2023).

En alineación con este enfoque, se acoge a un diseño exploratorio, correspondiente al problema de estudio, el cual precisa establecer categorías y rutas de investigación antes de instaurar relaciones minuciosas entre variables y dimensiones. Con este enfoque de diseño se prioriza el reconocimiento de conceptos, vacíos de conocimientos y tendencias, con el propósito de edificar una base sólida la cual permita orientar en decisiones metodológicas. Este diseño exploratorio al ser flexible permite acomodar preguntas y focos de análisis según se va obteniendo y procesando los hallazgos (UNEMI, 2021).

3.2. Alcance de la investigación.

El estudio presenta un alcance exploratorio, por tal los resultados se sitúan principalmente en poder identificar patrones y dimensiones, aspectos importantes en la relación de desarrollo endógeno y crecimiento económico de los artesanos de la comuna Valdivia. Mas que medir los resultados o probar hipótesis, el alcance se focaliza en limitar las categorías de análisis, explicar configuraciones posibles y formular preguntas que puedan servir como base para futuras investigaciones de tipo explicativo o descriptivo.

Este alcance es congruente con el enfoque cualitativo adoptado, debido a que este permite incluir de forma iterativa la evidencia documental e insumos empíricos, lo que genera proposiciones de cómo se enlazan las capacidades endógenas con los resultados económicos del contexto estudiado (UNEMI, 2021).

3.3. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Desarrollo endógeno	Activación de recursos y capacidad es locales (identidad, redes, saberes y arreglos de apoyo) para traducir conocimientos situados en valor económico o y continuidad del oficio.	Valor simbólico	Atributos distintivos comunicados; relato de procedencia; materiales de origen; señales de autenticidad (etiquetas/demostraciones); percepción de singularidad.	¿Qué elementos considera propios o distintivos de sus piezas?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?	Entrevista semiestructurada
		Capital social	Colaboración entre talleres; compras conjuntas; negociación con puntos de venta; membresía en asociaciones; apoyo técnico entre pares.	¿Con quiénes colabora para conseguir insumos o vender (otros artesanos, comercios, ferias, programas) ?; ¿Participa en alguna asociación u organización? ¿Qué beneficios concretos ha recibido?	Entrevista semiestructurada
		Transmisión de saberes	Maestro–aprendiz; talleres/formaciones; continuidad intergeneracional; adopción de mejoras; documentación básica de procesos.	¿Cómo aprendió el oficio y cómo lo transmite a otros?	Entrevista semiestructurada
		Encadenamiento y apoyos	Estabilidad y condiciones con proveedores; logística; participación en programas públicos/ONG; acceso a microfinanzas; utilidad percibida de capacitaciones.	¿Qué tan estables son sus proveedores y canales logísticos?; ¿Ha recibido capacitación o asistencia en el último año? ¿Qué utilidad tuvo?	Entrevista semiestructurada
Crecimiento económico	Evolución del desempeño económico del taller artesanal observada en rotación de pedidos, plazos	Proceso productivo	Variación de ventas/ingresos último año; regularidad de cobros; margen estimado; reinversión en insumos/equipo.	En el último año, ¿cómo han variado sus ventas e ingresos provenientes de la artesanía?	Entrevista semiestructurada

	de entrega, estabilidad del trabajo, diversificación comercial y capacidad de sostener márgenes en contextos competitivos	Diversificación de productos y canales	Número de líneas; presencia en ferias/local/redes/marketplaces; ticket promedio; mix y % de ventas por canal.	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, local, redes sociales, Marketplace)?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Entrevista semiestructurada
		Fidelización de clientes	Repetición de compra; valoraciones/comentarios; efecto de comunicar autenticidad/origen en la compra.	¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus	Entrevista semiestructurada
		Resiliencia competitiva	Sustituibilidad percibida por importados baratos; presión de precio/tiempos; estrategias defensivas (diferenciación, pedidos a medida, paquetes); necesidades de mejora.	productos? ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados? ¿Percibe que sus clientes comparan sus precios con productos más baratos de internet? ¿En qué aspectos siente mayor presión (precio, diseño, tiempos de entrega, devoluciones)? ¿Qué estrategias ha probado para responder a esa competencia? ¿Qué necesitaría para mejorar ingresos y estabilidad del trabajo en los próximos meses?	Entrevista semiestructurada

3.4. Población, muestra y periodo de estudio.

La población objetivo está constituida por los artesanos de la Comuna Valdivia que se dedican a la producción manual y a la comercialización de bienes artesanales. Dado que no existe, hasta la actualidad un registro oficial y público del cual se identifique de manera concisa el número de artesanos que están activos dentro de la comuna Valdivia, la limitación poblacional se la realiza mediante términos operativos y conceptuales, teniendo en cuenta el principal criterio a la pertenencia de la comunidad y el ejercicio vigente del oficio. El tiempo de estudio se ajusta al contexto actual en el cual se desarrolla la investigación, se toma como punto de referencia la presente actividad artesanal en la comuna Valdivia

La muestra se especificará por medio de un muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual se lo entiende como una estrategia que se basa en el acceso a la disponibilidad de participantes los cuales guardan una relación directa con el fenómeno de estudio, como tal la herramienta utilizada en la investigación fue por medio de entrevista la cual se aplicó a tres talleres artesanales. Con esta técnica se facilita la entrevista a los artesanos que estén dispuestos a compartir la experiencia que tienen con respecto a producción y comercialización, dando como respuesta un resultado adecuado para el tipo de estudio con alcance exploratorio y enfoque cualitativo, privilegiando la profundidad e incluso pertinencia de información por delante de la representatividad estadística (Ruiz, 2024).

En escenarios prácticos, el muestreo por conveniencia se lo utiliza cuando el investigador tiene acceso directo a los sujetos de estudio y en donde se dispone de un tiempo fijo para levantar información. En la actual condición, la selección se argumenta en función de relevancia temática, experiencia de los participantes y posibilidad en interacciones sostenidas, identificando de manera clara la limitación para formular estadísticas para poblaciones más grandes. Es así que su valor empieza en la posibilidad de poder conseguir información exuberante, útil y contextualizada para que se pueda comprender del todo el fenómeno estudiado (Bueno, 2022).

3.5. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

La técnica principal de recolección de información será la entrevista, utilizando como instrumento una guía de entrevista semiestructurada. Este tipo de guía combina un conjunto de preguntas base con la posibilidad de introducir preguntas de sondeo, de acuerdo con las respuestas y experiencias que los participantes vayan aportando. La modalidad semiestructurada permite obtener descripciones detalladas, ejemplos concretos y valoraciones subjetivas, manteniendo al mismo tiempo cierto grado de comparabilidad entre casos, lo que resulta pertinente para estudios cualitativos sobre procesos sociales y económicos (Pacotaípe, 2024).

Para realizar la aplicación, la guía se organizará en bloques y preguntas de índole libre, para que puedan ser orientadas y exploradas en aspectos asociados al desarrollo endógeno y actividad artesanal, los canales de comercialización y condiciones económicas. Ofreciendo en esta estructura un marco de orden para la entrevista, sin tener que ser rigidizada, en donde el entrevistador pueda profundizar en temas de procesos, significados e incluso experiencias relevantes que vayan a la par con los objetivos de la investigación. Esta experiencia muestra que tipo de instrumento es realmente útil para que se aborden fenómenos complejos y permite captar las matices que escasamente asoman mediante el uso de instrumentos que están bien estructurados (Banoy, 2022).

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Desarrollo Endógeno

4.1.1. Valor simbólico

Tabla 2

Valor simbólico

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Qué elementos considera propios o distintivos de sus piezas?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?	Innova sobre modelos traídos por clientes; etiqueta distintiva. Etiqueta de marca y catálogos virtuales.
E2	¿Qué elementos considera propios o distintivos de sus piezas?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?	Distintivo: etiqueta y calidad. Comunica con etiquetas y demostraciones.
E3	¿Qué elementos considera propios o distintivos de sus piezas?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?	Marca y etiqueta; técnica de pegado con goma. Etiqueta y demostración para distinguir su calzado.

