Noesis. Revista Electrónica de Investigación
Año 8. Vol 8. N°16. Julio-Diciembre. 2026
Hecho el depósito de Ley: FA2019000060
ISSN: 2739-0365
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS AVANZADOS KOINONIA (IIEAK).
Santa Ana de Coro. Venezuela.

DOI 10.35381/noesisin.v8i16.876

Aporte de los emprendedores de vestimenta artesanal al desarrollo económico, Cañar, Ecuador

Contribution of artisanal clothing entrepreneurs to economic development, Cañar, Ecuador

Nube Rocío Zhau-Pomavilla
nube.zhau.25@est.ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar
Ecuador
https://orcid.org/0009-0000-5002-7090

Ana Luisa Ordóñez-Laso
alordonezl@ucacue.edu.ec
Universidad Católica de Cuenca, Cañar, Cañar
Ecuador
https://orcid.org/0000-0002-7935-6709

Recepción: 15 de abril 2026
Revisado: 20 de mayo 2026
Aprobación: 25 de junio 2026
Publicado: 01 de julio 2026

Noesis. Revista Electrónica de Investigación
Año 8. Vol 8. N°16. Julio-Diciembre. 2026
Hecho el depósito de Ley: FA2019000060
ISSN: 2739-0365
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS AVANZADOS KOINONIA (IIEAK).
Santa Ana de Coro. Venezuela.

RESUMEN

El objetivo fue analizar el aporte de los emprendedores de vestimenta artesanal al desarrollo económico del cantón Cañar en sus dimensiones económica, social, cultural y de gestión. Se siguió un enfoque mixto, descriptivo y transversal: se censó a 15 emprendedores (12 de la Asociación Mushuk Pakary y 3 independientes) mediante encuesta y se realizaron entrevistas semiestructuradas a artesanos y a la dirigencia asociativa. El 80 % de los emprendedores son mujeres; el 87 % afirma que el emprendimiento mejoró la economía familiar y el 100 % introduce nuevos diseños. En cambio, solo el 40 % amplió su cartera de clientes o incorporó nuevas líneas de productos, la promoción digital es incipiente y el control financiero es básico entre los independientes. Se concluye que la vestimenta artesanal sostiene ingresos familiares e identidad cultural, pero su aporte al desarrollo local exige formación en gestión, acceso a mercados y apoyo institucional permanente.

Descriptores: Artesanía; empresa; desarrollo económico; patrimonio cultural; mujer. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The aim was to analyze the contribution of artisanal clothing entrepreneurs to the economic development of the canton of Cañar, Ecuador, across its economic, social, cultural and management dimensions. A mixed, descriptive and cross-sectional approach was used: a census of 15 entrepreneurs (12 members of the Mushuk Pakary Association and 3 independent) was surveyed with a structured questionnaire, and semi-structured interviews were held with artisans and association leaders. Women make up 80% of the entrepreneurs; 87% state that the business improved the family economy and 100% introduce new designs. However, only 40% expanded their customer base or added new product lines, digital promotion is incipient and financial control is basic among independents. It is concluded that artisanal clothing sustains family income and cultural identity, but its contribution to local development requires management training, market access and permanent institutional support.

Descriptors: Handicrafts; enterprises; economic development; cultural heritage; women. (UNESCO Thesaurus).

INTRODUCCIÓN

En los territorios rurales andinos, la confección de prendas tradicionales cumple una doble función: es una fuente de ingresos para los hogares y un medio para conservar símbolos, técnicas y saberes que identifican a una comunidad. En el cantón Cañar, la vestimenta artesanal de raíz cañari se elabora en talleres familiares y en organizaciones de base, y forma parte de la economía popular y solidaria que el Ecuador reconoce como un sector propio de su sistema económico. Sin embargo, el peso de esta actividad en el desarrollo económico del territorio ha sido poco estudiado, pese a que buena parte de las familias que la practican depende de ella para complementar ingresos agrícolas inestables.

