FOLHETIM DE GEOGRAFIAS AGRÁRIAS DO SUL
Revista Mutirõ
ISSN: 2675-3472
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
https://periodicos.ufpe.br/revistas/mutiro/index

Cooperativas y producción artesanal Tenangos en Tenango de Doria, Estado de Hidalgo: identidad y desafíos

Cristina Flores Amador[I], Ernesto Bolaños Rodríguez [II], Marcelino Castillo Nechar[III]

[I] Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-8122-3094
[II] Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
Orcid:https://orcid.org/0000-0002-1432-7720
[III] Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México
Orcid:https://orcid.org/0000-0003-4894-8813

Artigo recebido em 04/10/2025 e aceito em 19/03/2026

RESUME

La investigación analiza las dinámicas de organización en las Cooperativas de artesanos "Hyadi Njü" y "Donxaxni" de Tenango de Doria, Estado de Hidalgo, en el desarrollo local por la creación y venta de bordados llamados Tenangos, así como las influencias y retos que el turismo y diversas empresas representan en la preservación y protección de estos bordados como patrimonio cultural de la identidad otomí. La metodología se basa en el enfoque de investigación cualitativa con la realización de un estudio de caso comunitario y la aplicación del método etnográfico. Para ello, se emplea un diseño de tipo no experimental transversal, con instrumentos de recogida de datos como entrevistas con preguntas abiertas y flexibles, así como una guía de observación, valorando las dinámicas y hechos en torno al patrimonio en cuestión. Se concluye que las cooperativas investigadas han conformado una estructura de trabajo sólida logrando preservar sus tradiciones, identidad y derecho de marca desde su relación con el turismo.

Palavras-chaves: cooperativas; tenangos; marca; turismo; comunitario.

Revista Mutirõ. Folhetim de Geografias Agrárias do Sul, v. 7, n. 1, p. 5-33, 2026. Universidade Federal de Pernambuco. ISSN 2675-3472.
DOI: https://doi.org/10.51359/2675-3472.2026.266276

Direitos autorais dos autores, 2026. Licenciado sob Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).
Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que atribuam o devido crédito pela criação original. Texto da licença: https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt-br

Tenangos cooperatives and handicraft production in Tenango de Doria, State of Hidalgo: identity and challenges

ABSTRACT

The research analyzes the organizational dynamics in the cooperatives of artisans “Donxaxni” and “Hyadi Njü” of Tenango de Doria, State of Hidalgo, in the local development for the creation and sale of embroidery called Tenangos, as well as the influences and challenges that tourism and various companies represent in the preservation and protection of these embroideries as culturais heritage of the Otomi identity. The methodology is based on the qualitative research approach with the realization of a community case study and the application of the ethnographic method. For this purpose, a non-experimental cross-sectional design was used, with data collection instruments such as interviews with open and flexible questions, as well as an observation guide, assessing the dynamics and facts surrounding the heritage in question. It is concluded that the Cooperatives investigated have formed a solid work structure, managing to preserve their traditions, identity, and brand rights from their relationship with tourism.

Key words: cooperatives; tenangos; brand; tourism; community**.**

Cooperativas e produção artesanal Tenangos em Tenango de Doria, Estado de Hidalgo: identidade e desafios

RESUMO

A pesquisa analisa as dinâmicas de organização das cooperativas de artesãos “Hyadi Njü” e “Donxaxni”, de Tenango de Doria, Estado de Hidalgo, no desenvolvimento local por meio da criação e comercialização dos bordados denominados Tenangos, bem como as influências e os desafios que o turismo e diferentes empresas representam para a preservação e a proteção desses bordados como patrimônio cultural da identidade otomí. A metodologia fundamenta-se na abordagem qualitativa, mediante a realização de um estudo de caso comunitário e a aplicação do método etnográfico. Para tanto, adota-se um delineamento não experimental e transversal, utilizando como instrumentos de coleta de dados entrevistas com perguntas abertas e flexíveis, além de um roteiro de observação, considerando as dinâmicas e os acontecimentos relacionados ao patrimônio em questão. Conclui-se que as cooperativas investigadas constituíram uma sólida estrutura de trabalho, conseguindo preservar suas tradições, sua identidade e seu direito à marca a partir de sua relação com o turismo.

Palavras-chave: cooperativas; Tenangos; marca; turismo; comunitário.