En relación a estos resultados, la identidad se manifestó mediante etiquetas/marcas y dentro de la posibilidad de personalizar los modelos según el pedido, lo cual refuerza la legitimidad percibida. La comunicación del origen se basó en etiquetas y demostraciones simples lo suficiente para los clientes fijos, pero aun así débiles para la captación de nuevos compradores. Como tal la diferenciación se centró más en los acabados de los productos y en realizar a medida, y no en relatos culturales. Aportando así al desarrollo endógeno en convertir saberes en propuestas individuales con relato de baja procedencia que limitan el precio y alcance. Es decir, la identidad está presente, pero se necesita una mejor narrativa para que se pueda fortalecer las ventajas frente a sustitutos económicos y sostener el crecimiento.

4.1.2. Capital social

Tabla 3

Capital Social

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Con quiénes colabora para conseguir insumos o vender (otros artesanos, comercios, ferias, programas) ?; ¿Participa en alguna asociación u organización? ¿Qué beneficios concretos ha recibido?	Compra insumos en Guayaquil; apoyo de su esposa para vender. Pertenece a asociación; recibe espacio físico en ferias.

E2	<p>¿Con quiénes colabora para conseguir insumos o vender (otros artesanos, comercios, ferias, programas) ?;</p> <p>¿Participa en alguna asociación u organización? ¿Qué beneficios concretos ha recibido?</p>	Participa con otros artesanos en ferias y programas. Asociada (Asopracarpa).
E3	<p>¿Con quiénes colabora para conseguir insumos o vender (otros artesanos, comercios, ferias, programas) ?;</p> <p>¿Participa en alguna asociación u organización? ¿Qué beneficios concretos ha recibido?</p>	Usa redes y local; ferias con asociación y GAD. Asociación con GAD parroquial/prefectura: apoyo para ferias.

Los resultados muestran que las tres entrevistas se enlazan a asociaciones/GAD y su participación en ferias, facilitando vitrinas y coordinaciones básicas. Las redes se organizan de manera familiar y entre personas de su círculo, se brinda apoyo puntual para la exhibición, pero muy poca desarrollada para acuerdos comerciales o las compras conjuntas. Esta participación habilita la visibilidad y encadenamientos comerciales, pero sin traducirse a negocios de mejores insumos o como tales mercados estables. Como aportación al desarrollo endógeno, las redes existentes y articuladas a prácticas, pero tienen una muy baja consistencia a la funcionalidad, por ende, se restringe los efectos sobre amplitud de demandas, costos y márgenes.

4.1.3. Transmisión de saberes

Tabla 4
Transmisión de saberes

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Cómo aprendió el oficio y cómo lo transmite a otros?	Aprendió de sus padres; migró a Guayaquil y retornó con mejoras.
E2	¿Cómo aprendió el oficio y cómo lo transmite a otros?	Aprendió de su pareja; talleres.
E3	¿Cómo aprendió el oficio y cómo lo transmite a otros?	Aprendió de su pareja; 11 años de práctica.

Como resultado de esta se evidencio que la transmisión de saberes de este oficio se transmite principalmente por herencia cultural familiar, aunque los entrevistados manifestaron que también suele transmitirse el oficio de manera informal y algunos buscando mejores oportunidades de formación técnica y practicas a través de migración.

4.1.4. Encadenamiento y apoyos

Tabla 5

Encadenamiento y apoyo

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Qué tan estables son sus proveedores y canales logísticos?; ¿Ha recibido capacitación o asistencia en el último año? ¿Qué utilidad tuvo?	No compite por precio; compite por acabado; cartera propia de clientes. Capacitaciones por cuenta propia (no institucionales).
E2	¿Qué tan estables son sus proveedores y canales logísticos?; ¿Ha recibido capacitación o asistencia en el último año? ¿Qué utilidad tuvo?	Valora precio, calidad y confiabilidad de proveedores. No reciben capacitaciones de entidades.
E3	¿Qué tan estables son sus proveedores y canales logísticos?; ¿Ha recibido capacitación o asistencia en el último año? ¿Qué utilidad tuvo?	Carpeta de proveedores estable; sin financiamiento; calidad menor, pero precios accesibles. Capacitaciones brindadas por prefectura en coordinación con GAD.

Los proveedores se concentran en Guayaquil, con materiales importados y calidad percibida menor que antes, pero precios accesibles. Hay apoyos de asociaciones/GAD en ferias y, ocasionalmente, capacitaciones; sin embargo, predominan autoformación y ausencia de financiamiento o compras colectivas. La logística y el abastecimiento son estables pero sensibles a precios y tiempos. Como aporte, estos encadenamientos permiten sostener la operación, aunque no reducen costos ni elevan estándar de manera sistemática. Para el desarrollo endógeno, el potencial está en articular apoyos a procesos y mercados, hoy subutilizados.

4.2. Crecimiento Económico

4.2.1. Proceso productivo

Tabla 6

Proceso productivo

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	En el último año, ¿cómo han variado sus ventas e ingresos provenientes de la artesanía?	Ingresos bajaron; alcanza para mantener el local; sin crecimiento.
E2	En el último año, ¿cómo han variado sus ventas e ingresos provenientes de la artesanía?	Ingresos bajaron por situación del país.
E3	En el último año, ¿cómo han variado sus ventas e ingresos provenientes de la artesanía?	Ventas han bajado; se sostiene con cartera conocida.

En las tres entrevistas se reflejan las bajas ventas y paralización de los ingresos; en una de las entrevistas apenas se logra cubrir gastos del local. La estabilidad y el contexto económico nacional influyen en la rotación; trabajando bajo pedido para evitar los inventarios inmovilizados. Como consecuencia es notorio que el crecimiento económico se mantiene débil, sin importar la cantidad de esfuerzo en lo que respecta a personalización y calidad. El descubrimiento se centró en la fragilidad que presenta el flujo de caja, el cual interviene en decisiones para: precio, tiempo y la adopción de mejoras tanto productivas y comerciales.

4.2.2. Diversificación de productos y canales

Tabla 7

Diversificación de productos y canales

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Vende en Facebook, TikTok, WhatsApp, ferias y local. Trabaja bajo pedido; sin stock por baja rotación.
E2	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Redes sociales, catálogos; ferias cuando hay. Estrategia: innovación de modelos; diferenciación técnica.
E3	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Ventas por Facebook y ferias locales. No diversifica nuevos canales; espera clientes en comunidad.

Los canales digitales más comunes y predominantes son (Facebook, TikTok, WhatsApp) acompañados por las ferias y en algunos casos local físico. La diferenciación de canales existe, pero la de productos es muy poca, y por ende se centra en variedad de modelos según los pedidos solicitados. Las ventas vía online agilitan una mejor visibilidad, pero no se garantiza a una conversión sin marketing sostenido. El patrón ayuda al crecimiento de mucho más alcance, pero muestra la urgencia de la gestión de segmentos y contenidos. Profesionalizar el uso de canales será la clave para poder transformar las visitas en pedidos consecuentes.

4.2.3. Fidelización de clientes

Tabla 8

Fidelización de clientes

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Canales: redes/ferias/local; Comunica autenticidad con etiqueta;
E2	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Canales: redes/ferias; Comunica autenticidad con etiquetas/demostraciones;
E3	¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, puntos locales, redes sociales, Marketplace) ?; ¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos?; ¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados?	Canales: Facebook/ferias; Etiqueta y demostración refuerzan confianza;

La readquisición se inclina por la confianza de la clientela, la cual es conocida por las etiquetas y demostraciones del trabajo; sin embargo, la captación de nuevos clientes se da por niveles muy bajos. Los canales que tiene una mejor fidelidad son las ferias, local físico y Facebook siempre y cuando exista una interacción directa quiere decir por medio de lives o mensajería. La comunicación de su autenticidad mejora las preferencias. La fidelización que existe sostiene las ventas en términos de crecimientos, pero la escala es muy limitada; fortalecer las pruebas de calidad y origen, la postventa puede elevar el nivel de rotación y valor de la vida del cliente.