El emprendimiento ecuatoriano se distingue por su dinamismo, pero también por la fragilidad de muchas iniciativas. En una encuesta a 200 emprendedores del país, Villavicencio-Morejón (2025) encontró una cultura emprendedora en expansión, limitada por el acceso desigual a la tecnología y la falta de soporte social. En pymes ecuatorianas, las causas de cierre más citadas fueron el desconocimiento del mercado, la débil gestión administrativa y la competencia excesiva, y seis de cada diez empresas reconocieron que necesitaban estrategias de sostenibilidad (Vásquez Erazo et al., 2023). La pandemia agravó estas debilidades: en la provincia de El Oro, varias pymes cerraron por no poder cubrir nóminas ni deudas (Palas Villagómez & Salcedo-Muñoz, 2021), y la recuperación posterior se ha apoyado en la digitalización y la alfabetización digital (Useche-Aguirre et al., 2021).

La literatura sobre emprendimiento indígena y artesanal sostiene que estas iniciativas generan desarrollo económico y, al mismo tiempo, preservan el patrimonio cultural. Una revisión de 84 estudios identificó ambos efectos como resultados característicos del emprendimiento indígena (AlMehrzi et al., 2024), y otra revisión subraya que su éxito depende de combinar vínculos comunitarios fuertes con redes externas que conecten a los productores con nuevos mercados (Vivaldini & Corrêa, 2025). En organizaciones artesanales indígenas de Michoacán, la confianza, las estructuras horizontales y el

comercio justo forman parte de la identidad empresarial (Macías-Barreto & Rojas Alarcón, 2022), y en la comunidad Salasaka de Tungurahua se han propuesto rutas basadas en saberes ancestrales para elevar los ingresos locales (Ortega-Ocaña et al., 2023).

La dimensión de género es central en este sector. En Lima, la continuidad de las mujeres artesanas depende de factores laborales, prácticos y culturales, como el apoyo del Estado y el reconocimiento de la tradición (Mousa et al., 2024), y en la India los factores sociales, económicos, digitales y financieros se asociaron con el desempeño de 268 negocios artesanales dirigidos por mujeres (Yadav et al., 2025). En Ecuador, la capacitación permitió a mujeres artesanas mejorar la fijación de precios y el uso de redes sociales (Escalante Gavilanes & Merchán Rivera, 2024). A ello se suma el relevo generacional: en Boyacá, cada vez menos jóvenes continúan el oficio y las mujeres son las principales transmisoras del conocimiento artesanal (Guzmán Sanabria & Saldarriaga, 2024).

Pese a su potencial, los artesanos enfrentan limitaciones conocidas: financiamiento escaso, comercialización dependiente de ferias e intermediarios, baja presencia digital y apoyo institucional fragmentado. En Pastaza, el 84 % de los dirigentes de emprendimientos populares se declaró insatisfecho con la asesoría estatal y el 82,7 % nunca había usado las finanzas populares y solidarias (Auquilla-Belema et al., 2022). En el caso de Cañar, no se dispone de evidencia que describa cómo se articulan estas condiciones en los emprendimientos de vestimenta. Por ello, el objetivo de la investigación fue analizar el aporte de los emprendedores de vestimenta artesanal al desarrollo económico del cantón Cañar, Ecuador, considerando las dimensiones económica, social, cultural y de gestión empresarial.

MÉTODO

Se desarrolló un estudio con enfoque mixto, de alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. El componente cuantitativo permitió medir indicadores de producción, comercialización, gestión y aporte económico, mientras que el cualitativo

recogió las percepciones de los actores sobre el valor cultural, el empleo, el apoyo institucional y los desafíos del sector. La integración de ambos componentes se realizó en la fase de interpretación, contrastando los porcentajes de la encuesta con los argumentos expresados en las entrevistas.

La población estuvo integrada por los emprendedores de vestimenta artesanal del cantón Cañar. Al tratarse de un grupo reducido y disperso, se aplicó un censo a los 15 emprendedores identificados: 12 miembros de la Asociación Mushuk Pakary y 3 artesanos independientes. Se utilizó un cuestionario estructurado con preguntas cerradas sobre innovación, comercialización, uso de medios digitales, control financiero, capacitación, transmisión de saberes, economía familiar, proveedores, mercados, asociatividad y participación cultural.

Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas a los artesanos independientes y a la presidenta de la Asociación Mushuk Pakary, con una guía organizada en seis ejes: importancia de los emprendimientos, contribución a la economía local, impacto en el empleo y la identidad, políticas de apoyo, desafíos y acciones de fortalecimiento. Los datos cuantitativos se procesaron mediante frecuencias y porcentajes, y la información cualitativa se sistematizó por categorías. La participación fue voluntaria y se resguardó la confidencialidad de los informantes.

