

**KUALITEKIT: EMPRESAS INDÍGENAS Y COMUNITARIAS EN MÉXICO, UNA
RADIOGRAFÍA**

**KUALITEKIT: INDIGENOUS AND COMMUNITY BUSINESSES IN MEXICO,
AN X-RAY**

Xánath Rojas Mora

Nota sobre la autora:

Doctora en Sociología por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Es profesora investigadora del Instituto Tecnológico Nacional de México, campus Zacapoaxtla, Puebla, México.

 <https://orcid.org/0000-0002-4467-3122>

Esta investigación fue financiada con recursos de la autora. La autora no tiene ningún conflicto de interés al haber hecho esta investigación.

Remita cualquier duda sobre este artículo al siguiente correo electrónico: xanath.rojasm@gmail.com

Recibido: 05/07/2023 Corregido: 26/09/2023 Aceptado: 05/10/2023



Copyright (c) 2023 Xánath Rojas Mora. Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#).

Xihmai 70

KUALITEKIT: EMPRESAS INDÍGENAS Y COMUNITARIAS EN MÉXICO, UNA RADIOGRAFÍA

KUALITEKIT: INDIGENOUS AND COMMUNITY BUSINESSES IN MEXICO, AN X-RAY

Resumen

En este artículo se analizan los estudios realizados sobre empresas indígenas o empresas comunitarias en México desde distintas posturas, principalmente económicas y administrativas. Se trata de hacer una revisión de la literatura exclusivamente nacional que muestre las líneas de investigación en torno al tema, así como los métodos y las discusiones que hay al respecto. Para lo anterior se realizó una investigación documental descriptiva a partir de las publicaciones realizadas en los últimos cinco años principalmente. El trabajo arroja la posibilidad de identificar definiciones sobre las empresas indígenas como el hecho de ser empresas sociales comunitarias. Adicionalmente, se identifican factores que inciden en su formación y desarrollo como los valores culturales e identidad indígena, el papel del patrimonio cultural y biocultural, la incidencia de factores externos que posibilitan la llegada de infraestructura, proyectos y asesoría, así como el papel de los saberes locales.

Palabras clave¹: *Cultura amerindia, Grupo étnico, Economía rural, Empresa, México.*

Abstract

This article analyzes the studies conducted on indigenous businesses or community enterprises in Mexico from different perspectives, primarily economic and administrative. The objective is to provide an exclusive review of the national literature that showcases the research lines, methods, and discussions surrounding the topic. To achieve this, a descriptive documentary research was conducted based on publications primarily from the last five years. The study presents the opportunity to identify definitions of indigenous businesses, such as their classification as community-based social enterprises. Additionally, factors influencing their formation and development are identified, including cultural values and indigenous identity, the role of cultural and biocultural heritage, the impact of external factors facilitating the arrival of

¹ <http://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/es/groups>

infrastructure, projects, and advisory services, as well as the significance of local knowledge.

Keywords: *Amerindian Culture, Ethnic Group, Rural Economy, Enterprises, Mexico.*

1. Introducción. Acercamiento a las empresas indígenas

En la reconfiguración del campo mexicano podemos ver migraciones internas (hacia las grandes capitales) y externas (hacia Estados Unidos y Canadá), deterioro del suelo, aspiraciones distintas de las nuevas generaciones que están abandonando la tradición agrícola, en fin. Dentro de esta situación las personas campesinas han generado distintas estrategias de sobrevivencia económica, social y cultural. Una de las opciones que tuvieron en sus lugares de origen fue la generación de empresas sociales, de interés común. Opción que fue acompañada por políticas públicas que las fomentaron desde distintas instituciones. Varias de estas organizaciones fueron generadas por poblaciones indígenas en el país. ¿Cómo han funcionado? ¿Qué problemáticas han tenido? ¿Funcionaron o solo fueron proyectos impuestos con fines políticos o administrativos? Y dentro de estas experiencias cómo se pueden diferenciar las empresas indígenas, que no solo se caracterizan por la identidad de un grupo de población, sino que algo hay en estas organizaciones que puede permitir pensar en otras formas de crear beneficios económicos, aumentar el desarrollo humano y conservar el patrimonio cultural y ambiental.

El objetivo de este artículo es analizar los estudios realizados sobre empresas indígenas o empresas comunitarias en México, desde distintas posturas económicas y administrativas. Se trata de hacer una revisión de la literatura en México que muestre las líneas de investigación en torno al tema, los métodos y las discusiones que hay al respecto. Después de más de cuatro décadas que empezaron a surgir estos emprendimientos es importante analizar lo que se ha investigado y lo que aún falta por realizar para contribuir al conocimiento del tema y proponer acciones que puedan ayudar a las empresas indígenas.

Kualitekit es una palabra en náhuatl de la Sierra Nororiental de Puebla, derivada de *kuali* que significa bueno y *tekit* que refiere al trabajo. Por

Lo tanto, indica “buen trabajo” o “trabajo bueno”. Se coloca como parte del título del artículo para remitir a las empresas indígenas como un buen trabajo que implica no solo la parte económica sino la incorporación de su cosmovisión y filosofía, como se analizará más adelante.

La población indígena en México corresponde al 9.4 % de la población total y se hablan 68 lenguas indígenas (INEGI, 2022). Esto pone a México como un país multicultural. Los datos nos refieren el origen de las personas, sin embargo, la población indígena tiene ciertas características sobre la cosmovisión, formas comunitarias organizativas, valores y principios que al momento de realizar una organización empresarial, turística o agrícola tiene ciertas características distintas respecto a otras iniciativas. Hay una gran cantidad de estudios sobre pueblos indígenas desde la antropología, la sociología, la etnografía, la historia, y algunas variantes como la etnoecología o la bioculturalidad, que han tenido aportes muy interesantes, sin embargo, hay menos investigaciones desde la economía o desde la administración.

Entre especialistas de las ciencias sociales es común que, en el rubro de economía, se suelen tomar como sinónimos empresas indígenas y empresas comunitarias para referirse a los emprendimientos generados por personas indígenas o insertados en sus territorios. Sin embargo, no hay un consenso sobre la definición de este tipo de emprendimientos ni un análisis de las características de la misma. Las empresas indígenas tienen la particularidad de hacer negocios, pero con valores y formas organizativas distintas. Esto impacta fuertemente en la finalidad del mismo emprendimiento porque lo que interesa a este tipo de organizaciones más que la ganancia monetaria, es el trabajo y los valores que permiten la cohesión del grupo y el mantenimiento de su patrimonio cultural y natural. El problema que surge de ello es la manera en que la teoría administrativa implanta sus estructuras de negocios a esquemas de participación y organización distintas. El diálogo entre el hacer negocio y la cultura tiene tintes que permiten y/o obstaculizan a las organizaciones en la realización del emprendimiento, como se revisará más adelante.