4.2.4. Resiliencia competitiva

Tabla 9

Resiliencia competitiva

Entrevistado	Pregunta(s)	Respuesta
E1	¿Percibe que sus clientes comparan sus precios con productos más baratos de internet?; ¿En qué aspectos siente mayor presión (precio, diseño, tiempos de entrega, devoluciones) ?; ¿Qué estrategias ha probado para responder a esa competencia?; ¿Qué necesitaría para mejorar ingresos y estabilidad del trabajo en los próximos meses?	Clientes comparan precios; prefieren economía; pérdida de clientes. Presión por precios de materiales; solo bajo pedido, sin stock.
E2	¿Percibe que sus clientes comparan sus precios con productos más baratos de internet?; ¿En qué aspectos siente mayor presión (precio, diseño, tiempos de entrega, devoluciones) ?; ¿Qué estrategias ha probado para responder a esa competencia?; ¿Qué necesitaría para mejorar ingresos y estabilidad del trabajo en los próximos meses?	Dice que comparan poco; mantiene publicaciones frecuentes. Presión: precios bajos; demora en rotar producto; requiere clientes al por mayor.
E3	¿Percibe que sus clientes comparan sus precios con productos más baratos de internet?; ¿En qué aspectos siente mayor presión (precio, diseño, tiempos de entrega, devoluciones) ?; ¿Qué estrategias ha probado para responder a esa competencia?; ¿Qué necesitaría para mejorar ingresos y estabilidad del trabajo en los próximos meses?	Clientes comparan; prefieren su calidad y diseño a medida. Presión: ventas no crecen; compite por calidad manteniendo precio.

Si existe comparación de precios con las ofertas online; debido a que la respuesta del local es pedidos a medida, calidad de su acabado. La principal presión proviene por el precio y la rotación lenta existente, por ello se procede a enviar los productos a stock. Los equipos, capacitaciones y marketing son necesidades declaradas para poder aumentar el alcance y defender márgenes. Como tal la resiliencia existe, pero depende de cada producto final para sostener su crecimiento, exigiendo mejoras organizativas quiere decir: surtido, tiempo y coteo, señales claras de autenticidad las cuales le diferencian de la masificación de plataformas.

4.3. Relación entre desarrollo endógeno (capacidades) y crecimiento económico (criterios)

Tabla 10

Relación entre desarrollo endógeno (capacidades) y crecimiento económico (criterios)

Capacidad endógena	Evidencia	Criterio económico	Efecto observado	Explicación
Identidad y autenticidad	Etiqueta/m arca propia; demostraciones simples del proceso; posibilidad de personalizar el diseño (E1–E3).	Rotación de pedidos	Aumenta cuando el taller muestra origen y proceso de la pieza y ofrece personalización a medida.	Cuando el cliente ve pruebas claras de origen y elaboración (etiqueta, explicación breve del cómo se hizo) y puede pedir ajustes a su gusto, percibe mayor valor y decide antes; eso reduce la indecisión y acelera pedidos.
Identidad y autenticidad	Etiqueta sin explicación; publicaciones sin pruebas del proceso (E1–E3).	Conversión en canales digitales	Disminuye cuando la señal de autenticidad es débil (solo logo o etiqueta sin contexto).	En redes sociales, un logo aislado no prueba que la pieza sea artesanal; sin evidencia mínima del origen y proceso, el comprador prefiere opciones industriales baratas.
Personalización (“a medida”)	Fabricación según modelo que trae el cliente; variaciones sobre modelos de referencia (E1–E3).	Márgenes	Mejora n cuando la personalización está normada (precio claro por ajuste y plazo definido).	Convertir la personalización en una propuesta comercial formal (catálogo con variantes, lista de precios por cambios, tiempos de entrega) permite cobrar el valor agregado sin discusiones y protege el margen.
Redes y asociatividad	Participación en ferias con apoyo de GAD/asociaciones; colaboración familiar (E1–E3).	Acceso a demanda	Aumenta durante ferias y eventos;no se sostiene entre ferias.	Las ferias dan vitrina temporal, pero al no existir acuerdos de venta ni listas de clientes para seguimiento, la tracción no se mantiene después del evento.
Redes y asociatividad	No hay compras conjuntas ni negociación coordinada de insumos (E1–E3).	Costos de insumos	Se mantienen altos por compras individuales y dispersas.	Sin compras coordinadas, no se accede a mejores precios/calidades; los costos altos presionan el margen y limitan reinversión.
Transmisión de saberes	Aprendizaje familiar e intergeneracional; poca capacitación formal reciente (E1–E3).	Calidad percibida	Se mantiene por la experiencia acumulada en el taller.	La práctica heredada asegura buen acabado y consistencia técnica, lo que sostiene la percepción de calidad.

Transmisión de saberes	Ausencia de formación en costeo, marketing y tiempos de proceso (E1-E3).	Productividad y plazos	No mejoran por falta de estandarización del proceso y del tiempo por pieza.	Sin herramientas de costeo y cronometraje, es difícil reducir tiempos muertos y planificar entregas; eso limita la productividad.
Encadenamientos y apoyos	Proveedores en Guayaquil; materiales importados con calidad variable; capacitaciones ocasionales (E3) (E1-E2 autoformación).	Estabilidad de márgenes	Se debilita por variación de calidad/precio del insumo y baja estandarización.	La variabilidad en insumos provoca reprocesos y merma; sin estándares mínimos compartidos, el margen se vuelve inestable.
Encadenamientos y apoyos	Vitrinas en ferias; pocas herramientas para venta digital (E1- E3).	Captación de nuevos clientes	Aumenta levemente con ferias; baja venta en canales digitales por falta de pruebas de autenticidad y protocolo de respuesta.	La vitrina física ayuda a convencer; en canales digitales falta una ficha de producto (origen, proceso, tiempos, garantías) y un protocolo de venta (responder en X horas, formas de pago), por lo que la captación cae.
Respuesta a plataformas baratas	Diferenciación por acabado y pedido a medida; “lives” ocasionales (E2-E3).	Sustituibilidad (comparación con industrial)	Disminuye cuando se muestra el proceso y se define claramente qué personalización se ofrece y a qué precio.	Ver el cómo se hace y entender el valor del a medida reduce la tentación de elegir solo por precio en plataformas industriales.

5. DISCUSIÓN

5.1. Validación de la información recolectada

Los resultados de las entrevistas aplicadas a los tres talleres artesanales, los cuales solo se pudieron entrevistar un número bajo de talleres por la presión de inseguridad que se suscitaba en la comunidad muestran que, en la actualidad, las ventas han disminuido de forma notable en comparación con años anteriores y que la mayor parte de los ingresos proviene de trabajos realizados bajo pedido. Es decir, los artesanos ya no venden con la misma frecuencia productos listos en stock, sino que dependen casi por completo de encargos específicos. Esta combinación de menor demanda y trabajo principalmente por encargo coincide con lo descrito en la literatura sobre talleres artesanales que compiten con productos industrializados y con artículos de bajo precio disponibles en plataformas digitales, donde se registran rotación lenta e ingresos inestables.

Asimismo, los resultados de las tres entrevistas evidencian que, para comunicar el valor del producto al cliente, los talleres utilizan de manera reiterada tres recursos principales:

- a) el uso de marca y etiqueta propias, donde se identifica el taller;
- b) la inclusión de información básica sobre el producto en la etiqueta (por ejemplo, tipo de material u origen de los insumos); y
- c) la posibilidad de personalizar el diseño “a medida”, según las preferencias del
- d) comprador.

Estos elementos buscan que el cliente conozca quién elabora el calzado, qué materiales se utilizan y que perciba que el producto puede adaptarse a sus necesidades. Aunque el uso de canales digitales varía entre los talleres (algunos se apoyan más en redes sociales que otros), los tres coinciden en recurrir a estos recursos básicos, lo que indica que forman parte de una estrategia común para expresar identidad y valor simbólico. Además, los tres talleres obtienen sus insumos de proveedores ubicados en Guayaquil (principalmente materiales importados) y participan en ferias organizadas con apoyo de asociaciones o del GAD, lo que muestra patrones similares de encadenamientos y apoyos.

