



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONOMICAS**  
**CARRERA DE ECONOMIA**

**TEMA:**

“APORTE DE LA ECONOMÍA NARANJA. ESTUDIO DE  
CASO: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTOS  
ARTESANALES DE SAN ANTONIO DE IBARRA”

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE ECONOMISTA**

**AUTORA:**

López Tulcán Alba Nely

**DIRECTOR(A):**

Eco. Dávalos Gonzales Vicente Xavier

**Ibarra, 2023**

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de director de Trabajo de Grado presentado por la egresada **ALBA NELY LOPEZ TULCAN**, para optar por el título de **ECONOMISTA**, cuyo tema es **“APORTE DE LA ECONOMÍA NARANJA. ESTUDIO DE CASO: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DE SAN ANTONIO DE IBARRA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evolución por parte del tribunal examinador que designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de abril del 2023.

**VICENTE XAVIER  
DAVALOS  
GONZALES**

VICENTE XAVIER DAVALOS GONZALES  
c=EC, emailNumber=170688802, id=DAVALOS  
GONZALES, co=VICENTE XAVIER DAVALOS  
GONZALES, t=61, A.1.1.746215 A-170688802,  
name=Vicente Xavier Davalos G. (FRMA),  
givenName=VICENTE XAVIER,  
mailto=xdavalos2011@gmail.com, o=Vicente  
G. Davalos

.....

Doctor Xavier Davalos G. PhD

**DIRECTOR TRABAJO DE GRADO**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	040198178-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	López Tulcán Alba Nely		
DIRECCIÓN:	San Antonio de Ibarra- San Agustín		
EMAIL:	anlopezt@utn.ede.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0959752766

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Aporte de la Economía Naranja. Estudio de caso: innovación y emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra
AUTOR (ES):	López Tulcán Alba Nely
FECHA: DD/MM/AAAA	26/04/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Economista.
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Xavier Davalos

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 13 días del mes de JUNIO de 2023

EL AUTOR:

Alba Nely López Tulcán

## **Resumen**

La economía naranja ha surgido como una alternativa a los modelos económicos tradicionales, mediante el uso de la creatividad e innovación. Los emprendimientos artesanales en San Antonio de Ibarra son una de las principales fuentes de ingreso de la parroquia, sin embargo, existe desconocimiento del gran potencial de esta economía, debido a la falta de estudios en cuanto al grado de innovación de los emprendimientos artesanales de la zona, así como también, las causas o barreras que impiden innovar en los bienes y servicios creativos. La presente investigación tiene como objetivo determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra. El estudio tiene un enfoque mixto, de tipo descriptivo y explicativo con corte transversal con una encuesta en el periodo junio-julio 2022, dirigida a los miembros de las cinco asociaciones artesanales de la parroquia, información validada con cuatro modelos Probit. Los principales resultados encontrados fueron los siguientes: la innovación en productos, más que en servicios o procesos, son los más implementados en los emprendimientos; a mayor grado de conocimiento en I+D los emprendimientos artesanales incrementan la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación (producto, proceso o servicio).

## **Abstract**

The orange economy has emerged as an alternative to traditional economic models, through the use of creativity and innovation. The artisan enterprises in San Antonio de Ibarra are one of the main sources of income for the parish, however, there is a lack of knowledge of the great potential of this economy, due to the lack of studies regarding the degree of innovation of the artisan enterprises of the area, as well as the causes or barriers that prevent innovation in creative goods and services. The objective of this research is to determine the incidence of innovation in the artisan enterprises of San Antonio de Ibarra. The study has a mixed, descriptive and explanatory approach with a cross section with a survey in the period June-July 2022, aimed at members of the five artisan associations of the parish, information validated with four Probit models. The main results found were the following: innovation in products, more than in services or processes, are the most implemented in enterprises; The greater the degree of knowledge in R&D, the artisan ventures increase the probability of introducing any type of innovation (product, process or service).

**Palabras claves:** economía naranja, innovación, creatividad, emprendimientos.

## **Dedicatoria**

*Agradezco a Dios y mi ángel de la guarda por siempre guiar mi camino por fortalecer mi alma y permitirme culminar esta etapa universitaria.*

*Dedico mi tesis a mis padres Alirio López y Marlene Guzmán que han sido la base fundamental para que siempre cumpla mis metas. A mis hermanos William, Jesús y Stalin por brindarme su apoyo incondicional.*

*Mis más sinceros agradecimientos a cada docente que me brindo sus conocimientos y me permitió formarme de manera personal y profesional.*

*En el camino conocemos a muchas personas y algunas de ellas se quedan toda la vida, gracias a mis amigos: Vanesa O, Gandhi H, Alejandra C, Cristian Guandinango, Andrea V, Jhuliza M y Lisbeth S.*

*Es grato agradecer a cada persona que formo parte de esta gran trayectoria, sus consejos y apoyo me permitieron llegar a mi “**Gran día**”.*

## Índice de Contenido

Resumen.....	4
Dedicatoria.....	5
Introducción.....	9
Antecedentes.....	9
Formulación del Problema.....	10
Pregunta de Investigación.....	10
Objetivos.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos.....	11
Justificación.....	12
Capítulo I: Marco Teórico.....	14
1.1. Economía naranja.....	14
1.2. Teorías de desarrollo.....	15
1.3. Teoría de la innovación.....	16
1.3.1. Clasificación de la innovación.....	16
1.3.2. Tipos de Innovación.....	17
1.3.3. Factores determinantes de la Innovación.....	18
1.3.4. Barreras de la innovación.....	19
1.4. Origen cultural.....	19
1.4.1 Tipos de emprendimientos artesanales.....	20
1.5. Marco Legal.....	20
1.6. Marco Empírico.....	23
Capítulo II: Metodología.....	26
2.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	26
2.3. Población y Muestra.....	26
2.4. Instrumento de Investigación.....	27
2.5. Método de Análisis de los Datos.....	27

2.6. Especificación de los modelos .....	29
2.6.1. Modelos económicos .....	29
2.6.2. Modelos econométricos .....	30
Capítulo III: Análisis y Discusión de Resultados .....	31
3.1. Estimación de los Modelos Econométricos .....	32
3.1.1. Estimación Modelo 1: Innovación .....	32
3.1.2. Estimación Modelo 2: Innovación en Producto .....	33
3.1.3. Estimación Modelo 3: Innovación en proceso .....	33
3.1.4. Estimación Modelo 4: Innovación en servicios .....	34
3.2. Validación de Supuestos .....	35
3.3. Interpretación del Modelo Econométrico .....	35
3.3.1. Innovación.....	36
3.3.2. Innovación en el producto.....	36
3.3.3. Innovación en los procesos .....	37
3.3.4. Innovación en los servicios .....	37
3.4. Discusión de resultado .....	38
Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones .....	40
Bibliografía .....	42
Anexos .....	45
Encuesta .....	45

### Índice de Tablas

<b>Tabla 1:</b> Tipos de Innovación .....	17
<b>Tabla 2:</b> Factores determinantes de la innovación.....	18
<b>Tabla 3:</b> Estudios realizados. ....	24
<b>Tabla 4:</b> Población: distribución de los miembros en las asociaciones. ....	26
<b>Tabla 5:</b> Descripción de las variables del modelo. ....	28
<b>Tabla 6:</b> Tabulación de las variables dependientes (dummy).....	31
<b>Tabla 7:</b> Tabulación de las variables independientes (dummy).....	31
<b>Tabla 8:</b> Estimación del modelo 1 .....	32

<b>Tabla 9:</b> Estimación del modelo 2 .....	33
<b>Tabla 10:</b> Estimación del modelo econométrico3.....	34
<b>Tabla 11:</b> Estimación del modelo econométrico 4.....	34
<b>Tabla 12:</b> Validación de supuestos de los modelos .....	35
<b>Tabla 13:</b> Efecto marginal modelo econométrico 1.....	36
<b>Tabla 14:</b> Efecto marginal modelo econométrico 2.....	36
<b>Tabla 15:</b> Efecto marginal modelo econométrico 3.....	37
<b>Tabla 16:</b> Efecto marginal modelo econométrico 4.....	37



## **Introducción**

### **Antecedentes**

La economía naranja o creativa es un tema que ha venido creciendo con fuerza en los últimos años. A nivel global el sector creativo y cultural representa el 3% del PIB mundial, genera 2,25 billones de dólares y emplea alrededor de 30 millones de personas en el mundo (UNESCO, 2021), mejorando así la calidad de vida de las personas, por ende, generando desarrollo. De acuerdo con el Informe de Economía Creativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, China es un caso exitoso de economía naranja, puesto que, ha sido el mayor exportador e importador de bienes y servicios creativos en la última década y media. De hecho, el incremento del comercio de bienes creativos China del 2002 al 2015 ha sido exponencial, con tasas de crecimiento anual promedio del 14%, pasando de \$32.000 a \$191.400 millones de dólares en este período (UNCTAD, 2018).

Latinoamérica se encuentra encaminada a potenciar la economía naranja puesto que según cifras de (EY et al., 2015), el sector creativo representa el 2,2% del PIB de América Latina y el Caribe, y genera 1,9 millones de empleos en la región, convirtiéndose en una alternativa de fomento creativo e intelectual generador de desarrollo. Dentro de la economía naranja, las industrias creativas generan entradas a través del comercio y los derechos de propiedad intelectual, estableciendo nuevas oportunidades, en particular para las pequeñas y medianas empresas. Colombia ha sido el país de Latinoamérica que más ha fomentado la economía creativa, contando una gran cantidad de negocios de economía naranja donde el 56,9% se ha establecido con un funcionamiento superior a los 5 años. Así mismo para el 2019 Colombia tiene la participación del 3% del valor agregado en la economía naranja y ocupa al 2,68% de la población en este sector de acuerdo con Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020).