En relación a los antecedentes del tema, el comercio ha sido una actividad que los pueblos indígenas han realizado desde tiempos prehispánicos. Se tiene la información de grandes mercados, como el de Tlatelolco, un mercado amplio, diverso, en donde se comercializaban productos de distintos lugares. Además de distintos gremios que se dedicaban a la importación y exportación de productos como el cacao, plumas de quetzal, piedras preciosas, algodón, entre otros (León-Portilla, 1962). Se comercializaban materias primas, productos básicos y bienes de prestigio, sin embargo, estudios específicos sobre la comercialización de productos, solo los hay sobre la cerámica y la obsidiana (Cossens, 2019). De acuerdo con Cossens (2019), el análisis del comercio también remite al análisis de la configuración de rutas comerciales a la par de las relaciones entre estados nación antiguos. Así podemos ver que el comercio, los gremios, las rutas comerciales, las redes son actividades ya realizadas, en donde también se pueden analizar relaciones de poder.

Desde el ámbito de los negocios, como los conocemos actualmente, tienen su origen a partir de la revolución industrial. Desde ese momento empiezan a haber distintos estudios que hablan de la productividad, el trabajo en serie, procesos administrativos, la acumulación, la competitividad que se encuentran dentro de las teorías clásicas, y más recientemente de la calidad, la innovación, la mercadotecnia. Esto dio paso al surgimiento de áreas de conocimiento como la Administración de Empresas, Comercio Exterior, Relaciones Públicas, etcétera. Mismas que han generado sus propias teorías y conceptos, que sostienen una idea de hacer transacciones económicas, negocios exitosos, generación de líderes, etcétera. Sin embargo, estas son solo algunas teorías de las formas de hacer negocios y emprender. Son algunas posturas desde la economía de mercado, desde perspectivas funcionalistas y positivistas sin la problematización y complejización que implican las empresas en los contextos diversos en los que vivimos, y sin los análisis requeridos que incluyan el poder, la dominación y la explotación (Ballina, 2019).

Recientemente, el comercio en los pueblos indígenas de México ha sido caracterizado por mercados tradicionales locales o regionales en donde se venden los excedentes de la producción agrícola de autoconsumo. Un comercio en pequeña escala. Además, se comercian distintos tipos

Xihmai 74

de artículos de producción artesanal, actividades que usualmente combinan el trabajo agrícola, de subsistencia con el trabajo artesanal. Los conocimientos son de transmisión oral, alojados en la familia o la comunidad, por lo tanto, podemos encontrar familias o pueblos enteros que se especializan en la producción de algún tipo de artesanía o se dedican al comercio. Intercambios comerciales en donde se incluyen formas de intercambio como el trueque, o la mano vuelta en relación a servicios. Estas relaciones son cara a cara, con negociaciones personales basadas en la tradición y las relaciones sociales locales, ya sea familiares, vecinales, o de compadrazgo.

En los últimos años han surgido emprendimientos indígenas colectivos que han pasado del comercio informal tradicional a uno formal. Han surgido organizaciones económicas en forma de cooperativas a finales de la década de 1970 impulsadas por campesinos y respaldadas por programas gubernamentales y/o por grupos sin fines de lucro. Estas organizaciones comenzaron como respuesta al intermediarismo voraz, el control de precios de agentes externos; al mismo tiempo en que el aparato gubernamental generaba programas y proyectos de dinamización del campo mexicano que impactaron en la generación de organizaciones de base colectiva (Palomino y López, 2019).

2. A la búsqueda del texto perdido. Metodología

Este trabajo parte de una investigación de tipo documental, la cual:

Se ocupa del estudio de los documentos que se derivan del proceso de la investigación científica y de la información preexistente antes de empezar la investigación, y que se publican tanto en fuentes documentales tradicionales (libros, revistas, periódicos, etcétera) y de otro tipo, como lo son los diferentes recursos audiovisuales, multimedia y digitales. (Chong, 2007)

De acuerdo con Chong (2007) sobre las etapas de la investigación documental, primero se realizó la selección del tema, la cual se realizó al observar la falta de consenso en el concepto de empresas indígenas. Después se recopiló la bibliografía a partir de información digital con Google Académico como buscador especializado. El análisis se concentra en la revisión de bibliografía de 2018 a julio de 2023,

tomando en cuenta, por tanto, las publicaciones realizadas en los últimos cinco años. Es necesario aclarar que las búsquedas realizadas se concentraron en los trabajos realizados en México tanto desde el punto de vista teórico como práctico, se excluyen por lo tanto las experiencias latinoamericanas. La búsqueda se concentró en los trabajos académicos que dentro del título o resumen tuvieran los conceptos de empresa indígena, por lo tanto, se excluyeron las investigaciones que hablaban de cooperativas específicas, aunque algunas de ellas seguramente tienen que ver con la población indígena, sin embargo, no se tomaron en cuenta porque no se identificaban en la temática de estudio y no se tenía la certeza de que correspondiera a empresas indígenas. Se revisaron un total de veinticuatro trabajos empíricos que corresponden a las características ya mencionadas. Este análisis es de un alcance exploratorio, se limitó a la revisión de los estudios bibliográficos, pero aún falta mayor profundidad y sistematización en relación a las experiencias de empresas indígenas.

Posteriormente, se hizo un análisis y sistematización de información. De acuerdo a la literatura encontrada se dividió el estudio para su análisis en las investigaciones que tienen que ver con empresas turísticas y, por otro lado, las empresas agrícolas y forestales. Esta subdivisión se realizó de acuerdo a la persistencia de estudios en ambos sectores económicos.

Finalmente, el último paso de la investigación documental es la integración y redacción del trabajo. El cual se subdivide en una primera etapa de revisión conceptual de empresas indígenas y empresas sociales rurales, posteriormente se muestran las empresas que surgieron en el sector turismo, y al final las agrícolas y forestales. Escapan de este análisis ciertas organizaciones claramente identificadas como indígenas pero que no formaron parte de este proyecto por la cuestión del tiempo en que fueron publicados los estudios. Se privilegió la actualidad de las investigaciones, aunque se incluyen algunos estudios preliminares que no podrían ser omitidos por la importancia de los mismos en la parte de la conceptualización.

3. Hallazgos

La empresa indígena es un concepto que está en construcción en la literatura, en ocasiones se habla de empresa social rural, empresa social, empresa de base comunitaria, emprendimientos indígenas, o empresas de economía social, para referirse a un tipo de organización empresarial que no se basa en los modelos convencionales de negocio. Por ello, en esta primera parte pondré algunos conceptos que se han encontrado en la literatura recientemente².

3.1. *Empresas Indígenas*

Para comenzar, la conceptualización de empresa indígena va ligada a dos términos, por un lado, –empresa–, como la actividad económica con fines lucrativos, y la otra palabra –indígena– como una referencia al grupo social que genera la iniciativa. Lo cual también podría decirse de una empresa de mujeres, es decir realizada por mujeres, o empresa rural, porque está ligada al campo. Sin embargo, no tiene que ver únicamente con las personas que se identifican con un grupo social en específico, sino que influye en la conceptualización de la misma forma de hacer negocios, la finalidad, los métodos, la gestión, la gobernanza. Elementos que se comparten con los principios y valores de la economía social y solidaria (ECOOS et al., 2022).

