

Políticas culturales y dinámicas protoindustriales en el patrimonio de comunidades mayas de Yucatán

Cultural policies and proto-industrial dynamics in the heritage of Mayan communities in Yucatán

Proto -industrial miatsil yéetel dinámica ti' le herencia u kaajilo'ob mayas ti' Yucatane'

Rodolfo JIMÉNEZ LEÓN*¹ 

Edith Juliana CISNEROS CHACÓN**² 

Resumen: Esta investigación examina, bajo el enfoque cualitativo, el rol de las microempresas familiares del Estado de Yucatán, en la promoción del desarrollo sostenible y la conservación de la identidad cultural maya. Se realiza un estudio con un enfoque fenomenológico e interpretativo para comparar dos modelos de entrega en el sector cultural local: uno de entrega directa (B2C) y otro de entrega

¹ *Posdoctorante en la Facultad de Educación de la Universidad Autónoma de Yucatán, adscrito a la Secretaría de Ciencias, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI). Doctor en Administración Educativa por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (UJAT).

² **Doctora en Ciencias (Ph.D.) con especialidad en Evaluación, Administración y Educación Superior por la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign. Miembro del Sistema Nacional de Investigadoras e Investigadores, nivel III del SECIHTI.

Recibido: 22 de mayo 2025/Aceptado: 13 de agosto 2025



LICENCIA:

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-No Comercial 4.0 Internacional

tercerizada (plataforma colaborativa). Para esto, se utilizan entrevistas, observación participativa y análisis visual. Los hallazgos muestran que el pan artesanal y los hipiles van más allá de ser solo bienes económicos; son historias culturales que fortalecen la unión social, la transmisión de conocimientos y la economía local, donde las mujeres juegan un papel clave en la gestión del conocimiento. La indagación semiótica destaca que los productos representan signos culturales con valor simbólico, que afectan cómo el consumidor los percibe y fomentan la sostenibilidad de la identidad. El debate subraya la relevancia del patrimonio cultural como una ventaja competitiva y la función de las políticas públicas culturales inclusivas. Se teoriza la incorporación de estrategias organizacionales orientadas hacia el género y la interculturalidad posibilitando las relaciones entre la tradición e innovación. Contribuyendo al bienestar de las comunidades indígenas.

Palabras claves: Política cultural, economía cultural, identidad cultural, patrimonio cultural inmaterial, unidades económicas familiares.

Abstract : This research uses a qualitative approach to examine the role of family microenterprises in Yucatán. They promote sustainable development and preserve Mayan cultural identity. The study follows a phenomenological and interpretive method. It compares two delivery models in the local cultural sector: direct delivery (B2C) and outsourced delivery (collaborative platform). The study uses interviews, participatory observation, and visual analysis. The findings show that artisanal bread and hipiles are not only economic goods. They are also cultural stories. They strengthen social unity, transmit knowledge, and support the local economy. Women play a key role in this process of knowledge management. The semiotic analysis shows that the products act as cultural signs. They carry symbolic value. They influence consumer perception and support the sustainability of identity. The discussion emphasizes the importance of cultural heritage as a competitive advantage. It also highlights the role of inclusive cultural public policies. The study proposes the incorporation of organizational strategies that focus on gender and interculturality. These strategies connect tradition and innovation. They contribute to the well-being of indigenous communities.

Keywords: Cultural policy, economics of culture, cultural identity, intangible cultural heritage, family entrepreneurship.

Ts'íib : Le xak'al k'aaba'ano' ku t'aan tu yáanal le enfoque cualitativo, u meyajil le microempresario'ob familiaro'ob tu noj lu'umil Yucatán, uti'al u promotar le ma'alob yéetel u kanáantal le maaya miatsilo'ob. Jump'éeel xook ku bisik ku ka'ansaj yéetel juntúul enfoque fenomenológico yéetel interpretativo, uti'al u ts'íikpajal ka'ap'éeel modelos k'u'ubsaj tu sector miatsilil lokal : jump'éeel k'u'ubul tu ts'íibo'ob ichil directo (B2C) yéetel uláak' k'u'ubul ka'asaj tu plataforma colaborativa. U beyo' ku meyajo'ob yéetel entrevistas participativas yéetel análisis visual. Le ba'ax ku kaxtiko'ob ku je'esiko'ob waaj artesanal yéetel hipil, ku bin u ts'áaik' bejla'e' tu'ux chéen meyajo'obil económico. Leti'obe' miatsilo'ob ku suutpajal le nojoch unión social, le ts'áaik' k'ajóolil yéetel u páajtalil le economía lokal, tu'ux le ko'olelo'ob ku

u páajtal jump'éeel ju'un clave tu gestión k'ajóolil. Le investigación semiótica ku p'atikech yéetel ku tu páajtal le yik'áalilil, representando le miatsilil yéetel u je'el simbólico, ku páajtal bix ku jach u ts'áaik' u puksi'ik'al le consumidor yéetel u anima le sostenibilidad tu identidad. Le debate ku subrayaro'ob le importancia u k'ajóolil miatsil bey jump'éeel táan u chi'ikpajal yéetel le páajtalil políticas públicas inclusivas. U náayil u páajtalil estrategias organizativas orientadas ti' le género yéetel le interculturalidad ku páajtal u bisiko'ob ichil le tradición yéetel le innovación. U núukbesajil le ch'óojobo' yaan ti' máasewalo'ob kaajilo'ob.

P T'aano'ob clave: política miatsil, economía u miatsil, identidad miatsil, le patrimonio cultural intangible, kúuchilo'ob económicas u láak'tsilo'ob

SUMARIO: I. INTRODUCCIÓN. II. CONTEXTO CULTURAL. III. MARCO TEÓRICO. IV. CANALES DE DISTRIBUCIÓN. V. RESULTADOS. VI. MARCO ANALÍTICO. VII. DISCUSIONES. VIII. CONCLUSIONES. IX. REFERENCIAS. X. ANEXOS.

I. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en las industrias creativas y culturales combina la generación de valor económico con la preservación de identidades colectivas. El modelo de William D. Bygrave y Charles W. Hofer,³ resalta la voluntad humana como motor de nuevas industrias, mientras que Kirzner⁴, Kaish y Gilad⁵, Douglas y Shepherd⁶, enfatizan el reconocimiento de oportunidades como base empresarial. No obstante, Krueger⁷ advierte que estas oportunidades responden a percepciones subjetivas sobre lo deseable y lo factible.

³ William D. Bygrave y Charles W. Hofer, "Teorizando sobre el emprendimiento", *Entrepreneurship Theory and Practice*, año 16, núm. 2, 1 de enero de 1992, pp. 13–22, disponible en: <https://doi.org/10.1177/104225879201600203> (fecha de consulta: 11 de agosto de 2025).

⁴ Israel M. Kirzner, *Competition and Entrepreneurship*, 1978.

⁵ Stanley Kaish y Benjamin Gilad, "Characteristics of Opportunities Search of Entrepreneurs Versus Executives: Sources, Interests, General Alertness",

⁶ Evan J. Douglas y Dean A. Shepherd, "Entrepreneurship as a Utility Maximizing Response",

⁷ Norris Krueger, "The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability"

En el plano global, la mercadotecnia étnica y cultural, junto con las políticas culturales de la UNESCO⁸ y la patrimonialización de la cultura, han favorecido la comercialización de experiencias y ancestralidades como lo sugiere Iturriaga⁹. En este escenario, autores como Arizpe¹⁰ y Rodríguez y colaboradores¹¹ subrayan la necesidad de marcos legales que protejan los derechos patrimoniales y fortalezcan la participación particularmente de las mujeres en la economía formal.

El Estado de Yucatán ilustra estas tensiones, aunque los sectores estratégicos muestran dinamismo y crecimiento, la informalidad laboral alcanza el 59.3% en 2024, de un total de 156,152 negocios, lo que representa un aumento de 6.3 puntos porcentuales respecto al año anterior. En municipios como Teabo, la cultura maya constituye el núcleo de bienes y servicios, lo que plantea la necesidad de equilibrar competitividad económica con preservación cultural.

Estos retos significativos para las unidades económicas familiares se manifiestan en áreas como la movilidad, la gestión de recursos y la protección ambiental, a pesar del crecimiento sostenido de sectores estratégicos como el turismo, la agroindustria y la manufactura, según reporta el Gobierno del Estado de Yucatán¹².

Este artículo analiza dos modelos logísticos en las industrias culturales de Teabo: (1) una empresa familiar formalizada bajo el esquema B2B (*Business-to-Consumer, B2C*)

⁸ Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales: México, 26 de julio – 6 de agosto de 1982: informe final, 1982.

⁹ Eugenia Iturriaga, “Mercantilización de la cultura maya: consumo y moda en el capitalismo contemporáneo”, *Península*, vol. 19, núm. 2, 14 de junio de 2024, pp. 87–110, disponible en: <https://doi.org/10.22201/cephcis.25942743e.2024.19.2.89178> (fecha de consulta: 11 de agosto de 2025).

¹⁰ Lourdes Arizpe, “Las políticas culturales internacionales: consensos y desafíos”, *Revista Mexicana de Política Exterior*, núm. 123, México, 2022, pp. 169–183, disponible en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/2554/2380> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

¹¹ Karina Concepción González Herrera, “Mercado laboral y emprendimiento de las mujeres como agentes culturales y creativas en Yucatán”, *Investigaciones Feministas*, vol. 14, núm. 1, 30 de junio de 2023, pp. 57–68, disponible en: <https://doi.org/10.5209/infe.84145> (fecha de consulta: 11 de agosto de 2025).

¹² Gobierno del Estado de Yucatán, *Plan Estatal de Desarrollo Renacimiento Maya 2024-2030* (Mérida, Yucatán: Secretaría de Planeación del Estado—Renacimiento Maya, 2024), consultado el 18 de abril de 2025, <https://renacimientomaya.yucatan.gob.mx/plan>

y (2) un emprendimiento emergente de entrega tercerizada mediante plataformas colaborativas (*outsourced delivery*).

Además, se responde a ¿Cómo contribuyen estos modelos al fortalecimiento económico y cultural de los pueblos mayas? ¿Qué mecanismos legales pueden proteger a las artesanas frente a la apropiación cultural? ¿Cómo garantizar una distribución equitativa de beneficios en esquemas tercerizados?