El Ecuador de igual manera ha fomentado la economía naranja mediante leyes, políticas y planes destinados a emprendimientos y actividades que impulsen el arte y la cultura, con lo cual ha logrado la participación de la economía naranja del 1,93% del PIB y espera alcanzar el 3% del PIB (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019). Según Torre (2021) las actividades culturales que contribuyen al PIB inciden en un 2,06% en el desarrollo económico del Ecuador, donde el factor clave en el ámbito de la creatividad y cultura es el internet, puesto que en el 2018 el gasto de los hogares en cultura en Ecuador ascendió al 4.6%, de la misma manera, se han reforzado las capacidades en los derechos de propiedad intelectual y fortalecido la cadena

productiva y comercialización. Sin embargo, aún existen dificultades para esta economía debido a que al ser la economía naranja poco conocida y abordada en el país, carece de estructura definida que organice y oriente las actividades hacia un ecosistema de creatividad e innovación que dinamice el sector y atraiga la inversión (Moran, 2020), Por lo tanto, se evidencia la importancia fortalecer la I+D en el sector económico creativo a nivel nacional.

El presente trabajo de investigación se encuentra organizado en cuatro capítulos. El capítulo I contiene una revisión teórica con enfoques conceptuales sobre economía naranja e innovación en el sector artesanal. En el capítulo II se analizará la metodología e instrumentos utilizados para la estimación del modelo econométrico Probit, mediante las variables: innovación (en producto, servicio, proceso), genero, edad, años de creación, educación superior, tamaño (número de personas), I+D, cooperación (con actores públicos o privados) y, nacional (venta en el mercado nacional). En el capítulo III se muestra los resultados obtenidos a través de la estimación del modelo Probit para determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra. Finalmente, en el capítulo IV se presentan las conclusiones y recomendaciones obtenidas en la investigación.

### **Formulación del Problema**

Con los antecedentes expuestos se puede identificar la importancia de la economía naranja en el desarrollo económico de un país, cabe recalcar que este tipo de economía debe ir acorde con las exigencias del mercado y debe acoplarse a la globalización. En el caso de la actividad artesanal, también requiere intelecto, creatividad e innovación para mejorar el potencial existente en los emprendimientos que forman parte de la economía naranja. San Antonio de Ibarra, es una parroquia que basa su economía en el arte y cultura patrimonial, sin embargo, existe falta de información sobre el grado de innovación de los emprendimientos artesanales y sus prácticas.

### **Pregunta de Investigación**

¿Cómo incide la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra

### **Objetivos Específicos**

- Describir el origen cultural de San Antonio de Ibarra y los tipos de emprendimientos artesanales existentes en la zona.
- Caracterizar los factores de la innovación presentes en los emprendimientos artesanales de San Antonio.
- Evaluar la influencia de los factores de innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra.

## **Justificación**

La presente investigación justifica su desarrollo debido a que en los últimos años se ha buscado impulsar economías alternativas que permitan tener un nuevo horizonte de los modelos económicos tradicionales, por lo cual, han surgido nuevas economías con el objetivo de generar más que crecimiento económico, desarrollo de forma sostenible y sustentable. La economía naranja o creativa es una de ellas y ha venido creciendo con fuerza, posicionándose en el mercado debido a que, transforma ideas en bienes y servicios que generan ingresos utilizando principalmente la innovación y creatividad. La parroquia San Antonio perteneciente al cantón Ibarra será el área de estudio, debido a que es conocida por su riqueza artesanal y escultural, así como también por el gran número de emprendimientos en actividades de contenido cultural, artístico y patrimonial. La cabecera parroquial cuenta con centros de formación de artesanos, escultores y artistas, lo cual inició con la creación del liceo artístico, donde se imparte conocimiento en pintura, escultura, tallado y carpintería.

En la actualidad los emprendimientos artesanales en San Antonio de Ibarra involucran a las familias y a la comunidad en general, sin embargo, existe un gran déficit de información en cuanto a economía naranja, su potencial y como puede aplicarse la innovación para lograr mejoras sustanciales en la zona. Para la economía naranja la innovación es un tema crucial debido a que marca la diferencia entre el éxito y fracaso, sin embargo uno de los principales errores al hablar de innovación es asociarla de manera equívoca a los avances tecnológicos o la invención, puesto que va más allá de eso (Fundación de la Innovación Bankinter, 2010). Según la investigación de Vásquez Ponce et al., (2022) la innovación se ha posicionado como un elemento diferenciador en las modalidades de negocio al interior de las organizaciones, y hoy en día los emprendedores artesanos no hacen uso de los modelos de negocios y la innovación, temas fundamentales a aplicar, puesto que, mediante ellos se pueden obtener beneficios dentro de las mismas, tales como diseñar su producto darle el toque más llamativo hacia sus clientes, saber cómo poder distribuir su producto o darlo a conocer ya sea a nivel local o nacional.

Con la presente investigación se pretende contribuir con el análisis de la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra, debido a la falta de estudios que presenten información en cuanto al grado de innovación de los emprendimientos artesanales de la zona, así como también se desconocen las causas o barreras que impiden innovar en los bienes y servicios creativos. El conocimiento de esta información

es importante puesto que, a partir de esto se podría determinar cuál es el tipo de innovación que más funciona en la parroquia, así como también le brindaría las herramientas necesarias al Gobierno Autónomo descentralizado de San Antonio para poder tomar mejores decisiones de políticas y estrategias locales que fomenten la innovación en dichos emprendimientos, aportando a generar mejoras sustanciales en las ventas, lograr posicionamiento en el mercado, internacionalizar los bienes y servicios creativos y así lograr un verdadero desarrollo naranja.

La economía naranja es un tema importante y de interés, sin embargo, es un tema poco estudiado a nivel microeconómico, en especial en la localidad de San Antonio. Por ende, las principales limitantes de la investigación son: la desactualización de datos de la parroquia en cuanto a información económica del sector artesanal; así mismo, la falta de indicadores definidos que permitan medir el grado de innovación en las industrias y emprendimientos creativos, lo cual impide aplicar un método de cálculo o modelado económico exacto; y finalmente la mayoría de emprendimientos no llevan contabilidad, por lo cual no poseen cifras de cuanto venden al mes, cuánto dinero destinan a innovar, cuáles son sus ganancias, etc.

## Capítulo I: Marco Teórico

La economía naranja es un tema que ha ido tomando gran importancia a nivel mundial, así como también en los países en desarrollo que intentan potenciar esta industria que genera ingresos de manera sostenible. En el Ecuador, este tema ha sido poco estudiado e incluso posee desconocimiento en los propios emprendedores y productores de estos bienes y servicios creativos. Por lo tanto, a continuación, se presentan conceptos y teorías claves para comprender y desarrollar adecuadamente la investigación.

### 1.1. Economía naranja

La economía naranja o también conocida como economía creativa fue definida por Howkins en 2001, la cual comprende los sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, TV y radio, y videojuegos (Buitrago & Duque, 2013, pp. 5).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, menciona que la economía creativa es un concepto en evolución, basado en la potencialidad de bienes creativos para generar crecimiento económico, empleo y al mismo tiempo promover inclusión social, diversidad cultural y desarrollo, relacionando múltiples áreas de la economía a niveles macro y micro económicos, a través de las industrias creativas que utilizan la creatividad y el capital intelectual para producir bienes tangibles y servicios intelectuales o artísticos intangibles servicios con contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado (UNCTAD, 2008, pp. 62-63).

De esta manera, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) fue la entidad que en 2008 ‘pintó’ de naranja al valor agregado que generan las industrias creativas y empresas culturales (Rojas, 2015), debido a que, así como la economía verde representa lo ambiental, la economía naranja representa a la creatividad, cultura, identidad y talento humano. Por lo tanto, la Economía naranja según Buitrago & Duque (2013) “Es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual” (pp. 40). Entonces se tiene que la economía naranja es la transformación de ideas en bienes y servicios creativos que generan ingresos a través de su valor agregado, a la persona o empresa que lo realiza.

La economía naranja de acuerdo con Buitrago & Duque (2013) está compuesta por lo siguiente:

- i) ***Economía Cultural:*** son actividades artísticas tradicionales, industrias culturales convencionales y, aquellas actividades relativas a la construcción de un patrimonio cultural y su transmisión, como artes visuales, artes escénicas, espectáculos, artesanías, antigüedades, productos típicos, museos, arquitectura, fiestas tradicionales, educación artística y cultural, etc.
- ii) ***Industrias Creativas:*** son una colección de las industrias culturales tradicionales y el grupo de creaciones funcionales, nuevos medios y software.
- iii) ***Industrias Culturales Convencionales:*** son actividades que proporcionan bienes y servicios basados en los contenidos simbólicos artísticos y creativos, que pueden ser reproducidos y/o difundidos masivamente, y que son tradicionalmente se consideran estrechamente relación con la cultura como son la industria editorial y la audiovisual (Buitrago & Duque, 2013, pp. 40).

Adicional a esto, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) menciona un punto importante, el cual es que las industrias que se dedican a la creación, producción y fabricación, interpretación o ejecución, radiodifusión, comunicación y exhibición, o distribución y venta de obras y otro material protegido dependen en gran magnitud de los derechos de autor, esto debido a que los costos de producción de la economía creativa son complicados de calcular, puesto que la principal materia prima utilizada para su creación es el talento humano (Benavente & Grazi, 2017, pp. 12)

## **1.2. Teorías de desarrollo**

Las teorías del desarrollo económico van más allá de la generación de riqueza y consideran que el crecimiento económico forma parte de los elementos del desarrollo, donde éste es visto con una perspectiva más integral tomando en cuenta otras áreas como la humanística y la ambiental (Cárdenas Gómez & Michel Nava, 2018). En la actualidad, la economía naranja se reconoce cada vez más como un importante motor del desarrollo económico (Potts & Morrison, 2009), puesto que aporta a la economía a través del crecimiento del PIB, productividad, creación de empleo, fomento de las inversiones y como resultado de esta dinámica económica dotar una mejor calidad de vida para las personas de este sector.