RESULTADOS

El grupo censado está conformado mayoritariamente por mujeres (80 %), con una presencia relevante de artesanos mayores de 55 años, lo que confirma que el oficio se sostiene en personas con larga trayectoria. La mayoría de los emprendedores (80 %) pertenece a una organización asociativa, mientras que el 20 % trabaja de manera individual. La tabla 1 resume estas características.

Tabla 1.
Características de los emprendedores de vestimenta artesanal (n = 15).

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Género	Femenino	12	80 %
	Masculino	3	20 %
Forma de organización	Asociación Mushuk Pakary	12	80 %
	Artesano independiente	3	20 %
Participación en capacitaciones	Sí	13	87 %
Participación en eventos culturales	Activa	11	73 %

Elaboración: Los autores.

En la dimensión de innovación y producción, todos los emprendedores declararon introducir nuevos diseños, colores o estilos y haber mejorado sus procesos productivos con nuevas herramientas o técnicas. Esta disposición a innovar no ha supuesto renunciar a los símbolos tradicionales, que siguen presentes en las prendas. No obstante, la innovación se concentra en el diseño y no en la oferta: solo el 40 % incorporó nuevas líneas de productos.

En comercialización predominan los canales convencionales, como la venta directa y las ferias, y las redes sociales ocupan un lugar secundario. Aunque el 87 % utiliza algún medio digital para promocionar sus productos, lo hace de forma incipiente, sin planificación de contenidos ni seguimiento de resultados. La ampliación de mercados es limitada: apenas el 40 % logró aumentar su cartera de clientes. En la gestión, el control de costos, inventarios y presupuesto es básico y poco sistemático entre los artesanos independientes, mientras que los miembros de la asociación llevan registros más ordenados.

En la dimensión económica y territorial, el 87 % considera que los ingresos del emprendimiento mejoraron su economía familiar, y el 53 % trabaja con proveedores o colaboradores locales, lo que indica un encadenamiento productivo todavía parcial. En la dimensión cultural, los participantes valoraron de manera muy positiva la transmisión de conocimientos entre generaciones como condición para la continuidad de los talleres. La

tabla 2 y la figura 1 presentan los indicadores principales.

Tabla 2.
Indicadores de innovación, gestión y aporte económico.

Dimensión	Indicador	Respuesta afirmativa
Innovación	Introduce nuevos diseños, colores o estilos	100 %
	Mejoró sus procesos productivos	100 %
	Incorporó nuevas líneas de productos	40 %
Comercialización	Usa medios digitales para promocionar	87 %
	Amplió su cartera de clientes o mercados	40 %
Gestión	Participó en capacitaciones de gestión	87 %
Aporte económico	El emprendimiento mejoró la economía familiar	87 %
	Trabaja con proveedores locales	53 %
Social y cultural	Pertenece a una asociación de productores	80 %
	Participa en eventos culturales y comunitarios	73 %

Elaboración: Los autores.