Un concepto de empresa usado para poblaciones indígenas es el de la empresa social rural. La Red de Etnoecología y Patrimonio Biocultural,

² A nivel internacional el tema de empresas indígenas y una revisión teórica profunda ha sido realizado por (Molina-Ramírez, 2020). En esa tesis doctoral ella realiza un estudio profundo de la bibliografía que ha trabajado el tema, enfocándose en los estudios de pueblos indígenas a nivel global. Un enfoque que dejo de lado en este artículo para concentrarme específicamente en los análisis realizados en México. Sin embargo, en sus resultados, la autora menciona las siguientes características de los emprendimientos indígenas: objetivos no económicos, intención de mejorar la calidad de vida de los emprendedores indígenas, sostenibilidad, sentido comunitario, cultural, valor (supervivencia de la comunidad, sustentabilidad medioambiental y preservación del patrimonio), contexto y toma de decisiones (colectiva-democrática). Una de las aportaciones es que hay elementos holísticos en las organizaciones que impactan a las mismas como el arraigo a la cultura y al territorio.

respaldada por estudios del campo mexicano, la población indígena y el territorio, menciona en un documento lo siguiente:

Las empresas sociales rurales son entidades organizadas en torno a bienes en propiedad común y en formas colectivas de producción que buscan generar bienes y servicios bajo los principios de la sustentabilidad, la agroecología y/o el mercado orgánico y justo. En México están representadas por cooperativas, comunidades o asociaciones diversas, dedicadas al manejo de selvas y bosques, la producción orgánica de café, cacao, miel, y otros productos, el ecoturismo, la pesca responsable, el manejo de fauna silvestre y la conservación comunitaria. (CONACyT, 2012, p. 31)

En este mismo orden de ideas, Hernández et al. define la empresa social rural como: “[...] son entidades organizadas en torno a bienes de propiedad común y en formas colectivas de producción que buscan generar bienes y servicios bajo los principios de la sustentabilidad, la agroecología y el mercado orgánico y justo” (2018, p. 956). Este concepto enfatiza en la propiedad común y las formas colectivas, por lo tanto, son organizaciones que vienen a partir de ejidos, cooperativas u otras formas organizativas y que, por lo tanto, están ligadas al sector agrícola, además de que, en las transacciones se busca un mercado orgánico y justo, temas importantes actualmente para la sustentabilidad, sin embargo, estos son temas que para los pueblos han sido importantes en relación al respeto y cuidado de la naturaleza. La población indígena se incluye dentro de la parte social y rural, por ser poblaciones ligadas históricamente al campo y la influencia que han tenido en procesos bioculturales de gestión del territorio, aunque estas características van cambiando por el predominio de la tecnología agrícola, la expansión urbana y la reducción del suelo agrícola, migración, pobreza, marginación.

En algunas investigaciones se encontró el concepto de empresas sociales para referirse a experiencias concretas empíricas con población indígena, pero sin una conceptualización clara del mismo (Gómez-Carreto et al., 2018). La empresa social está respaldada por la economía social y solidaria, varias investigaciones incluyen en esta teoría a los emprendimientos indígenas, debido a su naturaleza

económica y legal. Esto porque de acuerdo al artículo 4º de la Ley de la Economía Social y Solidaria de México se menciona que:

El sector social de la economía está conformado por ejidos, comunidades, organizaciones de trabajadores, sociedades cooperativas, empresas que pertenezcan mayoritaria o exclusivamente a los trabajadores; y en general, de todas las formas de organización social para la producción, distribución y consumo de bienes y servicios socialmente necesarios. (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012)

Aunque no expresa a la población indígena, una gran cantidad de ejidos y comunidades están conformadas por ella. Por otro lado, dentro de la reconfiguración de las actividades en el campo ha ingresado la actividad turística, entonces desde la conceptualización del Turismo de Base Comunitaria (TBC) se plantea la propuesta de empresa de la siguiente manera:

El aspecto empresarial del TBC se ubica en la dimensión económica del desarrollo sostenible y de la agencia comunitaria porque consiste en la capacidad (acción) colectiva de crear mecanismos que aseguren un reparto equitativo de los beneficios económicos derivados del turismo, es decir, impulsa la justicia social y el bienestar material de las comunidades. Esta dimensión está interconectada con la dimensión política de la agencia comunitaria que hemos llamado gobernanza dirigida por la comunidad (GDC). (Fernández, 2020, p. 100)

Este concepto está más dirigido a la gobernanza comunitaria, lo cual implica acción y gestión desde lo local, con una búsqueda de ejercicios democráticos participativos. La actividad turística no siempre está ligada con la posesión de la tierra, en ocasiones son grupos de artesanos, grupos de personas que ofrecen servicios turísticos, que poco a poco van adquiriendo terrenos o infraestructura para el propio emprendimiento colectivo.

Respecto a la literatura revisada encontramos algunos estudios en donde no se conceptualiza como tal a la empresa indígena, sin embargo, son algunos informes donde se plantean como organizaciones con miembros de población indígena sin una caracterización clara del concepto (Díaz, 2012; Guarneros, 2012). Asimismo, en algunas de las investigaciones más que definir las, dan cuenta de la insuficiencia de estudios para lo mismo y se dedican a estudiarlas, analizar el origen,

oferta, organización, certificaciones, y se centran específicamente en las empresas de turismo de naturaleza (López y Palomino, 2015). Evidentemente, son estudios que permiten caracterizar a estas organizaciones y son avances sustanciales sobre los aportes de las mismas desde el análisis administrativo, organizacional y económico.

Una de las perspectivas más sonadas es que las empresas indígenas tienen la intencionalidad de llevar un desarrollo local a zonas marginadas históricamente, sustentadas en la idea de que la pequeña empresa puede potencializar económicamente a la población de origen indígena (Marín, 2014). Esta misma autora menciona que estas iniciativas empresariales generan productos y servicios con esta relación entre la cultura y la naturaleza que son valorados por los mercados tanto locales como de exportación.

Desde la parte institucional y financiera se consultaron las Reglas de Operación del Programa para el Bienestar Integral de los Pueblos Indígenas a cargo del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, para el ejercicio fiscal 2023. Institución que ha fomentado la creación de empresas indígenas turísticas desde la parte financiera y que anteriormente se denominaba Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). Actualmente menciona en su glosario: “Empresas comunitarias indígenas y afroamericanas: Son aquellas personas morales o colectivas constituidas ante cualquier instancia competente e inscritas en el Registro Público de Comercio o Registro Agrario Nacional; las cuales están conformadas por población indígena o afroamericana” (Instituto Nacional de Pueblos Indígenas, 2022). El concepto es amplio, adecuado para las funciones administrativas y legales que la institución tiene que realizar a nivel nacional, sin embargo, queda corta para la comprensión y la magnitud de lo que representa en términos metodológicos para el trabajo con este tipo de organizaciones.