De esta manera, la Teoría del desarrollo económico de Schumpeter menciona que existen dos tipos de cambios económicos, los cambios exógenos que son causados por factores sociales o políticos y, los cambios endógenos que son el resultado de la dinámica de desarrollo del sistema capitalista, el cual genera desarrollo económico por medio de la innovación y los cambios tecnológicos (Quevedo, 2019). Así mismo Amartya Sen menciona que para que exista

desarrollo en una sociedad se debe analizar el nivel de vida de quienes la integran, debido a que no puede considerarse que hay desarrollo sin tener en cuenta la calidad de vida y el progreso de los individuos que conforman la sociedad (London & Formichella, 2006).

En este punto se puede observar que las teorías de desarrollo toman en cuenta al ser humano y su bienestar, así como también mencionan que para que exista desarrollo se deben producir cambios. En el caso de la economía naranja, los cambios que más predominan son los endógenos donde se encuentra la innovación y la tecnología, factores importantes que, al ser aplicados en la industria creativa, genera mayor atracción de demanda, a su vez incremento de la producción, plazas de empleo y mejoras integrales en la calidad de vida de la población.

### **1.3. Teoría de la innovación**

Schumpeter (1934), menciona que la innovación tiene lugar cuando se introduce un nuevo bien o se da un cambio en el nivel de calidad, cuando se introduce un nuevo método de producción, se abre un nuevo mercado, se conquista una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o de bienes semi -manufacturados, o cuando se crea una nueva organización (Díaz Pichardo et al., 2017). La innovación no es un fin en sí mismo, sino un medio para el crecimiento económico, el desarrollo y la adaptación. Según los modelos “schumpeterianos” el crecimiento económico y cambio proviene del interior de las empresas que conducen a la creación de industrias y mercados a través de su dinámica de competencia y colaboración, donde el crecimiento económico no es más que el producto de una trayectoria de innovación (Potts & Morrison, 2009).

#### **1.3.1. Clasificación de la innovación**

De acuerdo con la teoría de la innovación dos tipos de innovación: la innovación incremental que según Schumpeter (1939), contribuye al proceso de cambio de las organizaciones, ajustándose a la limitada disponibilidad de recursos y a los requerimientos del mercado, constituyendo el desarrollo de mejoras significativas en los productos o procesos ya conocidos y, la utilización de nuevos materiales para su elaboración. Este tipo de innovación puede contener elementos técnicos y tecnológicos, sin cambiar la esencia del producto original. El marketing y la innovación de procesos se pueden considerar como una innovación incremental, con base a la utilización de mejores habilidades creativas, la generación de nuevos métodos de fabricación y la adquisición de nuevas herramientas y equipos tecnológicos (Viñan Zabala, 2015). Sus desafíos radican en promover la lealtad a la marca, lograr controles de



calidad más precisos y mantener bajos los costos en el proceso de producción (Hall & Soskice, 2001).

Por otro lado, la innovación radical o drástica es concebida como el desarrollo de productos o procesos no existentes en el mercado. Es decir que el conocimiento tecnológico requerido para su desarrollo es muy diferente al existente en las organizaciones convencionales. La innovación radical es especialmente importante en servicios y sectores altamente dinámicos donde es necesario crear constantemente productos revolucionarios que los consumidores deseen y lograr distribuirlos de la manera más rápida como la tecnología audiovisual, el entretenimiento, la tecnología de la información, las telecomunicaciones, el software, la ingeniería, farmacéutica y la biotecnología. El sector artesanal se caracteriza por desarrollar en gran medida innovaciones de tipo incremental y en menor proporción innovaciones radicales, puesto que en este sector la introducción de nuevos productos no existentes en el mercado es muy limitado (Hall & Soskice, 2001; Viñan Zabala, 2015).

### **1.3.2. Tipos de Innovación**

Según Bloch (2007) existen cuatro tipos de innovación: de producto, de procesos, organizacional y de marketing como se muestra en la tabla 1.

**Tabla 1: Tipos de Innovación**

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
Innovación de producto	Es la incorporación de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado con respecto a sus características o usos preliminares. Mejoras significativas en las especificaciones técnicas, componentes y materiales, software integrado, facilidad de uso u otros parámetros funcionales.
Innovación de proceso	Es incorporar de un método de producción o entrega nuevo o significativamente mejorado. Esto incluye cambios significativos en técnicas, equipos y/o software.
Innovación organizacional	Es incorporar de un nuevo enfoque organizacional a las prácticas comerciales de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas.
Innovación de marketing	Es la implementación de un nuevo método de marketing que implica cambios significativos en el diseño o el empaque del producto, la ubicación del producto, la promoción del producto o el precio.

Nota: Elaboración propia a partir de Bloch, (2007).

En el caso de la competitividad del negocio artesanal, la innovación es medida a través de la adecuación de la mezcla comercial, la cual se conforma por cuatro dimensiones: diseño

del producto con respecto a la competencia, adecuación del precio, apoyo del canal y frecuencia publicitaria (Díaz Pichardo et al., 2017).

### 1.3.3. Factores determinantes de la Innovación

De acuerdo con Buitrago & Duque (2013) los factores de innovación de la economía naranja son: investigación, desarrollo, investigación creativa (I+D+i Naranja); formación técnica especializada en actividades creativas; gobernanza (institucionalidad) y derechos de propiedad intelectual y educación profesional creativa. Por otro lado, en la tabla 2 se presentan factores determinantes de la innovación considerados por otros autores:

**Tabla 2:** Factores determinantes de la innovación

Factor	Descripción
Tamaño de la empresa	La relación del tamaño de la empresa y la innovación es positiva, a mayor tamaño más ventas, oportunidad de financiamiento en I+D, más productividad, mano de obra, más capacidad de investigación y planificación.
Investigación y desarrollo (I+D)	La I+D y la innovación tienen un efecto positivo, pues la I+D es la principal fuente de generación de nuevos conocimientos que conducen a posteriores innovaciones. La I+D en el sector artesanal hace referencia al desarrollo experimental donde se aprovecha los conocimientos obtenidos de la experiencia y la práctica y su aplicación en la producción de nuevos materiales, productos, servicios o procesos.
Educación	A mayor educación, mayor innovación, un mayor nivel de escolaridad permite implementar mejoras innovadoras. Los artesanos más capacitados innovan más, a pesar de que la artesanía es en sí misma una actividad que conlleva productos y métodos tradicionales, la innovación permite incrementar la competitividad de los negocios artesanales frente a los mercados globales, ya que permite ofrecer, en cuanto a productos, una mayor variedad de temas, colores y formas, donde se fusionan lo antiguo y lo nuevo; lo local y lo global.
Género	La diversidad de género en las organizaciones requiere de la combinación e interacción de diversas ideas provenientes tanto de hombres como de mujeres. Esta combinación puede mejorar la creatividad y se constituye como fuente importante para el desarrollo de innovaciones.
Tecnología	Las oportunidades tecnológicas permiten tener facilidad de obtener resultados innovadores a un nivel asignado de recursos, con relación al potencial del avance de cada tecnología.

---

Cooperación	La cooperación es uno de los aspectos claves para el desarrollo de la innovación. En particular el trabajo conjunto con actores públicos y privados, centros tecnológicos, o a la vez con clientes y proveedores mejora el desempeño económico e innovador de las empresas.
Nuevos mercados, competitividad	En el contexto de la globalización, las empresas buscan acceder a nuevos mercados con la finalidad de diversificar su nivel de ventas. El acceso a un mayor número de mercados permite que las empresas obtengan mayores incentivos para innovar. Al disponer de un mercado más grande, los costes de la I+D empleados para el desarrollo de nuevos productos pueden ser amortizados con mayor rapidez.

---

Nota: Elaboración propia a partir de Viñan Zabala (2015); Díaz Pichardo et al. (2017).

#### ***1.3.4. Barreras de la innovación***

Las barreras de la innovación son factores que impiden llevar a cabo el proceso de innovar ya sea en procesos, el producto y la organización de las empresas. La perspectiva neoclásica considera que la innovación depende exclusivamente de la inversión en I+D que realizan las empresas donde las instituciones que influyen son el sistema de patentes y los subsidios públicos a la I+D; las barreras de la innovación de este enfoque radican en la falta de financiamiento, la dominación del mercado por empresas establecidas, la falta de derechos de propiedad intelectual y la dominación del mercado por empresas establecidas. Por otro lado, las barreras de innovación para la perspectiva Neo schumpeteriana son la falta de: información sobre tecnología, información del mercado, cooperación para la innovación, imagen de marca, personal cualificado (Viñan Zabala, 2015).

#### **1.4. Origen cultural**

Después del terremoto de 1868 se empezó con la reconstrucción de varias imágenes religiosas en Ibarra, es aquí donde los hermanos Luis y Daniel Reyes aprenden este oficio de los maestros Rafael Troya y Luis Cadena. Este arte se fue expandiendo gracias a que los hermanos, a fines del siglo XIX, crearon un Liceo Artístico, en el lugar se enseñaron las técnicas de pintura y escultura. También recibieron una gran influencia de la estética consagrada por la Escuela Quiteña, que fueron principales referentes del arte en todo el país. En la actualidad existe un colegio y un instituto que llevan como nombre Daniel Reyes, es aquí donde se inició la formación de nuevos exponentes del arte de pintura, tallado y escultura, actividades que permitieron que San Antonio sea un referente intacto del arte durante muchos años. A través de los años se ha ido transmitiendo estos conocimientos y a la vez se han ido

implementando nuevas actividades artísticas que permiten engrandecer el conocimiento de cada artesano.

#### ***1.4.1 Tipos de emprendimientos artesanales.***

Los conocimientos empezaron con la pintura y escultura, pero en la actualidad los artesanos realizan varias actividades pertenecientes a la misma rama como son:

- Tallado en madera
- Carpintería y muebles en línea recta
- Escultura religiosa.
- Escultura contemporánea
- Escultura costumbrista
- Tejidos a mano.
- Orfebrería
- Tallado en piedra
- Objetos en cerámica.

