

## **ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA FAMILIAR EN LOS TALLERES ARTESANALES DE MÉXICO**

Luis Ángel Correa García, Universidad Autónoma de Aguascalientes  
Roberto González Acolt, Universidad Autónoma de Aguascalientes  
Bogar García Martínez, Universidad Autónoma de Aguascalientes

### **RESUMEN**

*Los artesanos productores de objetos de identidad cultural y portadores de tradición transmitida de generación en generación, realizan sus piezas de artesanías por mano de obra integrada por miembros de la misma familia; característica trascendente objeto de analizar desde la perspectiva de las ciencias económico-administrativas, debido a su importancia en la operación de los talleres. El objetivo de este trabajo es comprender la influencia familiar en los talleres artesanales de México, la muestra compuesta por 48 talleres pertenecientes a cinco estados de la República Mexicana dentro los que se encuentran: Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, San Luis Potosí y Zacatecas. Es de gran importancia estudiar la familia en las pequeñas empresas ya que puede ser un aspecto clave para lograr la producción o mantenerse en el mercado local. La "influencia familiar" se midió a través de la sub escala "cultura" compuesta por 12 preguntas tomadas del instrumento Familia -Poder, Experiencia y Cultura. Los resultados muestran que la lealtad, los valores familiares y el apoyo hacia la empresa explican el 63.997% de la varianza extraída. Se concluye que en los talleres artesanales analizados; la lealtad y los valores familiares tienen influencia en el negocio según la percepción de los propietarios de los talleres.*

**PALABRAS CLAVES:** Familia, Artesanía y Taller Artesanal

## **INFLUENCE ANALYSIS OF FAMILY CRAFT WORKSHOPS IN MEXICO**

### **ABSRTACT**

*Artisans produce objects of cultural identity and tradition transmitted from generation to generation. The work is performed using pieces of handicrafts by members of the same family. This transcendent feature is subject to analyze from the perspective of economic and administrative sciences. The objective of this work is to understand the family influence Mexico craft workshops. The sample was composed of 48 workshops belonging to five States of the Mexican Republic inside which are: Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, San Luis Potosi and Zacatecas. We study the family in small enterprises to identify key aspects to achieve production or keep in the local market. "Family influence" was measured through the sub scale "culture" composed of 12 questions taken from the instrument Family-Power, Experience and Culture. The results show that loyalty, family values and support towards the enterprise explained 63,997% of the extracted variance. We conclude that in the analyzed craft workshops analyzed; loyalty and family values have influence in the business according to the perception of the owners of the workshops.*

**JEL:** D01, D21, D24, M14

**KEYWORDS:** Family, Handicrafts and Crafts Workshop

## INTRODUCCIÓN

El arte popular está íntimamente ligado a varios aspectos de la vida de nuestro país, sus raíces que emanan de las diversas culturas existentes, en México, son de gran importancia ya que de la producción y venta de artesanías dependen muchas familias. El oficio artesanal es un trabajo poco valorado económicamente, sin embargo sus valores, la lealtad hacen de cada taller único, por esta consideración este artículo analizamos la influencia familiar en los talleres artesanales de México. Gracias a los artesanos se han conservado técnicas y manejo de materiales prehispánicos. México es un país con una enorme riqueza cultural así mismo se caracteriza por la producción de artesanías a lo largo y ancho del territorio Nacional. Sin embargo la situación actual de los artesanos es una paradoja, ya que con el transcurso de los años se encuentran cada vez más distanciados de los beneficios de las políticas públicas (Burciaga, 2010), los talleres artesanales son símbolo de la riqueza cultural, la producción de sus objetos imprime un sello personal a diferencia de los fabricados en serie.

Los talleres compuestos en su mayoría por fuerza de trabajo familiar son considerados como empresas de subsistencia (Toledo, 2012; Hernández et al., 2010; Toledo et al., 2012), debido a que dentro del mercado local existe una gran cantidad de negocios de varias ramas de artesanías que operan con bajos niveles de rentabilidad. Aunque no se disponen estadísticas precisas sobre la cantidad de artesanos que existen en la Republica Mexicana, la UNESCO (2004) estimaba que existían 6.8 millones de artesanos de los cuales 2.8 millones trabajan de tiempo completo y 4 millones de tiempo parcial; por su parte Hernández, Yescas y Domínguez (2007) señalan que de la actividad artesanal dependen más de 15 millones de personas; Burciaga (2008) escribe que hay alrededor de 6 millones de artesanos. El artesano es capaz de producir objetos artísticos pero por lo general no puede producirlos en serie, lo que conlleva que los volúmenes de producción sean reducidos (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007), la mayoría de los talleres por un lado enfrentan serias dificultades en el desarrollo de habilidades para administrar, no poseen tecnología, es un sector que no tiene control sobre su mercado pues depende del arribo de turistas (Domínguez, Hernández y Toledo, 2004). Por otro lado se encuentran alejados de los programas de capitalización ya que carecen de alguna garantía que respalden el crédito.