Por otro lado, en las zonas urbanas generalmente la población de origen indígena vende su fuerza de trabajo como actividad económica. Sin embargo, también generan empresas tanto formales como informales. Un estudio de este contexto es el realizado por Miranda-Zambrano et al. (2013), la investigación se concentra en la región Laja-Bajío en *Xihmai* 80

Guanajuato, con empresas familiares indígenas en formas de autoempleo, el estudio muestra a población Mixe, Otomí, Mazahua y Yaqui. El estudio muestra que en contextos de migración la familia es fundamental para la generación misma de la empresa ya que se sustenta en lazos de solidaridad, mantiene la reproducción social y cultural, se caracteriza por la transmisión de saberes, mantenimiento de representaciones cosmogónicas (en actividades artesanales, textiles y comida), y no centraliza el poder ni el capital (p. 121, 122). Para los autores,

el capital social [...] se manifiesta en el autocontrol organizacional del grupo, en la reciprocidad, en el sentido nosótrico o de mismidad en la identidad, la vinculación del trinomio Ser Humano-Familia-Comunidad, el sentido de intersubjetividad, comercialización tradicional (como el caso del tianguis), redes informales de reclutamiento y la incondicionalidad y afinidad del apoyo familiar. (Miranda-Zambrano et al., 2013, p. 47)

Por lo tanto, la empresa familiar es otra forma de mantener la cohesión social en contextos de migración, y se conforma como un organismo no solo de apoyo, que es fundamental, en términos de discriminación y exclusión, sino como una forma de afirmación cultural, resistencia y mantenimiento cultural y desarrollo, basado en la familia. Este estudio nos muestra que las formas organizacionales van más allá de los territorios indígenas y las formas de trabajo a través del uso del capital social son importantes para el desarrollo de las mismas y sus formas organizativas internas.

Finalmente, a estas propuestas quiero enfatizar ciertas características culturales derivadas de la cosmovisión indígena que se han observado en los estudios de Rojas (2014) y Rojas et al. (2020). Las empresas indígenas están compuestas por personas con una ideología, cosmovisión que muestra al ser humano como parte integral de la vida, de la misma manera, cuando se conforma una organización esa cosmovisión pasa a formar parte de esa persona moral, la empresa, por lo tanto, ayuda a las personas como colectividad a enfrentar las diversas situaciones de la vida. Por lo tanto, la empresa puede ser una continuidad cultural de los pueblos indígenas. Esto se ha visto, por ejemplo, en el Hotel Taselotzin (Cuetzalan, Puebla) que ha tenido la responsabilidad de la mayordomía de su comunidad, de hacerse cargo

de la Virgen de la Concepción, en varias ocasiones, además, se responsabilizan de una posada para el mes de diciembre. Es decir, la empresa retoma esos valores colectivos y ayuda a las mujeres a llevar a cabo esa responsabilidad que sería más difícil tomarla si fuera una sola familia. De esta manera, reproducen sus valores religiosos y espirituales. La Cooperativa Tosepan Titataniske, una organización de más de 4000 socios, ha buscado una mayor cohesión del grupo a partir de la celebración del 15 de mayo, día de San Isidro Labrador, una fiesta que se comenzó a celebrar en 2011. En esta fiesta convergen los miembros y participan en la fiesta de una manera inusitada. En las fiestas la solidaridad, empatía, trabajo colaborativo, orgullo identitario se mantienen con mucha energía. Pero no solo es la fiesta como tal, sino todo lo que ella significa, el agradecimiento a través de la ofrenda, el respeto, la alegría, la cohesión social, el reconocimiento.

Así, la empresa es un factor más que permite a los pueblos indígenas avanzar hacia el empoderamiento, autodeterminación, ejercicio de derechos humanos, civiles y políticos, funcionar como actores sociales y políticos de su comunidad o municipio a través del mantenimiento y resignificación de aspectos culturales. Me refiero a empresas que se han consolidado en el mercado y que al mismo tiempo participan en diferentes movimientos en defensa del territorio, en la promoción del voto libre, en la defensa de los derechos a la libre determinación, entre otros (Rojas et al., 2020). Así, las empresas también han ayudado a los pueblos a una mayor visibilidad. Una actividad económica se convierte en una actividad social, cultural, y política. Como lo menciona Ballina “tanto en organizaciones como en empresas indígenas encontramos una asociación entre ética, cosmovisión, productividad e identidad” (Ballina, 2021, p. 151).

A partir de estas conceptualizaciones, lo encontrado en diversas investigaciones empíricas, podemos considerar que las empresas indígenas se refieren a organizaciones económicas que comparten una identidad común, ejercen formas colectivas de producción, usan la agencia comunitaria, fomentan la gobernanza dirigida por la comunidad, mantienen y fomentan los valores culturales, ecológicos y éticos desde su cosmovisión, buscan que los beneficios sean para los socios y la comunidad, tanto económicos como dirigidos a un bienestar

Xihmai 82

general (capacitación, empoderamiento, autoestima social, identidad, arraigo, cohesión social, entre otros que se definen al interior de la organización); asimismo, la empresa además de un ente económico, en ocasiones se ha convertido en un actor social y político que busca la justicia social de los pueblos en relación al desarrollo y su territorio. La empresa, como persona moral, adquiere los valores culturales y éticos de los pueblos indígenas, y como tal actúa, por lo tanto, sus características tienen que ver con ellas. De ahí la importancia de estas organizaciones para el cuidado del patrimonio cultural y natural, su valor para la sustentabilidad y una alternativa económica viable.

3.2. Empresas indígenas y turismo

Una gran parte de la literatura de empresas indígenas se concentra en el tema del turismo, ya sea de naturaleza, alternativo, indígena o cultural. El patrimonio cultural y natural que albergan los pueblos indígenas son los elementos que le dan vida a estos proyectos económicos. Por un lado, utilizar la amplia biodiversidad que comprende México catalogado como país megadiverso, al mismo tiempo en que se ocupa de la diversidad cultural representada por los distintos pueblos originarios que del territorio. Esta amalgama no es casual, de acuerdo con Toledo y Barrero-Bassols (2008) y Boege (2008) forma parte de un proceso biocultural en donde los pueblos indígenas han funcionado como impulsores de diversificación genética y han fomentado la conservación. En este contexto es en donde ha surgido una gran diversidad de emprendimientos turísticos que buscan ocupar esos dos patrimonios para su aprovechamiento y conservación, siendo una alternativa al turismo masivo depredador. Desde la postura de la población campesina como una alternativa a la pobreza, el desempleo, la degradación del suelo, y desde las políticas públicas para una diversificación económica, superación de la pobreza y marginación.