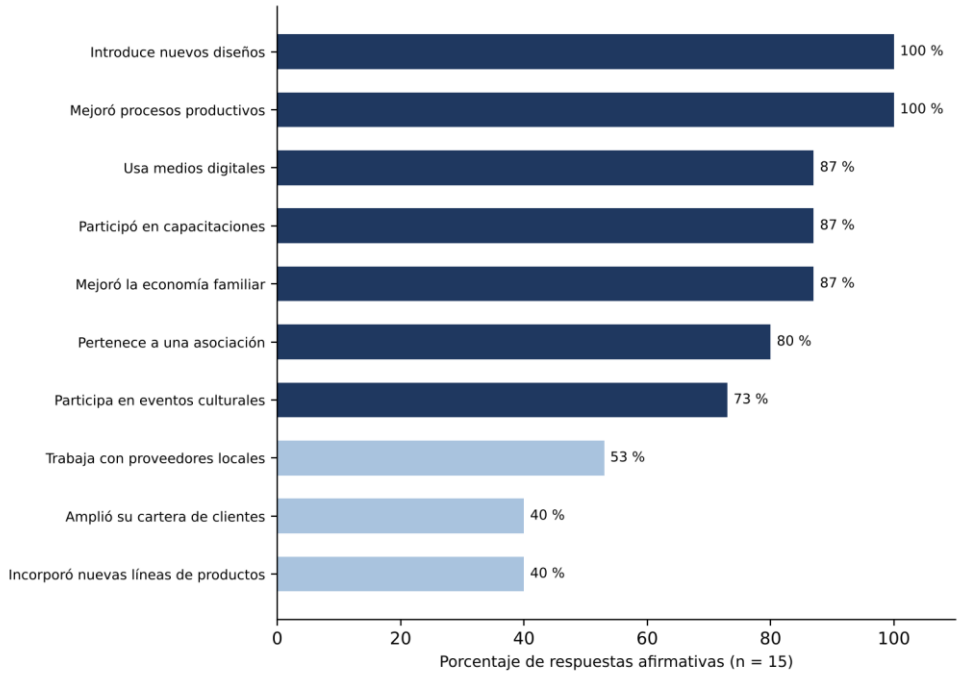

Figura 1. Indicadores de los emprendimientos de vestimenta artesanal del cantón Cañar.
Elaboración: Los autores.

Las entrevistas complementan estos datos. Los informantes coincidieron en que la vestimenta artesanal tiene valor económico, social y cultural, y destacaron su papel como fuente de trabajo para las mujeres. Reconocieron que la actividad genera ganancias para las familias, permite ventas al por mayor en temporadas festivas y mejora el bienestar del hogar, aunque la competencia de prendas industriales restringe su crecimiento. El efecto sobre el empleo se percibe limitado por la escasa infraestructura y el tamaño reducido de los talleres, mientras que el efecto sobre la identidad se considera alto, incluso entre migrantes que demandan prendas tradicionales.

Respecto del apoyo institucional, los entrevistados señalaron que se reduce a eventos culturales puntuales, al uso de espacios municipales y a algunas capacitaciones, sin programas integrales ni políticas permanentes. Entre los desafíos mencionaron la competencia desleal, los precios bajos de los productos industrializados y la falta de respaldo local. Como acciones de fortalecimiento propusieron mejorar las facilidades para la producción, reforzar los conocimientos técnicos y crear centros de comercialización artesanal. La tabla 3 sintetiza estas categorías.

Tabla 3.
Síntesis de las entrevistas por categoría de análisis.

Categoría	Hallazgo principal	Implicación para el desarrollo local
Importancia del emprendimiento	Valor cultural, social y económico; fuente de trabajo femenino.	Inclusión económica de mujeres rurales.
Contribución económica	Ingresos familiares y ventas por temporada, limitados por la competencia.	Aporte real, pero complementario y vulnerable.
Empleo e identidad	Bajo efecto en el empleo; alto efecto en la identidad cultural.	Desequilibrio entre capacidad productiva y valor simbólico.
Apoyo institucional	Eventos puntuales y capacitaciones aisladas.	Ausencia de una política sectorial sostenida.
Desafíos	Competencia desleal y precios bajos de prendas industriales.	Presión sobre la rentabilidad y la motivación.
Propuestas	Infraestructura, formación técnica y centros de venta.	Necesidad de una intervención coordinada.

Elaboración: Los autores.

DISCUSIÓN

Los resultados muestran que los emprendimientos de vestimenta artesanal de Cañar aportan al desarrollo económico sobre todo a través del hogar: la gran mayoría reconoce una mejora en la economía familiar, pero esa mejora no se traduce todavía en expansión de mercados, diversificación de la oferta ni generación significativa de empleo. Este patrón coincide con el de las microempresas de cerámica de Juan Mata Ortiz, donde los talleres familiares presentan financiamiento, comercialización y publicidad inestables (Bautista Flores & Tena Hernández, 2024), y con el de los alfareros de San Bartolo Coyotepec, en los que el crédito mejora el desempeño solo cuando se acompaña del compromiso del líder y del contexto comunitario (López García et al., 2022).

La alta participación femenina confirma el carácter inclusivo de la actividad. Al igual que en las artesanas de Lima (Mousa et al., 2024), la continuidad de los talleres de Cañar parece depender tanto de los ingresos como del reconocimiento cultural, lo que explica que la identidad sea percibida como el principal efecto del sector. La valoración de la transmisión intergeneracional coincide con lo observado en Boyacá (Guzmán Sanabria & Saldarriaga, 2024), aunque allí se advierte una pérdida de interés de los jóvenes que también podría amenazar la continuidad de los talleres cañaris si no se crean incentivos económicos para el relevo.