La equiparación de las respuestas que están relacionadas con capacitaciones, asociatividad y transmisión de saberes permite reconocer un patrón claro, en donde el aprendizaje se sustenta de manera inicial por la formación del hogar y experiencia que se haya obtenido dentro de un taller, los apoyos públicos por su parte se presentan esporádicamente, en la mayoría de los casos en forma de breves cursos y participación en ferias. Con esta combinación se confirma que la existencia de un desarrollo se basa en los saberes locales y las practicas instaladas en la comunidad, también revela las limitaciones existentes en la organización de forma colectiva y el acceso a los recursos formales para la formación, gestión y financiamiento.

5.2. Examen de Interpretación de Resultados

5.2.1. Identidad y Valor Simbólico

Los resultados de las entrevistas indican que la identidad del producto se expresa, sobre todo, a través de la marca o nombre del taller, de la etiqueta colocada en el calzado y de la oferta de personalización “a medida”. Los artesanos no suelen desarrollar relatos culturales extensos, pero sí procuran que el cliente reconozca quién fabricó el producto y que perciba que se adapta a sus preferencias. Esto coincide con los estudios que relacionan autenticidad percibida y trazabilidad con una mayor disposición a pagar, ya que el cliente valora saber quién produce, cómo se produce y qué tan ajustado está el diseño a sus necesidades. Sin embargo, en los talleres de Valdivia estas señales se comunican de forma poco estandarizada y, en muchos casos, solo de manera verbal o visual en el punto de venta. En los canales digitales, esta falta de estandarización reduce la capacidad de diferenciar el calzado artesanal frente a opciones industriales, a pesar de que la literatura indica que la autenticidad, la trazabilidad y la relevancia cultural del diseño son factores centrales para disminuir la sustitución por productos masivos cuando se comunican con claridad (Zhu, Rahman, Alli, & Effendi, 2023).

En las entrevistas se muestra que los artesanos consideran su principal competitividad y de la cual tienen ventaja por la elaboración a medida y el cuidado de los acabados. En donde los clientes tienen la facilidad de ir al taller y elegir los colores que desean, modelos en específicos y ajustes, la confianza en la durabilidad del producto. Coincidiendo con otros estudios donde indican que las pequeñas innovaciones se presentan de manera coherente con las técnicas locales es decir las variaciones que se puedan brindar sin perder el diseño o cambiar la esencia del oficio, de esta manera se mejora la comerciabilidad y no se pierde la

identidad. En la comuna Valdivia se evidencia la mezcla de los modelos con el mantenimiento de las técnicas artesanales, siendo congruente con la innovación en artesanías y se adapta al contexto, no siendo una imitación de procesos industriales (Roy & Mohapatra, 2023).

5.2.2. Redes, asociatividad y capital social

En el entorno de redes y asociatividad, las entrevistas indicaron que los talleres tienen vínculos con asociaciones y el GAD sobre todo para poder participar en ferias y espacios de exhibición. Se observa que tanto en producción y venta existe apoyo familiar. Confirmando así la existencia de un capital social básico, el cual es visible en organizaciones de vitrina compartida y colaboraciones para asistir a eventos. Pese a esto los artesanos indican que ellos no realizan ningún tipo de compras de insumos en conjunto y que tampoco cuentan con acuerdos de carácter formal para negociar precios con proveedores, mostrando el uso limitado de las redes para mejorar el desempeño económico. Esta situación es contraria a lo que está en la literatura, debido a que se destaca al capital social como un facilitador para la coordinación, e intercambio de información, reducción de costos cuando se es utilizado en la organización de comprar, negociar en conjunto y compartir riesgos (Deshmukh, Rajput, Das, & Alam, 2024).

Estos resultados muestran que las redes actuales permiten mantener la visibilidad del oficio y sostener la continuidad de la producción, desde una perspectiva del desarrollo endógeno, pero el efecto sobre los márgenes de ganancia. La necesidad de avanzar desde una asociatividad centrada en la exhibición (ferias) se sugiere ante la experiencia que maneja la comuna valdivia, hacia una asociatividad con funciones productivas y comerciales, que contenga compras coordinadas, acuerdos de precios, mecanismos compartidos de costeo y acciones conjuntas de promoción, tal como sugieren las aproximaciones neo-endógeno que destacan la importancia de articular recursos internos con apoyos externos (Eversole & Campbell, 2023).

5.2.3. Transmisión de saberes y aprendizaje

En cuanto a la transmisión de saberes, los tres entrevistados coinciden en que el aprendizaje del oficio se dio dentro de la familia como: papá, mamá, pareja, otros familiares; y que por la práctica continua han perfeccionado su técnica. Uno de los casos menciona haber participado de una capacitación reciente, organizada por una institución pública. El enfoque de salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial coincide con el patrón, en donde se reconoce que muchos oficios se transmiten la práctica diaria y aprendizajes situados dentro de la misma comunidad. Pero por la ausencia de procesos de formación formal en temas de diseño, marketing, gestión administrativa y costos se dan limitaciones para que puedan adaptarse a entornos de presencia digital y gestiones empresariales las cuales son más importante al pasar de los años (UNESCO, 2022).

Los artesanos describen también que las mejoras y cambios en los modelos se introducen a partir de la experiencia, las solicitudes de los clientes y la observación de tendencias, lo que se ajusta a la idea de innovación social como combinación de prácticas y relaciones locales que amplían capacidades. No obstante, al tratarse de un proceso basado principalmente en ensayo y error, sin acompañamiento técnico sistemático, su impacto sobre la productividad y los resultados económicos es parcial y avanza de forma lenta (Novikova, Social innovation impacts and their assessment, 2022).

5.2.4. Encadenamientos y apoyos

Los resultados permiten identificar que los talleres dependen de proveedores de Guayaquil para obtener materiales importados. Los artesanos perciben que la calidad de estos materiales ha disminuido en comparación con años anteriores, aunque siguen siendo accesibles en precio. En cuanto a apoyos externos, los entrevistados mencionan sobre todo el respaldo para participar en ferias y, en un caso, la oferta de cursos puntuales. No se han registrado programas estables de fortalecimiento productivo ni mecanismo específicos para financiamiento. Esta mezcla permite explicar y entender el por qué los márgenes de ganancias han ido reduciendo, es decir sin economías de escala en compra de insumos costos de producciones altos frente a precios que se pueden ofrecer en las masivas plataformas. la investigación sobre cadenas artesanales advierte que si no existe apoyos que estén centrados en procesos, accesos a mercados y equipamientos, el conocimiento técnico no se puede traducir como una venta sostenible económica (Ramírez, 2025).

5.2.5. Ventas, ingresos y estacionalidad

En las entrevistas se muestra que los talleres han pasado por una disminución en cuanto a la cantidad de pedidos e ingresos mensuales más inestables. En uno de los casos entrevistados, el artesano indicó que sus ingresos mensuales solo cubren costos de arriendo del local. Por ende, esta situación encaja con mediciones sectoriales, quienes muestran los desempeños de subsectores creativos, quienes dependen de su total capacidad para acceder a mercados dinámicos y se puedan diferenciar de los productos industrializados. La economía creativa es presentada como un espacio con potencial para generar empleo e ingresos, pero ese potencial solo se concreta cuando existen encadenamientos sólidos y señales de autenticidad claras y creíbles (United Nations Conference on Trade and Development, 2024).

Si se analiza el caso de Valdivia a partir de la noción de crecimiento económico, entendida como aumento sostenido de la producción o de los ingresos reales, los hallazgos sugieren un escenario de estancamiento a escala de taller. Para revertir esta situación, la conversión de saberes y capacidades en valor económico deberá reflejarse en indicadores concretos, como el incremento de las ventas repetidas, la estabilización de los márgenes, la mejora en la productividad y el cumplimiento consistente de plazos de entrega. Estos indicadores son los que, en la microeconomía de talleres artesanales, permiten evaluar si existe o no un crecimiento real (World Bank, 2025).