Por el contrario sus principales ventajas competitivas es el alto sentido de compromiso de los empleados, sus productos con sus características particulares, su arraigo en la cultura popular representado por los conocimientos heredados de padres a hijos junto con su valor primordial denominado autenticidad, la cultura familiar es parte esencial del éxito de las empresas familiares (Esparza y García, 2011) así como el refuerzo social y los valores culturales (Toledo et al., 2012). En general los estudios de las empresas familiares se centran en la mejora de su desempeño económico y productivo con base en postulados de la teoría económica dejando de lado el aspecto de los valores y la lealtad hacia el negocio familiar. Por ello consideramos relevante debido a que la familia representa la más antigua de las instituciones sociales humanas, un pilar fundamental de la sociedad, grupo primario fundador de la especie humana encargada de funciones muy concretas en todos los sistemas económicos (De la Rosa, Lozano y Ramírez, 2009), la familia elemento intrínseco de la vida humana; y columna vertebral de la cultura popular en México.

El aspecto familiar dentro de una empresa es un factor relevante para la continuidad, viabilidad, evolución y crecimiento de los talleres artesanales (De la Rosa et al., 2009), es un factor clave para el éxito de las empresas (Esparza y García, 2011) es por eso que el propósito de este trabajo es dar a conocer cuál es la influencia de la familia en los talleres artesanales de México. El presente documento se organiza en principio por una revisión de literatura sobre los talleres artesanales y las empresas familiares, un contexto sobre la actividad artesanal en México y la importancia de los talleres artesanales. El segundo apartado es el metodológico compuesto por la descripción de la muestra y el instrumento aplicado para el análisis factorial. Por último se presentan los resultados y conclusiones.

## REVISIÓN DE LITERATURA

### Los Talleres Artesanales Como Empresas Familiares

En México el tema de las empresas familiares ha sido poco estudiado, los primeros estudios datan de la década de los 60's (Garza et al., 2011), el análisis de las empresas familiares de acuerdo con Astrachan et al., (2002) es difícil de precisar ya que en un contexto internacional donde las culturas y familias son diferentes a través de los límites geográficos. Por su parte Longenecker et al., (2007) define una empresa familiar como una sociedad en la que son propietarios, operan juntos o en sucesión dos o más miembros de la misma familia, donde la participación es variable ya que pueden trabajar tiempo completo o medio tiempo con la característica principal de que una empresa familiar es heredada de generación en generación debido a que cada miembro aporta conocimientos, habilidades, capacidades y pretende conservar su producción tradicional (Hernández, Domínguez y Caballero, 2007). Garza et al., (2011) intentan definir a la empresa familiar como una organización en la que la cultura es trascendente y compleja debido a que combina atributos de la familia propietaria y de la empresa, De la Rosa et al., (2009) la definen como la unión de dos espacios de socialización distintos: empresa y familia. Por último Esparza y García (2011), la conceptualizan como aquella donde la propiedad y el control recaen en el grupo familiar y la dirección es realizada por los miembros de la familia y hay continuidad en el negocio.

En México los talleres artesanales son empresas familiares, su estudio es relevante pues la mayoría están compuestos por miembros de la misma familia (Jaspe, 2009), contribuyen al ingreso de los individuos y por su incursión en la comunidad (Toledo et al., 2012). En general los estudios de las empresas familiares se centran en la mejora de su desempeño económico y productivo con base en postulados de la teoría económica o de las ciencias administrativas (De la Rosa et al., 2009), dejando de lado el aspecto de los valores y la lealtad hacia el negocio familiar. En este contexto teórico se ha encontrado que la problemática para analizar las empresas familiares es que el término es difuso e impreciso (De la Rosa, 2009; Garza, 2011), existe una carencia de consenso sobre la definición de las empresas con estas características (Esparza y García, 2011), por su parte Martínez (2010) señala que desde el punto de vista de las industrias fragmentadas se pone la ambigüedad más que la claridad y es una perspectiva difícil de articular debido a que es difícil de conceptualizar. En este trabajo de investigación nos limitamos a definir los talleres artesanales como una organización tradicional compuesta en su mayoría por miembros de la misma familia productoras de piezas únicas con un distintivo denominado autenticidad, cuya tradición es heredada de generación en generación de padres a hijos como modo de vida.