INTRODUCCIÓN

Tenango de Doria se localiza en la parte oriental del Estado de Hidalgo, en la región Sierra Otomí-Tepehua. Es un lugar pequeño en el que la mayoría de sus habitantes se conocen, según datos del INEGI (2020) el municipio contaba -en ese año- con un total de 17,503 habitantes, siendo 8,395 hombres y 9,108 mujeres. Este municipio es reconocido por la

significativa importancia de su historia e identidad plasmándola con originalidad en sus bordados llamados Tenangos inspirados en las tradiciones y testimonio de la amplia diversidad natural y cultural de la zona, imprimiendo llamativo colorido y estilo único en los trazos que crean en el arte textil, con lo que han logrado posicionarse como una localidad preponderantemente atractiva para los visitantes nacionales y extranjeros interesados en conocer y adquirir los trabajos inigualables de los artesanos de este lugar. Los Tenangos, con una depurada técnica artesanal han impulsado la economía local, particularmente en los poblados de Huehuetla y San Bartolo Tutotepec, demarcaciones que presentan un grado de marginación muy alto, pues las poblaciones viven en situación de pobreza y rezago (KRAUSSE, 2022). Este escenario de pobreza y rezago se acentúa por las condiciones del medio físico donde se encuentran las poblaciones ya que, es una región aislada con caminos y vías de comunicación de difícil acceso, lo que limita el traslado a los centros urbanos aledaños, donde podrían encontrar otras oportunidades laborales y de servicios. Así también, la orografía complica la cobertura de infraestructura, bienes y servicios básicos de salud, educación y comercio. Por otra parte, es importante mencionar que la población continúa dedicándose a labores agrícolas principalmente para consumo familiar que complementan con la crianza de ganado; igualmente, -como se ha indicado- participan de forma significativa y creciente en la elaboración de textiles como una alternativa importante en sus ingresos económicos y contar con un insumo de bienestar en la satisfacción de sus necesidades primarias. En algunos casos reciben apoyo adicional de familiares que migraron a Estados Unidos, lo cual es incierto ya que esto es transitorio (Consejo Estatal de Población [COESPO], 2020). Cabe resaltar, que desde el año 1960 la población se ha involucrado gradualmente en la elaboración de los Tenangos, dedicando más tiempo a este trabajo artesanal, encontrado una opción para favorecerse económicamente como una actividad participativa, forjando en los pobladores una esperanza para el lugar, por lo que, en espacios de la plaza dominical, los bordadores de Tenango de Doria acudían para ofrecer manteles, servilletas y pañuelos, creados con la técnica de punto de cruz; al paso de los años innovaron con el uso de otra puntada más atractiva en las telas con la que conseguían terminar los bordados en menor tiempo, pero con la misma calidad y originalidad empleando hilos de algodón de colores. Los bordadores convencidos de sus resultados continuaron plasmando las figuras de identidad en las mantas, representando además

la flora y fauna que les caracteriza. Posteriormente, para renovar sus diseños incluyeron escenas de su vida cotidiana y de las principales festividades de la región, es destacable señalar que, la iconografía que ocupan está inspirada en las pinturas rupestres que se encuentran al interior de una cueva colindante al reconocido monolito El Cirio de este municipio, el cual posee una forma peculiar semejante a una vela en la que los pobladores y visitantes efectúan rituales. Posteriormente, al inicio de la década de los años noventa se difundió la belleza de los bordados a nivel estatal y nacional, cruzando fronteras en el ámbito internacional, debido al incremento de medios de comunicación y canales de distribución y la demanda del mercado. Esto permitió que se ampliara la gama de artículos y prendas que ofertarían extendiéndose a la ropa, entre los de mayor demanda como los vestidos, blusas, camisas, faldas, fundas para almohadas, cortinas, manteles y artículos pequeños, pero con gran detalle como en aretes, separadores para libros, bolsas y carteras. Actualmente, la producción textil se lleva a cabo en Tenango de Doria como en Pahuatlán de Valle y, desde hace cinco años, en el municipio de San Bartolo Tutotepec. Debido a la creciente cantidad y diversidad de bordados que se elaboran, se ha desarrollado aún más la creatividad de las nuevas generaciones de artesanos combinada con los iniciadores de esta actividad en la región, lo que les ha impulsado a diferenciar sus textiles por categorías para definir y marcar su autenticidad de quienes -de distintas formas- pretender imitar o vulnerar su reconocimiento y propiedad de la idea ancestral. Toda esta creación meritoria de los bordadores ha originado un mayor flujo de turismo a Tenango de Doria, quienes visitan esencialmente por el interés de adquirir alguna prenda de vestir y portar el resultado de manos artesanas de este sitio, lo que deriva en propiciar el incremento de prestadores de servicios turísticos y la necesidad de mejorar la infraestructura para atender debidamente al masivo número de asistentes que se dan cita igualmente en la iglesia, en el mercado y en los principales sitios de interés, retirándose del lugar con la satisfacción de comprar un Tenango. Ante el incipiente posicionamiento comercial de los Tenangos, su comercialización con los visitantes y a establecimientos de la región, se mantiene una progresiva solicitud de estos admirables bordados, lo que ha provocado que personas ajenas a la localidad busquen mercantilizar estos productos desde una visión meramente ventajosa, dado que en algunos casos adquieren las prendas y las revenden a un alto costo en tiendas fuera del Estado de Hidalgo; no obstante, el mayor problema ha sido el plagio de sus técnicas de