5.2.6. Diversificación de productos y canales

En cuanto a canales de comercialización, las entrevistas confirman que los tres talleres combinan la participación en ferias con el uso de redes sociales (principalmente Facebook, TikTok y WhatsApp), y que dos de ellos mantienen un local físico de venta. Esta diversificación amplía el alcance potencial de la oferta, pero los artesanos señalan que la cantidad de consultas recibidas por redes no siempre se traduce en ventas efectivas. Es decir, los canales digitales existen, pero la conversión en compra sigue siendo baja. La literatura indica que, en estos esquemas duales, la conversión mejora cuando el canal digital incluye información clara sobre el origen del producto, el proceso de elaboración, los plazos de entrega y las garantías ofrecidas (Su, Lai, & Huang, 2024).

En la diferenciación de productos, los resultados nos indican que los talleres trabajan con modelos limitados y que principalmente se da una variación mediante la personalización por encargos. Permitiendo responder las solicitudes de la clientela habitual, pero la exploración sistemática de nuevos nichos y reducción de estabilidad se limita. Como tal la evidencia internacional recomienda que las estrategias multicanal tienen mejores resultados cuando se mantienen diseños de pertenencia cultural de modo en que el cliente pueda identificar con claridad el producto artesanal de un producto genérico (Qiu, Rahman, & Dolah, 2024).

5.2.7. Fidelización y rotación de clientes

La información obtenida muestra que la fidelización se basa en tres elementos principales: la relación previa con los clientes, la posibilidad de encargar calzado a medida y la confianza en la calidad del acabado. Los artesanos señalan que quienes ya conocen su trabajo tienden a regresar, pero que les resulta difícil captar nuevos compradores, especialmente a través de redes sociales. Este patrón coincide con la literatura que sostiene que autenticidad y trazabilidad, cuando se comunican de manera clara, aumentan la lealtad hacia los productos artesanales. En Valdivia, estos atributos se comunican de manera parcial, a través de etiquetas simples y breves demostraciones del proceso, sin herramientas más completas, como fichas de producto, certificados básicos o estrategias de seguimiento posterior a la compra. Esto limita el desarrollo de una base de clientes recurrentes más amplia (Zhu, Rahman, Alli, & Effendi, 2023).

5.2.8. Resiliencia competitiva frente a plataformas

En las entrevistas los artesanos dieron a conocer que la mayoría de los clientes comparan precios de sus productos para con otros que suelen estar disponibles en diversas plataformas de comercio electrónico, donde se puede encontrar calzado a precios muy bajos. Por esa situación los talleres optaron por diferenciarse, resaltando la personalización, acabado y durabilidad de sus productos, su medio de expansión son los medios o canales digitales donde ellos muestran el proceso de elaboración. Los datos coinciden con otros estudios regionales donde describen la presión en la cual tienen que ejercer las importaciones por costos bajos y su dificultad para competir con la misma. Los estudios sugieren que una alternativa frente a este escenario es mejorar la organización interna; conteo, tiempo, control de inventario y poder acceder a insumos de calidad que tengan condiciones razonables de financiamiento. Los artesanos de la comuna Valdivia tienen múltiples necesidades similares como lo es contar con

mejores capacitaciones, apoyo de marketing y equipamiento (Katongole, Bananuka, Mayanja, & Nkundabanyanga, 2024).

5.2.9. Riesgos por falsificación y reputación

Aunque los entrevistados no mencionan de manera directa casos de falsificación de su propio producto, sí reconocen que existen ofertas de calzado de bajo costo en el mercado local y en redes, que el cliente percibe como “similares” al artesanal. La literatura sobre turismo y consumo de souvenirs señala que el aumento de productos falsificados o imitaciones baratas genera confusión en los usuarios y afecta la reputación de los productores auténticos, ya que el consumidor no siempre distingue el origen real del bien que adquiere. En este contexto, los resultados de Valdivia refuerzan la necesidad de contar con mecanismos más claros para demostrar la autenticidad del calzado y para explicar el proceso de elaboración, con el fin de proteger la imagen del producto local (Akhtar, Gupta, & Alsabban, 2025).

5.2.10. Procesos, costos y estándares

Los resultados confirman la presencia de dificultades en los procesos, en el suministro de insumos y en el control de calidad, lo que coincide con hallazgos de otros estudios sobre cadenas artesanales en Ecuador. Los artesanos explican que, debido a la variabilidad en la calidad y el precio de los materiales, y a la ausencia de estándares formales de producción, prefieren trabajar bajo pedido y evitar la acumulación de inventario listo para la venta. Esta decisión reduce el riesgo de productos inmovilizados, pero también limita la capacidad de respuesta rápida ante aumentos de demanda. En este contexto, la mejora de los procesos (definición de tiempos por pieza, listas de verificación de calidad, organización del flujo de trabajo) y el fortalecimiento de la productividad se presentan como condiciones necesarias para lograr un crecimiento económico más estable (Ramírez, 2025).

5.2.11. Aporte del estudio y contraste con autores

Los resultados del estudio confirman de manera parcial los planteamientos teóricos revisados. La evidencia recogida en Valdivia muestra que la identidad del producto y la personalización efectivamente influyen en la preferencia por el calzado artesanal. Sin embargo, el impacto económico de estos factores depende de la existencia de señales claras de autenticidad y de la presencia de encadenamientos que permitan reducir costos y mejorar el acceso a mercados, tal como se ha señalado en la literatura sobre souvenirs y productos vinculados al patrimonio cultural. En los talleres analizados, estas señales de autenticidad están presentes, pero se expresan de forma implícita y sin una estandarización consolidada; del mismo modo, las redes existen, aunque todavía no operan de manera consistente para mejorar las condiciones económicas (Zhu, Rahman, Alli, & Effendi, 2023)

Al contrastar los resultados con la perspectiva neo-endógeno, se observa que en Valdivia se activan recursos locales clave, como los saberes técnicos, la reputación de los talleres y el uso de marcas propias. No obstante, la articulación con apoyos externos como: programas públicos, financiamiento, asistencia técnica, es débil y no permite todavía un proceso de expansión o consolidación económica. El principal aporte de este trabajo es concretar que la asociatividad identificada se concentra en actividades de exhibición tales como: participación en ferias y eventos. Los cuales no se extiende de manera sistemática a funciones productivas y comerciales en compras conjuntas, logística, acuerdos de venta, lo que limita la posibilidad de transformar las capacidades endógenas en ingresos estables y sostenibles (Eversole & Campbell, 2023).

En relación con los canales de comercialización, los resultados permiten matizar la expectativa de que la sola presencia en medios digitales garantice una ampliación del mercado. En los casos estudiados, los talleres utilizan redes sociales, pero la conversión de consultas en ventas es irregular, especialmente cuando no se ofrece información visible y clara sobre el origen del producto, el proceso de elaboración y las condiciones de entrega. Este resultado coincide con los estudios sobre intención de compra en esquemas que combinan canales físicos y digitales, que destacan la importancia de incluir garantías explícitas de autenticidad. El aporte del estudio consiste en subrayar que, para el contexto de Valdivia, la comunicación de autenticidad requiere formatos estandarizados (fichas del producto, descripciones consistentes, información verificable), y no solo el uso de etiquetas básicas, ya que esto tiene efectos

directos en la fidelización y en la capacidad de sostener precios (Su, Lai, & Huang, 2024).

5.3. Sistematización de enfoques, categorías y hallazgos recientes

Los recientes estudios mostraron a la artesanía en diversos entornos comunitarios, indicando consigo una convergencia en cuanto a los aspectos analíticos:

1. Autenticidad y connotación simbólica.
2. Redes de apoyo y acción colectiva.
3. Difusión de saberes y aprendizaje.
4. Vinculación y apoyo.

En ámbito de autenticidad y connotación simbólica, los documentos presentan que la identidad que tiene cada producto consigo se expresa hacia el cliente como información verificable en cuanto a su origen y proceso de etiquetado, las demostraciones, uso/advertencia, descripción del taller y sus ajustes propios para la técnica. Cuando estos elementos se dan a conocer con claridad, incrementa la preferencia del consumidor hacia los productos artesanales.