La innovación en diseño contrasta con la escasa diversificación de productos y con una comercialización todavía anclada en ferias y ventas directas. La experiencia de Tacna, donde 30 artesanos con tiendas en línea registraron 53 790 visitas en dos meses y un aumento de ventas (Vilca Coaquera et al., 2024), y la de las organizaciones de bordado mexicanas que trasladaron sus ventas al entorno digital (Vázquez-Jaramillo, 2025), sugieren que el uso planificado de canales digitales podría ampliar el alcance de los productores de Cañar. Una marca colectiva, como la propuesta para las artesanías de la comuna San Antonio en Santa Elena (Guale Sánchez et al., 2023), permitiría además comunicar el origen cultural de las prendas y diferenciarlas de las industriales.

La gestión es el eslabón más débil, en particular entre los artesanos independientes. La

alta participación en capacitaciones no ha bastado para consolidar el control de costos y presupuestos, lo que sugiere que la formación debe ser práctica y continua. Molina et al. (2025) muestran que el aprendizaje mejora cuando el facilitador explicita el propósito y el proceso de cada actividad; aplicado a la formación artesanal, esto supone talleres que expliquen por qué y cómo registrar costos y fijar precios. Las universidades pueden asumir ese papel mediante proyectos de vinculación con la sociedad articulados con el currículo, como proponen Isea Arguelles et al. (2026), en lugar de intervenciones esporádicas.

Por último, la asociatividad aparece como un factor diferenciador: los miembros de Mushuk Pakary muestran una gestión más ordenada que los independientes. Esto concuerda con la idea de que las redes comunitarias fortalecen a los emprendimientos indígenas cuando se conectan con actores externos (Vivaldini & Corrêa, 2025; AlMehrzi et al., 2024). Sin embargo, la percepción de un apoyo institucional limitado coincide con la insatisfacción hacia la asesoría estatal registrada en Pastaza (Auquilla-Belema et al., 2022). Dado el carácter censal pero reducido del grupo estudiado, los resultados no pueden generalizarse, aunque ofrecen un diagnóstico útil para orientar acciones locales.

CONCLUSIONES

Los emprendimientos de vestimenta artesanal del cantón Cañar contribuyen al desarrollo económico local principalmente mediante la generación de ingresos familiares y la preservación de la identidad cultural. Su aporte al empleo y a la expansión de mercados es todavía limitado.

El sector se apoya en mujeres artesanas, en la transmisión de saberes entre generaciones y en la innovación en diseño. La pertenencia a la Asociación Mushuk Pakary se asocia con una gestión financiera más ordenada que la de los artesanos independientes.

Las principales limitaciones son la baja diversificación de productos, la promoción digital incipiente, el control financiero básico entre los independientes, el encadenamiento

parcial con proveedores locales y la competencia de prendas industriales de bajo costo. Se recomienda articular formación práctica en costos y comercialización digital, una marca colectiva de origen, centros de venta artesanal y un programa municipal permanente de apoyo, con participación de la universidad y de las organizaciones de artesanos.

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTOS

A las artesanas y artesanos de vestimenta tradicional del cantón Cañar y a la Asociación Mushuk Pakary por su colaboración.

REFERENCIAS CONSULTADAS

AlMehrzi, A. A., Tipu, S. A., & Sarker, A. E. (2024). Determinants, processes, and impacts of indigenous entrepreneurship: A systematic literature review. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 18(3), 646-681. https://doi.org/10.1108/JEC-10-2022-0155

Auquilla-Belema, L. A., Cadena-Oleas, B. N., Fernández-Sánchez, L. R., Sancho-Aguilera, D., Ordóñez-Bravo, E. F., & Auquilla-Ordóñez, Á. A. (2022). Los agentes institucionales de economía popular y solidaria en Ecuador. *Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10(3), e15. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000300015

Bautista Flores, E., & Tena Hernández, N. Y. (2024). Talleres familiares y emprendimiento: un análisis con ceramistas de Juan Mata Ortiz, Chihuahua. *Revista Espacios*, 45(1), 80-97. https://doi.org/10.48082/espacios-a24v45n01p07

Escalante Gavilanes, J., & Merchán Rivera, D. (2024). Empoderamiento y éxito en emprendimientos artesanales femeninos: el impacto de la educación y la capacitación. *Revista Conrado*, 20(97), 67-74.