Desde un enfoque cualitativo, se desarrolla un estudio comparativo sustentando en revisión documental, análisis normativo y observación contextual, articulando economía cultural con perspectiva territorial e intercultural, generando una reflexión sobre cómo los modelos de distribución impactan en la sostenibilidad, inclusión y justicia social en contextos pluriculturales.

A partir de este planteamiento, se busca identificar las visiones y aspiraciones de los pueblos originarios a través de la cultura empresarial, desde la perspectiva de la economía cultural y creativa. En este marco, se identifican los derechos y los desafíos educativos que enfrentan, con especial atención a las brechas de género y a las oportunidades de gestión del talento humano.

En este sentido, se consideran marcos jurídicos como la Ley Federal de Protección de Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas¹³ (2022, última reforma 2023) y las disposiciones de propiedad industrial vinculadas con marcas colectivas y certificaciones, esenciales para distinguir lo auténtico y evitar confusión en el mercado. Estos instrumentos normativos resultan estratégicos en la configuración de canales de distribución tercerizada, que delegan la logística a terceros mediante plataformas colaborativas o Marketplace, y que representan un reto en los bienes culturales.

Metodología

¹³ Art. 5, *Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas*, disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5640770&fecha=17/01/2022#gsc.tab=0 (fecha de consulta: 26 de agosto de 2025).

Se desarrolla una investigación cualitativa de enfoque interpretativo, centrado en el análisis de un fenómeno social desde la fidelidad a la experiencia vivida por los participantes. Este paradigma, inspirado en la fenomenología y en la búsqueda de la esencia de las cosas mismas, como plantea Husserl¹⁴, adopta un diseño de estudio constructivista, delimitando el contexto para permitir una exploración profunda y detallada del objeto de estudio. En este sentido, se prioriza el proceso de construcción del conocimiento y el significado que emerge del descubrimiento de un marco teórico basado en una descripción holística y contextualizada de las dimensiones de la experiencia como se muestra en los anexos A a G.

La naturaleza flexible del estudio permite que los investigadores asuman el rol bricoleur interpretativo, articulando diversos métodos para recopilar y analizar materiales empíricos provenientes de los discursos. Este enfoque integra múltiples fuentes y técnicas de recolección de datos, tales como el análisis de documentos de acceso abierto en línea, entrevistas situadas y observación participante. La combinación de estas estrategias facilita la obtención de hallazgos significativos, valiosos y confiables. Asimismo, la convergencia metodológica contribuye a compensar las limitaciones propias de cada técnica, lo que reduce posibles sesgos y fortalece la credibilidad del estudio.

En consecuencia, se recurre a la triangulación de datos como estrategia para comparar e integrar la información proveniente de distintas fuentes. Este proceso se lleva a cabo mediante la teoría fundamentada (*Grounded Theory*), que, como señalan Creswell y Miller¹⁵, proporciona un marco analítico que permite dar sentido al cúmulo de datos cualitativos recolectados, con el objetivo de generar teoría a partir de la información emergente.

14 Husserl, Las Conferencias *De Londres: Método y Filosofía Fenomenológicas*. Trad. De Ramsés Leonardo Sánchez Soberano. Ediciones sígueme. 2012, p. 35.

15 Creswell, John W. y Miller, Dana L., "Determining Validity in Qualitative Inquiry", *Theory Into Practice*, vol. 39, núm. 3, agosto de 2000, pp. 124-130, disponible en: https://doi.org/10.1207/s15430421tip3903_2 (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

Durante la fase de análisis, el investigador llevó a cabo una codificación sistemática de entrevistas, imágenes y evidencias de campo, con MAXQDA (Software de análisis cualitativo para codificación de entrevistas e imágenes) en dos momentos claves de la visita al municipio en Yucatán: (1) modelo de distribución directa al consumidor (*Business-to-Consumer, B2C*; consúltese anexo A); (2) emprendimiento emergente en esquema de entrega tercerizada (*outsourcing* o plataforma de economía colaborativa; véase anexo B) empleando un muestreo teórico que permitió alcanzar la saturación de categorías y lograr una comprensión exhaustiva del fenómeno social. Como resultado, se construye una teoría o modelo conceptual fundamentado en los datos empíricos, derivados de las experiencias y testimonios de los informantes del contexto investigado. De igual forma, se preserva la identidad de los participantes en estricto carácter de confiabilidad con apego a los usos y costumbres de la población.

Cabe destacar que se obtuvo el consentimiento informado por parte de las autoridades municipales, así como los datos emergen de publicaciones indexadas y medios de comunicación que aportan valor al estudio, la investigación cuenta con la certificación de los autores por parte del Registro Estatal de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación del Estado de Yucatán.

La selección de los participantes, se realizó mediante un muestreo intencional, identificado como bola nieve, al conversar con transeúntes para identificar artesanas y panaderos que reunieran experiencia significativa en la producción cultural y gastronómica local, así como la participación en modelos de distribución (*B2C* y plataformas colaborativas). El criterio de inclusión se centró en:

- Ser reconocidos por la comunidad como portadores de saberes tradicionales.
- Contar con trayectoria en la elaboración de productos artesanales.
- Estar involucrados en dinámicas de comercialización local o en plataformas colaborativas.

Este proceso se apoyó en el método de bola de nieve, de manera que los primeros participantes, recomendaron a otros con características semejantes, hasta conformar

un grupo diverso que reflejara la pluralidad de experiencias. Permitiendo seleccionar dos participantes de acuerdo a los oficios de artesanía y panadería con base en los principios de equidad de género.

Se señala que la incorporación de fotografías del entorno natural y físico, como plantea Salkeld¹⁶, constituye un valioso aporte para la documentación visual del contexto, tal como también destaca Mannay¹⁷. Cabe señalar, que las imágenes, pasaron por un proceso de digitalización en formato ilustración con técnica acuarela, para resguardar la integridad física de los participantes. Además, se integra la técnica del *photovoice*, acompañada por frases seleccionadas que reflejan con detalle las experiencias significativas de los participantes.

El instrumento de recolección de datos, se aplicó a través de entrevistas con pobladores de la comunidad de Teabo, Yucatán, las preguntas abordadas fueron:

- ¿Cuál es la principal actividad económica o laboral que caracteriza a este municipio o región?
- ¿Conocen alguna empresa o caso de éxito originado en este municipio que haya logrado expandirse a otras ciudades o regiones mediante la venta de sus productos?
- ¿Qué consejos les darían a las nuevas generaciones para que contribuyan al desarrollo productivo de su municipio o región?
- ¿Qué opinan sobre la importancia de que las niñas asistan a la escuela?

II. CONTEXTO CULTURAL

Una comunidad, perteneciente a la región VII sur del estado de Yucatán, ocupa una superficie territorial de 261.87 Km². Y su población es de 6,921 habitantes (49.8% hombres y 50.2% mujeres). En su escudo se identifica el símbolo del antiguo nombre

¹⁶ Salkeld, Richard. *Cómo Leer Una Fotografía*. Editorial GG, 2015.

¹⁷ Mannay, Dawn. *Métodos Visuales, Narrativos Y Creativos En Investigación Cualitativa*. Narcea Ediciones, 2017.

de la comunidad de la región VII del sur de Yucatán, "*Kam-pepen*", que significa "mariposa amarilla". Es conocido también como el lugar de los Ciruelos. Sus atractivos turísticos y culturales en el municipio, se encuentra un exconvento y parroquia en honor de San Pedro y San Pablo, que data de la época de la Colonia. Dos capillas, una en la cabecera, construida en el siglo XVIII en honor de San Esteban; y otra construida en el siglo XVII en honor de los indios.

El apego al respeto de la identidad cultural y la riqueza natural, junto con los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales (*Enfoque DESCA*), constituyen la base para un desarrollo integral que, como se establece en el Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027 del municipio de Teabo¹⁸, busca garantizar condiciones para una vida más justa, satisfactoria y sostenible, en alineación con los Objetivo del Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.

Al llegar a la calle 30 del municipio, es inevitable sentir el olor al pan recién horneado que el participante 1 fabrica todos los días, acompañado de su padre, de quien heredó el oficio de panadero. El pan artesanal es un producto regional que se considera especial debido al sabor particular, pues se hornea a la leña, en horno de piedra, pieza por pieza, al no contar con maquinaria, el proceso se ralentiza, por lo tanto, el participante 1 junto con su papá, y siete empleados, elaboran a diario más de 2500 barras de francés, así como unas 2500 piezas de pan dulce desde muy temprano.

Esta empresa familiar resguarda la forma tradicional de hacer pan artesanal. Así lo expresa participante 1: ...[...] "*Iniciamos con un pequeño local, sólo teníamos el horno, el horno ya lleva 25 años que lo tenemos, de las pocas panaderías acá en Teabo que seguimos haciendo pan tradicional a la leña*" - Concluye.

Entre la diversificación de productos la "*panadería valencia*" cuenta con hojaldras de jamón y queso, de carne molida, conchas de queso, de crema, conchas normales, cocotazos, barras de jamón, baguettes, hojaldres de camote, conchas tutis, tutis de

¹⁸ Teabo, H. Ayuntamiento 2024-2027, "Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027", *Gaceta Municipal, órgano oficial de publicación del municipio de Teabo, Yucatán*, vol. 4, núm. 34, 2024, p. 19, disponible en: <https://teaboyucatan.gob.mx/wp-content/uploads/2024/12/34.-PLAN-MUNICIPAL-DE-DESARROLLO-2024-2027.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

queso, queso de bola, entre otros. Lo que permite contar con más de 45 tipos de pan dulce que se realizan a través de pedidos y de entrega directa. La empresa cuenta con clientes que vienen desde los municipios de Chetumal, Cancún y Mérida, así mismo cuenta con georreferenciación a través de *Google Maps*¹⁹ lo que ha permitido que usuarios encuentren su ubicación y disfruten de la calidad del producto del pan artesanal.

El participante 1 es el único de cinco hijos que heredó el oficio y le gusta porque es un trabajo noble, aparte que quienes ayudan en las labores de venta son las mujeres, las cuales atienden en ventanilla para la entrega de los pedidos. Sin embargo, las condiciones en las que se emplea la elaboración del pan, podrían causar problemas respiratorios por la quema de leña debido al humo.