bordado, figuras y colores, siendo esto un delito que, lamentablemente, se convierte en copias del trabajo, dedicación y esfuerzo de los verdaderos diseños y diseñadores, vulnerando los derechos como creadores y bordadores, esto debido a que grandes marcas comerciales con reconocimiento mundial se han beneficiado de las bondades de tales creadores, replicando las imágenes y formas con similitud al trabajo, como una "copia fiel" de lo que se produce en Tenango de Doria. Debido a estas acciones desleales se pone de manifiesto la fragilidad social y legal en la que se encuentran los artesanos, mostrando la falta de apoyos que deberían brindarles las instancias gubernamentales y los organismos facultados para salvaguardar esos diseños, evitando así la reproducción ilícita que afecta la economía de esas familias, poniendo en riesgo los valores, identidad e historia que debe trascender como símbolo de la entidad. Ante los problemas que enfrentan los artesanos, se suma la falta de concientización y solidaridad de los turistas que adquieren sus producciones buscando minimizar el valor no solo monetario para eludir pagar el costo real por el producto, sino el cultural identitario igualmente, las entidades comerciales de renombre abusan de su posición, aprovechándose de las nulas o mínimas sanciones que tendría que enfrentar si se les aplicara el régimen fiscal, o alguna dependencia gubernamental, para que desistan de continuar con esas prácticas desleales, injustas y deppointsadoras, que no solo despojan a los artesanos originales de los créditos de esos códices vivos, sino que borran la memoria del pueblo Hñahñú.

Lo anteriormente expuesto muestra la necesidad de una normatividad y regulación precisa ante los abusos que experimentan los productores y artesanos originarios. Estas colosales empresas -de distintos giros comerciales- escalan en el mundo apropiándose sin consentimiento ni regulación de los diseños de modo no honroso, evadiendo las vías legales y el pago de una retribución económica justa a los artesanos cuando los emplean, dañando no solo la economía de la localidad, sino los mismos procesos solidarios que podrían desplegar los turistas valorar la originalidad, dignidad y derechos de los pobladores en ese tipo de producciones, lo que se reflejaría favorablemente en la venta de los productos, la derrama económica y el bienestar local.

Desde esa situación, los habitantes de Tenango de Doria han organizado distintas formas de defensa ante lo suscitado, inicialmente articularon un sistema de participación comunitaria con el fin de tener mejores oportunidades en la venta y validez de los Tenangos, por lo que lograron unirse desde la participación integral y trabajo conjunto para visibilizar sus productos y penetrar con mayor solidez en el gusto y preferencias de los compradores, teniendo el cien por ciento de ganancias. En este marco, surgen las Cooperativas como una fortaleza de trabajo conjunto, a partir de acuerdos convenidos entre los participantes para la defensa de la iconografía que les caracteriza en sus trabajos y, básicamente, congregar a estas sociedades para afrontar los retos que viven, para compartir también las labores, técnicas y redistribución equitativa de los rendimientos económicos, priorizando la solidaridad, respeto, equidad y visión de afianzarse como negocios formales y prósperos. Cabe indicar que la creación y operación de las Cooperativas en Tenango de Doria ha incidido significativamente para concretar el registro de marca de los bordados y en la toma de decisiones sobre el derecho y uso de la propiedad intelectual conforme a la Ley de Patrimonio Cultural Indígena. Sin embargo, hay retos aun por sobreponer. Por ello, el objetivo de esta investigación es evaluar la importancia de las Cooperativas “Donxaxni” y “Hyadi Njü” del municipio de Tenango de Doria, en el Estado de Hidalgo, como una alternativa formal que permita la preservación y protección de los bordados Tenangos y su valor con relación a la actividad turística en la economía de la localidad. En ese sentido, la pregunta que guía la investigación es: ¿Cómo el cooperativismo puede enfrentar los desafíos en torno a la importancia de los bordados Tenangos que permita su reconocimiento formal, preservación, divulgación y fomento -como un patrimonio cultural ligado a tradiciones, identidad y cosmovisión de un pueblo con raíces indígenas-a la vez que acrecentar de forma importante el turismo en la localidad como actividad trascendental en la derrama económica y medio para asegurar fuentes de empleo?