Los talleres artesanales por su potencial cultural es una alternativa para reducir la pobreza y lograr el desarrollo económico en zonas rurales de los estados, donde existe desempleo y marginación, por ende consideramos necesario estudiar la influencia familiar en los talleres artesanales ya que según Turok (1988) las artesanías en México se están perdiendo a medida en que artesanos dejan de producir para buscar un empleo formal o migrar hacia los Estados Unidos de América. De lo anterior podemos argumentar que estudiar la influencia familiar en los talleres artesanales es importante para conocer cómo los miembros de la familia comparten valores similares, comprender el grado de lealtad de los miembros hacia el negocio familiar. Estudiar la cultura de las empresas familiares es un factor clave para el éxito de las empresas (Esparza y García, 2011). Los talleres artesanales no están considerados como una actividad económica capaz de formar parte de los censos económicos nacionales es por ello que no existen estadísticas oficiales (Garza et al, 2011; Correa et al., 2008). Los talleres representan importancia histórica y cultural como unidades de producción familiar que elaboran piezas en su totalidad hechas a mano, tienen características rurales, comportamiento individualista, producen con herramientas simples y trabajo humano (Toledo, 2012). Longenecker et al., (2007) mencionan que la educación del artesano está limitada a una enseñanza técnica, tienen experiencia en puestos técnicos, suelen carecer de buenas habilidades de comunicación y capacitación administrativa.

Los talleres artesanales con sus rasgos descritos difieren de otros tipos de pequeñas empresas ya que la toma de decisiones puede ser más compleja puesto que lleva una mezcla de valores e intereses familiares y de negocios. Por ejemplo, los intereses de la familia es el cuidado y cultivo de sus miembros, el objetivo es que cada miembro se desarrolle al máximo así como proveer oportunidades; en tanto los intereses de la empresa es la producción de los bienes o servicios, las metas son la rentabilidad y la supervivencia. Por su parte Subiñas (2011) describe la cultura familiar como tradicional y explica que se basa en una división sexual del trabajo que refleja la visión tradicional del trabajo sobre los roles apropiados para hombres y para mujeres, donde el estatus alto es el masculino y bajo tradicionalmente el femenino de los puestos de trabajo. Siguiendo a De la Rosa et al., (2009) mencionan que antes de analizar las empresas familiares se debe profundizar en la dimensión de la familia de la pequeña empresa ya que este termino es un elemento que permite explicar la complejidad organizacional. El crecimiento de las empresas familiares depende de que se reconozca la necesidad de una administración profesional, de que los intereses familiares deben de pasar a un segundo plano. La supervivencia de una empresa requiere de un equilibrio entre los intereses de la empresa y la familia.

### La Actividad Artesanal en México

La producción de artesanías se distingue en toda la República por sus formas, aplicaciones y en sus usos, así como en su decorado, (Alt, 1982). En México es imposible presentar una descripción de la infinita variedad de objetos manufacturados en las diferentes latitudes de la República Mexicana. La distribución territorial de la actividad artesanal está presente en los 32 estados de la República Mexicana en donde se registra producción. Pero son los estados de Michoacán, Jalisco, y Guanajuato los mayores productores de artesanías, mientras que Michoacán, Oaxaca, Estado de México, Hidalgo y Puebla concentran la mayor cantidad de localidades productoras (Correa et al., 2008). Por ejemplo, en el Estado de Oaxaca para Hernández et al., (1998) estiman que existen 20,000 artesanos, y para Toledo (2012) aproximadamente 28 mil personas que dependen de la producción de artesanías. En México el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) es la institución encargada de promover y fomentar la actividad artesanal del país para contribuir a elevar el ingreso familiar, su desarrollo humano y social de los artesanos. Las actividad artesanal en México se encuentra dividido en 17 ramas artesanales de acuerdo al FONART (2014) se encuentran la alfarería y cerámica, textiles, madera, cerería, metalistería, orfebrería, joyería, fibras vegetales, cartonería y papel, talabartería y peletería, maque y laca, lapidaría y cantería, arte huichol, hueso y cuerno, concha y caracol, vidrio, plumaria.