En cuanto a las redes de apoyo y acción colectiva, demuestran que los nexos entre artesanos se ven reflejados en la participación como: en ferias, el uso de vitrinas compartidas y ciertas formas de cooperación básica entre artesanos. No obstante, el efecto económico de estas redes es ciertamente limitado cuando no se reflejan en compras conjuntas, acuerdos de venta o mecanismos de comercialización colectiva.

En el aspecto de la difusión de saberes, los análisis indican que el trabajo artesanal se mantiene a través de una formación familiar y el incremento a perfeccionar son derivadas de la experiencia; no obstante, se mantienen brechas en formación formal sobre marketing, costeo, gestión del tiempo y uso de plataformas digitales, lo que limita la capacidad de adaptación a entornos de competencia más amplia.

En el ámbito de vinculación y apoyo los resultados obtenidos dieron muestra a una dependencia solida del material externo y la gestión pública se hizo presente, es decir: ferias y capacitaciones aisladas. Sin estructuras fijas de apoyo productivo o estandarización de procesos y criterios de calidad, manteniendo parcial el efecto en costos, márgenes y accesos a mercados.

Desde el punto de vista económica, las investigaciones revelan los patrones que son constantes y que a su vez se dieron a notar en contextos similares para la comuna Valdivia:

- Rotación inestable de productos y mayor presencia de trabajo bajo pedido en escenarios de competencia centrada en el precio.
- Variaciones de canales digitales con el aumento de redes sociales, pero con cambios variables en ventas efectivas.
- Márgenes frágiles como resultado de costos de insumos excesivos y reprocesos asociados a falta de estandarización.

La investigación se ajusta a los resultados cuando estos se alinean a condiciones como: identidad de pertenencia bien formada, ofertas personalizadas, pero con reglas claras y bien definidas por variantes, plazos y precios; y la participación digital bien organizada por profesionales. Con estos puntos da como resultado niveles de reiteración de compras mayores y a su vez la capacidad para poder defender precios. Por otro lado, la identidad busca mantenerse implícita y la asociatividad busca enfocarse en las ferias, teniendo resultados económicos algo estáticos. Con la evidencia se aconseja que para las comunidades similares a Valdivia la mejora no solo depende del aumento de ferias, más bien de establecer normas básicas y acordadas para ofrecer calidad, autenticidad en conjunto a los comerciales y sus rutinas consistentes.

5.4. Vínculos entre capacidades endógenas y criterios económicos en Valdivia

El estudio total de las entrevistas permite establecer relaciones específicas entre las capacidades endógenas de los talleres artesanales y los criterios económicos observados:

La identidad funcional del producto (uso de etiqueta con el nombre del taller, demostración mínima del proceso y posibilidad de personalización) se vinculan con una mayor inclinación por el calzado artesanal y con decisiones de compra más eficientes por parte de los clientes. Esta relación se refleja con un mejor movimiento de pedidos cuando estas señales son visibles y se presentan de forma coherente.

En la actualidad la asociatividad es participe cuando se trata de generar la necesidad de involucrarse en eventos y ferias. Pero con la ausencia de compras coordinadas para insumos y los protocolos de ventas compartidas., el resultado ante la economía se da en medidas temporales y no se da las variaciones estructurales en márgenes ni una estabilidad en ingresos.

La difusión de saberes construida en la experiencia adquirida dentro de los talleres garantiza un nivel de calidad técnica percibida como beneficioso por los clientes. No obstante, la escasa formación específica en costeo, gestión del tiempo y planificación de la producción reduce la productividad e impide organizar las entregas de forma más eficiente y seguras.

Por otra parte, en el campo de las vinculaciones, el incremento por presión en márgenes de ganancia depende de los insumos que importan calidad variable y los acuerdos de colectivos faltantes. Las gestiones públicas identifican y apoyan a la visibilidad: ferias y promoción puntuales, pero estas no se reflejan en menorías de costos y tampoco en mejoras sustantivas para los procesos.

Al enlazar estas capacidades con criterios económicos, se permite resumir tres relaciones directas:

1. Cuando la identidad del producto se expresa de manera clara y la oferta personalizada tiene reglas más precisas como: variantes, plazos y precios establecidos, se percibe una mejor aceptación del precio y una mayor repetición de compra por parte de los clientes frecuentes.
2. Cuando las redes se inclinan hacia las funciones productivas y comerciales: compras coordinadas, acuerdos con proveedores, definición de criterios compartidos de calidad, existe un potencial real para poder mantener costos, mejorar márgenes y facilitar la reinversión.
3. Cuando se sistematiza el proceso productivo: definición de tiempos por pieza, listas de verificación de calidad, orden del flujo de trabajo, se crean plazos de entrega más confiables y se reducen los reprocesos, lo cual tiene un efecto directo en la capacidad de respuesta frente a la demanda en canales físicos y digitales.
4. En síntesis, los resultados de la investigación en la comuna Valdivia se evidencian que las capacidades endógenas aportan al desempeño económico de forma clara, se convierten en prácticas sistemáticas y verificables. Predominando el trabajo bajo pedido, ventas reducidas y márgenes inestables permaneciendo implícitas y dispersas o poco organizadas.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

La investigación demostró que la Comuna Valdivia experimento un desarrollo endógeno el cual se expresó mediante diversos componentes: identidad y valor simbólico del producto, capital social y asociatividad, transmisión de saberes y encadenamientos de apoyos locales. El sello único del calzado artesanal logro el objetivo cuando los talleres brindaron muestras claras sobre la originalidad y proceso de producción, e incluso cuando la personalización de este se brindó como un servicio de manera formal y con precios y plazos de entrega exactos. El capital social permitió el acceso de vitrinas colectivas y coordinación para la participación en ferias, pese a eso el efecto económico no resulto como lo esperado debido a la ausencia de compras coordinadas, mecanismos de negociación y acuerdos comerciales. la transmisión de conocimientos en el hecho familiar garantizo la calidad del producto, pero la carencia de formación específica en gastos, gestiones de tiempo y marketing redujo el impacto a la productividad. Al termino los encadenamientos de proveedores y programas locales garantizaron el suministro de los insumos y espacios para exhibición, sin embargo, la calidad de los materiales fue variada, el apoyo se orientó más hacia la exhibición del producto y no hacia mejoras para la operatividad.

En lo que respecta a crecimiento económico los criterios estudiados se enfocaron en rotación de pedidos, estabilidad en márgenes de ganancia, diversificación de canales de ventas y capacidades de diferenciarse hacia otros productos. La rotación incremento cuando los talleres exhibieron indicios claros de autenticidad, quiere decir etiquetas claras y la demostración del proceso; la personalización se sumó como un elemento esencial para la propuesta comercial, y no como un servicio alternativo. Los márgenes sufrieron consecuencias por los elevados costos de insumos y por métodos estandarizados insuficientes, los cuales generaron la reelaboración del producto y tiempos extras al trabajo. La diversificación se expandió hacia plataformas digitales y este permitió alcanzar los potenciales de ofertas aun así la adaptación efectiva en ventas está sujeto a la claridad con la cual se dio la comunicación para el origen, procesos de elaboración y garantías del producto.

En las entrevistas se demuestra que la estrategia de no competir por precios en las plataformas de comercio electrónico es viable siempre y cuando el taller detalle el proceso de

elaboración, valor agregado del trabajo manual y características del servicio personalizado. En relación con esto las capacidades endógenas desarrollan mayor valor al ser expresadas como métodos verificables y sistemáticos: la identidad opera como una señal evidente al contar con información clara: la asociatividad obtiene un resultado alcanzando impactos económicos cuando este se interpreta en compras compartidas y en compromisos concretos, el conocimiento técnico se consolida en conjunto a estándares los cuales sirven para organizar procesos productivos. Desde esta perspectiva, se contempla las compras de manera recurrente, alta defensa del precio y entregas más probables. Por otro lado, en cuanto a las capacidades que permanecen inherentes y dispersas, prevalece la actividad de trabajo bajo pedido, pero con baja ejecución en ventas, aglomeración de inventarios por el movimiento lento y merma de márgenes.