Guale Sánchez, A. M., Fernández Escobar, J., & Saltos Santana, G. (2023). Una marca para los productos artesanales de la comuna San Antonio, provincia de Santa Elena, Ecuador. *Cofin Habana*, 17(1), e10.

Guzmán Sanabria, L., & Saldarriaga, J. G. (2024). Relevo generacional y gestión del conocimiento en empresas de artesanía de la provincia de Sugamuxi, en el departamento de Boyacá (Colombia). *Revista Universidad y Empresa*, 26(46), a13803. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13803

Isea Arguelles, J. J., Romero Fernández, A. J., Infante Miranda, M. E., & Comas Rodríguez, R. (2026). Integración de la vinculación con la sociedad en el currículo universitario: el caso en una universidad ecuatoriana. *Revista San Gregorio*, 1(65), 72-79. https://doi.org/10.36097/rsan.v1i65.4048

López García, A., Ramírez Urquidy, M. A., & López García, A. C. (2022). El financiamiento como estrategia de desarrollo en microempresas artesanales de San Bartolo Coyotepec, Oaxaca, México. *Economía, Sociedad y Territorio*, 22(68), 23-56. https://doi.org/10.22136/est20221723

Macías-Barreto, C., & Rojas Alarcón, E. (2022). Identidad empresarial indígena: una interpretación integral desde el enfoque de las capacidades y dimensiones culturales. *Economía, Sociedad y Territorio*, 22(69), 493-518. https://doi.org/10.22136/est20221803

Molina, T., Lizcano, C., Burbano, L., & Isea, J. (2025). Discurso metacomunicativo como herramienta para el aprendizaje en el aula. *Revista Conrado*, 21(103), e4353. https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/4353

Mousa, M., Avolio, B., & Molina-Moreno, V. (2024). The Incas have no end: Women artisans in Peru and the continuity of their entrepreneurial activity. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(10), 2705-2720. https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2023-3974

Ortega-Ocaña, Á. F., Quiñónez-Bedón, M. F., Echeverría-Guevara, M. P., & Masaquiza-Masaquiza, P. I. (2023). La medicina ancestral desde la cosmovisión andina en el desarrollo turístico, Salasaka, Tungurahua, Ecuador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(supl. 2), 619-641. https://doi.org/10.35381/r.k.v8i2.2930

Palas Villagómez, M. F., & Salcedo-Muñoz, V. E. (2021). Emprendimiento en tiempo de crisis: una evaluación al impacto del COVID en las PYMES de la Provincia de El Oro, Ecuador. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 9(spe1). https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3009

Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos*, 11(22), 271-286. https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05

Vilca Coaquera, Y. Y., Ara Romero, P. A., & Torrico Ordoñez, M. Á. (2024). El marketing digital y los emprendimientos en el sector de artesanías en la región Tacna, Perú. *Industrial Data*, 27(1), 41-67. https://doi.org/10.15381/idata.v27i1.25652

Villavicencio-Morejón, B. X. (2025). Emprendimiento y crecimiento económico en Ecuador: análisis de factores sociales, políticos y tecnológicos. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 7(12), 221-240. https://doi.org/10.35381/gep.v7i12.213

Vivaldini, M., & Corrêa, V. S. (2025). Spatial embeddedness in indigenous rural entrepreneurship: A systematic literature review. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 19(4), 765-791. https://doi.org/10.1108/JEC-02-2024-0033

Vásquez Erazo, E. J., Álvarez Gavilanes, J. E., Murillo Párraga, D. Y., & Erazo Álvarez, J. C. (2023). Educación e identidad social del emprendimiento: factores de sostenibilidad de las Pymes en Ecuador. *Revista Conrado*, 19(91), 280-285.

Vázquez-Jaramillo, M. R. (2025). Emprendimiento y transformación digital en las organizaciones del sector artesanal textil mexicano. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*, 21(2), 187-205. https://doi.org/10.46443/catyp.v21i2.485

Yadav, U. S., Tripathi, R., Kumar, A., & Shastri, R. K. (2025). Evaluation of factors affecting women artisans as entrepreneurs in the handicraft sector: A study on financial, digital technology factors and developmental strategies about ODOP in Uttar Pradesh to boost economy. *Journal of the Knowledge Economy*, 16(1), 3663-3716. https://doi.org/10.1007/s13132-024-01837-9

©2026 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)