Las artesanías preservan el trabajo de las manos creativas y talentosas de los artesanos y artesanas de Teabo, los cuales transmiten tradiciones de generación a generación. Los hipiles y ternos de la Participante 2 que ella misma borda con la técnica de hilo contado la cual aprendió a través de su madre, le han dado el sustento familiar desde hace varias décadas y con el dinero que obtiene a través de cada viaje desde Teabo a la capital, ha podido sacar adelante a sus seis hijos, tres hombres y tres mujeres. Esta tradición sigue presente en la familia del participante, a través de sus hijas y nietas quienes bordan hipiles y ternos.

El empleo de la técnica y la variación del dibujo que utilizan para confeccionar una prenda, requiere de uno a cuatro meses, iniciando con deshilamiento del canevá. Asegura que la actividad económica de municipio son las prendas bordadas las cuales se venden a través de terceros, para quienes deciden viajar a Mérida para la entrega de sus creaciones; sin embargo, las condiciones de transacción pueden presentar barreras comerciales. Así lo comenta nuestra segunda participante:

...[...]*“Gracias a Dios es mi trabajo, no te voy a decir que vendo mucho, pero con uno que yo venda me ayuda un poco”. “A veces las personas me lo piden en dos pagos y si la*

¹⁹ “Google Maps, localización de Teabo, Yucatán”, mapa interactivo, disponible en: <https://g.co/kgs/219L8C9> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

conozco se lo doy, pero es raro que llegue a vender dos en un día y así, sí sale”, concluye.

— Participante 2

III. MARCO TEÓRICO

Para comprender el funcionamiento simbólico, organizacional y estratégico de estas iniciativas, se recurre a cuatro teorías fundamentales (véase anexo E). En primer lugar, Morris²⁰ propone que todo signo posee tres dimensiones: la sintáctica (relación entre signos), la semántica (relación entre signo y objeto) y la pragmática (relación entre signo y usuario). Por su parte, Lotman²¹ sostiene que los productos culturales deben entenderse como parte de un sistema semiótico que genera y transforma significados de manera dinámica y contextual. Complementando este enfoque, Peirce²² introduce la tricotomía peirceana, mediante la cual descompone el signo en tres elementos: el representamen (forma del signo), el objeto (contenido al que remite) y el interpretante (significado que produce en el receptor). Desde otra perspectiva, Penrose²³ y Barney²⁴ sostienen que los recursos y capacidades de una organización cuando son valiosos, escasos, inimitables y organizados constituyen una ventaja competitiva sostenible, especialmente si se trata de activos únicos como el conocimiento tradicional o las prácticas culturales.

Asimismo, Abdillah y colaboradores²⁵ explican que las organizaciones convierten el conocimiento tácito en explícito mediante un proceso cíclico conocido como modelo SECI, el cual incluye las fases de Socialización, Externalización, Combinación e Internalización. En este marco, el arte de la elaboración textil, así como la gastronomía

²⁰ Morris, Charles, *Foundations of the theory of signs*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1971.

²¹ Lotman, Yuri, *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra, 1979.

²² Peirce, Charles Sanders, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1976.

²³ Penrose, Edith Tilton, *The theory of the growth of the firm*, Oxford, Oxford University Press, 1959.

²⁴ Barney, Jay, “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”, *Journal of Management*, Thousand Oaks, vol. 17, núm. 1, marzo de 1991, pp. 99-120, disponible en: <https://doi.org/10.1177/014920639101700108> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

²⁵ Abdillah, Abdillah, Ida Widianingsih, Rd Ahmad Buchari, and Heru Nurasa. Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka, *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*, Nueva York, Oxford University Press, 1995, p. 284.

regional, resultan esenciales para las políticas públicas, según el Gobierno de México²⁶, al permitir valorar las expresiones culturales, como también señala la UNESCO²⁷, e identificar una economía nacional situada en el hogar y los modos de crianza y educación.

IV. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En el modelo, los canales pueden configurarse de la siguiente forma: Canal directo (B2C), donde la artesana entrega el producto directamente al consumidor, con apoyo de plataformas en pagos y *marketig*. Canal tercerizado (B2B2C): la plataforma o un operador logístico concentra pedidos, almacena y entrega al cliente final. Canales híbridos: integra puntos de ventas locales (tiendas de artesanías, ferias, mercados) con distribución digital tercerizada (plataformas de e-commerce).

Uso de normas ISO Aplicables

- ISO 9001:2015²⁸, Gestión de la calidad, garantiza que los procesos de distribución tercerizada mantengan estándares de calidad en servicio, almacenamiento y transportación.
- ISO 14001:2015²⁹, Gestión ambiental, aplica embalajes sostenibles, reducción de huellas de carbono en transporte y aprovechamiento responsable de recursos naturales.
- ISO 26000:2010³⁰, Responsabilidad social, sustenta la equidad en el reparto de beneficios y la transparencia con las comunidades artesanas.

²⁶ Gobierno de México, “Los bordados de los huipiles encierran historias del campo”, *Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera*, blog en línea, 10 de julio de 2023, disponible en: <https://www.gob.mx/siap/articulos/los-bordados-de-los-huipiles-encierran-historias-del-campo> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

²⁷ UNESCO, “Historia: artesanas fortalecen economía del arte textil en México mediante revaloración cultural”, blog en línea, 19 de octubre de 2023, disponible en: <https://www.unesco.org/es/articles/artesanas-fortalecen-economia-del-arte-textil-en-mexico-mediante-revaloracion-cultural> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

²⁸ ISO, *ISO 9001:2015 (traducción oficial)* (N.p.: n.d.), https://repositorio.buap.mx/rcontraloria/public/inf_public/2019/0/NOM_ISO_9001-2015.pdf

²⁹ ISO, *ISO 14001:2015. Environmental Management Systems. Requirements with Guidance for Use*, s.l., s.n., 2015, disponible en: <https://www.nueva-iso-14001.com/pdf/FDIS-14001.pdf> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

³⁰ ISO, *ISO 26000:2010, Guía de responsabilidad social (traducción oficial)* (Ginebra: ISO, 2010), <https://americalatinagenera.org/wp-content/uploads/2014/09/U4ISO26000.pdf> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

La configuración de canales de distribución basados en la entrega tercerizada permite integrar a las artesanías en cadenas de valor globales sin perder el control sobre la autenticidad cultural. El uso de estándares ISO, como los anteriores mencionados, permiten el fortalecimiento de la transparencia en relación contractual y asegura la distribución de beneficios de manera justa y equitativa.

V. RESULTADOS

Los derechos culturales de los pueblos originarios se refieren a la facultad de preservar, desarrollar y transmitir su cultura, tradiciones, historia y aspiraciones, en respuesta a las demandas históricas fundamentales de las comunidades autóctonas en todo el mundo. Estos derechos incluyen, entre otros, el derecho a la autonomía y al autogobierno en asuntos internos y locales, así como la gestión de sus territorios y recursos naturales. En este sentido, la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, emitida por la Comisión Nacional de Derechos Humanos de México³¹, establece en su artículo 5 que:

“Los pueblos indígenas tienen derecho a conservar y reforzar sus propias instituciones políticas, jurídicas, económicas, sociales y culturales, manteniendo a la vez su derecho a participar plenamente, si así lo desean, en la vida política, económica, social y cultural del Estado” (p 45).

Esta investigación evalúa las habilidades y recursos que los pueblos indígenas de Teabo, Yucatán, establecen como una ventaja competitiva cultural, basándose en dos modelos logísticos de producción de bienes culturales. La tricotomía semiótica propuesta por Peirce en 1888 facilita la interpretación de los signos y símbolos presentes en dichos productos, revelando la cosmovisión maya en la experiencia del consumidor. La discusión se ubica dentro de la teoría de la creación del conocimiento

³¹ Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), *Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas*, México, Comisión Nacional de los Derechos Humanos, 2018, disponible en: <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/13-declaracion-pueblos-indigenas.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

organizacional propuesta por Abdillah y colaboradores³², que examina la manera en que las organizaciones protoindustriales administran y transmiten conocimiento con identidad cultural, garantizando su preservación y adaptabilidad entre las generaciones futuras.

Por tanto, se propone el modelo teórico de gestión cultural con identidad: Una perspectiva semiótica, organizacional y estratégica para la preservación de los bienes culturales (Ver anexo F).

El modelo parte del reconocimiento de que las capacidades y recursos culturales pueden constituirse como una fuente de ventaja competitiva sostenible, tal como señala Penrose³³. En este marco, la estructura organizacional se configura a partir de la administración de la empresa familiar, guiada por protocolos de trabajo basados en principios, normas y reglas propias del contexto comunitario. Asimismo, se incorporan estrategias logísticas que incluyen el análisis del punto de desacoplamiento del pedido del cliente (CODP), lo cual permite determinar el momento en que se rompe la continuidad entre la demanda y la producción. Este punto es clave tanto para modelos de entrega directa al consumidor (B2C) como para esquemas de outsourcing que operan mediante plataformas digitales de economía colaborativa. En términos productivos, entender el CODP resulta esencial para organizaciones que trabajan bajo la modalidad de fabricación por pedido, como aquellas que transforman materias primas en productos personalizados, tal como lo explica Chase³⁴.

En ambos esquemas, la figura de la mujer ya sea como panadera o artesana, ocupa un rol central. Se reconoce a las mujeres como agentes económicas que reproducen saberes tradicionales en el ámbito familiar. Sin embargo, también se visibiliza una

³² Abdillah, Abdillah, Ida Widianingsih, Rd Ahmad Buchari y Heru Nurasa, "The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation, by Nonaka, Ikujiro & Takeuchi, Hirotaka (reseña)", *Learning: Research and Practice*, vol. 10, núm. 1, 7 de noviembre de 2023, pp. 121-123, disponible en: <https://doi.org/10.1080/23735082.2023.2272611> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

³³ Penrose, Edith. Tilton. "The theory of the growth of the firm". Oxford University Press, 1959.

³⁴ Chase, Richard B., Jacobs, F. Robert y Aquilano, Nicholas J., Administración de operaciones, 16a. ed., México, McGraw-Hill Interamericana, 2022, disponible en: <https://bookshelf-ref.vitalsource.com/books/9781456291181> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

tensión entre tradición y derechos, expresada en fenómenos como el trabajo infantil en niñas, que muchas veces se integra como parte del apoyo familiar dentro de los protocolos comunitarios. Desde el enfoque semiótico de Charles S. Peirce³⁵, se propone un análisis de la producción de sentido en los productos culturales, tales como el pan tradicional y el huipil. Según la tricotomía peirceana, la forma física (como el diseño del pan o los colores del tejido) remite a un objeto cultural (la tradición culinaria o la cosmovisión maya), mientras que el interpretante es el consumidor, quien otorga significado vinculado al sentido de pertenencia y al reconocimiento identitario. De este modo, tanto la elaboración del pan como el tejido del huipil se constituyen como narrativas culturales materializadas, cargadas de símbolos, emociones y valores heredados.