#### **1.5. Marco Legal**

La economía creativa tiene varios enfoques a tratar debido a que se relaciona con varios ámbitos uno de ellos es el ámbito legal, el cual brinda las herramientas, pautas y derechos para reforzar al sector creativo, a la creatividad y la innovación. En la Constitución del Ecuador de acuerdo con la Asamblea Nacional (2008) el Art. 22 menciona que:

“Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría” (pp. 185).

Así mismo en la sección octava de la constitución desde el art. 385 al art. 388 menciona las responsabilidades, finalidades y organismos comprometidos con el fomento de la ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales que están fuertemente relacionados con la economía naranja. Según la Asamblea Nacional (2008) Art. 385.

“El sistema nacional de ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales, en el marco del respeto al ambiente, la naturaleza, la vida, las culturas y la soberanía, tendrá como finalidad: 1. Generar, adaptar y difundir conocimientos científicos y tecnológicos. 2. Recuperar, fortalecer y potenciar los saberes ancestrales. 3. Desarrollar tecnologías e innovaciones que impulsen la

producción nacional, eleven la eficiencia y productividad, mejoren la calidad de vida y contribuyan a la realización del buen vivir”. (pp. 185)

En concordancia con la Asamblea Nacional (2008) Art. 386.- “(...) El Estado, a través del organismo competente, coordinará el sistema, establecerá los objetivos y políticas, de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo, con la participación de los actores que lo conforman” (pp. 185). Por ello el Plan Nacional De Desarrollo (PND) juntos lo logramos menciona que es fundamental plantear estrategias de recuperación y fomento para las industrias culturales y creativas donde se incluyan temas relacionados con la economía naranja

El PND alineado con la Agenda 2030 en los Objetivos De Desarrollo Sostenible (ODS) plantea el Objetivo 8: Promover el crecimiento económico, inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos donde se tiene como meta:

“8.3. Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros”.

De la misma forma según el ODS 9: Industria, innovación e infraestructuras, se pretende potenciar economías dinámicas y competitivas que generen empleo e ingresos promoviendo nuevas tecnologías, comercio internacional y uso eficiente de recursos (Naciones Unidas, 2018), donde perfectamente se alinea con el objetivo de la economía naranja.

En este contexto de fomento de la economía creativa e innovación en los emprendimientos artesanales se tiene que la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación por su parte según la Asamblea Nacional (2020) tiene por objeto:

“Establecer el marco normativo que incentive y fomente el emprendimiento, la innovación y el desarrollo tecnológico, promoviendo la cultura emprendedora e implementando nuevas modalidades societarias y de financiamiento para fortalecer el ecosistema emprendedor. El ámbito de esta ley se circunscribe a todas las actividades de carácter público o privado, vinculadas con el desarrollo del emprendimiento y la innovación, en el marco de las diversas formas de economía pública, privada, mixta, popular y solidaria, cooperativista, asociativa, comunitaria y artesanal”.

La propiedad intelectual en Ecuador desde el 2016 es regulada por un cuerpo legislativo, democrático y equitativo, que pone como primer beneficiario a los sectores históricamente más invisibilizados. El Código Orgánico de la Economía Social del

Conocimiento, la Creatividad y la Innovación (COESC+i) conocido como INGENIOS, entró en vigor para reemplazar a una ley de propiedad intelectual que no cubrió las necesidades de los titulares de derechos, de la sociedad misma, y menos aún de los grupos artísticos y creativos (Asamblea Nacional, 2020). Según la Asamblea Nacional (2016):

“El COESC+i tiene por objeto normar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales, con la finalidad de establecer un marco legal en el que se estructure la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación. Se rigen por el presente Código todas las personas naturales, jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen actividades relacionadas a la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación”.

El Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividades (IFAIC) igualmente fue creado en el 2017, tal como lo señala el informe emitido por esta institución (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2020) citando el Art. 123 de la Ley de Cultura, señalando que es fundado con el propósito de ser la entidad comisionada con personería legal propia para el fomento de la creatividad, la innovación y las artes. Por otro lado, el (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2019) mediante sus boletines explica que el propósito del plan es estimular “el desarrollo de las iniciativas y empresas creativas dedicadas a la gestión y producción sostenible de bienes y servicios artísticos y culturales” de modo que se cumpla lo establecido en la Ley Orgánica de Cultura (LOC), así como un crecimiento del sector cultural para el 2021. Cabe destacar que, en la LOC artículo 3 literal d, señala como objeto:

“Reconocer e incentivar el aporte a la economía de las industrias culturales y creativas, y fortalecer sus dinámicas productivas, articulando la participación de los sectores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria”

Así mismo, según el Código Orgánico de Organización Territorial - COOTAD (2010), en el Art. 32 literal f, los Gobiernos Autónomos Descentralizados deberán “Determinar las políticas de investigación e innovación del conocimiento, desarrollo y transferencia de tecnologías necesarias para el desarrollo regional, en el marco de la planificación nacional”. Por ello, la presente investigación apunta a los objetivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural San Antonio de Ibarra (2015), que pretende para el 2035 cumplir el objetivo parroquial 2 que plantea:

“Mejorar la interrelación socio cultural de la población, mediante la oferta de servicios de calidad, educativos, salud, seguridad con adecuados recursos físicos,

tecnológicos, humanos que integren a todos los actores niños, jóvenes, mujeres, adulto mayor y personas con discapacidad, permitiendo el desarrollo de las manifestaciones cultural, artística que garantice la convivencia democrática y armónica de la parroquia”.

Para el planteamiento de este objetivo se basó en el cumplimiento de objetivos articulados al Plan Nacional de Desarrollo vinculado a cumplir uno de los tres ejes de prioridad nacional que es sustentabilidad patrimonial. En el área artesanal (tallado, pintura, escultura) de San Antonio de Ibarra, es una de las actividades económicas más relevantes que más allá de ser visto como una fuente de sustento, se ha vuelto una actividad de identidad cultural del sector, ya que este arte viene pasando de generación tras generación, acompañada de la innovación con nuevas técnicas (Gobierno Autónomo Descentralizado San Antonio de Ibarra, 2021, pp. 169).

Por consiguiente, según el Gobierno Autónomo Descentralizado San Antonio de Ibarra (2021) en el objetivo 5 busca Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria pretende fomentar el desarrollo sustentable de las actividades económicas productivas de la parroquia en cuanto al arte y la cultura; donde tendrá como acción fortalecer las organizaciones sociales dedicadas al tallado y pintura mediante un proceso de capacitación, en temas de innovación, difusión, administración y comercialización de su arte, que permita fortalecer los aspectos culturales de la Parroquia.

## **1.6. Marco Empírico**

La carencia de información sobre economía naranja en Ecuador ha provocado vacíos de información en cuanto a lo que funciona y lo que podría funcionar para potenciar esta economía creativa emergente en el país y más específicamente en San Antonio de Ibarra, por lo cual, en el presente estudio se ha tomado como base empírica investigaciones nacionales e internacionales como se muestra en la tabla 3.

**Tabla 3: Estudios realizados.**

<b>Tema</b>	<b>Autor</b>	<b>Año</b>	<b>Metodología</b>	<b>Resultado</b>
Innovación y Competitividad en el Sector Artesanal	René Díaz Patricia Sánchez Tatiana Henríquez	2017	Estudio cuantitativo, a través de un modelaje con ecuaciones estructurales.	Se fortalece un impacto positivo alto significativo de la innovación en la competencia de los negocios de artesanías. Los artesanos dan mayor importancia a la innovación de productos, seguida de la innovación organizacional, y dan menos importancia a la innovación en procesos, puede deberse a su apego a su tradición heredada o a que los cambios en los procesos implican cambios en maquinaria y técnicas de fabricación que exigen nuevas inversiones y capacitación. Los artesanos no le dan importancia al marketing.
Factores de innovación en negocios de artesanía de México	José Hernández María Domínguez Magdaleno Caballero	2007	Estudio cuantitativo con análisis correlacional y; regresiones MCO simples y múltiples.	El mayor efecto de innovación se da cuando el dueño del negocio es hombre. El conocimiento en el manejo del negocio es más importante que el formal en administración. Cuando el dueño ha cursado el nivel superior de estudios, tiene mayor grado de innovación en el producto y mayor calidad de vida. La tecnología (cantidad de máquinas manuales) no tiene efecto sobre la innovación. Los ingresos por venta de artesanía, el empaque y el precio del producto no afectan la innovación organizacional, pero si la innovación de producto y de proceso.
La economía creativa como estrategia de desarrollo económico en Ecuador.	Sisa Morán	2021	Análisis cuantitativo de alcance descriptivo y correlacional.	La contribución de las actividades culturales al PIB incide en el desarrollo económico del Ecuador en un 2,06%, indicando un nivel medio de producción, así también, el resultado del coeficiente de correlación junto con el PIB nacional se dio una cifra de 75%, esto quiere decir que, si el PIB nacional o la economía ecuatoriana crece, se espera que las actividades culturales también mejoren.
Determinantes y obstáculos a la innovación en las actividades	Diego Viñan	2015	Estudio cuantitativo, donde se emplean dos modelos probabilísticos:	La innovación en el sector artesanal está influenciada positivamente por el tamaño de la empresa y las actividades de I+D; la principal fuente de innovación de las



artesanales: el caso del sector artesanal de la ciudad de Riobamba-Ecuador			probit y probit multivariante (multi-probit).	empresas artesanales es el conocimientos que ha sido adquirido a través del aprendizaje por la práctica y heredado de generaciones pasadas; la existencia de empresas que dominan el mercado, y la falta de imagen de marca son los obstáculos que más afectan la introducción de innovaciones artesanal; la falta de personal cualificado y la tecnología no afecta introducción de productos nuevos, mejoras, nuevos servicios y procesos. La existencia de patentes si afecta a la probabilidad de introducir nuevos procesos.
Análisis del desarrollo de la economía naranja en los emprendimientos juveniles en la zona del puerto Santa Ana de Guayaquil	Gabriela Morán	2020	Metodología mixta utilizando la encuesta y entrevista	Los emprendimientos poseen innovación y creatividad en sus procesos y basan el origen de su producto en su herencia cultural. La economía naranja es poco conocida y abordada en Ecuador por lo que carece de estructura a definida que organice y oriente las actividades hacia un ecosistema de creatividad e innovación que dinamice el sector y atraiga la inversión.