La participación para la comuna Valdivia señala la necesidad de reforzar las capacidades puestas en prácticas organizadas. Dando como respuesta una definición más segmentada de aquellos clientes a los cuales va dirigida cada pieza, por ende, son los niveles de autenticidad que se desean dar a conocer e incluso las pautas de distinción para con los productos industriales. Adicionalmente es importante avanzar en tratados de compras conjuntas, controles de calidad básicas y esquemas para un trabajo coordinado entre talleres que desempeñen como centros organizados. De la misma manera la personalización necesita estar precisada como parte del portafolio del taller, con información clara de aquellas variantes, precios, tiempos de elaboración y entrega.

Fortalecer estas dimensiones ayudaría a afianzar el potencial del valor por el trabajo artesanal, mejorando su valoración económica, mediante canales digitales y físicos. En estas circunstancias el desarrollo endógeno supera los límites hacia un conjunto de saberes e identidades culturales las cuales son valiosas, pero poco aprovechadas, y pasan a manifestarse en prácticas productivas y comerciales específicos que benefician el crecimiento económico de los artesanos en Valdivia.

6.2. Recomendaciones

1. En cada pieza del calzado es recomendable que se coloque una etiqueta, la cual contenga el nombre del taller con un código QR el cual pueda dirigir al cliente hacia una ficha donde se de publicidad a las creaciones del artesano. En la ficha se pueden

incluir el origen de los materiales, una pequeña explicación del proceso de creación del producto e incluso un video corto del lugar de elaboración es decir del taller. Con esta información se da paso a poder diferenciar el calzado artesanal de otros productos y se permite la justificación de precios más altos, reduciendo las dudas que se puedan generar antes de la compra del producto, también se permite que los nuevos clientes puedan comprender de una manera más practica el por qué este producto mantiene un precio superior frente a las alternativas industriales de bajos costos.

2. Se debe incorporar la personalización como una parte formal dentro de la oferta comercial y la misma no debe tener un trato difícil de cotizar. Por ende, se sugiere la elaboración de catálogos factibles, los cuales contengan como mínimo tres modelos, indicando el costo de estos y definiendo el tiempo de entrega, dejando por escrito las especificaciones acordadas antes de poder iniciar la fabricación. De esta manera se cuida las ganancias, se mengua los retrocesos, se reduce la inquietud de ambas partes y el cliente puede tener conocimiento total para tomar decisiones, comprando por menos en comparación a productos ofrecidos dentro de plataformas digitales.
3. Para potenciar los costos de producción, es recomendable que todos los talleres se organicen para la adquisición de comprar del insumo. Con la creación de un calendario mensual para la adquisición, criterios de calidad de insumos y recomendar proveedores confiables los cuales permitan reunir volúmenes altos para adaptar sus productos a mejores precios. Con esto se reduce la inestabilidad en la calidad de los materiales y no se genera pérdidas ni reclamos, más bien se estabilizan costos y esto puede designar para mejoras del acabado, el empaquetado y los tiempos de entrega, sin perjudicar un precio elevado al final.
4. Para potenciar los costos de producción, es recomendable que todos los talleres se organicen para la adquisición de comprar del insumo. Con la creación de un calendario mensual para la adquisición, criterios de calidad de insumos y recomendar proveedores confiables los cuales permitan reunir volúmenes altos para adaptar sus productos a mejores precios. Con esto se reduce la inestabilidad en la calidad de los materiales y no se genera pérdidas ni reclamos, más bien se estabilizan costos y esto puede designar para mejoras del acabado, el empaquetado y los tiempos de entrega, sin perjudicar un precio elevado al final.

5. El proceso productivo se debe ordenar para que así pueda contribuir de manera directa la mejora para los talleres y su desempeño. Se recomienda que se plantee una lista de tareas por etapas, es decir tiempos referenciales según el tipo de creación por pieza y un control básico para identificar, medir e incluso reducir durante el procedimiento y una hoja de datos el cual se va completando en cada pedido. Calculando y documentando se permite identificar atascos en el proceso e incluso en las planificaciones con mayor precisión, disminuyendo la reelaboración y determinar una base de datos el cual pueda apoyar las decisiones sobre el costo y gastos. Así se permite reforzar la estabilidad del taller y posibilitan costear los ingresos aun cuando existan tiempo donde la demanda baja.
6. La existencia de la digitalización en el taller se puede profesionalizar a través de páginas o perfiles los cuales permitan reunir fotos de los productos, dar a conocer precios y medios de pago, las reformas de políticas y garantías vigentes. Integrando un protocolo de respuesta inmediata y transmisiones en vivo por medio de las redes sociales de manera continua, donde se muestre la elaboración de este, con la viabilidad de que aquellas visualizaciones se conviertan en ventas. Manteniendo una presencia digital contante y sólida, siendo factor clave para exponer y potenciar la autenticidad del producto, expandiendo los clientes más allá del círculo habitual.
7. La existencia de la digitalización en el taller se puede profesionalizar a través de páginas o perfiles los cuales permitan reunir fotos de los productos, dar a conocer precios y medios de pago, las reformas de políticas y garantías vigentes. Integrando un protocolo de respuesta inmediata y transmisiones en vivo por medio de las redes sociales de manera continua, donde se muestre la elaboración de este, con la viabilidad de que aquellas visualizaciones se conviertan en ventas. Manteniendo una presencia digital contante y sólida, siendo factor clave para exponer y potenciar la autenticidad del producto, expandiendo los clientes más allá del círculo habitual.

8. Cultivar una relación continua con los clientes presentara beneficios a largo plazo. Por ende, es recomendable que se lleve un registro sencillo de los números de contacto, para poder enviar de manera ocasional recordatorios sobre información y novedades, solicitar reseñas con imágenes a los clientes respecto al producto en uso y diseñar políticas de post venta concisa. Con este enfoque se aumentan las posibilidades de que los clientes retornen y a su vez lleguen más, debido a que estas reseñas favorecen y refuerzan la identidad del taller, presentándose como una marca de calidad frente a ofertas y marcas genéricas, pero a menores precios.

9. Para poder mitigar la variación en ventas, se recomienda implementar una ampliación en los catálogos con respecto a la variedad del producto que se ofrece. Esto se puede lograr creando ensayos a escalas pequeñas, mezclando materiales los cuales el taller ya maneja y creando diseños especiales para fechas festivas. Cada una de estas pruebas se debe evaluar y registrar los resultados obtenidos, así se permite reconocer los productos con mayor afinidad y aceptación y no se generas productos en stock, se da paso a vender productos realmente solicitados y se evita la competencia hacia productos con precios industrializados.

REFERENCIAS

- Akhtar, N., Gupta, P., & Alsabban, A. (2025). Unveiling the impact of counterfeit tourism products on perceived tourists' betrayal and psychological distress. *Tourism Recreation Research*. doi:10.1080/02508281.2025.2477702
- Banoy, W. (2022). Comprensión lectora en el proceso de enseñanza–aprendizaje de la población estudiantil. *Revista Temas y Debates en Educación*, 15, 59–78. Obtenido de <https://ve.scielo.org/pdf/rted/v15n1/2665-0266-rted-15-01-59.pdf>
- Bueno, M. (2022). Las TIC como mediadoras didácticas en los procesos de enseñanza–aprendizaje. *Revista EDUCARE*, 26, 1–21. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2665-02662022000600036&script=sci_arttext
- Daskalopoulou, I., Tamba, I., & Vlados, C. (2023). Social entrepreneurship and social capital: A review of impact research. *Sustainability*, 15, 4787. doi:10.3390/su15064787
- Deshmukh, D., Rajput, C., Das, S., & Alam, M. (2024). Sustainability and livelihood of small-scale handicraft producers in India: A SWOT analysis of Dhokra artisans. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101160. doi:10.1016/j.ssaho.2024.101160
- Duan, Z., Tan, S.-K., Choon, S.-W., & Zhang, M. (2023). Crafting a place-based souvenir for sustaining cultural heritage. *Heliyon*, 9, e15761. doi:10.1016/j.heliyon.2023.e15761
- Eversole, R., & Campbell, P. (2023). Building the plane in the air: Articulating neo-endogenous rural development from the ground up. *Journal of Rural Studies*, 101, 103043. doi:10.1016/j.jrurstud.2023.103043
- Fernández, D., Prados, M. B., García, A. M., & Molina, V. (2023). Crafts as a key factor in local development: Bibliometric analysis. *Heliyon*, 9, e13039. doi:10.1016/j.heliyon.2023.e13039
- Goya, D. (2024). Marshallian and Jacobian externalities in creative industries: Evidence from Chile. *Papers in Regional Science*, 103, 100028. doi:10.1016/j.pirs.2024.100028
- Hasanah, D., Honestiviana, N., Nugroho, P., & Robby L, R. (2023). The evolution of artisan entrepreneurship: A systematic review and future research agenda. *Journal of Enterprising Communities*, 17, 1431–1459. doi:10.1108/JEC-05-2021-0061
- Hasanah, U., Sukoco, B., & Wu, W.-Y. (2023). Fifty years of artisan entrepreneurship: A systematic literature review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 47. doi:10.1186/s13731-023-00308-w
- JNDA. (2023). *Plan Estratégico Institucional JNDA 2021–2025*. Obtenido