### Importancia de los Talleres Artesanales

En México, las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme) representan el 99.8% de total de las empresas y aportan un 52% del PIB, el 65% son empresas familiares (Esparza y García, 2011), por su parte Toledo et al., (2012) señalan que representan el 95% del total de empresas registradas, y contribuyen con el 75% de los empleos. La familia vista como una unidad económica a través de los años ha sido un importante pilar desde el siglo XIX, ya que expresa la relación entre el trabajo y capital dentro del taller artesanal (De la Rosa, 2009). Las actividades artesanales son consideradas relevantes ya que refuerzan los valores sociales y culturales, económicamente producen empleos contribuyendo con el desarrollo de los individuos y la comunidad. La artesanía tiene gran trascendencia que va más allá de la aportación económica, por su parte Toledo et al., (2010) señala que son relevantes para la economía de la región, porque atraen al turismo nacional e internacional.

Los talleres artesanales son fortaleza de los lazos familiares, ya que existe una motivación porque es una empresa familiar y algunas empresas utilizan este tema para diferenciarse de la competencia, de acuerdo con Alt (1982) en México las artesanías satisfacen vitales necesidades sociales. En el actual modelo familiar la descendencia se traza de manera unilineal por vía masculina lo que se conoce como patrilinealidad (Moctezuma, 2011), el linaje que proporciona a sus miembros un sentido de identidad

familiar y social grupal. El principio agnaticio juega un papel importante en al aprendizaje y generación de un taller artesanal, este principio opera desde tiempos prehispánicos, se sustenta en el parentesco que se teje entre varones emparentados de manera consanguínea. Este principio juega un papel muy importante en la capacidad de un artesano para generar y consolidar un taller. Los estados con riqueza artesanal presentan una gran opulencia cultural, pero tienen una gran dependencia del mercado, por lo que muchas familias artesanas vivan en condiciones de subsistencia (Toledo, 2012; Toledo et al., 2012) debido a que permanecen sin cambios por generaciones, con pocos incrementos en las ventas, tecnología rudimentaria, generalmente no tratan de participar en los mercados internacionales.

## METODOLOGÍA

La muestra se seleccionó por conveniencia, es decir no sigue ninguna fórmula estadística, debido a que la encuesta se aplicó de forma personal a los propietarios de los talleres artesanales invitador por el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) a participar en un foro de consulta. El instrumento fue aplicado los días 30 y 31 de Enero del 2014 en la Ciudad de Zacatecas, Zacatecas, México. Se realizó la aplicación a 47 artesanos de los estados de Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, San Luis Potosí y Zacatecas, obteniendo una tasa de respuesta de 100%. El análisis de datos se realizó por medio de un análisis de factorial, procesado en el paquete SPSS V20. Dado que el análisis factorial es un método de interdependencia (Aldás y Maldonado), es decir, no se hace distinción entre variables dependientes e independientes y sirve para averiguar si las variables en estudio tienen un pequeño número de factores en común, escrito lo anterior podemos discutir que el análisis factorial, es una herramienta útil para el análisis de muestras pequeñas como nuestro caso donde tenemos 47 y no hacemos distinción de variables dependientes e independientes, por lo cual optamos por seleccionar esta metodología. Continuando con nuestro análisis la Tabla 1 muestra la distribución muestral por estado, en el presente estudio se analizaron 47 talleres artesanales de los estados de Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, San Luis Potosí y Zacatecas.

Tabla 1: Distribución Muestral Por Estado y Por Rama Artesanal

| Estado               |            |            |             |
|----------------------|------------|------------|-------------|
|                      | Frecuencia | Porcentaje | Acumulativo |
| Aguascalientes       | 4          | 8.5        | 8.5         |
| Chihuahua            | 8          | 17         | 25.5        |
| Coahuila             | 1          | 2.1        | 27.6        |
| San Luis Potosí      | 2          | 4.3        | 31.9        |
| Zacatecas            | 32         | 68.1       | 100         |
| Rama artesanal       |            |            |             |
| Alfarería y cerámica | 15         | 31.9       | 31.9        |
| Textiles             | 13         | 27.7       | 59.6        |
| Madera               | 3          | 6.5        | 66.1        |
| Joyería              | 2          | 4.2        | 70.3        |
| Fibras vegetales     | 2          | 4.2        | 74.5        |
| Cartonería y papel   | 3          | 6.5        | 81          |
| Talabartería         | 4          | 8.4        | 89.4        |
| Lapidaria y cantería | 2          | 4.2        | 93.6        |
| Arte huichol         | 3          | 6.4        | 100         |

La distribución muestral por entidad federativa presenta en primer plano a las personas propietarias de talleres artesanales del Estado de Zacatecas que representa la mayoría de talleres con 68.1%, esto debido a que la encuesta se aplicó en dicho estado. En el segundo apartado descripción de la muestra presenta la distribución muestral por rama artesanal donde se observa que la mayoría de los talleres entrevistados pertenecen a la rama de alfarería y cerámica con 31.9%, en segundo plano se aprecia la rama de textiles con 27.7%, estas dos ramas juntas representan más de la mitad de la muestra con 59.6%. Fuente: elaboración propia.