Nota: Elaboración propia a partir de Hernández et al., (2007); Viñan Zabala (2015); Díaz Pichardo et al. (2017); Morán (2020); Moran (2021).

## Capítulo II: Metodología

### 2.1. Tipo y Diseño de la Investigación

La presente investigación es descriptiva, debido a que se evalúa y caracteriza la influencia de los factores de innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra. El estudio desarrollado es de corte transversal, donde se realizó encuestas en el periodo junio-julio 2022, a los emprendimientos artesanales de las cinco asociaciones artesanales existentes en la parroquia. Su tipo de investigación es mixto, debido a que, se realizó recolección bibliográfica para la construcción de las bases teóricas, entrevistas, así como también, encuestas para aplicar modelados econométricos y así, obtener resultados estadísticos que permitieron analizar las variables que determinan la innovación de productos, procesos y servicios en los emprendimientos artesanales. Por lo tanto, el alcance es explicativo puesto que se estimó y validó cuatro modelos econométricos Probit a través de paquetes estadísticos, para determinar la relación existente entre las variables utilizadas. Asimismo, el diseño es experimental dado que la base de datos fue sometida a cambios.

### 2.3. Población y Muestra

La muestra fue obtenida a partir de la población que está conformada por los miembros de las cinco asociaciones de artesanos existentes en la parroquia San Antonio de Ibarra como se muestra en la tabla 4.

**Tabla 4:** *Población: distribución de los miembros en las asociaciones.*

Nombre de la asociación	Número de miembros
Asociación de Interprofesionales de Artesanos S. A	202
Asociación Tamia Guarmi	70
Asociación San Antonio de Padua	40
Asociación Barrio sur	20
Asociación Francisco Calderón	38
Total	370

Nota: Elaboración propia.

A continuación, mediante la población de 370 individuos se procedió con el cálculo de la muestra:

Donde:

- Población ( $N$ ) = 370
- Desviación Estándar ( $\sigma$ ) = 0,5
- Nivel de Confianza ( $z$ ) = 95%(1,96)
- Margen de Error ( $e$ ) = 10% (0,1)

$$n = \frac{N\sigma^2 z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 z^2}$$
$$n = \frac{370(0,5)^2(1,96)^2}{(370 - 1)(0,1)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$
$$n = 76$$

#### **2.4. Instrumento de Investigación.**

El instrumento de investigación utilizado fue la encuesta, a partir de la muestra obtenida (76 personas). El modo de aplicación de la encuesta fue realizado de manera presencial a los dueños de los emprendimientos artesanales en la parroquia San Antonio de Ibarra. La encuesta constó de 13 ítems conformadas por preguntas dicotómicas. Este instrumento se usó en algunas preguntas de la dimensión de la innovación con la finalidad de obtener información más concreta y delimitar el manejo de las variables independientes. Conforme a esto, la base de datos permitió aplicar correlaciones y estimaciones, con el fin de determinar la influencia de los determinantes de la innovación sobre la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación de forma agregada.

#### **2.5. Método de Análisis de los Datos.**

En cuanto a la formulación del modelo, se utilizó el modelado econométrico Probit con el objetivo de determinar el impacto sobre la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación; adicionalmente se realizó un análisis con las respuestas obtenidas sobre la importancia de la innovación en los emprendimientos artesanales. De este modo, la función de distribución acumulativa normal usada permitió explicar el comportamiento de las variables dicotómicas, con la siguiente especificación estadística del modelo Probit:

$$P(Y = 1 / X) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n) = G(\beta_0 + \beta_1 X)$$

**Dónde:**

**G**= representa la función acumulativa normal que adopta valores entre 0 y 1

**X**= es un vector de variables explicativas

**β<sub>0</sub>, β<sub>1</sub> y β<sub>n</sub>**= son los parámetros por calcular

La extensión del modelo Probit a múltiples variables explicativas, se expresa de la siguiente manera:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \beta_3 X_{i3} + \beta_4 X_{i4} + \beta_5 X_{i5} + \beta_6 X_{i6} + \epsilon_i$$

**Dónde:**

**Y<sub>i</sub>**= innovador. Es una variable dicotómica que tiene un valor =1 si la empresa introdujo innovaciones tanto de nuevos productos, servicios y procesos, 0 en el caso contrario.

**β<sub>0</sub>** = constante

**β<sub>i</sub>**= es el efecto marginal de la variable del vector X<sub>i</sub> sobre la probabilidad del emprendimiento artesanal de innovar

**X<sub>i</sub>**= es un vector de variables explicativas, donde se incluyen las características propias de cada emprendimiento artesanal.

**ε<sub>i</sub>**= término de error

En cuanto a la base de datos obtenida a través de la encuesta, se tomó en cuenta para el modelado econométrico Probit las variables que se muestran en la tabla 5, fundamentadas, en que fueron utilizadas en las investigaciones realizadas por Viñan Zabala (2015); Díaz Pichardo et al. (2017).

**Tabla 5:** Descripción de las variables del modelo.

<b>Variabes</b>	<b>Abreviatura</b>	<b>Descripción</b>
<b>Dependientes</b>		
Innovación	<i>innovacion</i>	1= Si el emprendimiento introdujo algún tipo de innovación (al menos uno), caso contrario = 0
Nuevos productos	<i>produts</i>	1= Si el emprendimiento introdujo nuevos productos, caso contrario =0
Nuevos servicios	<i>serv</i>	1= Si el emprendimiento introdujo nuevos servicios para mejorar el servicio, caso contrario = 0

Nuevos procesos	<i>proces</i>	1= Si el emprendimiento introdujo nuevos equipos y herramientas de fabricación para la producción de bienes, caso contrario =0
<b><i>Independientes</i></b>		
Genero	<i>gen</i>	1= femenino 0= masculino
Edad	<i>edad</i>	Edad del encuestado
Años de creación	<i>creacion</i>	Número de años de creación del emprendimiento.
Educación superior	<i>super</i>	Binarias = 1 si terminó la educación superior.
Tamaño	<i>tamaño</i>	Número de personas
I+D	<i>innnes</i>	Binaria = 1 Si se han realizado trabajos creativos llevados a cabo dentro de la empresa para aumentar el volumen de conocimientos
Cooperación	<i>coop</i>	Binaria = 1 Si la empresa coopera con actores públicos y privados, centros tecnológicos y clientes y proveedores, para realizar la producción de bienes o servicios de una manera significativa
Mercado	<i>mercado</i>	Binaria = 1 Si la empresa vende en el mercado nacional

Nota: la tabla presenta las variables utilizadas en los modelos econométricos.

## 2.6. Especificación de los modelos

A continuación, se presentan las especificaciones de los cuatro modelos económicos y econométricos:

### 2.6.1. Modelos económicos

Los cuatro modelos económicos están compuestos por una variable dependiente, en función de las variables independientes descritas:

**Modelo 1:** Innovación =  $f(\text{genero}, \text{tamaño}, \text{I+D}, \text{cooperación}, \text{mercado}, \text{superior})$

**Modelo 2:** Innovación en producto =  $f(\text{genero}, \text{educación}, \text{edad}, \text{creación}, \text{tamaño}, \text{I+D}, \text{mercado}, \text{cooperación})$

**Modelo 3:** Innovación en proceso =  $f(\text{genero}, \text{educación}, \text{edad}, \text{creación}, \text{tamaño}, \text{I+D}, \text{mercado}, \text{cooperación})$

**Modelo 4:** Innovación en servicio =  $f(\text{genero}, \text{educación}, \text{edad}, \text{creación}, \text{tamaño}, \text{I+D}, \text{mercado}, \text{cooperación})$

### 2.6.2. Modelos econométricos

A continuación, se presentan los modelos econométricos, las variables se encuentran detalladas en la tabla 5:

#### Modelo 1: Innovación

$$\widehat{innovación} = \beta_0 + \beta_1 gen + \beta_2 tamaño + \beta_3 inndes + \beta_4 mercado + \beta_5 coop + \mu$$

#### Modelo 2: Innovación del producto

$$\widehat{products} = \beta_0 + \beta_1 gen + \beta_2 edu + \beta_3 edad + \beta_4 creacion + \beta_5 tamaño + \beta_6 inndes + \beta_7 mercado + \beta_8 coop + \mu$$

#### Modelo 3: Innovación en procesos

$$\widehat{proces} = \beta_0 + \beta_1 gen + \beta_2 edu + \beta_3 edad + \beta_4 creacion + \beta_5 tamaño + \beta_6 inndes + \beta_7 mercado + \beta_8 coop + \mu$$

#### Modelo 4: Innovación en servicio

$$\widehat{serv} = \beta_0 + \beta_1 gen + \beta_2 edu + \beta_3 edad + \beta_4 creacion + \beta_5 tamaño + \beta_6 inndes + \beta_7 mercado + \beta_8 coop + \mu$$

### Capítulo III: Análisis y Discusión de Resultados

La presente investigación tiene como objetivo determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra. Como inicialmente se ha replicado, la influencia de los determinantes de la innovación puede diferir en función del tipo de innovación que puede ser por producto, proceso y servicio. Como resultado, los siguientes modelos son empleados para analizar los determinantes en cada tipo de innovación.

**Tabla 6:** Tabulación de las variables dependientes (dummy)

<b>Variab</b> <b>dependientes</b>	<b>Valor</b>	<b>Freq</b>	<b>Percent</b>	<b>cum</b>
Innovación	No = 0	8	10.53	10.53
	Si = 1	68	89.47	100.00
Producto	No = 0	13	17.11	17.11
	Si = 1	63	82.89	100.00
Proceso	No = 0	34	44.74	44.74
	Si = 1	42	55.26	100.00
Servicio	No = 0	36	47.37	47.37
	Si = 1	40	52.63	100.00

*Nota:* la tabla presenta la tabulación de las variables dependientes.