de <https://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2023/06/PLAN-ESTRAT%C3%89GICO-INSTITUCIONAL-JNDA-2021-2025.pdf>

- Katongole, C., Bananuka, J., Mayanja, R., & Nkundabanyanga, S. (2024). *Practices and challenges of cultural handicraft producers in a developing country: Evidence from Uganda*. Obtenido de *Tourism and Hospitality Research*.: <https://doi.org/10.1177/14673584241312858>
- Martínez, F. M. (2024). Efecto del valor percibido funcional sobre la intención de compra en el comercio minorista. *Estudios de la Gestión*, e7. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/eg/article/view/3983>
- Novikova, M. (2022). Social innovation impacts and their assessment. *Social Sciences*, 11, 122. doi:10.3390/socsci11030122
- Novikova, M. (2022). Social innovation impacts and their assessment. *Social Sciences*, 11, 11(3), 122. doi:<https://doi.org/10.3390/socsci11030122>
- Pacotaípe, R. (2024). Experiencias del servicio digital en gestión documentaria. *Revista EDUCARE*, 26, 258–270. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2665-02662024000200258&script=sci_arttext
- Qiu, L., Rahman, A., & Dolah, M. (2024). The role of souvenirs in enhancing local cultural sustainability: A systematic literature review. *Sustainability*, 16, 3893. doi:10.3390/su16103893
- Ramírez, J. A. (2025). *Estudio de las cadenas operativas y la producción de la alfombra artesanal en la parroquia El Rosario, cantón Guano*. Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido https://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/15368/1/Ramirez_S.%2CJanneth_A._%282025%29Estudio%20de%20las%20cadenas%20operativas%20y%20la%20producci%C3%B3n%20de%20la%20Alfombra%20artesanal%20en%20la%20parroquia%20El%20Rosario%20can%20to%20Guano%20%281%29.pdf
- Roy, S., & Mohapatra, S. (2023). Exploring the culture–creativity–innovation triad in the handicraft industry using an interpretive approach. *Journal of Business Research*, 156, 113460. doi:10.1016/j.jbusres.2022.113460
- Ruiz, E. G. (2024). Políticas públicas en salud y su influencia en la calidad de la atención. *Revista EDUCARE*, 26, 323–339. Obtenido de

- https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2960-24672024000100323&script=sci_arttext
- Sinche, F. V. (2023). Implicancia de la fenomenología social y el paradigma socio-crítico en la investigación universitaria. *Revista EDUCARE*, 25, 311–329. Obtenido de https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S2960-24672023000100311&script=sci_arttext
- Su, L., Lai, Z., & Huang, Y. (2024). How do tourism souvenir purchasing channels impact tourists' intention to purchase? The moderating role of souvenir authenticity. *Journal of Travel Research*, 63, 1527–1548. doi:10.1177/00472875231195062
- UNEMI. (2021). *Alcance de la investigación: Exploratorio y descriptivo (Compendio metodológico)*. Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2021/08/12/archivocompendio_202181223225.pdf
- UNESCO. (2022). *Basic texts of the 2003 Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage (8th ed.)*. Obtenido de <https://ich.unesco.org/en/basic-texts>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Creative economy outlook 2024*.
- World Bank. (2025). *GDP (annual % growth) — Metadata glossary*. Obtenido de <https://databank.worldbank.org/metadataglossary/world-development-indicators/series/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>
- Yadav, S., Patoju, S., & Yadaveni, S. (2022). Dhokra craft: Socio-economic conditions of artisans, economics and marketing challenges in Kondagaon district of Chhattisgarh state, India. *Creative Industries Journal*, 17, 1–17. doi:10.1080/17510694.2022.2133450
- Zaldívar, Y., Dean, C. G., del Arco, A. L., & Montero, J. L. (2024). Metodología para seleccionar el equipamiento técnico en el proceso productivo de elixir de ron. *Ingeniería*, 34. doi:10.15517/ri.v34i2.58883
- Zhu, Q., Rahman, R., Alli, H., & Effendi, R. (2023). Souvenirs development related to cultural heritage: A thematic review. *Sustainability*, 15, 29

ANEXOS

Guía de entrevista

GUÍA DE ENTREVISTA (PARA ARTESANOS DE LA COMUNA VALDIVIA)

Propósito: explorar cómo el desarrollo endógeno se vincula con el crecimiento económico de los artesanos y cómo las plataformas internacionales de bajo costo inciden en esa relación. La guía combina preguntas base y preguntas de sondeo para profundizar.

Bloque A. Datos contextuales del taller

¿Desde cuándo se dedica a la elaboración artesanal y cuántas personas participan actualmente en su taller? (Sondeos: tiempo, dedicación, tareas)

¿Cuáles son los principales productos y materiales que trabaja? (Sondeos: origen de insumos, variaciones por temporada)

Bloque B. Desarrollo endógeno: identidad, redes y aprendizaje

¿Qué elementos considera propios o distintivos de sus piezas? (Sondeos: símbolos, técnicas, historias)

¿Con quiénes colabora para conseguir insumos o vender (otros artesanos, comercios, ferias, programas)? (Sondeos: acuerdos, apoyo mutuo)

¿Cómo aprendió el oficio y cómo lo transmite a otros? (Sondeos: maestros, aprendices, talleres, cambios recientes)

Bloque C. Organización, encadenamientos y apoyos

¿Participa en alguna asociación u organización? ¿Qué beneficios concretos ha recibido? (Sondeos: compras conjuntas, capacitación)

¿Qué tan estables son sus proveedores y canales logísticos? (Sondeos: precios, plazos, calidad)

¿Ha recibido capacitación o asistencia en el último año? ¿Qué utilidad tuvo? (Sondeos: temas, aplicación práctica)

Bloque D. Comercialización y comunicación del valor

¿Dónde vende con mayor frecuencia (ferias, local, redes sociales, marketplaces)? (Sondeos: ticket promedio, repetición de compra)

¿Cómo comunica la autenticidad y procedencia de sus productos? (Sondeos: etiquetas, relatos, demostraciones)

Bloque E. Competencia de plataformas internacionales

¿Percibe que sus clientes comparan sus precios con productos más baratos de internet? (Sondeos: ejemplos, frecuencia)

¿En qué aspectos siente mayor presión (precio, diseño, tiempos de entrega, devoluciones)? (Sondeos: casos recientes)

¿Qué estrategias ha probado para responder a esa competencia? (Sondeos: diferenciación, paquetes, pedidos a medida)

Bloque F. Resultados económicos y continuidad

En el último año, ¿cómo han variado sus ventas e ingresos provenientes de la artesanía? (Sondeos: meses altos/bajos)

¿Ha diversificado productos o canales? ¿Con qué resultados? (Sondeos: nuevas líneas, mercados)

¿Qué necesitaría para mejorar ingresos y estabilidad del trabajo en los próximos meses? (Sondeos: apoyos, equipo, formación)

Cierre: agradecer, verificar permiso para grabar, explicar uso de la información, y ofrecer devolución de resultados a participantes.