La Tabla 1 presenta la distribución muestral donde podemos apreciar las entidades federativas presentes en este estudio, donde los artesanos entrevistados con el 68.1% corresponden al estado de Zacatecas, esto debido a que Zacatecas es el Estado donde se realiza el foro y por ende donde asistieron mayor número de artesanos. En el apartado de las ramas artesanales muestra que la rama con mayor presencia es la de alfarería y cerámica con el 31.9% y la de textiles con el 27.7%. Medidas Este estudio analiza la influencia

de las familia en el negocio, dicha variable fue medida a través de la escala F-PEC propuesta por Astrachan, Klein y Smyrnios (2002) para medir la influencia de la familia en la empresa a través de las dimensiones de poder, experiencia y cultura. La Tabla 2 muestra las preguntas que componen la sub escala de cultura, medida a través de una escala tipo likert de 5 items donde: 1.) Nunca, 2.) Rara vez, 3.) Algunas veces, 4.) Casi siempre y 5.) Siempre.

Tabla 2: Sub Escala Cultura

|  | Nunca                    | Rara Vez      | Algunas Veces                  | Casi Siempre | Siempre               |
|--|--------------------------|---------------|--------------------------------|--------------|-----------------------|
| V1 ¿Su familia tiene influencia en su negocio?   | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V2 Los miembros de su familia ¿comparten valores similares?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V3 ¿Su familia y negocio comparten valores similares?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| Por favor califique el grado en que está de acuerdo con las siguientes oraciones   | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo de en desacuerdo | De acuerdo   | Totalmente de acuerdo |
| V4 Los miembros de la familia ¿están dispuestos a poner un gran esfuerzo más allá de lo esperado normalmente con el fin de ayudar a que la empresa familiar tenga éxito? | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V5 ¿Apoyamos a la empresa familiar en discusiones con amigos, empleados y otros miembros de la familia?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V6 ¿Sentimos lealtad hacia el negocio familiar?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V7 ¿Encontramos que nuestros valores son compatibles con los de la empresa?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V8 ¿Estamos orgullosos de decir que somos parte de la empresa familiar?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V9 ¿Hay mucho que ganar a largo plazo al participar con el negocio familiar?   | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V10 ¿Estamos de acuerdo con los objetivos, planes y políticas del negocio familiar?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V11 ¿La decisión de participar en el negocio familiar tiene una influencia positiva en mi vida?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |
| V12 ¿Entiendo y apoyo a las decisiones de mi familia con respecto al futuro de la empresa familiar?  | 1                        | 2             | 3                              | 4            | 5                     |

La Tabla 2 describe las preguntas de la sub escala cultura tomada de la escala F-PEC (Poder, Experiencia y Cultura), medidas en escala tipo likert donde se le pidió al artesano que calificara el grado en que está de acuerdo con cada oración donde: 1.) Nunca, 2.) Rara vez, 3.) Algunas veces, 4.) casi siempre y 5.) Siempre. Fuente: Elaboración propia con base en Astrachan et al., (2002).

La Tabla 2 presenta el instrumento aplicado a los 47 talleres artesanales, donde se describen las preguntas de las sub escala cultura tomada de la escala F-PEC (Poder, Experiencia y Cultura), medidas en una escala tipo likert donde se le pidió al dueño del taller artesanal que calificara el grado en que está de acuerdo con cada opción.

## RESULTADOS

La Tabla 3 muestra las pruebas de esfericidad de Bartlett la cual contrasta la hipótesis nula en la matriz de correlaciones, en cuyo caso existen correlaciones significativas entre las variables y el modelo de análisis factorial es pertinente. La medida de adecuación muestral (KMO) Kaiser-Meyer-Olkin contrasta si las correlaciones principales entre las variables son significativamente pequeñas, este estadístico varía entre 0 y 1, como podemos apreciar si es factible el análisis factorial. La Tabla 3 presenta la prueba de esfericidad de Bartlett donde su  $p$  es inferior a los niveles críticos 0.05 y 0.01, el test de Kaiser-Meyer-Olkin presenta un valor superior a 0.05 lo que nos comprueba que los datos se adecuan para realizar el análisis factorial.