**Tabla 7:** Tabulación de las variables independientes (dummy).

<b>Variab</b> <b>independientes</b>	<b>Valor</b>	<b>Freq</b>	<b>Percent</b>	<b>cum</b>
Genero	masculino = 0	32	42.11	42.11
	femenino = 1	44	57.89	100.00
Superior completa	No = 0	61	80.26	
	Si = 1	15	19.74	
Mercado	No = 0	46	60.53	60.53
	Si = 1	30	39.47	100.00
Cooperación	No = 0	24	31.58	31.58
	Si = 1	52	68.42	100.00
I+D	No = 0	35	46.05	46.05
	Si = 1	41	53.95	100.00

### 3.1. Estimación de los Modelos Econométricos

En el modelo 1 se estima la probabilidad de introducir alguno de los tres tipos de innovación. A continuación, en la tabla 8 se muestran los resultados de la estimación para determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra.

#### 3.1.1. Estimación Modelo 1: Innovación

**Tabla 8:** Estimación del modelo 1

Probit regression	Number of obs	=	76
	LR chi2(5)	=	9.88
	Prob > chi2	=	0.0786
Log likelihood = -20.632254	Pseudo R2	=	0.1932

innovacdumy2	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
GEdummy1	.2886924	.4464911	0.65	0.518	-.586414 1.163799
Tamaño	.2097587	.1570954	1.34	0.182	-.0981426 .51766
INNDESdummy2	1.289116	.5548275	2.32	0.020	.2016735 2.376558
MERCADOdummy3	.0648676	.4637855	0.14	0.889	-.8441353 .9738704
COOPdummy2	.0664982	.5016392	0.13	0.895	-.9166966 1.049693
_cons	-.0197039	.6949549	-0.03	0.977	-1.381791 1.342383

El modelo 1 mide el resultado de los determinantes de la innovación en la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación (al menos un tipo de innovación). Los resultados obtenidos muestran que el hecho de ser mujeres o hombre no tiene un efecto a la hora de introducir innovación en este tipo de actividades. El resultado obtenido contradice los argumentos teóricos, dado que la diversidad de género mejora la creatividad y se constituye como fuente importante para el desarrollo de la innovación. La innovación desde una perspectiva de género requiere de un equilibrio (Heredia, 2004). El tamaño de la empresa no influye en la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación. Es decir, no es importante el número de personas que realicen esta actividad para poder introducir algún tipo de innovación. Por otro lado, si los artesanos se involucran en actividades de investigación y desarrollo (I+D) la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación aumenta significativamente. Es decir, aquellos artesanos que se involucran en actividades para generar conocimiento de innovación y desarrollo lograran tener su negocio transformado a la par con las necesidades de un mundo globalizado. La teoría señala que el desarrollo de actividades de I+D mejora la capacidad de las empresas para



optimizar los conocimientos de nuevos productos, procesos y servicios. Por otro lado, los artesanos que se encuentran involucradas en actividades de cooperación con empresas de su sector o con instituciones privadas o públicas no tienen una mayor probabilidad de introducir innovaciones. Este resultado no es del todo sorprendente ya que los sectores artesanales son sectores dominados por proveedores, en los que la innovación proviene del aprendizaje por la práctica y el uso, más que por relaciones con instituciones científicas o por la relación usuario proveedor (Zabala, 2015)

### 3.1.2. Estimación Modelo 2: Innovación en Producto

$$products = \beta_0 + \beta_1gen + \beta_2edu + \beta_3edad + \beta_4creacion + \beta_5tamaño + \beta_6inndes + \beta_7mercado + \beta_8coop + \mu$$

**Tabla 9: Estimación del modelo 2**

Probit regression	Number of obs	=	76
	LR chi2(8)	=	16.09
	Prob > chi2	=	0.0411
Log likelihood = -26.729042	Pseudo R2	=	0.2313

PRODUTSdummy2	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
GEdummy1	-.4727098	.4550834	-1.04	0.299	-1.364657 .4192373
EDUCdummy9	-.4953842	.5803154	-0.85	0.393	-1.632781 .6420132
Edad	-.0315625	.0173808	-1.82	0.069	-.0656281 .0025032
creacion	.0018963	.0206176	0.09	0.927	-.0385135 .0423062
Tamaño	-.0490256	.0786907	-0.62	0.533	-.2032565 .1052053
INNDESdummy2	1.040705	.4903433	2.12	0.034	.0796498 2.00176
MERCADOdummy3	1.028214	.5168072	1.99	0.047	.0152901 2.041137
COOPdummy2	.8531531	.5103133	1.67	0.095	-.1470427 1.853349
_cons	1.814135	1.015927	1.79	0.074	-.1770462 3.805315

:

### 3.1.3. Estimación Modelo 3: Innovación en proceso

$$proces = \beta_0 + \beta_1gen + \beta_2edu + \beta_3edad + \beta_4creacion + \beta_5tamaño + \beta_6inndes + \beta_7mercado + \beta_8coop + \mu$$

**Tabla 10: Estimación del modelo econométrico 3**

Probit regression	Number of obs	=	76
	LR chi2(8)	=	25.32
	Prob > chi2	=	0.0014
Log likelihood = -39.595656	Pseudo R2	=	0.2423

PROCESdummy2	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
GEDummy1	.5675572	.3430952	1.65	0.098	-.104897 1.240011
EDUCdummy9	-.3798441	.4635874	-0.82	0.413	-1.288459 .5287706
Edad	-.0165715	.0157011	-1.06	0.291	-.0473452 .0142021
creacion	.0064736	.0176	0.37	0.713	-.0280217 .0409689
Tamaño	.1755712	.0837234	2.10	0.036	.0114763 .3396661
INNDESdummy2	1.192738	.3714426	3.21	0.001	.4647236 1.920752
MERCADODummy3	.1084835	.3483757	0.31	0.755	-.5743202 .7912873
COOPdummy2	.3392217	.3682799	0.92	0.357	-.3825935 1.061037
_cons	-.9144519	.8630307	-1.06	0.289	-2.605961 .7770571

**3.1.4. Estimación Modelo 4: Innovación en servicios**

$$serv = \beta_0 + \beta_1 gen + \beta_2 edu + \beta_3 edad + \beta_4 creacion + \beta_5 tamaño + \beta_6 innndes + \beta_7 mercado + \beta_8 coop + \mu$$

**Tabla 11: Estimación del modelo econométrico 4.**

Probit regression	Number of obs	=	76
	LR chi2(8)	=	41.42
	Prob > chi2	=	0.0000
Log likelihood = -31.864624	Pseudo R2	=	0.3939

SERVdummy2	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
GEDummy1	1.215983	.4168419	2.92	0.004	.3989876 2.032978
EDUCdummy9	-1.107711	.540543	-2.05	0.040	-2.167156 -.0482659
Edad	-.099239	.0286385	-3.47	0.001	-.1553694 -.0431086
creacion	.0495995	.0250619	1.98	0.048	.000479 .09872
Tamaño	.2644639	.0884156	2.99	0.003	.0911725 .4377553
INNDESdummy2	-.7012642	.4256562	-1.65	0.099	-1.535535 .1330066
MERCADODummy3	.4060403	.404856	1.00	0.316	-.3874629 1.199544
COOPdummy2	.4248639	.4138608	1.03	0.305	-.3862884 1.236016
_cons	2.588413	1.025667	2.52	0.012	.578144 4.598683

Los modelos indican que los coeficientes de correlación de los términos de error son positivos y significativos, lo que indica que los resultados innovadores son interdependientes. Las estrategias son claramente complementarias a nivel de emprendimiento. Con los resultados podemos constatar que el tamaño del emprendimiento afecta positivamente a la probabilidad de introducir nuevos procesos y servicios. Pero no influye en la probabilidad de introducir nuevos productos. Esto puede ocurrir debido

cuando un emprendimiento artesanal tiene más trabajadores se puede dedicar más tiempo y capacidades en innovar los procesos y a la vez los servicios. A diferencia que ocurre en la innovación en productos debido a que en este tipo de innovación solo se requiere conocer las necesidades del cliente. Por otro lado, si los artesanos se involucren en actividades de I+D, ya sean estas capacitaciones o charlas el grado de innovación será mayor. Las actividades de cooperación al igual que en el modelo 1 no influyen en ningún tipo de innovación, esto debido a que los artesanos del sector se basan en el conocimiento ancestral y no en la cooperación con alguna entidad ya sea pública o privada.

Uno de los tipos de innovación más relevantes para ser analizados es la innovación de servicios, porque requiere de más variables para que exista la probabilidad de que ocurra, como se muestra en la tabla 11, el género, educación, edad, creación y tamaño son variables significativas; esto ocurre debido a que el tema de innovación en algún tipo de servicio con lleva que las personas sean más jóvenes y tengan conocimientos de software y se genera dificultades ya que se pudo notar que mayor parte de los artesanos son de edades avanzadas.

### 3.2. Validación de Supuestos

Estimados los modelo, se procedió a validar los supuestos donde se obtuvo los siguientes resultados:

**Tabla 12:** *Validación de supuestos de los modelos*

Supuesto	Variable	Test	Resultado (mean VIF)	Interpretación
multicolinealidad	Modelo 1	Factor de	VIF=1.05	El valor de VIF es menor a 10 en todas las variables, por lo tanto, no existe multicolinealidad.
	Modelo 2	inflación de la	VIF=1.29	
	Modelo 3	variable (VIF)	VIF=1.29	
	Modelo 4		VIF =1.29	

Nota: La multicolinealidad es el único supuesto a validar en los modelos Probit.

### 3.3. Interpretación del Modelo Econométrico

Se continua con la presentación los resultados logrados de la investigación y la respectiva discusión de los resultados. Para la obtención de los resultados se utilizó el

efecto marginal en cada uno de los modelos, los cambios de probabilidad para que la variable dependiente sea 1 o 0, cuanto contribuye esto para que sea 1.