En relación con los procesos productivos, las entidades dedicadas al diseño por pedido colaboran activamente con el cliente para crear un producto acorde a sus expectativas, fabricándolo a partir de materiales específicos. Según el entorno y el punto de desacoplamiento, el inventario puede centrarse en productos terminados, materiales en proceso de fabricación o materias primas en manos de proveedores.

Desde la perspectiva de la semiótica icónica propuesta por Eco³⁶, y retomada por Lotman³⁷, el arte textil puede entenderse como una forma de pensamiento analógico que expresa la identidad sociocultural. Así, en una etapa inicial, elementos como la tipografía en anuncios o la presentación del pan se perciben como indicadores culturales que el consumidor asocia con tradición, autenticidad y calidad. En el segundo escenario, los colores, símbolos y patrones en los huipiles transmiten significados profundos vinculados con la cosmovisión maya.

³⁵ Charles Sanders Peirce, "La ciencia de la semiótica", Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1976.

³⁶ Eco, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, 1973, disponible en: <https://desarmandolacultura.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/eco-umberto-tratado-de-semiotica-general-01.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

³⁷ Lotman, Yuri, *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra, 1979.

Lotman³⁸ sostiene que la semiótica de la cultura permite comprender objetos culturales complejos como el huipil, cuya estructura refleja la visión del mundo y la relación del ser humano con la naturaleza. El huipil yucateco, por ejemplo, contiene motivos que aluden al campo, al sol y a la vida que emana de la tierra, reafirmando el vínculo espiritual entre la naturaleza y los pueblos originarios. Las mujeres que elaboran estos bordados son verdaderas artistas, cuya obra encarna una función poética y estética, donde los diseños son apreciados tanto por su emotividad como por su valor simbólico.

Al abordar el concepto de código cultural, es importante reconocer que el significado del huipil no reside únicamente en su forma, sino en el sistema social que lo interpreta. Es decir, solo se convierte en portador de significado cuando se inserta dentro de un sistema cultural compartido. En este sentido, se distingue entre el huipil de uso cotidiano, acompañado de rebozo y justán, y el terno ceremonial, caracterizado por elementos visuales específicos como el cuello grande, la ausencia de botones, y bordados con colores, matices y técnicas particulares. La constitución del huipil como objeto semiótico abre un campo de estudio amplio que abarca la estética, la historia, la etnología y, en términos económicos, plantea desafíos como la competencia con marcas globales y la necesidad de preservar la originalidad de los diseños. Su valor no se limita a los materiales o al tiempo invertido, sino que encarna la identidad yucateca y nacional-mexicana, vinculada a la cosmovisión maya.

En este modelo también se incorpora la teoría de la creación del conocimiento organizacional de Nonaka y Takeuchi en referencia con Abdillah y colaboradores³⁹, a través del modelo SECI (Socialización, Externalización, Combinación e Internalización).

³⁹ Abdillah, Abdillah, Ida Widianingsih, Rd Ahmad Buchari y Heru Nurasa, "The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation, by Nonaka, Ikujiro & Takeuchi, Hirotaka (reseña)", *Learning: Research and Practice*, vol. 10, núm. 1, 7 de noviembre de 2023, pp. 121-123, disponible en: <https://doi.org/10.1080/23735082.2023.2272611> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

Este marco explica cómo se transfiere el conocimiento en emprendimientos tradicionales. Por ejemplo, en la panadería, las recetas se transmiten de manera oral y práctica (socialización); en tanto que, en el colectivo de tejedoras, el aprendizaje ocurre en talleres comunitarios donde se comparten técnicas, símbolos y significados. Estos espacios permiten documentar, adaptar y perpetuar el conocimiento, asegurando su continuidad generacional. En la experiencia del consumidor, los signos y símbolos cumplen una función esencial como diferenciadores de valor y conectores emocionales. En el caso del arte textil, el diseño comunica identidad colectiva, especialmente a través de técnicas como el xookbil chuay, el uso de colores simbólicos como el bordó, y la representación de elementos naturales o espirituales.

Finalmente, el modelo contempla una dimensión estratégica basada en una gestión del conocimiento con identidad cultural, que integra la sabiduría ancestral con herramientas modernas como las plataformas de economía colaborativa. Esta gestión se ve fortalecida por la vinculación institucional y comunitaria, que incluye ferias, programas gubernamentales, fiestas patronales y eventos sociales que promueven tanto la circulación simbólica como la comercialización del producto. Además, se reconoce la participación activa de actores clave como mujeres, jóvenes y agentes comunitarios, quienes desempeñan un papel fundamental en la transmisión del conocimiento, la generación de ingresos y el reconocimiento cultural de los pueblos originarios. Este modelo, por tanto, no solo impulsa el desarrollo económico, sino que también refuerza el tejido social y cultural de las comunidades mayas de Yucatán.

VI. MARCO ANALÍTICO

¿Con qué mecanismos legales pueden protegerse las artesanas ante apropiación cultural o competencia desleal?

La Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial⁴⁰ (LFPP) rige las marcas comerciales en México. Esta ley otorga protección integral a una amplia gama de marcas, tanto tradicionales como no tradicionales, garantizando a las microempresas familiares proteger su identidad de marca de diversa manera. Dentro de la denominación marcas tradicionales: se identifican las marcas denominativas, marcas de diseño y marcas combinadas. Para las marcas no tradicionales su clasificación aborda a las marcas tridimensionales, marcas sonoras, hologramas, marcas olfativas, imagen comercial. Cabe señalar que existe la necesidad de modernizar la normativa de propiedad industrial de México y alinear el marco legal con los estándares internacionales. Debido a la ampliación de protección más allá de las marcas tradicionales (nombres, logotipos y eslóganes) para salvaguardar los elementos no convencionales y distintivos de un producto.

Las marcas colectivas y de certificación abarca la clasificación en registro de asociaciones, cooperativas u otras entidades colectivas que permite a sus miembros indicar un origen, una calidad o una característica común de sus productos o servicios. Estas marcas colectivas se registran a nombre de las unidades económicas familiares. Los miembros individuales están autorizados a usar la marca, siempre que cumplan con las normas establecidas. Este tipo de marcas colectivas son especialmente valiosas para promoción de productos regionales, artesanía tradicional o bienes específicos de un sector. En nuestro estudio, se hace referencia sobre el sector artesanal, el cual muestra solidaridad colectiva y estándares de calidad, impulsando la competitividad del mercado a través de los canales de distribución a nacional e internacional. Con el marco normativo de WIPO⁴¹ sobre Expresiones Culturales Tradicionales/ Expresiones

⁴⁰ Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfppi.htm> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

⁴¹ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), *Resumen del proyecto de objetivos políticos y principios fundamentales de la protección de las expresiones culturales tradicionales (ECT)/expresiones del folclore (EF)*, doc. WIPO/GRTKF/IC/7/3, disponible en: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/tk/es/wipo_grtkf_ic_7/wipo_grtkf_ic_7_3-annex1.pdf (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

del Folclore (ECT/EF) recomienda usar marcas colectivas/certificación, de acuerdo a las indicaciones geográficas (IG) y denominación de origen (DO) y derecho de competencia desleal (contra indicaciones engañosas, aprovechamiento indebido y enriquecimiento sin causas), combinados con contratos y licencias.

De acuerdo con la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial de México (LFPPI), tanto las IG como las DO, se tramitan ante el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial), permitiendo usar la protección de artesanías y productos tradicionales, evitando la apropiación indebida o la competencia desleal de marcas globales. Para reconocer el valor intrínseco de las culturas tradicionales y el folclore en particular, su valor social, cultural, espiritual, económico, intelectual, comercial y educativo, admitiendo que las culturas tradicionales constituyen marcos diversos de innovación y creatividad permanentes que benefician a toda la humanidad.

La protección de las ECT/EF se fundamenta en reconocer su valor cultural, espiritual, intelectual y social, así como en promover el respeto a la dignidad e integridad de los pueblos y comunidades que las preservan. Estos principios se orientan a responder a las verdaderas necesidades de las comunidades indígenas y tradicionales, adecuando sus aspiraciones y expectativas hacia el bienestar colectivo y el desarrollo económico, cultural y social. Así mismo se busca garantizar que dichas comunidades ejerzan autoridad plena sobre sus expresiones culturales mediante derechos morales y patrimoniales adecuados, en un marco equilibrado y equitativo. El fomento del uso de ECT/EF como activos colectivos para impulsar marcas colectivas, para el desarrollo local permite reconocer como base de oportunidades comerciales legítimas, en especial en las artes y oficios tradicionales, como el bordado del huipil, la panadería artesanal, fortaleciendo su valor como patrimonio vivo.

Es así, como los estándares internacionales sobre los derechos de los pueblos indígenas, establecidos en la United Nations Declaration on the Rights of Indigenous

Peoples⁴² (UNDRIP), reconocen el derecho de los pueblos a mantener, controlar, proteger y desarrollar su patrimonio y conocimientos tradicionales, en el marco de la autodeterminación y el fortalecimiento de sus instituciones políticas, jurídicas, económicas, sociales y culturales, al mismo tiempo que participan plenamente en la vida del Estado. Asimismo, la declaración garantiza el reconocimiento de los territorios y sus recursos, y establece la obligatoriedad del consentimiento libre, previo e informado para la aprobación de proyectos que los afecten. De igual forma, protege el derecho a practicar y revitalizar las tradiciones culturales y espirituales, así como salvaguardar las expresiones culturales, los consentimientos tradicionales y el patrimonio colectivo de los pueblos, tal como lo refiere el Artículo 5^{to}, de la LFPPCIA⁴³, garantizando:

“los principios de bioculturalidad, comunalidad, distribución justa y equitativa de beneficios, igualdad de género, igualdad de las culturas y no discriminación, libre determinación y autonomía de los pueblos y comunidades indígenas y Afromexicanas, libre expresión de las ideas y manifestaciones de la cultura e identidad, pluralismo jurídico, pluriculturalidad e interculturalidad, y respeto a la diversidad cultural” (p. 4).

¿Cómo aplicar la distribución justa y equitativa de beneficios en el modelo de entrega tercerizada?