Tabla 3: KMO y Prueba de Bartlett

| Medida de Adecuación Muestral de Kaiser-Meyer-Olkin. |                         | 0.735    |
|--|-------------------------|----------|
| Prueba de esfericidad de Bartlett                    | Chi-cuadrado aproximado | 211.148  |
|  | Gl                      | 66       |
|  | Sig.                    | 0.000*** |

\*\*\* Significativo al 1%. La tabla 3 describe el test de Bartlett donde su p es inferior a los niveles críticos 0.05 y 0.01 y el test de Kaiser-Meyer-Olkin su valor es superior a 0.05, por lo tanto los datos se adecuan para realizar el análisis factorial.

La Tabla 4 ofrece un listado de auto-valores que expresan la cantidad de la varianza total que esta explicada por cada factor; y los porcentajes de la varianza explicada asociados a cada factor que se obtienen dividiendo su correspondiente auto-valor por la suma de los auto-valores (coincide con el número de variables). Por ende se extraen tanto factores como auto-valores mayores a 1 que tiene la matriz analizada. En nuestro análisis existen 3 auto-valores mayor que 1, por lo que el procedimiento extrae 3 factores que consiguen explicar el 63.99% de la varianza de los datos originales.

Tabla 4: Varianza Total Explicada

| Componente | Auto Valores Iniciales |                  |             | Sumas de las Saturaciones Al Cuadrado de la Extracción |                  |             | Suma de las Saturaciones Al Cuadrado de la Rotación |                  |             |
|------------|------------------------|------------------|-------------|--|------------------|-------------|---|------------------|-------------|
|            | Total                  | % de la varianza | % acumulado | Total  | % de la varianza | % acumulado | Total   | % de la varianza | % acumulado |
| 1          | 4.598                  | 38.313           | 38.313      | 4.598  | 38.313           | 38.313      | 3.645   | 30.373           | 30.373      |
| 2          | 1.873                  | 15.611           | 53.924      | 1.873  | 15.611           | 53.924      | 2.225   | 18.538           | 48.910      |
| 3          | 1.209                  | 10.072           | 63.997      | 1.209  | 10.072           | 63.997      | 1.810   | 15.086           | 63.997      |
| 4          | 0.940                  | 7.831            | 71.827      |  |                  |             |   |                  |             |
| 5          | 0.742                  | 6.182            | 78.009      |  |                  |             |   |                  |             |
| 6          | 0.665                  | 5.545            | 83.554      |  |                  |             |   |                  |             |
| 7          | 0.634                  | 5.283            | 88.837      |  |                  |             |   |                  |             |
| 8          | 0.497                  | 4.145            | 92.982      |  |                  |             |   |                  |             |
| 9          | 0.291                  | 2.425            | 95.407      |  |                  |             |   |                  |             |
| 10         | 0.238                  | 1.983            | 97.390      |  |                  |             |   |                  |             |
| 11         | 0.190                  | 1.583            | 98.973      |  |                  |             |   |                  |             |
| 12         | 0.123                  | 1.027            | 100.000     |  |                  |             |   |                  |             |

Método de extracción: Análisis de Componentes principales. Atendiendo el criterio de la varianza explicada, se puede observar que tres factores explican el 63.997% de la varianza, por lo que la solución de tres factores parece razonable. Fuente: datos analizados en SPSS.

La Tabla 4 presenta el análisis de la varianza explicada que arroja el paquete estadístico SPSS V20, El análisis de componentes principales, donde atendiendo el criterio de la varianza explicada, podemos apreciar que tres factores explican el 63.997% de la varianza, por lo que la solución de tres factores es razonable. Continuando con los resultados, la Tabla 5 presenta la solución rotada mediante el procedimiento varimax, el cual es un método de rotación ortogonal que minimiza el número de variables que tienen saturaciones altas en cada factor. Simplifica la interpretación de los factores optimizando la información en cada columna, para interpretar los factores, es necesario identificar, mediante las cargas factoriales, que variables utilizar. Debido a que todas las cargan en mayor o menos medida sobre todos los factores el criterio que utilizaremos para explicar cada factor aquellas variables con una carga factorial superior a 0.75 (Aldás y Maldonado, 2013) esto debido al tamaño de nuestra muestra.