1. Antecedentes y principios del cooperativismo y la comunidad

La filosofía Cooperativa se desarrolla durante el siglo XIX, consolidando sus conceptos a partir de la primera de ellas el año de 1844: la Cooperativa de Consumo de Rochdale. En tanto que, el auge de estas surge a principios del siglo XX (ALDANA y HUERTAS, 2014). También hacia el año 1895, en Bruselas, se estableció la Alianza Cooperativa Internacional

(ACI), la cual en 1990 se estableció en San José Costa Rica como Cooperativas de las Américas, siendo una organización independiente -y no gubernamental- su objetivo primordial es promover el reposicionamiento del modelo cooperativo en el nuevo entorno económico, político, social y comercial apoyando a los organizaciones miembros de la Alianza en las Américas en la difusión

y defensa de la identidad Cooperativa, la promoción de los negocios y el desarrollo del recurso humano (COOP, 2024). Un hito importante de la ACI fue cuando en 1995 adoptó la Declaración sobre la Identidad Cooperativa, en la que se incluyen la definición de Cooperativa, los valores de las Cooperativas buscando representar y promover la especificidad Cooperativa en los medios de comunicación y en organizaciones multilaterales para desarrollar relaciones comerciales y asociaciones entre sus miembros, proporcionar instrumentos de apoyo y difundir conocimientos que fortalezcan los modos de organización y control de estos grupos de personas que se integran para crear empresas sostenibles que generan prosperidad y puestos de trabajo a corto y largo plazo, reinvirtiendo en ellos mismo sus ganancias. En cuanto al sentido que se le ha otorgado a la noción de "desarrollo de la comunidad", cabe indicar que, desde la década de 1950, se comenzó a definir como el procedimiento en el que la misma población colabora en la planeación y la ejecución de programas que se orientan a buscar incrementar su nivel de vida consintiendo consideraciones de cambio social independientes y efectivas, incluso, décadas después, comenzó a introducirse la variable participación ciudadana, que más adelante tomaría un nuevo y decisivo significado para lo cual sería necesaria la cooperación entre el gobierno y la ciudadanía. Debido a este movimiento, la comunidad comenzó a tomar más fuerza en las decisiones, lo cual motivó a las personas a participar en ella, a levantar la voz sobre algunas cosas que les preocupaban en su vida cotidiana, este cambio generó muchos beneficios en las personas que han participado de manera proactiva. Así mismo, desde las décadas de los años setenta, ochenta y, sobre todo, noventa, el desarrollo comunitario adquirió un significado especial en diversos países latinoamericanos, particularmente después de la crisis de los modelos de desarrollo proteccionistas, del auge y la expansión del modelo neoliberal, del proceso de democratización y fortalecimiento de la sociedad civil, de la descentralización de niveles inferiores de gobierno y del auge de los movimientos sociales (PÉREZ, 2020). Con relación a esa significativa evolución, durante la década de los años