Los estudios que han tratado lo que sucede de manera general con las empresas indígenas vinculadas al sector turismo a nivel nacional, son las investigaciones de López y Palomino (2015 y 2019) de la Universidad Nacional Autónoma de México y el Instituto Politécnico Nacional. Se han concentrado en analizar las instituciones que promovieron esta actividad económica en territorios indígenas. Han realizado

investigaciones documentales y descriptivas de la situación de las empresas indígenas turísticas en el país. Lo que ha dado como resultado investigaciones que muestran los datos cuantitativos a nivel nacional sobre el financiamiento de los proyectos, los enfoques gubernamentales, los retos de las organizaciones y de las dependencias en varios períodos por parte principalmente de la CDI (Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas), actualmente INPI (Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas) (2015, 2019). Esta institución ha apoyado económicamente a las organizaciones indígenas turísticas, desde la vertiente de Turismo de Naturaleza (TN) como una forma de diversificar las actividades productivas en el campo, a partir del uso de los recursos naturales que se encuentran en territorios indígenas, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de estos pueblos.

A partir de estos estudios podemos decir que, desde la década de 1980 la política pública apoyó emprendimientos indígenas de turismo de naturaleza, a partir de la CDI. Esto ha tenido distintas etapas. Una primera etapa (2002-2005) de enfoque conservacionista, en donde se vislumbró poca consolidación de proyectos por problemas organizativos, financieros, técnicos y de comercialización. La segunda etapa (2006-2012) con un enfoque orientado a la sustentabilidad. Aquí confluyen 16 dependencias federales, se priorizó la infraestructura turística y se dejó de lado la planeación del negocio, desarrollo de capacidades y comercialización. La tercera etapa (2013-2018) se caracterizó por un apoyo selectivo de los proyectos. Se buscó el acompañamiento de los proyectos, fortalecimiento de capacidades, difusión, promoción y desarrollo de estrategias de comercialización. Además, se crea el Programa Interinstitucional Paraísos Indígenas (Palomino y López, 2019).

En estas etapas se pueden observar los distintos enfoques, los retos institucionales como fuentes de financiamiento y direccionalidad de la política pública en relación con el campo mexicano desde la actividad turística. Sin duda, estas fuentes de financiamiento fueron importantes para la generación de empresas indígenas, y el impacto que ha generado en pueblos y ciudades como una alternativa económica. Palomino y López (2019) mencionan que “la política de la CDI y las acciones para el *Xihmai* 84

fomento del TN se movían entre la tradición indigenista del Estado mexicano de integración-asimilación y los nuevos tiempos del reconocimiento a la multiculturalidad y reafirmación de lo diferente”. Los autores han realizado distintas investigaciones de tipo documental y descriptiva, dada la necesidad de estudios que dieran cuenta de las realidades existentes con estas organizaciones, visto desde el papel de las instituciones y los cambios que han tenido a lo largo del tiempo.

Otras investigaciones se han concentrado en analizar estudios de caso muy particulares, sobre experiencias concretas para analizar el impacto que han tenido y las estrategias que han desarrollado las organizaciones desde su propia postura. Algunos de estos estudios se realizan con campesinos con una propiedad ejidal comunal, fruto de las reformas agrarias. Un aspecto importante dado que el 70% de la propiedad nacional son ejidos y comunidades indígenas (Félix-Quezada, 2018).

Uno de estos estudios es el realizado por Félix-Quezada (2018) en su artículo “De campesinos indígenas a promotores de turismo. La experiencia del ejido San Cristóbal Hidalgo, México”. En el estudio se describe el paso de campesinos a empresarios turísticos por parte de indígenas otomíes del Valle del Mezquital, quienes crearon la Cooperativa Grutas Tolantongo. La investigación concentra su análisis en las formas organizativas comunitarias que han posibilitado el éxito de este emprendimiento. En palabras de la autora, el objetivo es “enfaticar el papel de la organización comunitaria en el proceso de apropiación de los recursos naturales, defensa del territorio, conformación del proyecto turístico, modelo de desarrollo y gestión empresarial” (Félix-Quezada, 2018). La investigación describe los procesos históricos y sociales de cambios en la comunidad campesina a organizarse para conformar una organización empresarial, organizada con principios y valores que ya existían y que se han ido amoldando a nuevos contextos sociales. Formas tradicionales organizativas como la asamblea comunitaria, el sistema de cargos y las faenas han sobrevivido y al mismo tiempo han posibilitado el éxito, la continuidad del proyecto. Estas características sociales, culturales han permitido a la comunidad insertarse en dinámicas capitalistas de producción y al mismo tiempo fortalecer la organización comunitaria. Estas construcciones han

resultado de luchas por el territorio frente al estado y capital privado, así como también se ha enfrentado a contradicciones locales.

En esta empresa de base comunitaria un factor de éxito ha sido su capacidad organizativa, que involucra la democracia, gobernanza participativa, búsqueda de consenso y el fortalecimiento de la autonomía. Todo ello como consecuencia de sus formas organizativas comunitarias que involucran las relaciones de parentesco, el gobierno comunal, las relaciones de cooperación e intercambio y el territorio. De acuerdo a esto, se puede decir que la organización comunitaria existente es importante para mantenerla y fortalecerla porque se pueden hacer negocios y llegar a tener un desarrollo alternativo que impacte de manera local y regional.

En relación a estudios sobre empresas indígenas y el capital social encontramos dos investigaciones interesantes basadas en estudios de caso desde el turismo. Por un lado, está la realizada por López-Guevara (2014) quien analiza empresas en Oaxaca; y por otro, tenemos a Molina-Ramírez y Barba-Sánchez (2021) quienes realizan un estudio comparativo de cuatro organizaciones en distintos estados de la república, sobre las motivaciones y redes sociales que posibilitan el éxito de estas. Ambos estudios concuerdan en que el capital social de las organizaciones las ayuda en distintos momentos como medio de comunicación, ayuda a la negociación con actores del sector turístico y provee recursos para su desarrollo.

En contraposición, un estudio que critica la política pública que presiona para que las comunidades se organicen como una empresa de base comunitaria es el artículo de Gómez-Carreto et al. (2018). Esta investigación revela cómo la imposición de formas organizativas y la presión para la constitución de organizaciones no resultan en proyectos eficaces, no tomar en cuenta la subjetividad de las personas, usos, costumbres y creencias religiosas, provoca que se organicen actividades cuando la comunidad no puede realizarlas, ni comprometerse, ni dar mayor seguimiento. Este es un ejemplo de que las políticas públicas realizadas desde grandes indicadores sociales no pueden replicarse como una receta en cualquier lugar. Se deben adaptar a las circunstancias y promover que las comunidades tengan sus propios

Xihmai 86

procesos de autogestión, aunque esto represente otros tiempos que no empaten con las políticas públicas municipales, estatales o federales. Además, en el estudio se detectan problemas de comunicación entre capacitadores (facilitadores) con la comunidad, que generan barreras infranqueables y desánimo o un alto grado de dependencia. El problema del fracaso de estas organizaciones no es solamente que quiebre una cooperativa, sino que puede afectar a la dinámica social de la comunidad en un sentido negativo, generar problemas entre vecinos, generar grupos contrapuestos.