### 3.3.1. Innovación

**Tabla 13:** Efecto marginal modelo econométrico 1.

	Delta-method					[95% Conf. Interval]
	dy/dx	Std. Err.	z	P> z		
GEdummy1	.0425509	.0649145	0.66	0.512	-.0846792	.1697811
Tamaño	.0309167	.0227804	1.36	0.175	-.0137321	.0755655
INNDESdummy2	.1900051	.0785788	2.42	0.016	.0359935	.3440167
MERCADOdummy3	.009561	.0682577	0.14	0.889	-.1242216	.1433435
COOPdummy2	.0098013	.0738495	0.13	0.894	-.1349411	.1545437

En este modelo la variable I+D (INNDES) tiene una probabilidad positiva que la variable dependiente sea 1, es una de las variables más relevantes que contribuye a la para que ocurra algún tipo de innovación en los emprendimientos artesanales. A esto le sigue la variable género y tamaño. En cambio, la variable cooperación (COOP) y marcado (MERCADO) no aportan a que esto ocurra.

### 3.3.2. Innovación en el producto

**Tabla 14:** Efecto marginal modelo econométrico 2.

	Delta-method					[95% Conf. Interval]
	dy/dx	Std. Err.	z	P> z		
GEdummy1	-.092262	.0878156	-1.05	0.293	-.2643775	.0798534
EDUCdummy9	-.0966875	.1118965	-0.86	0.388	-.3160007	.1226256
Edad	-.0061603	.0031836	-1.93	0.053	-.0124001	.0000796
creacion	.0003701	.0040182	0.09	0.927	-.0075054	.0082456
Tamaño	-.0095687	.0152926	-0.63	0.532	-.0395416	.0204043
INNDESdummy2	.2031216	.0887768	2.29	0.022	.0291223	.3771209
MERCADOdummy3	.2006835	.0932778	2.15	0.031	.0178624	.3835047
COOPdummy2	.1665158	.0950159	1.75	0.080	-.0197119	.3527435

El efecto marginal en este modelo muestra que las variables I+D (INNDES) y mercado (MERCADO) tienen una probabilidad positiva que la variable dependiente sea 1, es decir aportan a que exista innovación en los productos en los emprendimientos artesanales. A esto le sigue la variable cooperación y edad, pero en un menor grado de significancia. En cambio, la variable género, educación, edad y tamaño, tienen una probabilidad negativa de que ocurra este tipo de innovación.

### 3.3.3. Innovación en los procesos

**Tabla 15:** Efecto marginal modelo econométrico 3.

	Delta-method				[95% Conf. Interval]	
	dy/dx	Std. Err.	z	P> z		
GEdummy1	.1664546	.0957828	1.74	0.082	-.0212763	.3541855
EDUCdummy9	-.1114016	.1346415	-0.83	0.408	-.3752942	.1524909
Edad	-.0048601	.004503	-1.08	0.280	-.0136858	.0039655
creacion	.0018986	.0051437	0.37	0.712	-.008183	.0119801
Tamaño	.051492	.0224472	2.29	0.022	.0074962	.0954878
INNDESdummy2	.3498091	.0859423	4.07	0.000	.1813654	.5182529
MERCADOdummy3	.0318163	.1021071	0.31	0.755	-.1683099	.2319425
COOPdummy2	.0994878	.1062208	0.94	0.349	-.1087012	.3076767

El efecto marginal en este modelo nos da como resultado que las variables I+D (INNDES) y tamaño (TAMAÑO) tienen una probabilidad positiva que la variable dependiente sea 1, es decir que, si exista innovación en los procesos en los emprendimientos artesanales, su aporte es mayor y muestran su significancia estadística. A esto le sigue la variable género, creación, mercado y cooperación, pero no contribuyen significativamente. En cambio, las variables educación y edad (EDUC, Edad), tienen una probabilidad negativa a que ocurra la innovación en procesos.

### 3.3.4. Innovación en los servicios

**Tabla 16:** Efecto marginal modelo econométrico 4.

	Delta-method				[95% Conf. Interval]	
	dy/dx	Std. Err.	z	P> z		
GEdummy1	.2835134	.0775979	3.65	0.000	.1314243	.4356025
EDUCdummy9	-.2582692	.1141361	-2.26	0.024	-.4819719	-.0345665
Edad	-.0231382	.0047124	-4.91	0.000	-.0323743	-.013902
creacion	.0115644	.0053789	2.15	0.032	.0010219	.0221069
Tamaño	.0616613	.0163377	3.77	0.000	.0296399	.0936827
INNDESdummy2	-.1635038	.0942078	-1.74	0.083	-.3481478	.0211402
MERCADOdummy3	.0946707	.0923937	1.02	0.306	-.0864177	.2757591
COOPdummy2	.0990595	.0943238	1.05	0.294	-.0858118	.2839308

Al aplicar el efecto marginal en este modelo la variable genero (GE) es la que mayor aporte tiene, muestra una probabilidad positiva que la variable dependiente sea 1, es decir que se exista innovación en los servicios en los emprendimientos artesanales. A esto le

sigue la variable cooperación mercado y tamaño. En cambio, las variables educación, I+D y edad (EDUC, INNDES, Edad), tienen una probabilidad negativa en la variable dependiente, es decir no tienen un aporte a que exista este tipo de innovación.

### **3.4. Discusión de resultado**

La economía naranja comprende a los sectores creativos que evolucionan constantemente, permitiendo generar recursos económicos para mejorar las condiciones de vida de la población, a la vez mantiene las costumbres y tradiciones que se van transmitiendo de generación en generación como se menciona en la teoría del desarrollo, al mencionar que el desarrollo va más allá de la generación de riqueza. La parroquia San Antonio de Ibarra se ha caracterizado por sus esculturas y tallado en madera, estos conocimientos han permitido a la población tener un desarrollo socioeconómico; las artesanías han sido la base fundamental del sector. El desarrollo se produce por medio de la innovación.

Se menciona que la relación del tamaño de la empresa y la innovación es positiva, a mayor tamaño más ventas, oportunidad de financiamiento en I+D, más productividad, mano de obra, más capacidad de investigación y planificación. Los resultados obtenidos respecto a la incidencia de introducción de algún tipo de innovación en el sector artesanal de San Antonio nos mostraron que el factor tamaño de la empresa no tiene un efecto positivo, a pesar de que se mencionó que el tamaño de la empresa influye al momento de innovar; esto se debe a que los emprendimientos cuentan con poco personal y en la mayoría de los casos se pudo constatar que son negocios familiares.

La I+D en el sector artesanal hace referencia al desarrollo experimental donde se aprovecha los conocimientos a través del aprendizaje y su aplicación en el mejoramiento. En este caso este factor tuvo el efecto esperado debido a que mayor grado de conocimiento que tienen las personas, la innovación será mayor, aquí se debe hacer un enfoque para brindar más información con relación a la I+D para mejorar la capacidad de conocimiento en áreas como marketing digital.

El factor educación se esperaba que tenga un efecto positivo, pero tomo un comportamiento contradictorio debido a que el conocimiento de las personas se debe a los años de practica y los conocimientos adquiridos a través de sus ancestros, la mayor parte de personas dedicadas a la elaboración de artesanías no tienen educación superior, pero esto no les impide plasmar obras de arte que han sido reconocidas a nivel nacional e internacional, pero se pudo constatar que para el tipo de innovación en servicios si es relevante la educación

esto se debe al aprendizaje en el manejo de software.

El género no es factor relevante al momento de introducir algún tipo de innovación en el sector artesanal, simplemente las personas sin importar su género se adaptan a las necesidades de innovar. Otro factor que esperábamos tenga un efecto positivo es la cooperación, pero en este caso no tuvo ningún efecto esto se debe a que los artesanos solo pertenecen a una de la asociación y solo se relacionan directamente con los clientes y proveedores

Las oportunidades tecnológicas permiten directamente aumentar el grado de innovación en cualquier sector, debido a que en la actualidad la tecnología es una de las herramientas que mantiene a los emprendimientos y grandes empresas funcionando. A mayor grado de tecnología o conocimiento en la misma los emprendimientos artesanales de San Antonio tendrán mayor probabilidad de ser conocidos a nivel del mercado competitivo.

## Capítulo IV: Conclusiones y Recomendaciones

La innovación en el sector artesanal juega un papel importante debido a que también este tipo de sector debe mantenerse a la par con las exigencias de los consumidores; cabe recalcar que el sector artesanal no pierde su valor al introducir innovación en sus procesos, esto debido a que su valor se encuentra plasmado en cada obra artesanal que nace del conocimiento e imaginación del artesano. Lo que busca la economía naranja es potenciar la cultura, la idea principal se basa en el desarrollo y la extracción del potencial económico en beneficio de la sociedad.

El presente estudio determina la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra, para esto se midió el efecto de los determinantes de la innovación en la probabilidad de introducir cualquier tipo de innovación (al menos un tipo de innovación). Se obtuvo los resultados para relevantes donde se pudo comprobar que el género, el tamaño de la empresa no son factor relevante al momento de introducir tecnología, a diferencia de contar con conocimiento en I+D que es importante para la innovación en este sector.

En el caso de la innovación en producto, proceso y servicios, los factores actúan de manera diferente en cada modelo, pero es preciso recalcar que los determinantes que tienen un efecto positivo en la probabilidad de introducir innovación siguen siendo el conocimiento en I+D.

Una vez analizado como incide la innovación en los emprendimientos de deben analizar que políticas se deben efectuar para corregir las deficiencias, con el fin de apoyar a los artesanos que han sido eje fundamental en el desarrollo económico y cultural de la parroquia. Para lograr que las políticas públicas cumplan con las necesidades que requieren los artesanos, es necesario enfocar el esfuerzo en las relaciones gubernamental que existen.

Se recomienda generar mecanismos de asociatividad para mejorar la productividad y competitividad, esto debido a que existen diferentes asociaciones y cada una necesita un estudio diferente por parte de la junta parroquial quien debería estar encargada de dar solución a los problemas que aquejan a las asociaciones. La asociatividad permitiría a los artesanos incrementar su poder de venta en el mercado, generar mejores condiciones para el acceso al financiamiento y obtener capacitación conjunta. Una mejora en sus ventas permitiría generar economías de escala, la intervención gubernamental serviría de provecho para hacer negociaciones en las comprar públicas.