Dentro del canal de venta desde una unidad económica familiar (*Outsourcing del delivery*), el acuerdo con la comunidad/cooperativa deberá basarse en un contrato de autorización, donde se identifica contra prestaciones y compensaciones, con vigencia máxima de cinco años prorrogable. Además, se requiere de un esquema de beneficios tal como lo identifica el Artículo 24^o de la LFPPCIA:

Las autorizaciones de uso, aprovechamiento y comercialización sobre los elementos del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas y Afromexicanas se ejercerán con pleno respeto a sus derechos, dignidad e integridad culturales, y en todo momento deberá acreditarse el lugar de origen del elemento

⁴² Organización de las Naciones Unidas (ONU), *United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples*, disponible en: <https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/declaration-on-the-rights-of-indigenous-peoples.html> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

⁴³ Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPCPCIA.pdf> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

de que se trate. Salvo acuerdo en contrario, toda autorización será onerosa y temporal, e implicará una distribución justa y equitativa de beneficios (p. 8).

Estos beneficios deben indicar los porcentajes en base a las unidades vendidas, así como la distribución de ellos de manera colectiva. Generando trazabilidad y reportes periódicos de ventas en base a las diferentes plataformas. Las marcas colectivas o marcas de certificación deberán ser administradas por la unidad económica familiar, registrando desde reglas de uso, así como acuerdos y lineamientos de retiro en caso de que exista incumplimientos en los beneficios antes mencionados.

Para el origen geográfico, se procede a proyectar una IG/DO (p. ej., para el textil del huipil, las estampas, bordados, iconos con fuerte vínculo territorial), resguardando los diseños, técnicas y símbolos de la comunidad. Estas cláusulas de integridad cultural deben incidir en la prohibición de uso denigrantes, fuera de contexto o contrarios a lo dispuesto por la asamblea, con las facultades de declarar elementos no comercializables, así lo indica el Artículo 28º de LFPPCIA⁴⁴:

Artículo 28º. Los pueblos y comunidades indígenas y Afromexicanas, de acuerdo a sus sistemas normativos, establecerán los elementos de su patrimonio cultural que no serán objeto de uso, aprovechamiento o comercialización, por parte de terceros (p.8).

La alineación de marcos internacionales de reparto de beneficios, se recomienda abordar el modelo ABS del Protocolo de Nagoya⁴⁵ como principio para la identificación de beneficios justos y equitativos, útil como referencia de diseño contractual.

VII. DISCUSIONES

La cultura es una gran proveedora de intangibles en la vida social con un impacto en el desarrollo sostenible, a través de la cohesión social, la convivencia cívica y las

⁴⁴ Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPCPCIA.pdf> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

⁴⁵ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Gobierno de México, *Strengthening of National Capacities for the Implementation of the "Nagoya Protocol on Access to Genetic Resources and the Fair and Equitable Sharing of Benefits Arising from Their Utilization to the Convention on Biological Diversity"*, disponible en: <https://www.undp.org/es/mexico/proyectos/protocolo-de-nagoya#:~:text=PRODOC%20Nagoya,DESCARGA> (fecha de consulta: 25 de agosto de 2025).

vivencias de pertenencia colectiva forman parte de una representación simbólica que fluye en el día a día a través de las transacciones económicas de las comunidades originarias. El mercado cultural como espacio abierto en circulación de la expresividad de los bienes y servicios culturales, incide en crear condiciones de igualdad de oportunidades. En México, con la nueva La Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, publicada en el Diario Oficial de la Federación⁴⁶, se reconoce y garantiza la protección, salvaguardia y desarrollo del patrimonio cultural, desde la propiedad intelectual colectiva. Por lo tanto, promover el respeto y el desarrollo del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades indígenas y afroamericanas, refiere a reconocer la diversidad de sus elementos.

La ventaja competitiva sostenible de un emprendimiento cultural se alcanza cuando sus acciones se articulan de manera coherente con su identidad, valores y propuesta de valor. Frente al desconocimiento del potencial de los saberes locales, Barrera⁴⁷ y Albarrán⁴⁸ subrayan la necesidad de fortalecer la autonomía artesanal reconociendo la resistencia de las y los artesanos a las formas en que una sociedad centrada en el mercado representa la vida y el trabajo. En este sentido, Barrera⁴⁹ y Albarrán consideran que el huipil constituye una tradición milenaria que permite comprender e interpretar la importancia social y política del oficio artesanal.

⁴⁶ Art. 1º, Ley Federal De Protección Del Patrimonio Cultural De Los Pueblos Y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, reformada, Diario Oficial de la Federación, 11 de noviembre de 2022, disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPPCPIA_111122.pdf (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

⁴⁷ Barrera, Gloria Stella, "Consumismo, espectáculo y despojo de creación: luchas por las autonomías artesanales del pueblo Kamsá", en CLACSO (comp.), *Pueblos originarios en lucha por las autonomías: experiencias y desafíos en América Latina*, Buenos Aires, CLACSO, 2016, pp. 165-190.

⁴⁸ Albarrán, Diana, *Towards a Buen Vivir-centric Design: Decolonising Artisanal Design with Mayan Weavers from the Highlands of Chiapas, Mexico*, tesis de maestría, Auckland, University of Auckland, 2020.

⁴⁹ Barrera, Gloria Stella, *Autonomía artesanal: creaciones y resistencias del pueblo Kamsá*, Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2015.

El taller como un espacio de generación de conocimiento técnico, complementado con las prácticas diarias, constituye como señala Silveira⁵⁰ un entorno donde se desarrollan procesos lúdicos, pedagógicos, experimentales y sociales de una red de relaciones interdependientes. Lo que se busca es pensar hacia una transición futura productiva y comercial justa y sostenible; esta debe estar guiada a generar procesos logísticos referidos a la conectividad y transportación. Los signos y símbolos incorporados en un producto cultural desempeñan un papel fundamental tanto en la interpretación del consumidor como en la transmisión intergeneracional de conocimientos en el contexto de un emprendimiento comunitario. Estos componentes, imbuidos de significados de índole histórica, espiritual y estética, funcionan como instrumentos de comunicación entre generaciones, territorios y culturas.

Inicialmente, los símbolos tales como colores, formas, patrones o elementos narrativos integrados en productos como textiles, cerámicos o alimentos tradicionales no solo realzan el aspecto estético del objeto, sino que también transmiten identidad, valores y afiliación cultural. Desde la perspectiva del consumidor, estos signos propician una percepción de autenticidad, originalidad y profundidad simbolizada. Un huipil ornamentado con representaciones icónicas de la cosmovisión maya, por ejemplo, puede ser interpretado como un acto de resistencia cultural o como un objeto de arte sagrado. Esta percepción no es imparcial: ejerce una influencia directa sobre la decisión de compra, el valor asignado al producto y la vinculación emocional con la comunidad productora. En segundo lugar, estos signos y símbolos desempeñan un papel de almacenamiento de conocimientos ancestrales. Al instruir a las generaciones futuras sobre la confección de un patrón, la elaboración de un pan ritual o la ornamentación de un objeto con significados tradicionales, no solo se transmite una técnica, sino también una narrativa cultural. Por ende, la replicación de estos

⁵⁰ Silveira, Rodrigo, *Atividade artesanal e autonomia complexa: uma análise segundo a sociologia pragmática em contexto de DTS na Região das Vertentes – MG*, tesis doctoral, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.

componentes simbólicos se transforma en una modalidad de pedagogía comunitaria que fortalece la memoria colectiva y el sentido de continuidad.

En los emprendimientos de carácter comunitario, esta dimensión simbólica facilita que el conocimiento no se pierda ni se desvincule de su origen cultural, sino que se reinvente en interacción con públicos emergentes. Simultáneamente, la adquisición deliberada de estos signos por los consumidores fortalece el ciclo de transmisión: al apreciar el significado del producto, coadyuvan a su preservación y legitimación. Se moldea su significado, consolida su valor percibido y garantiza su transmisión dentro de la comunidad. De esto modo, desempeña una doble función, proporciona educación a las generaciones, así como a los productores y establece conexiones con aquellos que los consumen.

VIII. CONCLUSIONES

El análisis realizado en torno al sector artesanal y gastronómico de Teabo, Yucatán, demuestra que la gestión estratégica de la cultura local requiere trascender los enfoques meramente productivos para situar en el centro a los bienes culturales como el pan artesanal y los hipiles. Estos productos, más allá de su valor económico, constituyen símbolos de identidad y cohesión social, que activan memorias colectivas y contribuyen a la construcción de sentidos comunitarios. La propuesta de modelos logísticos, tanto de entrega directa (B2C) como tercerizados mediante plataformas colaborativas, revela que los procesos de distribución son al mismo tiempo económicos, sociales y culturales, y que su diseño tiene efectos directos en la sostenibilidad, la inclusión y la justicia social en contextos pluriculturales.

Uno de los hallazgos más relevantes es la función estratégica de la gestión del conocimiento intergeneracional, esencial para garantizar la continuidad de saberes tradicionales en escenarios de transformación productiva. La transmisión de prácticas ancestrales, fortalecida por redes familiares, mecanismos organizativos flexibles y aprendizajes basados en la experiencia, se potencia cuando existe un acompañamiento institucional articulado entre sector público, universidades y asociaciones civiles. Esta

vinculación facilita la incorporación de las juventudes a la economía cultural y contribuye a consolidar ecosistemas colaborativos orientados al desarrollo territorial.

Asimismo, se evidencia que las microempresas agroindustriales y protoindustriales analizadas integran en su quehacer productivo elementos simbólicos enraizados en la cosmovisión maya, como el hilo, el pan, el bordado o el sombrero. Tales objetos no solo cumplen funciones utilitarias, sino que encarnan significados que fortalecen la identidad cultural como un activo estratégico. Este carácter simbólico plantea la necesidad de modelos organizacionales sensibles a la lógica cultural de las comunidades de respetar y potenciar los valores locales en mercados contemporáneos altamente competitivos.

El estudio muestra también la urgencia de consolidar un marco normativo y legal que asegure la protección de las creaciones comunitarias. La capacitación en propiedad intelectual, el fomento de marcas colectivas y la implementación de reservas de derechos de autor son pasos decisivos para revertir la exclusión histórica de comunidades indígenas y afroamericanas en la apropiación de beneficios derivados de su creatividad. En este sentido, la Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afroamericanas representa un avance fundamental hacia el reconocimiento de la propiedad colectiva y la justicia cultural.