La Tabla 5 presenta las saturaciones relativas de cada variable en cada uno de los tres factores, donde se observa que el factor uno está compuesto por las variables: *lealtad hacia el negocio familiar, encontramos que nuestros valores son compatibles con los de la empresa.* Todas estas variables saturan en un único factor porque componen un grupo diferenciado de variables; este factor lo podemos interpretar como lealtad hacia el negocio. El factor dos viene explicado por las variables: *los miembros de su familia comparten valores similares y Su familia y negocio comparten valores similares,* lo que podemos interpretar como valores de la familia y empresa. Por último el tercer factor está formado por sólo una variable: *apoyamos a la empresa familiar en discusiones con amigos, empleados y otros miembros de la familia* o lo podemos interpretar como apoyo hacia el taller que es independiente de la

lealtad hacia el negocio y de los valores de la familia. Esto debido a que los factores son independientes entre sí y la variable no satura en los otros dos factores.

Tabla 5: Matriz de Componentes Rotados

| Variable  | Componente |        |        |
|---|------------|--------|--------|
|   | 1          | 2      | 3      |
| Los miembros de su familia comparten valores similares  | 0.280      | 0.805  | -0.147 |
| Su familia y negocio comparten valores similares  | 0.277      | 0.843  | -0.078 |
| Apoyamos a la empresa familiar en discusiones con amigos, empleados y otros miembros de la familia. | 0.103      | 0.071  | 0.744  |
| Sentimos lealtad hacia el negocio familiar  | 0.871      | 0.053  | 0.208  |
| Encontramos que nuestros valores son compatibles con los de la empresa                              | 0.757      | -0.064 | 0.137  |

La Tabla 5 presente el método de extracción: Análisis de componentes principales y el método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser. Las saturaciones relativas de cada variable en cada uno de los tres factores, donde el factor uno está compuesto por las variable: lealtad hacia el negocio familiares y encontramos que nuestros valores son compatibles con los de la empresa. Todas estas variables saturan en un único factor al que podemos llamar lealtad hacia el negocio.

## CONCLUSIONES

Para este estudio aplicado a los propietarios de los talleres artesanales de los estados de Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, San Luis Potosí y Zacatecas tomando la escala F-PEC propuesta por Astrachan et al., (2002) podemos concluir que los datos son significativos para la aplicación de un análisis factorial dado el tamaño de la muestra. De lo anterior atendiendo al criterio de la varianza explicada, tres factores explican casi el 64% de la varianza extraída, dado que cada factor es una combinación lineal de diversas variables lo que significa que gran parte de la varianza está recogida en los factores seleccionados mayores a 0.75, de esta forma el factor uno interpretado como lealtad hacia el taller artesanal, el factor dos: valores de la familia y el taller y por último el factor tres: apoyo hacia el taller artesanal.

Por lo tanto se concluye que los propietarios de los talleres artesanales perciben lealtad de los miembros de la familia hacia el negocio, así mismo, la familia y el negocio comparten valores similares, y existe un apoyo hacia la empresa ante las dificultades. Los aportes de este estudio contribuyen al enriquecimiento del tema de la familia en los talleres artesanales, así mismo son de utilidad para personas interesadas en el estudio de empresas familiares. Las limitaciones de esta investigación radican en el tamaño de la muestra, ya que es recomendable realizar estudios con muestras mayores a la analizada, la dificultad para precisar el concepto de empresa familiar y la complejidad de los talleres artesanales. En futuros trabajos de investigación se recomienda dirigir los estudios específicamente a otras ramas artesanales como por ejemplo la orfebrería, la talabartería o la cantera, analizar la influencia familiar en cada rama y en otros estados de la república mexicana como Jalisco o Michoacán.

Los resultados aquí presentados sobre la influencia familiar representada por los valores, la lealtad de la empresa y el apoyo hacia la empresa son factores que influyen en los talleres artesanales, resultados los cuales son consistentes con los hallazgos de Toledo et al., (2012), dónde los valores familiares están presentes en los talleres artesanales y que es un factor clave para el éxito. Contrastando con los hallazgos reportados por Avendano, et al., (2009) donde reportan que la familia no es un predictor sólido en los negocios familiares.

## BIBLIOGRAFÍA

Aldás, J. y Maldonado G. (2013). *Análisis básico de datos*. Valencia: Universidad de Valencia.

Atl, D. (1982). Las artes populares en México. En Dr. Alt *textos sobre arte popular* (pp. 19-39) México: Antología.

Avendano, J., Kelly, L., Trevinyo, R. N., y Madero S. G., (2009). A family-based competitive advantage: handling key success family factors in mexican family business, *Cuadernos de administración*. 39,191-212.

Astrachan, J. H., Klein, S. B., y Smyrnios K. X. (2002). The F-PEC Scale of Family Influence: A Proposal for Solving the Family Business Definition Problem. *Family business review* 15, 45-58.

Burciaga, J. (2008). *Manos en armonía. Historias de vida en el arte popular zacatecano*. Zacatecas: CONACULTA.