noventa -y posterior a ella- empezó a concebirse desde diversas instituciones las dinámicas y condiciones cooperativistas, en esta etapa comenzaron a universalizarse con más agilidad un conjunto de propuestas teóricas y metodológicas para encarar estos procesos. De esa manera iniciaron distintas propuestas para conceptualizar el desarrollo comunitario con un contexto latinoamericano. Dado que, la fuerza social del cambio o desarrollo en estas nuevas propuestas son las propias personas que las padecen. Esto supone asumir a las personas como sujetos (activos y creativos) capaces de lograr por sí mismos el cambio que necesitan a través de un proceso de intervención (PÉREZ, 2016). Desde esta visión del cooperativismo se tiene una base fundamental que respalda el quehacer cotidiano en la cual caben las distintas expresiones y tipos de Cooperativas, independientemente del giro comercial a la que se dediquen, solo que tengan presente procurar regirse por valores, voluntades de respeto y solidaridad, a través de una normatividad y acciones democráticas e igualitarias por la colectividad, en la que destaque la justicia comunitaria endógena (LÓPEZ, 2020). El cooperativismo tiene en cuenta principios y valores cooperativos que representan un desafío para traducir conceptos tales como los de autoayuda, autorresponsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad (INSTITUTO NACIONAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL, 2020), planteados en decisiones y acciones concretas. De igual modo, los principios y valores cooperativos, que subyacen en el actuar de las Cooperativas, son una oportunidad para que estas puedan diferenciarse del resto de las empresas convencionales y contar con una base sobre la cual construir su estrategia de colaboración y cooperación, para lo cual se apoyan en diversas herramientas, incluidas las provenientes de las teorías de administración. En ese sentido, el cooperativismo no solo es un medio, sino una manera de actuar, una filosofía basada en principios de operación y articulación adecuada y eficaz (TUAREZ et al., 2021) que ha logrado conseguir resultados para distintas Cooperativas, entre las que destaca a nivel mundial las Cooperativas de las Américas que es la organización regional que une, promueve y desarrolla empresas Cooperativas en todos los sectores empresariales de las Américas. A través del cooperativismo se pueden observar ciertos beneficios en la empresa comunitaria al distribuir tareas y funciones evitando que la presión recaiga solamente en un líder, sino que todos los colaboradores y participantes de esta trabajan para un bien común.

Al ser un grupo de personas que ejercen su función como un equipo, les permite aplicar un mayor número de tareas específicas y poner atención a detalles pequeños, los cuales sirven para generar una diferencia del resto. Es por ello que está filosofía y principios del cooperativismo, constituyen un abordaje idóneo para el estudio e investigación de las Cooperativas, pues se concibe como una alternativa de vida que permite el análisis y detección de interrelaciones sociales orientadas al establecimiento de alianzas estratégicas, situacionales, iterativas e incluso como un medio para que -de manera individual y colectiva- los asociados obtengan mayores ingresos que satisfagan las distintas necesidades familiares. Según (TUAREZ et al., 2021), tales principios y valores son:

1.1 Adhesión voluntaria y abierta: Es a partir de entender a las Cooperativas como organizaciones voluntarias, abiertas a todas las personas que quieran utilizar sus servicios y que deseen aceptar las responsabilidades de la afiliación, sin discriminación de género, social, racial, política o religiosa. Muchas personas que no son artesanas, pero son parte de la comunidad o buscan ayudarla, se vuelven parte de ella y es por esto por lo que se busca generar un ambiente de apoyo para las personas que se vuelven socios.

1.2. Gestión democrática de los membros: Partiendo de este principio, las Cooperativas son organizaciones democráticas controladas por sus miembros, que participan activamente en el establecimiento de sus políticas y en la toma de decisiones. Todas las personas que desempeñan la función de representantes seleccionados son responsables ante los miembros. En las Cooperativas primarias, todos los miembros tienen el mismo derecho a voto (un miembro, un voto). En otros niveles, las cooperativas también se organizan de manera democrática. Los artesanos se ponen de acuerdo para las decisiones que mejor les convenga, y todas las personas -dentro de ellas- pueden tener injerencia en los problemas que acontecen a la empresa, puesto que todos y cada uno de ellos tienen la capacidad de opinar y ser escuchados; en el caso del turismo, al ser organizaciones (Cooperativas) que en gran parte viven de este, resulta mucho más fácil que los miembros se puedan integrar o salir, según sean sus necesidades.

1.3. Participación económica de los membros: Se logra a partir de que los socios contribuyen de forma equitativa al capital de la Cooperativa y lo controlan democráticamente. Al menos una parte del capital suele ser propiedad común de la Cooperativa. Cuando corresponde, los miembros reciben una compensación limitada sobre el capital suscrito como requisito de la afiliación. En el caso de los beneficios, los miembros los destinan a cualquiera de las siguientes finalidades: desarrollar su Cooperativa (por ejemplo, mediante la constitución de reservas, una parte de las cuales es indivisible), beneficiar a los miembros en proporción a sus transacciones con la Cooperativa; o apoyar otras actividades aprobadas por la afiliación.

1.4. Autonomía e independencia: En este las Cooperativas se consagran como organizaciones autónomas de autoayuda gestionadas por sus miembros. Si se llega a un acuerdo con organizaciones externas –incluidos los gobiernos–, o se aumenta su capital de fuentes externas, deberá hacerse de forma que se asegure el control democrático de sus miembros y se mantenga la autonomía de la Cooperativa.