En este mismo tenor se encuentra la investigación realizada por González-Domínguez et al. (2018) quien analiza otros casos de estudio en donde los proyectos turísticos fracasaron por diversas cuestiones, entre ellas una política pública dirigida fundamentalmente a generar infraestructura, sin estudios de mercado sobre la afluencia de personas y sin la generación de productos turísticos. En este mismo sentido Madera et al. (2023) hacen mención de las dificultades que tienen los proyectos cuando la política pública es vertical y no hay una apropiación del proyecto por parte de la comunidad.

Los resultados muestran una política pública ampliamente orientada al despliegue de infraestructuras con una mínima incidencia en la planificación y la capacitación para el turismo. Al parecer, la política de incentivar empresas rurales, indígenas, de propiedad social, es una alternativa frente a los grandes problemas del campo.

3.3. Empresas indígenas agrícolas forestales

Por otro lado, encontramos estudios relacionados con las empresas indígenas y campesinas en el área agrícola y forestal. Es decir, organizaciones que se centran en el campo mexicano, la producción agrícola, manejo forestal, ganadería, pesca, etcétera. En este tipo de organizaciones no hay una identificación generalizada como empresas indígenas sino como empresas comunitarias, sociales. En estas organizaciones el uso de la palabra indígena no tiene ninguna funcionalidad a diferencia de las empresas turísticas en donde la cultura forma parte de los atractivos y servicios que se ofrecen.

Uno de los pocos estudios cuantitativos es el realizado por Carrillo-Rubio et al. (2021) “Impacto positivo del capital social en la gobernanza forestal comunitaria: Un análisis cuantitativo”. En este análisis se estudian ejidos de la Sierra Tarahumara (México) bajo una modelación estadística para analizar la gobernanza comunitaria y el efecto que en ella producen la demografía, educación, etnicidad, género y geografía. El estudio concluye en que, efectivamente, el capital social junto con la cohesión social de las comunidades indígenas es determinante para el buen funcionamiento de las organizaciones y para la gobernanza forestal sustentable. En sus resultados muestran que “la deforestación disminuyó en bosques aislados, manejados por comunidades mayoritariamente indígenas, con escolaridad superior al promedio, y mayor proporción de hogares con jefatura femenina” (Carrillo-Rubio et al., 2021, p. 1). Así, recomienda a las autoridades que la generación de políticas públicas debe analizar y respetar las estructuras organizacionales tradicionales y basarse en ellas para poder generar sistemas organizativos eficaces. Asimismo, señala que el éxito del manejo forestal comunitario depende de la capacidad de autogobierno de las comunidades, la gobernanza comunitaria. Lo que resulta en una buena alternativa para una mayor conservación de bosques y superar la pobreza.

En las empresas sociales del área agrícola podemos encontrar la experiencia registrada por Hernández et al. (2018). De acuerdo con estos autores, las empresas sociales rurales impactan positivamente en el desarrollo sustentable y en la conservación del patrimonio cultural. Para sustentar esto se apoyan en la experiencia de la cooperativa Amaranto de Mesoamérica para el Mundo S.C. de R.L. (creada en 2002), la cual surgió del Centro de Desarrollo Comunitario Centéotl A.C. (1996). Surgió como una forma de dar valor agregado a la producción de amaranto y convertirlo en otros productos. Esta organización trabaja con productores campesinos, tomando en cuenta capacitación constante, equipamiento y se basa en los principios de gobernanza y autogestión. El estudio se centra en analizar cómo estas empresas repercuten en el desarrollo sostenible a través de las tres dimensiones: ambiental, social y económica. La perspectiva que se tiene viene desde la bioculturalidad, la importancia de la relación simbiótica entre el patrimonio natural y el patrimonio cultural.

Una constante que se observa en los estudios sobre empresas indígenas es que algunos enfatizan en el tema de género y el desarrollo sostenible. Estudios cualitativos, documentales y descriptivos, como el estudio “Mujeres empoderadas y emprendedoras sociales: análisis comparativo de tres empresas poblanas en México” (Villanueva y Tapia, 2019). Aquí se menciona que los emprendimientos se capacitan de manera constante, un factor que ha contribuido al éxito de las organizaciones, también son organizaciones que de una u otra forma tratan de impactar en la sostenibilidad, y buscan impactar de manera positiva en la comunidad con distintas acciones. Sin embargo, un reto que se ha presentado en los tres casos ha sido el machismo imperante en la sociedad que dificulta, en cierta medida, a las emprendedoras.

Por otro lado, se han realizado vastos estudios sobre una de las áreas que más cooperativas agrícolas indígenas tiene en México y son las relacionadas con el café. En la década de 1980, posteriormente al término del INMECAFE (Instituto Mexicano del Café), institución gubernamental que, entre otras cosas, se encargaba de la comercialización del grano, se comenzaron a crear distintas organizaciones que agruparon a pequeños productores bajo el cooperativismo. De ahí surge la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOC) y varias organizaciones redes que impulsaron el café orgánico, lo cual le dio a México el primer lugar en producción de café orgánico certificado a nivel mundial a finales del siglo XX (Montoya y Toledo, 2020).

En las búsquedas recientes realizadas sobre esta temática se encontraron temas muy específicos sobre cooperativas productoras de café, problemáticas económicas en torno al café, comercialización, la roya, etcétera. Pero no se encontraron bajo la denominación de empresas indígenas, por ello no se incluyen más organizaciones de este tipo. Como mencioné anteriormente la identificación de empresa indígena está más dirigida al turismo, quizá porque dentro de la oferta se incluyen como tal, además, por la forma en que fueron tratadas desde su nacimiento por los programas federales de apoyo. Mientras que las empresas agrícolas tienen otro recorrido histórico.

4. Los retos ante la información de las empresas indígenas. Discusión y conclusiones

Los estudios sobre empresas indígenas aún siguen siendo limitados en la literatura. No hay un consenso sobre el manejo conceptual del mismo, podemos encontrar estudios que se refieren a empresas indígenas, comunitarias, sociales, rurales. La constante es que parten de formas organizativas comunitarias, asociadas al mundo rural campesino. Y, de acuerdo a la composición social del ámbito rural, hay población indígena y mestiza. Entonces, la organización se adscribe de acuerdo con el uso de la identidad para sus propios fines. Generalmente, las organizaciones del sector turismo sí se adscriben como empresas indígenas porque dentro de estas actividades la cultura forma parte de los mismos atractivos que se ofrecen. A diferencia de las organizaciones campesinas agrícolas que cambian sus elementos identitarios hacia lo rural, comunitario, social o a su producción (café, miel orgánica, maíz orgánico, etcétera).