Burciaga, J. (2010). *Zacatecas, memoria sobre el arte popular*. Zacatecas: CONACULTA.

Correa, O. M., Correa G. P. y Carmona, R. M. (2008). Los tipos de espacios de la economía artesanal-turística en México. *Revista UNAM*. 1, 1-14.

De la Rosa, A., Lozano, O. y Ramírez, J. (2009). Organización, empresa y familia: de la empresa familiar a la organización familiar. *Revista gestión y estrategia* 36:17-36.

Domínguez, M., Hernández, J. y Toledo A. (2004). Competitividad y ambiente en sectores fragmentados. El caso de la artesanía en México. *cuadernos de administración* 17, 127-158.

Esparza J. y García D., (2011). La cultura de las empresas familiares turísticas mexicanas y su influencia en la gestión estratégica. *Cuadernos de administración* 42, 295-313.

FONART. (2014). *Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías*. Consultado en <http://www.fonart.gob.mx/web/index.php> Consultado el 3 de Abril de 2014.

Garza, M., Medina, J., Cheín, N., Jiménez K., Ayup J. y Díaz J. (2011). Los valores familiares y la empresa familiar en el nordeste de México. *cuadernos de administración* 42, 315-333.

Hernández, J., Domínguez M., Moreno, I. y Ortega N. (1998). Estrategias competitivas en artesanías. *Revista Iztapalapa* 44,261-276.

Hernández, J., Domínguez, M. y Caballero M., (2007). Factores de innovación en negocios de artesanía de México *Revista Gestión y política pública* (35)2,353-379.

Hernández, J., Domínguez, M., y Mendoza L. (2010). Desempeño de los negocios de artesanía después del movimiento social de 2006 en Oaxaca, México. *En revista espiral, estudios sobre estado y sociedad* 48, 205-240.

Hernández, J., Yescas, M. y Domínguez, M. (2007). Factores de éxito en los negocios de artesanía en México. *Revista de estudios gerenciales* 104, 77-99.

Jaspe, C. (2009). *Diagnóstico regional de artesanías*. Zacatecas: Instituto de Desarrollo Artesanal. Gobierno del Estado de Zacatecas.

Longenecker, J., Moore, C., Petty, W. y Palich L. (2007). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill.

Martínez, M. (2010). Relaciones entre cultura y desempeño organizacional en una muestra de empresas colombianas: Reflexiones sobre la utilización del modelo de Denison. *En cuadernos de administración* 40,163-190.

Moctezuma, P. (2011). Familia patriarcal y trabajo artesano: Una forma organizativa laboral sustentada en el parentesco. *Estudios de género. La ventana*. 36,134-177.

Subiñas, M. (2011). *Organización y género: Insumos teóricos y metodológicos para el estudio de la cultura organizacional*. En avatares del estudio de las organizaciones (pp.155-178). México: Fontamara.

Toledo, A., Hernández J. y Griffin, D. (2010). Incentives and the growth of Oaxacan subsistence businesses. *Journal of business research* 63,630-638.

Toledo, A. (2012). La producción y comercialización de los textiles artesanales de Mitla, Oaxaca. *Aquí estamos, revista de exbecarios indígenas*, 16, 20-28.

Toledo, A., Díaz, R., Jiménez, J. y Sánchez, P., (2012). Defining success in subsistence businesses. *Journal of Business Research*. 65:1658-1664.

Turok, M. (1988). *Cómo acercarse a la artesanía*. México: Plaza y Valdez.

UNESCO (2004). *Índice UNESCO Artesanía-Turismo*. Sección de Arte, Artesanías y Diseño. UNESCO.

## **BIOGRAFÍA**

Luis Ángel Correa García es Candidato a Doctor por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, Aguascalientes, México, 2014. Maestro en Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua, Ciudad Juárez, Chihuahua, 2009. Licenciado en Administración del Instituto Tecnológico de Zacatecas, Zacatecas, México. 2004. Correo electrónico luisangel\_zac@hotmail.com

Roberto González Acolt es Doctor en Ciencias con orientación en Economía. Línea de investigación: Desarrollo local sustentable. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Correo electrónico: rgonza@correo.uaa.mx

Bogar García Martínez es Candidato a Doctor. Línea de investigación: Cluster y organización industrial. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Correo electrónico: bgarcía@correo.uaa.mx. La dirección de los tres investigadores es Avenida Universidad # 940, Ciudad Universitaria, C.P. 20131, Aguascalientes, Aguascalientes. MÉXICO.