1.5. Educación, formación e información: Cuando las Cooperativas ofrecen educación y formación a sus miembros, representantes elegidos, directores y empleados, para que puedan contribuir de forma efectiva al desarrollo de sus Cooperativas. Asimismo, informan al público general –particularmente a los jóvenes y a los líderes de opinión– sobre la naturaleza y los beneficios de la cooperación.

1.6. Cooperación entre cooperativas: Las Cooperativas sirven de forma más efectiva a sus miembros y fortalecen el movimiento cooperativo trabajando con estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.

1.7. Interés por la comunidad: Se logra cuando las Cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de sus comunidades a través de políticas aprobadas por sus miembros.

A lo anteriormente planteado hay que agregar la noción de identidad comunitaria, la cual se refiere al sentido de pertenencia y conexión que los individuos experimentan con su comunidad, basado en valores, historia, cultura y experiencias compartidas (ANDRADE et.al.,

2021). En ella, las cuestiones de pertenencia y conexión hacen que los miembros de una comunidad se reconozcan mutuamente y se sientan parte de un grupo mayor, compartiendo un destino común; en cuanto a valores, historia y cultura compartidos estos elementos al volverse comunes congregan a los miembros de la comunidad y, su influencia en el comportamiento incide en el actuar, pensar y sentir de los individuos, especialmente en contextos de transformación social. Cabe indicar que los conceptos de identidad comunitaria e identidad colectiva presentan similitudes, pero también diferencias. Ambas están dirigidas a la obtención de fines colectivos y requieren de la interacción entre sus miembros para que se constituyan. Según MELUCCI (1995), la identidad comunitaria se concibe en función de los sentimientos, conocimientos, solidaridad y cohesión social que se establece entre las personas y de estas con sus territorios; mientras que la identidad colectiva se produce por la relación entre los integrantes que interactúan, deciden y se influyen entre sí a partir de lazos y vínculos de solidaridad entre los sujetos. De esta manera, la identidad comunitaria refiere la relación de los sujetos con y en sus territorios, mientras que la identidad colectiva toma en cuenta el estudio de las relaciones que ocurren entre los sujetos que componen las organizaciones o movimientos sociales. A continuación, se muestra el diseño metodológico y el enfoque de investigación establecido para el presente estudio.

2. Diseño metodológico y enfoque de investigación

Para esta investigación que hace referencia a un caso de estudio, a partir de la creación de las Cooperativas en Tenango de Doria, y que toma como problema central el robo de diseños artesanales del cual han sido víctimas los creadores de la comunidad decanta por un paradigma de investigación cualitativa el cual generalmente se utiliza para describir y clarificar preguntas de investigación. A veces, se prueban hipótesis, aunque lo más usual es que las preguntas e hipótesis surgen después, como parte del proceso de investigación. Su propósito consiste en reconstruir la realidad tal y como la observan los actores de un sistema social previamente definido (HERNÁNDEZ-SAMPIERI & MENDOZA, 2018). En este caso, el sistema social se enfoca en el grupo de artesanos que se han agrupado por interés y necesidades afines en cooperativas, para así poder mejorar sus oportunidades laborales. En tal virtud, el estudio se alinea a un diseño de investigación no experimental transversal descriptivo, el cual

se basa en la observación de fenómenos en su contexto natural, se realiza sin manipular las variables y se registran y observan datos en un momento único en el tiempo, además es ético porque no se manipula a los participantes (CRESWELL, 2009). Con base en la problemática detectada, el presente diseño busca entender el funcionamiento de las cooperativas en Tenango de Doria, la situación en la que se encuentran y, al mismo tiempo, observar si con las cooperativas se han resuelto o aminorado las situaciones que han experimentado sobre el plagio y falta de valor que se da a los diseños y artesanías, a pesar de constituirse mediante cooperativas. De esa manera, este proceso de investigación es flexible, se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y las explicaciones tentativas de la teoría. Por lo cual, desde el enfoque cualitativo se pone en recolección de datos -sin medición numérica-, así como como las observaciones, descripciones y análisis de datos e información sobre el tema (HERNÁNDEZ-SAMPIERI & MENDOZA, 2018). El cuadro no 1, da cuenta de este diseño.