Tal como lo hemos analizado, las empresas indígenas se generaron a partir de la confluencia de distintos factores y procesos sociales. El papel de las instituciones gubernamentales, financiamiento y acompañamiento, ha sido fundamental para muchas de las empresas turísticas que se han conformado. La utilización del capital social en términos de la familia, vecinos y relaciones locales que comparten una identidad es importante para estos proyectos. Así mismo, su expansión hacia redes regionales, nacionales y vinculación con instituciones gubernamentales, académicas, así como la cercanía con organizaciones de la sociedad civil (OSC). Estos factores han impactado de distinta manera a las organizaciones, las condiciones particulares, los contextos sociales y generan resultados distintos en los proyectos. Desde proyectos sumamente exitosos, hasta proyectos limitados, con distintas carencias formativas, así como una insuficiencia en el acompañamiento especializado, poca gestión, autonomía, escasa inversión, entre otros.

Los estudios que han intentado analizar las empresas indígenas a nivel nacional son escasos, algunos avances en términos de bancos de datos se tienen en “Empresas indígenas y populares” del Programa Universitario Diversidad Cultural e Interculturalidad (Universidad *Xihmai* 90

Nacional Autónoma de México, 2014). En esta página se tienen dos informes realizados por regiones: “Empresas Indígenas Región Pacífico Sur” (Díaz, 2012) y “Empresas Indígenas Región Sureste” (Guarneros, 2012). Sin embargo, no se han publicado más informes sobre otras regiones del país. La intención de estos estudios es tener información fiable para poder diseñar capacitaciones adecuadas a los retos que presentan estas organizaciones y así poder contribuir en el fortalecimiento de las mismas.

Por otro lado, en torno a las empresas indígenas turísticas se han realizado estudios más amplios como el de López y Palomino (2015) quienes hacen una valoración del turismo de naturaleza en comunidades indígenas, y también visibilizan las dificultades que han tenido y los distintos enfoques de la política pública que ha determinado el financiamiento y los tipos de acompañamiento.

La mayor parte de los estudios sobre empresas indígenas son estudios de caso, estudios comparativos, usando métodos cualitativos, descriptivos, etnográficos y exploratorios principalmente. Investigaciones que también se centran en otros tópicos como desarrollo local, desarrollo sustentable y turismo de naturaleza. Estos análisis han sido importantes porque nos muestran los casos particulares de experiencias concretas. La mayoría de los estudios que se realizan sobre las empresas indígenas están relacionados sobre el análisis del éxito de las organizaciones y sus factores. En estos estudios un resultado constante es que las organizaciones que formaron capacidades autogestivas y se apropiaron del proyecto son las que presentan continuidad, estabilidad y crecimiento. Una de las características de estos proyectos es que se retoman formas organizativas tradicionales, como la asamblea comunitaria, para basarse en esta forma de trabajo. A la par se retoman valores culturales del mismo pueblo o comunidad para darle vida a estas organizaciones, como la solidaridad, el apoyo mutuo y el trabajo colaborativo, un proceso que se construye como un tronco común de la colectividad y pasa a formar parte de la identidad de la misma organización. Por lo tanto, la fortaleza de varias de estas organizaciones que han tenido éxito en sus labores de empresa ha sido el mantenimiento de formas organizativas comunitarias y el fortalecimiento de su capital social.

Aunque esto no está exento de que se presenten contradicciones, confrontaciones por los nuevos escenarios sociales como el fortalecimiento de capacidades de liderazgo y de autogestión de mujeres. Asimismo, en la búsqueda general de empresas agrícolas los estudios se concentran en la producción, las formas campesinas en relación a la producción, y pocos estudios sobre los modelos de emprendimiento, esto en los trabajos publicados en los últimos cinco años.

Las investigaciones realizadas en México son importantes para visibilizar lo que ha sucedido en el campo en los últimos años, empresas indígenas que han apostado a nuevas formas económicas para pasar de campesinos y campesinas a empresarios, con el reto de capacitarse constantemente, gestionar y moverse en otros ámbitos antes inexplorados. Esta transición no en todos los proyectos ha funcionado, por distintos factores locales, institucionales, administrativos y/o políticos. Pero en otros proyectos ha funcionado, los proyectos han crecido, se han estabilizado, se han posicionado en el mercado y han generado modelos de emprendimiento ejemplares, no sin dificultades y retos. Al mismo tiempo en que han fortalecido sus valores culturales identitarios, lo cual ha ayudado a una mayor autoestima social, y a la visibilización de otras luchas que se dan dentro de las nociones del buen vivir que no solo son económicas, sino luchas en defensa del territorio, de los derechos de los pueblos indígenas, derechos civiles y políticos, y por la equidad de género.

Para posteriores estudios es necesario ampliar la revisión documental y no limitar la búsqueda a empresas indígenas, sino analizar el cooperativismo y organizaciones de los pueblos indígenas u otras investigaciones concretas de experiencias realizadas en el ámbito nacional. Esto ayudaría a analizar el panorama nacional de una manera más completa. Hacen falta estudios integradores a nivel nacional que ayuden a caracterizar el emprendimiento indígena, en términos cuantitativos y cualitativos. Datos que ayuden a las organizaciones en esta economía de mercado y que promuevan en las políticas públicas directrices que puedan encaminar los programas y proyectos.

Asimismo, hacen falta estudios multidisciplinares que muestren las sutilezas de la forma de hacer negocios de las empresas indígenas, un elemento que por supuesto, parte de la noción de poner al centro a la persona, sin embargo, es importante analizar cómo se hace esto y cómo se enlazan los valores éticos y la cosmovisión a las cuestiones productivas, organizacionales y comerciales. Para ello, falta mayor investigación empírica que permita profundizar y señalar los modelos de emprendimiento, que a su vez dibuje lo que podría ser una teoría de la administración.

REFERENCIAS

- Ballina, F. (2019). Problemática epistemológica y sociológica de la teoría administrativa. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(16). <https://doi.org/10.23913/ricea.v8i16.142>
- Ballina, F. (2021). Empresas y organizaciones indígenas en Méjico: ¿modalidades alternativas de etnodesarrollo? *Teuken Bidikay*, 12(18), pp. 137-156. <https://doi.org/10.33571/teuken.v12n18a7>
- Boege, E. (2008). *El patrimonio biocultural de los pueblos indígenas de México. Hacia la conservación in situ de la biodiversidad y agrodiversidad en los territorios indígenas*. Instituto Nacional de Antropología e Historia - Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. https://idegeo.centrogeo.org.mx/uploaded/documents/El_patrimonio_biocultural-Eckart_Boege.pdf
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (23 de mayo de 2012). Ley de la Economía Social y Solidaria, Reglamentaria del Párrafo Octavo del Artículo 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Última reforma publicada DOF 11-05-2022.
- Carrillo-Rubio, E., Morreale, S. J. & Pérez-Cirera, V. (2021). Impacto positivo del capital social en la gobernanza forestal comunitaria: Un análisis cuantitativo. *Revista de Sociología*, 36(2), pp. 1-20. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2021.65567>