El empoderamiento de mujeres artesanas y emprendedoras se identifica como un factor central para impulsar procesos de desarrollo incluyentes y sostenibles. Sin embargo, este liderazgo solo puede sostenerse en la medida que existan redes de apoyo comunitario e institucional que garanticen la equidad, la autonomía y el acceso a recursos. Bajo esta lógica, la integración de la cosmovisión indígena en el diseño de políticas públicas se convierte en un principio indispensable para construir cadenas de valor resilientes, sostenibles y con arraigo territorial.

En términos de políticas públicas, resulta ineludible fortalecer la participación activa de los pueblos indígenas en la formulación, ejecución y evaluación de las iniciativas que afectan su vida comunitaria. Este proceso debe estar por lo principios establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que

garantizan la protección de los derechos culturales (Art. 2º), la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres (Art. 4º), la planeación democrática del desarrollo (Art. 26º) y la protección de la propiedad intelectual (Art. 28º). A partir de este marco normativo, es posible proyectar el patrimonio cultural no solo como un bien a resguardar, sino como un eje articulador del desarrollo económico, educativo y social.

Finalmente, se propone como líneas de investigación futura el análisis de modelos económicos colaborativos y multigeneracionales que aseguren la protección legal y social de los saberes ancestrales, así como la exploración de metodologías pedagógicas que incorporen dichos saberes en programas formativos desde la educación básica hasta el nivel superior. De este modo, la educación formal y no formal puede convertirse en un vehículo para preservar la memoria cultural, fortalecer la identidad colectiva y promover el desarrollo con justicia, sostenibilidad e inclusión.

IX. REFERENCIAS

Abreviaturas

- ECT/EF – Expresiones Culturales Tradicionales / Expresiones del Folclore
- IMPI – Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
- LFPPCIA – Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas
- LFPPI – Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial de México
- ONU – Organización de las Naciones Unidas
- UNDRIP – United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples
- UNESCO – Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
- WIPO – World Intellectual Property Organization

Libros

ECO, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Lumen, 1973, disponible en: <https://desarmandolacultura.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/eco-umberto-tratado-de-semiotica-general-01.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

HUSSERL, Edmund, *Las conferencias de Londres. Método y filosofía fenomenológicos*, Salamanca, Ediciones Sígueme, 2012, disponible en: <https://bit.ly/42GJEmV> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

LOTMAN, Yuri, *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra, 1979.

MANNAY, Dawn, *Métodos visuales, narrativos y creativos en investigación cualitativa*, Madrid, Naecea Ediciones, 2017.

MORRIS, Charles, *Foundations of the Theory of Signs*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1971.

PEIRCE, Charles Sanders, *La ciencia de la semiótica*, Buenos Aires, Ediciones Nueva Visión, 1976.

PENROSE, Edith Tilton, *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford, Oxford University Press, 1959.

PORTER, Michael E., *Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*, 4ª ed., Ciudad de México, Grupo Editorial Patria, 2022.

Artículos de revista

ABDILLAH, Abdillah; WIDIANINGSIH, Ida; BUCHARI, Rd Ahmad; y NURASA, Heru, "The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation" (reseña), *Learning: Research and Practice*, vol. 10, núm. 1, 7 de noviembre de 2023, pp. 121-123, disponible en: <https://doi.org/10.1080/23735082.2023.2272611> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

ARIZPE, Lourdes, "Las políticas culturales internacionales: consensos y desafíos", *Revista Mexicana de Política Exterior*, México, núm. 123, 2022, pp. 169-183, disponible en: <https://revistadigital.sre.gob.mx/index.php/rmpe/article/view/2554/2380> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

BARNEY, Jay, "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, Thousand Oaks, vol. 17, núm. 1, marzo de 1991, pp. 99-120, disponible en: <https://doi.org/10.1177/014920639101700108> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

- BYGRAVE, William D. y HOFER, Charles W., "Theorizing about entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, EUA, vol. 16, núm. 2, 1991, pp. 13-22, disponible en: <https://doi.org/10.1177/104225879201600203> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).
- CRESWELL, John W. y MILLER, Dana L., "Determining validity in qualitative inquiry", *Theory into Practice*, EUA, vol. 39, núm. 3, 2000, pp. 124-130, disponible en: https://doi.org/10.1207/s15430421tip3903_2 (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).
- DOUGLAS, Evan J. y SHEPHERD, Dean A., "Entrepreneurship as a utility maximizing response", *Journal of Business Venturing*, vol. 15, núm. 3, 2000, pp. 231-251, disponible en: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00008-1) (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).
- ESPINOSA ESPÍNDOLA, María Teresa; MACEDA MÉNDEZ, Alma; y PAZ CALDERÓN, Yazmín, "Posicionamiento de pan artesanal en jóvenes de una comunidad rural", *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, México, vol. 5, núm. 10, 2016, pp. 1-18, disponible en: <https://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/65/272> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- FERNÁNDEZ-REPETTO, Fernando y MEDINA-VÁRGUEZ, Alberto, "Vistiendo la identidad yucateca. Etnomercancía, tradición y modernidad", *EntreDiversidades*, México, año VII, vol. 1, núm. 14, 2020, pp. 241-275, disponible en: <https://doi.org/10.31644/ED.V7.N1.2020.A09> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).
- ITURRIAGA, Elisa, "Mercantilización de la cultura maya: consumo y moda en el capitalismo contemporáneo", *Península*, México, vol. 19, núm. 2, 2024, pp. 87-110, disponible en: <https://doi.org/10.22201/cephcis.25942743e.2024.19.2.89178> (fecha de consulta: 27 de agosto de 2025).

Tesis

- SILVEIRA, Rodrigo, *Atividade artesanal e autonomia complexa: uma análise segundo a sociologia pragmática em contexto de DTS na Região das Vertentes – MG*, tesis doctoral, Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2014.
- FLORES PÉREZ, Karla Guadalupe, *Profesionalización de una panadería de la zona sur de Mérida, Yucatán*, tesis de maestría, Instituto Tecnológico de Mérida, 2020.

ALBARRÁN, Diana, *Towards a Buen Vivir-centric Design: Decolonising Artisanal Design with Mayan Weavers from the Highlands of Chiapas, Mexico*, tesis de maestría, Auckland, University of Auckland, 2020.

Leyes y artículos legales

Art. 1º, Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, reformada, *Diario Oficial de la Federación*, 11 de noviembre de 2022, disponible en: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPPCPIA_111122.pdf (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

Art. 5º, Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, última reforma publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, 29 de noviembre de 2023, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPCPCIA.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

Art. 24º, Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, última reforma publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, 29 de noviembre de 2023, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPCPCIA.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

Art. 28º, Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, última reforma publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, 29 de noviembre de 2023, disponible en: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPCPCIA.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

Blogs y páginas institucionales / Recursos en línea

ARGÜELLES, Carmen, "El hipil: qué es, cómo vestirlo y cómo comprarlo", *Yucatán Today*, blog en línea, 20 de noviembre de 2024, disponible en: <https://yucantoday.com/blog/el-hipil-que-es-como-vestirlo-y-como-comprarlo> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

COMISIÓN NACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS (CNDH), *Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas*, México, CNDH, 2018, disponible en: <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/13-declaracion-pueblos-indigenas.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

- GOBIERNO DE MÉXICO, “Los bordados de los huipiles encierran historias del campo”, *Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera*, blog en línea, 10 de julio de 2023, disponible en: <https://www.gob.mx/siap/articulos/los-bordados-de-los-huipiles-encierran-historias-del-campo> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN, *Plan Estatal de Desarrollo Renacimiento Maya 2024-2030*, Mérida, Secretaría de Planeación del Estado-Renacimiento Maya, 2024, disponible en: <https://renacimientomaya.yucatan.gob.mx/plan> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- GUZMÁN-AGUILAR, Fabiola, “El hipil, la segunda piel de los mayas”, *Gaceta UNAM*, blog en línea, 25 de febrero de 2021, disponible en: <https://www.gaceta.unam.mx/el-hipil/> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- Navarrete Muñoz, Gerardo, “Historia del pan y las panaderías en Yucatán”, *Cocina Yucateca para Hombres*, Facebook, 23 de agosto de 2021, disponible en: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=364262418520563&id=100863414860466&set=a.146673470279460> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- TEABO, H. Ayuntamiento 2024-2027, “Atractivos culturales y turísticos”, blog en línea, 2 de abril de 2025, disponible en: <https://teaboyucatan.gob.mx/index.php/attractivos-culturales-y-turisticos/> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- TEABO, H. Ayuntamiento 2024-2027, *Plan Municipal de Desarrollo 2024-2027*, Gaceta Municipal, vol. 4, núm. 34, 2024, p. 19, disponible en: <https://teaboyucatan.gob.mx/wp-content/uploads/2024/12/34.-PLAN-MUNICIPAL-DE-DESARROLLO-2024-2027.pdf> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- UNESCO, “Historia: artesanas fortalecen economía del arte textil en México mediante revaloración cultural”, blog en línea, 19 de octubre de 2023, disponible en: <https://www.unesco.org/es/articles/artesanas-fortalecen-economia-del-arte-textil-en-mexico-mediante-revaloracion-cultural> (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).
- UNESCO, *Actas de la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*, París, Segunda Reunión, París, UNESCO, 1949.
- UNESCO, *Declaración de México sobre las políticas culturales. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales*, México, UNESCO, 6 de agosto de 1982, disponible en: http://diversidadaudiovisual.org/wp-content/uploads/2013/10/mexico_sp.pdf (fecha de consulta: 18 de abril de 2025).