Cuadro 1. Diseño teórico metodológico de investigación

Orientación y tipo de investigación	**Categorías**	**Técnicas e instrumentos**	**Actores sociales / unidades de la realidad**	**Resultados esperados**
Teoría del cooperativismo comunitario Investigación cualitativa	Cooperativismo comunitario	Investigación documental, observación directa, entrevistas a profundidad.	Cooperativas de Tenango de Doria: “Donxaxni” y “Hyadi Njü”.	Análisis del surgimiento y evolución y situación actual.
	Producción a identidad artesanal	Indagación documental, vagabundeo.	Documentos sobre el contexto del cooperativismo artesanal y presencia empresarial competitiva.	Identificación de características y condiciones de la creación del diseño artesanal, mecanismos de comercialización, retos identitarios.

Etnografía densa: estudio de caso	Desarrollo local sostenible (turístico-local)	Narrativas e historias de vida, entrevistas a informantes clave, observación participante, bitácoras de campo.	Líderes y miembros de las Cooperativas, visitantes y pobladores de Tenango de Doria.	Registro de comentarios y sugerencias en torno al potencial de la producción artesanal comunitaria y sus retos.

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Precisando lo esquematizado en el cuadro anterior, una vez que el investigador selecciona un caso, se dedica a observar, indagar y preguntar. El estudio de caso pretende identificar a aquellas personas, informantes clave, unidades de la realidad, así como características y condiciones que son relevantes que hacen de ese caso en particular algo distintivo y digno de investigarse. En este sentido, se ha determinado realizar entrevistas a 22 artesanos de la comunidad, a los líderes de las dos Cooperativas, a 10 miembros de ellas, así como a 15 residentes, 10 visitantes y 5 prestadores de servicios turísticos a fin de conocer sus pareceres, opiniones y sugerencias en torno a la temática tratada. Igualmente, se realiza una entrevista al encargado de la oficina Fomento Artesanal de la Secretaría de Bienestar e Inclusión Social (SEBISO). Como técnicas de recolección de datos, para el presente estudio, se utilizan las entrevistas y la observación, con el diseño de una guía de observación científica y de una entrevista abierta, de carácter descriptiva y flexible, pero el investigador igualmente tiene la oportunidade de considerar otras que sean adaptables al estudio. Cabe aclarar, como lo indica CRESWELL (2009) que este tipo de observación es de carácter participativa y abierta en la cual el observador se involucra directa o indirectamente con el objeto, hecho, fenómeno o proceso que se quiere observar, es decir, el observador no se oculta y los sujetos saben que son observados. Además, la observación que se realiza es no estructurada porque el observador no utiliza grabadoras, equipos de filmación, cámaras fotográficas, celulares o medios digitales en general, se mueve con más libertad en lo que pretende observar. Otra particularidad de esta observación, es que es de tipo natural debido a que se realiza en el lugar en que se sucede el

hecho, fenómeno o proceso que se investiga, de ahí que se diga que es real. El observador capta la realidad en el momento en que esta ocurre.

En tal virtud, se incluye también el vagabundeo, el cual "Es un proceso para iniciar los contactos informales en el campo de cara a obtener una representación vivida de la población que va a ser objeto de estudio. Vagabundear alude establecer lo que es común; conocer a los participantes, identificar su lugar de reunión, reconocer las condiciones demográficas de un grupo de estudio, crear mapas respecto a la disposición física de un sitio, y conformar una narración del contexto que engloba el fenómeno o procedimientos específicos del objeto que se aborda. En cuanto a la etnografía densa, como método para el estudio de caso, es importante debido a que permite relatar, de modo minucioso, la conducta humana y su contexto. En este caso, se centra en el análisis de flujos sociales específicos, busca captar el sentido de los símbolos y hechos que organizan la vida social e intenta explicar no solo el comportamiento, sino también su contexto. Geertz sostenía que, para estudiar la cultura o sus manifestaciones, desde un punto de vista antropológico, era imposible aplicar una ley o una teoría. La única manera de estudiar las conductas humanas se podía lograr de manera "densa" a través de la experiencia y de la observación del investigador. Por ello es por lo que se asume este método para el estudio de caso.