A pesar de los esfuerzos y los diferentes estudios que se han realizado con el fin de conseguir una marca para que las artesanías que sea reconocida a nivel nacional e internacional, no se ha logrado; una política debería estar enfocada en brindar a los artesanos capacitaciones en temas de marketing digital. Para esto se sugiere dar algún tipo de certificación que genere una marca original de las artesanías. La parroquia de San Antonio es reconocida como un pueblo mágico, esto debido a su herencia cultural, por ende, esto permitiría que la marca se pueda conocer en otros lugares con el apoyo de la secretaria de Turismo.

La falta de información sobre temas de marketing digital hace que se prevalezca la necesidad de incorporar este tipo de información de manera gratuita; el acceso libre al conocimiento permite mejorar las condiciones de vida, construyendo una sociedad cooperativa y corresponsable.

## Bibliografía

- Asamblea Nacional. (2008). Constitución de la república del Ecuador 2008. In *Registro oficial 449 de 20 Oct. 2008*. [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec)
- Asamblea Nacional. (2016, December). *Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación*.  
<https://www.gob.ec/index.php/regulaciones/codigo-organico-economia-social-conocimientos-creatividad-innovacion>
- Asamblea Nacional. (2020, February). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*.  
<https://www.gob.ec/index.php/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>
- Benavente, J., & Grazi, M. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe. *BID*, 1–55.  
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-creatividad-y-la-innovaci%C3%B3n-Impulsando-la-econom%C3%ADa-naranja-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf>
- Bloch, C. (2007). Assessing recent development in innovation measurement: The third edition of the Oslo Manual. *Science and Public Policy*, 34(1), 23–34.  
<https://doi.org/10.3152/030234207X190487>
- Buitrago, F., & Duque, I. (2013). *La economía naranja una oportunidad infinita*.  
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-Econom%C3%ADa-Naranja-Una-oportunidad-infinita.pdf>
- Cárdenas Gómez, G. E., & Michel Nava, R. M. (2018). Descripción de las Teorías del Desarrollo Económico y Desigualdad. *Tiempo Económico*, XIII (40), 53–64.
- CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD*, (2010) (testimony of COOTAD). <https://www.gob.ec/regulaciones/codigo-organico-organizacion-territorialcootad>
- DANE. (2020). Economía Naranja – 3er Reporte del DANE. In *Departamento Administrativo Nacional de Estadística*.
- Díaz Pichardo, R., Sánchez-Medina, P. S., & Henríquez, T. (2017). Innovación y Competitividad en el Sector Artesanal. *Recherches En Sciences de Gestion*, N° 121(4), 41–66.  
<https://doi.org/10.3917/resg.121.0041>

- EY, Lhermitte, M., Perrin, B., & Blanc, S. (2015). The first global map of cultural and creative industries. *Marc Lhermitte, Bruno Perrin, Solenne Blanc, Vincent Raufast, Hugo Alvarez, Joséphine Druésne, Mehdi Echiguer, Danielle Attias, Bonnie Olivier, Louisa Melbouci and Graeme Harrison*, 641(1), 94–98.
- Fundación de la Innovación Bankinter. (2010). *El arte de innovar y emprender*. [https://www.upo.es/upotec/static/upload/files/INNO\\_3590\\_FTFXIV\\_El\\_arte\\_de\\_innovar\\_y\\_emprenderv2\\_.pdf](https://www.upo.es/upotec/static/upload/files/INNO_3590_FTFXIV_El_arte_de_innovar_y_emprenderv2_.pdf)
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural “San Antonio de Ibarra.” (2015). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA “SAN ANTONIO DE IBARRA” 2015 – 2019 Gobierno. *Gobierno Autónomo Descentralizado de “San Antonio de Ibarra*, 253.
- Gobierno Autónomo Descentralizado San Antonio de Ibarra. (2021). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial 2019 - 2023*. <https://gadsanantonioibarra.gob.ec/wp-content/uploads/2021/11/PDOT-SAN-ANTONIO-2019-2023.pdf>
- Hall, P., & Soskice, D. (2001). *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundations of Comparative Advantage - Google Libros* (1st ed.). Oxford University Press. [https://books.google.com.ec/books?id=EU02HzYJeFsC&pg=PA32&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=EU02HzYJeFsC&pg=PA32&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false)
- London, S., & Formichella, M. (2006). El concepto de desarrollo de Sen y su vinculación con la Educación. *Economía y Sociedad*, 11, 17–32.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2019). *‘Ecuador Creativo’ plantea alcanzar más del 3% del PIB de la economía nacional para 2021*.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2020). *ICCA e IFAIC: Tres Años De Fomento Cultural (2017-2019)*.
- Morán, G. (2020). *Análisis del desarrollo de los emprendimientos juveniles en la zona del Puerto Santa Ana en la ciudad de Guayaquil*.
- Naciones Unidas. (2018). *Objetivos y metas de desarrollo sostenible - Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>

- Potts, J., & Morrison, K. (2009). *Nudging Innovation Fifth generation innovation, behavioural constraints, and the role of creative business-considerations for the NESTA innovation vouchers pilot*. [https://media.nesta.org.uk/documents/nudging\\_innovation.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/nudging_innovation.pdf)
- Quevedo, L. F. (2019). *Aproximación crítica a la teoría económica propuesta por Schumpeter*.
- Rojas, J. (2015). *¿Qué es la 'economía naranja'?* <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/economia-naranja-36832>
- Torre, S. P. M. de la. (2021). *“LA ECONOMÍA CREATIVA COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO ECONÓMICO EN ECUADOR.”*
- UNCTAD. (2008). *Creative economy report, 2008: the challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making*. UNDP. [https://derechodelacultura.org/wp-content/uploads/2015/02/d\\_inf\\_econo\\_creat\\_2008.pdf](https://derechodelacultura.org/wp-content/uploads/2015/02/d_inf_econo_creat_2008.pdf)
- UNCTAD. (2018). *Crative Economy Outlook Trends in International trade in Creative Industries 2002-2015: Country Profile 2005-2014*. 238.
- UNESCO. (2021). *¿Por qué la economía creativa en 2021?* <https://es.unesco.org/commemorations/international-years/creativeeconomy2021>
- Vásquez Ponce, G. O. A., Lucas Delgado, A. E., & Rodríguez Lucas, D. S. (2022). Modelo de Negocio e Innovación en el Contexto de Sector Artesanal del Cantón Montecristi. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 152–176. <https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2564>
- Viñan Zabala, D. F. (2015). *DETERMINANTES Y OBSTÁCULOS A LA INNOVACIÓN EN LAS ACTIVIDADES ARTESANALES: EL CASO DEL SECTOR ARTESANAL DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA - ECUADOR*. [www.flacsoandes.edu.ec](http://www.flacsoandes.edu.ec)

## Anexos

### Encuesta



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAS DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS. CARRERA ECONOMÍA

### Cuestionario de preguntas

**Tema:** Aporte de la economía naranja. Caso de estudio: innovación y emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra

**Objetivo de la encuesta:** Determinar la incidencia de la innovación en los emprendimientos artesanales de San Antonio de Ibarra

**Lugar de la encuesta:** Parroquia San Antonio de Ibarra

Cuestionario dirigido a miembros de las asociaciones de artesanos.

1. Pertenece a alguna Asociación: Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_
2. Si. ¿Cuál? .....

**Instrucciones:** en cada pregunta marque con una X la respuesta que elija.

#### A. Información General del socio de la Asociación:

**Sexo:** Masculino: \_\_\_\_ Femenino: \_\_\_\_

**Edad:**

#### 3. ¿A qué actividad artesanal se dedica?

\_\_\_\_  
Carpintería y muebles en línea recta

Muebles tallados

Objetos tallados

Escultura religiosa

Escultura contemporánea

Escultura costumbrista

Los tejidos a mano

Objetos en resinas plásticas

Objetos de cerámica

Orfebrería

Tallado en piedra

#### 4. Usted es:

2.1 Artesano \_\_\_\_

2.2 Comerciante \_\_\_\_

2.3 Ambas \_\_\_\_

2.4. Otro: \_\_\_\_\_

#### 5. Nivel de educación:

\_\_\_\_ Primaria incompleta

\_\_\_\_ Primaria completa

\_\_\_\_ Secundaria incompleta

\_\_\_\_ Secundaria completa

\_\_\_\_ Superior incompleta

\_\_\_\_ Superior completa

**6. Año de creación de su emprendimiento artesanal**

**7. Número de empleados.**

Número de Personas remunerado  
Número de personas no remuneradas  
Número de mujeres

**8. ¿En qué mercados geográficos vendió sus bienes o servicios en el último año?**

Mercado local

Nacional

Internacional

## INFORMACION SOBRE INNOVACIÓN

**a. Cooperación para actividades de innovación en el período 2021**

La cooperación para la innovación consiste en la participación del emprendimiento con actores públicos y privados, centros tecnológicos, clientes y proveedores, para realizar la producción de bienes o servicios de una manera significativa.

SI NO

**9. Su establecimiento cooperó en los aspectos mencionados para realizar la producción de bienes o servicios de una manera significativa.**

**10. Participo en capacitaciones sobre innovación y desarrollo (I+D)**

**b. Innovación incremental de productos**

**11. Durante el período 2021 (2019), ¿introdujo su empresa? SI NO**  
Productos mejorados de una manera significativa

**c. Innovación de servicios**

**12. Durante el período 2021, ¿introdujo su empresa? SI NO**  
Servicios nuevos ofertados por la empresa no son utilizados por otras empresas de su sector

**d. Innovación de procesos**

---

**13. Durante el período 2021, ¿introdujo su empresa?**

**SI NO**

Nuevos métodos de fabricación o producción de bienes o servicios.  
Nuevas herramientas y máquinas para trabajar de manera eficaz.

---

**Gracias por su colaboración**