- Chong, I. (2007). *Métodos y técnicas de la investigación documental*. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://hdl.handle.net/10391/4716>
- CONACyT (2012). *Red de etnoecología y patrimonio biocultural*. CONACyT. <http://etnoecologia.uv.mx/pdfs/Red%20de%20Etnoecolog%C3%ADa-22.pdf>
- Cossens, S. M. (2019). Rutas comerciales en Mesoamérica, la formación del sistema internacional prehispánico. *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, 135, pp. 155–171. <https://www.revistas.unam.mx/index.php/rri/article/view/71784>
- Díaz, R. (2012). *Empresas Indígena Región Pacífico Sur*. [Informe]. Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/informes/InfoPacíficoSur.pdf>
- ECOOS–Escuela de Economía Social; Camacho, G. A.; Gómez, L. & Ruíz, M. E. (2022). *Perspectivas de la economía social-solidaria en México y oportunidades para las cooperativas de impulso empresarial*. Secretaría del Bienestar– INAES.
- Félix-Quezada, M. (2018). De campesinos indígenas a promotores de turismo. La experiencia del ejido San Cristóbal Hidalgo, México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 15(2), pp. 247–274.
- Fernández, M. J. (2020). Hacia la dimensión ética del turismo de base comunitaria. Gobernanza y emprendimiento social. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, 39, pp. 90–123. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i39.9495>
- Gómez-Carreto, T.; Zarazúa, J. A.; Guillen, L. A. & Castellanos, A. C. (2018). Innovación social, turismo rural y empresas sociales. Evidencias desde el Sur-Sureste de México. *El Periplo Sustentable*, 34, pp. 44–81. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/9032>

- González-Domínguez, I.; Thomé-Ortiz, H. & Osorio-González, R. (2018). Políticas turísticas y etnoturismo: Entre la rururbanización y el desarrollo de capacidades. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), pp. 21-36.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.002>
- Guarneros, P. (2012). *Empresas Indígena Región Sureste*. [Informe]. Universidad Nacional Autónoma de México.
<https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/informes/InfoRegionSureste.pdf>
- Hernández, B. R.; Santiago, D. P.; Miguel, A. E.; Cruz, C. & Regino, J. (2018). Empresas sociales rurales, estrategia de desarrollo sustentable y conservación del patrimonio cultural inmaterial. Caso: “Amaranto (*Amaranthus* spp) de Mesoamérica”. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 42, pp. 955-966.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14156175014>
- INEGI. (8 de agosto de 2022). *Estadísticas a propósito del día internacional de los pueblos indígenas*. [Comunicado de Prensa Núm. 430/22] INEGI.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_PueblosInd22.pdf
- Instituto Nacional de Pueblos Indígenas. (29 de diciembre de 2022). Acuerdo por el que se modifican las Reglas de Operación del Programa para el Bienestar Integral de los Pueblos Indígenas a cargo del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas, para el ejercicio fiscal 2023. DOF 29-12-2022.
- León-Portilla, M. (1962). La institución cultural del comercio prehispánico. *Estudios de Cultura Náhuatl*, 3, pp. 23-54.
<https://nahuatl.historicas.unam.mx/index.php/ecn/article/view/78616>
- López-Guevara, V. M. (2014). *El capital social en las empresas indígenas de turismo, su análisis y dinamización en la red expediciones Sierra Norte, México* [Tesis Doctoral]. Universitat de Girona.
<http://hdl.handle.net/10803/285295>

- López, G. & Palomino, B. (2015). Situación general de las empresas indígenas de turismo de naturaleza en México. *Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 7(16), pp. 93-106. <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1537>
- López, G. & Palomino, B. (2019). *Turismo de naturaleza en comunidades indígenas en México*. Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Económicas. <https://doi.org/10.22201/ieec.9786073023306e.2019>
- Madera, J. A.; Aranda, L. V. & Gerónimo, F. (2023). Participación comunitaria e identidad en los proyectos de turismo en zonas indígenas en el estado de Nayarit, México. *El Periplo Sustentable*, (44), pp. 31-51. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i44.15470>
- Marín, A. (2014). Financiamiento público para empresas indígenas en México. *Revista UPIICSA. Investigación Interdisciplinaria*, (1), pp. 77-119.
- Miranda-Zambrano, G. A.; Contreras-Soto, R. & López-Salazar, A. (2013). La división étnica técnica del trabajo, los grupos indígenas y las empresas familiares. *Ra Ximhai*, 9(2), pp. 29-49. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46128964003>
- Molina-Ramírez, E. (2020). *Redes sociales y capital social: El caso de las empresas indígenas de ecoturismo en México*. [Tesis Doctoral] Universidad de Castilla-La Mancha. <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/28796>
- Molina-Ramírez, E. & Barba-Sánchez, V. (2021). Embeddedness as a Differentiating Element of Indigenous Entrepreneurship: Insights from Mexico. *Sustainability*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/su13042117>
- Montoya, D. & Toledo, V. M. (2020). Historia de la caficultura en Chiapas (1880-2010). Apuntes de una evolución social y ambiental. *Sociedad y Ambiente*, (23), pp. 1-25. <https://doi.org/10.31840/sya.vi23.2187>

- Palomino, B. & López, G. (2019). Travesía del financiamiento de la Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos y Comunidades indígenas a empresas de turismo de naturaleza en México. *Dimensiones Turísticas*, 3(5), pp. 25-42. <https://doi.org/10.47557/TFYC5073>
- Rojas, X. (2014). *Fiestas y festividades en el círculo de los mercados culturales en la sierra nororiental de Puebla* [Tesis Doctoral] Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/7063>
- Rojas, X.; Zaragoza Z. & Lara, M. A. (2020). Dimensiones de la RSE y su impacto en una empresa turística indígena: Hotel Taselotzin, Cuetzalan Puebla. *Revista RELAYN*, 4(2), pp. 7-18. <https://doi.org/10.46990/relayn.2020.4.2.1>
- Toledo, V. M. & Barrera-Bassols, N. (2008). *La memoria biocultural: La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales*. Icaria Editorial.
- Universidad Nacional Autónoma de México. (2014). *Empresas Indígenas y Populares*. [Banco de Datos]. UNAM. <https://www.nacionmulticultural.unam.mx/empresasindigenas/>
- Villanueva, H. M. & Tapia, I. (2019). Mujeres empoderadas y emprendedoras sociales: Análisis comparativo de tres empresas poblanas en México. *Realidad Empresarial*, (8), pp. 36-42. <https://doi.org/10.5377/reuca.v0i8.8872>

Copyright (c) 2023 Iván Gerardo Deance Bravo y Troncoso.



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](#)

Usted es libre de:

- 1) Compartir — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. 2) Adaptar — remezclar, transformar y construir a partir del material para cualquier propósito, incluso comercialmente, siempre que cumpla la condición de: **Atribución** — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

[ResumenDeLicencia](#)

[TextoCompletoDeLicencia](#)