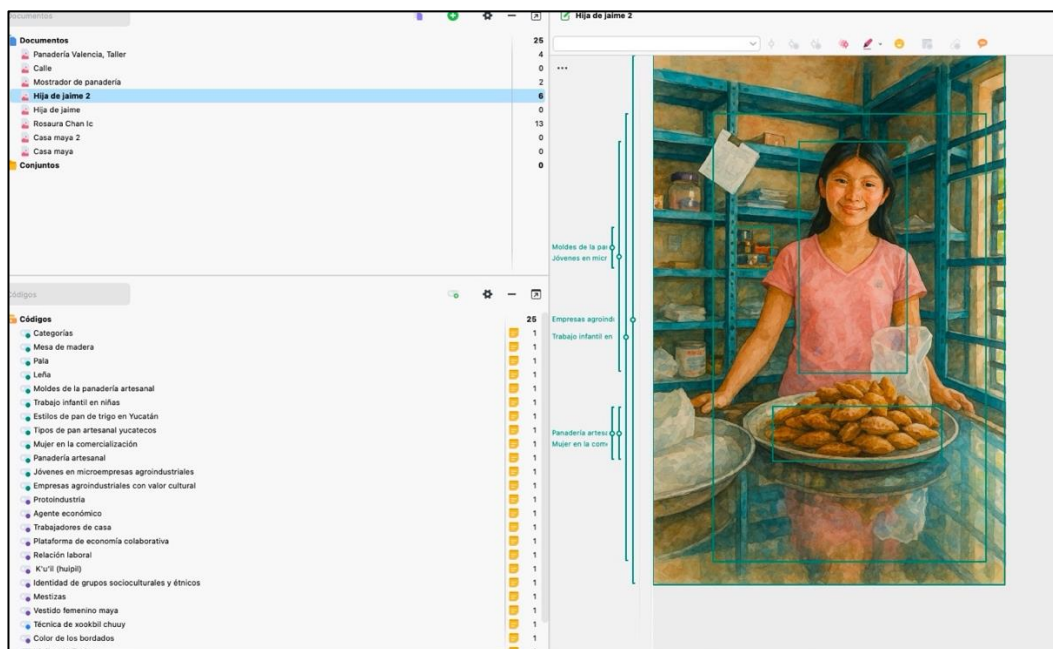
Recibido: 22 de mayo 2025

Aceptado: 13 de agosto 2025

X. ANEXOS

Anexo A: [análisis visual cualitativo].

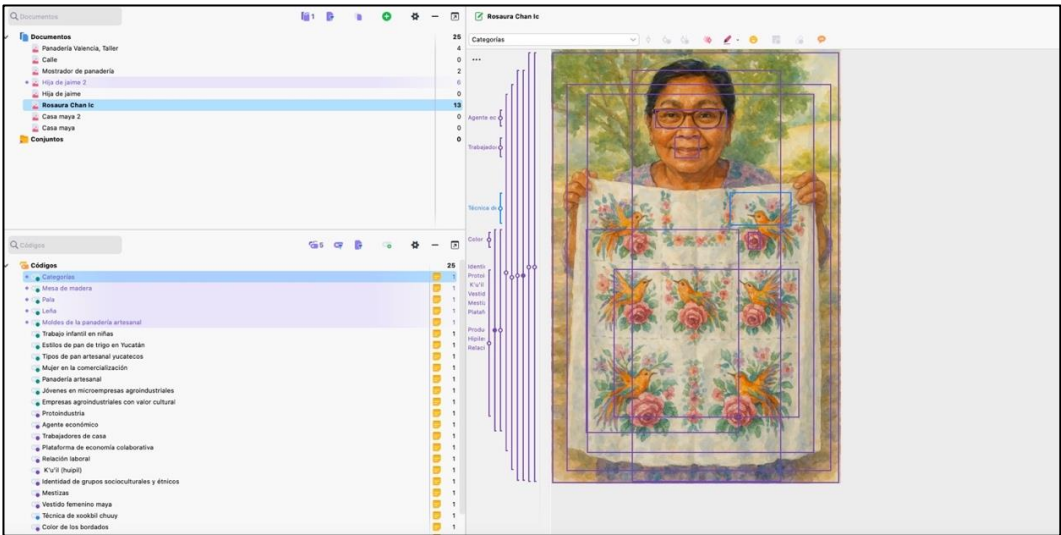
Figura 1.



Nota. Visualización de imagen [Se recurre al efecto de ilustración en acuarela, para resguardo de confiabilidad de uso de imagen], desde el software MAXQDA para la identificación y codificación deductiva de categorías analíticas. Se muestran las superposiciones de códigos aplicados en el análisis visual cualitativo.

Anexo B: [análisis visual cualitativo].

Políticas culturales y dinámicas protoindustriales en el patrimonio de comunidades mayas de Yucatán



Nota. Visualización de imagen desde el software MAXQDA para la identificación y codificación deductiva de categorías analíticas. Se muestran las superposiciones de códigos aplicados en el análisis visual cualitativo.

Anexo C: [Codificación deductiva].

Figura 3.

Codificación deductiva

CODIFICACIÓN DEDUCTIVA								
Administración de empresa familiar	Moldes de la panadería artesanal	Mujer en la comercialización	Protoindustria	Agente económico	Trabajadores de casa		Plataforma de economía colaborativa	
Mesa de madera	Trabajo infantil en niñas	Panadería artesanal			Relación laboral	Identidad de grupos socioculturales y étnicos	Vestido femenino maya	
Pala	Estilos de pan de trigo en Yucatán	Jóvenes en microempresas agroindustriales	Color de los bordados	Hipiles de Teabo			Producto artesanal	
Leña	Tipos de pan artesanal yucatecos	Empresas agroindustriales con valor cultural						K'u'il (huipil)

Nota. En la imagen se visualiza la agrupación de un total de 25 categorías analíticas, codificadas de forma deductiva mediante el software MAXQDA. Estas categorías permitieron estructurar el análisis de dimensiones vinculadas a la administración de

microempresas familiares, prácticas de panadería artesanal, relaciones sociolaborales, saberes tradicionales y expresiones de identidad cultural, facilitando la interpretación sistemática de los datos visuales y narrativos.

Anexo D: [Dimensiones que aborda el estudio].

Tabla 1.

Dimensiones que aborda el estudio

Dimensión	Descripción
Administración de empresa familiar	Dimensiones del estudio de microempresa familiar: Perfil del director general, Estructura organizacional, cultura organizacional, Sistemas de control, Tecnologías de la información y comunicación y Protocolo familiar Ver el estudio de Flores.
Mesa de madera	El amasado en la panadería artesanal se realiza manualmente, las señoras panaderas de esta zona están acostumbradas a realizarlo sobre una mesa de madera, con la finalidad de que la masa se hidrate de forma correcta. Durante este proceso se le va integrando agua o harina hasta conseguir el punto deseado, es decir, la masa durante el proceso de elaboración se puede corregir.
Pala	Este instrumento ayuda a las panaderas a evitar quemaduras y debe ser de un tamaño adecuado, permitiendo soportar e ingresar las charolas y los moldes de panes al horno.
Leña	La leña que se utilizaba era de eucalipto esto debido a su fácil forma de conseguir y abundancia. Considerada por ser una de las mejores para ser quemadas.
Moldes de la panadería artesanal	En la panadería artesanal no existen lujos, ni modas, los panes se realizan mediante la transmisión de conocimientos tradicionales y culturales, conservando diseños y figuras, que como tal no tienen ningún significado, las charolas de aluminio latón son sencillas, resistentes al calor, los moldes varían dependiendo la forma, tipo de pan, modelo, ingredientes, por ejemplo, el pan de sardina, el cual lleva ese nombre debido a que la mezcla es colocada y horneada en la lata de sardina.
Trabajo infantil en niñas	Estudios antropológicos como el de Leyra Fatou, indica que el trabajo infantil en niñas depende de las personas encargadas de la planificación urbana, subordinando su propia autonomía y empoderamiento, tomando decisiones sobre la vida de estas a pesar de la complejidad estructural que les rodea. El trabajo infantil se conceptualiza como toda actividad que realizan niños o niñas en el campo de la producción, comercialización o servicio, incluyendo tareas domésticas.
Estilos de pan de trigo en Yucatán	El pan de trigo en Yucatán se arraiga, y se diversifica en forma generalizada en el siglo XIX, aunque es preciso definir dos momentos: antes del afrancesamiento y después de él; en el primer momento, la panificación que prevalecía era la de la Colonia, posteriormente se sofisticó dando lugar a delicias de estirpe francesa de acuerdo con Navarrete.
Tipología de productos en panes yucatecos	Pan payaso, pan maciste, pan bazar, pan regenerador, galletas francesas (que de acuerdo con su descripción corresponden a lo que posteriormente se dio en llamar bolas francesas), galletas maicena, galletitas de canela, panqués, panqué de limón, panquecitos de clara, bisquets, mantecados especiales, cuques especiales, pan de huevo estilo mexicano, pan de caja (que aparece en múltiples recetarios del siglo XX), brioches (emparentados con la célebre rosca brioch), bizcochitos finos y molletes de huevo y leche.
Labor de la mujer panadera	Las mujeres que se dedican a la comercialización y son cabeza de hogar adquieren en su vida diaria conocimientos comerciales por medio de experiencias propias, teniendo en mente el liderazgo por ser las responsables del sostenimiento de sus familias, a través del comercio, ellas consiguen un sustento y desarrollar habilidades para el negocio (Ver el estado de Chiapas con Esponda-Pérez).

Políticas culturales y dinámicas protoindustriales en el patrimonio de comunidades mayas de Yucatán

Dimensión	Descripción
Panadería artesanal	La panadería artesanal realizada por mujeres en la región VII sur de Yucatán, en específico en el municipio de Teabo, posee rasgos particulares y únicos, por ser un oficio minucioso y detallista, El cual es preparado por los hombre y gestionado para la venta por mujeres. En el caso específico por mujeres jóvenes en edad de secundaria.
Participación de la juventud en microempresas agroindustriales	jóvenes participan en las microempresas agroindustriales productoras de pan artesanal, permitiéndoles conocer los distintos tipos de pan disponibles en su localidad, y para identificar cuáles son los factores más relevantes en su decisión de compra, siendo buenos promotores de venta.
Empresas agroindustriales con valor cultural	Las agroindustrias con valor cultural son aquellas que elaboran productos que se acostumbra usar, regalar o consumir en las fiestas patronales de cada población o en eventos sociales tales como compromisos, bodas o bautizos, convirtiéndose en símbolos característicos de la cultura local. Este tipo de empresas toma relevancia por Food and Agricultural Organization of the United Nations (FAO) analizan las estrategias y medidas necesarias para incrementar la competitividad para combatir la pobreza en el mundo en desarrollo (Estudios de Espinosa <i>et al</i> y FAO.
Protoindustria	Méndez-Navarro y Ávila-Sánchez, define a la protoindustria como un conjunto de características que analizan la industrialización y el papel de la manufactura casera. La orientación teórica tiene un enfoque regional y demográfico porque, entre otros aspectos, discute la relación urbana y rural de complementariedad o de exclusión de las actividades económicas. También evalúa el papel del comercio extrarregional como factor crucial de impulso económico en el que participan familias.
Agente económico	Los intereses privados del capital comercial en el que emigrados han encontrado beneficios extraordinarios invirtiendo exclusivamente en insumos y pago al trabajo, sin gastos derivados de prestaciones sociales (ver Méndez-Navarro y Ávila-Sánchez)
Trabajadores de casa	Trabajadores de casa disponen de un trabajo en localidades con limitadas fuentes de trabajo (Méndez-Navarro y Ávila-Sánchez).
Plataforma de economía colaborativa	Constitución de cooperativas para los pueblos tradicionales en textiles en donde el representante no forma parte del conjunto de trabajadores, es un administrador empresario dedicado a poner en circulación suministros y productos a comisión en los locales del centro de Mérida (Méndez-Navarro y Ávila-Sánchez).
Relación laboral	Conjunto de medidas de política pública para organizar y fomentar el bordado y la confección en el estado. Desde alianzas políticas y familiares en el sector textil mediante la licitación a programas gubernamentales y la promoción de apoyos a la exportación (Méndez-Navarro y Ávila-Sánchez).
Identidad de grupos socioculturales y étnicos	Desde una perspectiva de género Fernández-Repetto y Medina-Vázquez, destacan la participación de la mujer en el proceso de producción y en los de socialización y endoculturación de las niña, como proceso importante en el factor de la construcción y expresión de la identidad de los grupos socioculturales y étnicos. A través del bordado del hipil puede clasificar como una identidad menor (la identidad yucateca) en el marco de una identidad mayor (la identidad nacional-mexicana). El terno (mecanismo de integración del estado, especificación y diferenciación del mismo en relación con la nación mexicana) y sus actualizaciones tienen hoy día una fuerte presencia en Mérida, que no se restringe a los acontecimientos políticos y culturales de la ciudad, pues como símbolo de la identidad yucateca ha sido incluido en el repertorio de las artesanías yucatecas que se expenden en el mercado turístico de la ciudad, mismo que presenta la oferta más amplia de productos turísticos del Estado.

Dimensión	Descripción
Mestizas	las mestizas actuales colaboran con la economía familiar con la confección y de sus prendas; si se trata de bordado a máquina, después de adquirir la tela, dibujan el motivo, generalmente un ramo de flores, con el cual quieren adornar el hipil, lo calcan en papel de china ²⁰ y lo pasan al lienzo repintándolo encima de una hoja de papel carbón que colocan encima de la tela, las veces que sean necesarias hasta completar el cuello ²¹ y el ruedo inferior. para los de hilo contado o xok bil chuuy se apoyan en dechados, muestrarios y revistas en los que se encuentran motivos de punto de cruz, y los van copiando. Durante la realización del bordado entra en juego la creatividad de la bordadora, quien va definiendo la composición cromática, los tonos y los matices que se integrarán a la tela blanca del cuerpo del hipil de acuerdo con Ruiz-Ávila.
Vestido femenino maya	Las mestizas e indias se expresa a través del atavío y los diversos códigos que lo constituyen, particularmente en situaciones comunicativas determinadas de acuerdo con Ruiz Ávila. Por muchos años el uso del hipil desaparece de las zonas urbanas especialmente en los puntos habitados por gente de mayores recursos. Únicamente lo llevaba la mujer indígena, la campesina, que al adoptarlo comienza a llamarse “mestiza”, como se acostumbra hacerlo aún en la actualidad.
Técnica de xookbil chuuy	Los hipiles más cotizados de acuerdo Argüelles son aquellos que están bordados a mano con la técnica de xookbil chuuy (hilo contado o punto de cruz), aunque hay otras opciones, como los hipiles bordados artesanalmente con máquina de pedal y los hipiles pintados a mano. Cabe aclarar que los hipiles artesanales son bastante delicados y costosos; uno de buena calidad (es decir, de algodón y bordado a máquina de pedal) suele costar entre \$1,000 y \$2,000 pesos. Si buscas algo más económico, puedes escoger hipiles bordados con máquinas computarizadas de forma industrial o hipiles que no tengan bordados, sino detalles de encaje.
Color de los bordados	El color de los bordados de los hipiles tiene diversos significados. Gema Santos, diseñadora y gestora artesanal, comenta que los hipiles convencionales tienen bordados coloridos, ya que si están bordados totalmente en negro se consideran vestimenta de luto. También, los hipiles que solo tienen flores blancas están reservados para las novias.
Hipiles de Teabo	El hipil se mantiene en los mayas desde entonces, es una particularidad indumentaria de las mujeres de la región. Es el lenguaje que expresa muchos de los códigos estéticos, morales e ideológicos de los grupos humanos a través de su historia. Las prendas son confeccionadas de tela hecha de algodón y sus variantes como las muselinas. Algunas son de lino, por la ligereza de esta fibra. Más que el traje básico, son los detalles los que definen la pertenencia social. Esos detalles son la decoración o bordados (hay hipiles de uso diario y otros, de fiesta), la variedad de las joyas (collares, medallas, rosarios) y las telas. En esos adornos, mestizos, indígenas e incluso mujeres no mayas se van diferenciando.

Nota. Estas categorías sirvieron de base para la elaboración de una tabla de descripciones teóricas, construida a partir de literatura científica especializada, que permitió estructurar el análisis de dimensiones relacionadas con la administración de microempresas familiares, las prácticas en la panadería artesanal, las relaciones sociolaborales, los saberes tradicionales y las expresiones de identidad cultural. Esta integración teórico-metodológica facilitó una interpretación rigurosa de los datos visuales y narrativos.

Anexo E: [Proceso de investigación y sustento teórico].

Figura 4

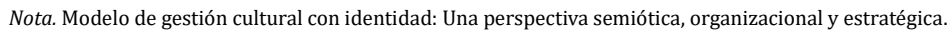
Políticas culturales y dinámicas protoindustriales en el patrimonio de comunidades mayas de Yucatán

Teoría de los signos (Morris, 1971).	
Teoría de la semiótica de la cultura (Lotman, 1979).	
•Modelo Tricotomía (Peirce, 1888).	
Teoría de los recursos y las capacidades (Penrose, 1959; Barney, 1991; Dabić et al., 2018).	
Teoría de la creación de conocimiento organizacional (Nonaka y Takeuchi, 1995).	
•Modelos de gestión del conocimiento (Rubier, 2019).	

Nota. Propuesta teórica que permite comprender el funcionamiento simbólico, organizacional y estratégico de las iniciativas de estudio de caso.

Anexo F: [Modelo de gestión cultural con identidad: Una perspectiva semiótica, organizacional y estratégica].

Figura 5



Anexo G: [Instrumentos].

Tabla 2.

Cuadro comparativo de instrumentos legales y normativos (Aplicación a artesanas y panaderos tradicionales).

Instrumento	Ámbito/ Naturaleza	Principales derechos/ disposiciones	Utilidad para artesanas	Utilidad para panaderos
UNDRIP (2007)	Internacional, declarativo	Art. 5: autonomía, instituciones propias, CLPI. Protección del patrimonio cultural y conocimientos tradicionales.	Respaldar reclamos frente a uso indebido de bordados, textiles, oficios. Exigir CLPI en contratos.	Reforzar la protección del pan artesanal como práctica cultural y alimentaria indígena. Respaldar el derecho a usar y transmitir recetas tradicionales como patrimonio.
LFPPCIA (2022/23, México)	Nacional, vinculante	CLPI obligatorio, contratos de autorización, reparto equitativo de beneficios.	Denunciar apropiación de diseños o nombres de comunidades. Exigir beneficios por comercialización cultural.	Respaldar la denuncia por apropiación indebida de recetas, técnicas o nombres tradicionales de panes (ej. "pan de muerto", "cocol"). Obliga a plataformas y empresas a reconocer origen.
LFPPI – IG/DO	Nacional, vinculante	IG = vínculo general; DO = vínculo total al territorio y tradición.	Registrar textiles o artesanías bajo IG/DO. Proteger identidad territorial.	Posible registro de IG/DO para panes tradicionales (ej. "Pan de Yucatán", "Pan de feria de Teabo"). Da exclusividad de origen y evita imitaciones globales.
Marcas colectivas y de certificación (IMPI)	Nacional, vinculante	Identifican productos de un grupo y certifican autenticidad/calidad.	Diferenciar artesanía auténtica de copias industriales	Registrar marcas colectivas de panaderos locales para diferenciar pan artesanal de pan industrial. Ejemplo: cooperativas panaderas.
WIPO – ECT/EF	Internacional, en desarrollo	Reconoce expresiones culturales como patrimonio vivo; restringe apropiación indebida.	Sustento para diseñar sistemas sui generis de protección cultural.	Reconoce el pan tradicional como expresión cultural tangible (ej. panes rituales en festividades). Ayuda a exigir respeto y beneficios.
ISO 9001 (Calidad)	Internacional, voluntario	Gestión de calidad en procesos.	Confianza en cadenas de artesanías exportadas.	Certificar procesos de pan artesanal para exportación (higiene, trazabilidad), mejorando acceso a mercados internacionales.
ISO 14001 (Ambiental)	Internacional, voluntario	Producción y gestión ambiental.	Asegura producción sostenible de insumos (ej. tintes, fibras).	Garantizar uso sostenible de hornos, leña, empaques biodegradables en pan artesanal. Aumenta valor ecológico en mercados.
ISO 26000 (Responsabilidad social)	Internacional, voluntario	Guía en derechos humanos, equidad de género, comunidad.	Respaldar contratos justos para artesanas, reparto equitativo.	Respaldar cooperativas de panaderos que promuevan inclusión, equidad de género y comercio justo.

Nota. La tabla presenta un análisis comparativo de instrumentos legales y normativos, tanto internacionales como nacionales, aplicables a la protección de expresiones culturales tradicionales y oficios comunitarios. Se destacan los marcos de derecho internacional, como la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (UNDRIP), que reconoce el derecho a la autodeterminación, la participación plena en la vida del Estado y el consentimiento libre, previo e informado. En el ámbito nacional, la Ley Federal de Protección del Patrimonio Cultural de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas (LFPPCIA) establece obligaciones vinculantes para la defensa del patrimonio cultural, mientras que la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI) brinda mecanismos como Indicaciones Geográficas (IG) y Denominaciones de Origen (DO), además de marcas colectivas y de certificación administradas por el IMPI.