3. Estudio de Caso: análisis y discusión resultados

Para los artesanos de Tenango de Doria, el cooperativismo les ha permitido, a partir de términos consensuados, hacer frente a sus aspiraciones y propósitos económicos y culturales; acrecentar sus mecanismos de producción y distribución de artesanías, ampliando sus oportunidades de venta; apoyarse de métodos legales que brinden certeza a sus diseños; apertura para recibir capacitaciones e innovar en sus procedimientos administrativos involucrándose con nuevos mercados; privilegiar los valores éticos de honestidad, responsabilidad y transparencia, erradicando así el plagio y riesgo que han tenido los diseños y trabajos de estos artesanos; en fin, (ello, para) alcanzar el bien común y conveniencia entre los integrantes de la cooperativa.

Las dos cooperativas en estudio muestran una composición, estructura y funcionamiento que se describe a continuación. La cooperativa Hyadi Njü inició sus actividades económicas en el año 2018, se encuentra dentro del sector 314991 como empresa cooperativa de confección, bordado y deshilado de productos textiles, está conformada por 12 mujeres bordadoras y un hombre bordador y encargado de plasmar los dibujos y detallar formas y colores que incursionaron con este proyecto, actualmente laboran 30 personas en total, 18 de éstas en tareas de apoyo y aprendiendo a bordar, sus precursoras son Yaneth Santos Miranda como representante y presidenta de la cooperativa, Sandra Luz Sevilla Santos es tesorera y responsable de administrar las finanzas y distribución de pago de mantenimiento del local y del espacio del taller, así como de los servicios de agua y luz. Noemi Moctezuma Alvarado es la representante de las vocales y encargada de los temas legales, sumándose cinco vocales más y las cuatro restantes son bordadoras, así como de temas de ventas y distribución de sus productos, para mantenerse en una organización de respeto, equidad e igualdad se reúnen un día de cada mes, denominándole junta de la Cooperativa, para tratar asuntos relacionados a su trabajo, respetando los acuerdos que se convocan, en busca de mejorar y acrecentar los beneficios de cada integrante, entre ellos, deciden que sus prendas se comercializan en el local que arrendan, mediante precios que compitan con otros talleres de artesanos, solo venden a tiendas ubicadas fuera de Tenango pero aquellas que paguen un precio mayor al que ofrecen en su local. No permiten que los clientes, visitantes o propietarios de comercios externos determinen un valor menor al establecido por cada trabajo artesanal. Los ingresos obtenidos los dividen entre las integrantes respetando el número de prendas que diseña, confecciona y borda cada uno, respetando su esfuerzo, y entre todos los miembros, solo cooperan para los gastos de mantenimiento del lugar. Entre sus acuerdos eligen acudir a diversas ferias regionales para exponer y vender sus productos, dividiéndose los costos de inversión por partes iguales, asignando su asistencia equitativamente, vendiendo los productos de todos quienes integran la cooperativa, de igual manera, en esas festividades se instalan con un pequeño taller en el que muestran su arte.

De igual manera, la cooperativa Donxaxni se encuentra estructurada por 10 mujeres iniciadoras que buscaron registrar su marca ante el IMPI, lo cual a la fecha aún no les ha sido posible, sin embrago, ellas colocan en sus bordados etiquetas con el logotipo de su agrupación.

Se tiene una presidenta, una secretaria, dos vocales y una tesorera, sus reuniones inicialmente eran mensuales, posteriormente se aplazaban cada dos meses, solo si consideran que existen temas relevantes, esta cooperativa no cuenta con un local comercial, se reúnen en una vivienda particular, sus prendas y artículos los venden en la plaza dominical, teniendo un logro en sus ventas, pues han conseguido exportar sus prendas a Canadá y Francia. Es válido resaltar, que no solo existen esas dos cooperativas en el municipio, sino que aproximadamente son más de diez las que tienen en el territorio, por lo que se han tomado las Cooperativas "Hyadi Njü" y "Donxaxni" como referente del presente estudio de caso comunitario debido a que son las más sólidas en su constitución y las de mayor antigüedad. Los artesanos de Tenango de Doria han empezado a consolidar un funcionamiento interno que les permite tener claridad en sus propósitos y alcances que desean conseguir, entre ellos: una mejor calidad de vida; posicionarse en otros mercados; ampliar su respaldo ante hechos de usurpaciones, y, que sean respetados y reconocidos como Cooperativas que dignamente representan las tradiciones y trabajo ancestral de generaciones. Del mismo modo, las personas que participan en la elaboración de los Tenangos, también se orientan a acrecentar el valor que deben tener sus productos, sin ser menospreciados por su origen y condiciones. Como resultado a todo ello, en este municipio se consiguió establecer en el año 2018 las cooperativas Hyadi Njü" y Donxaxni, en las que cada artesano tiene responsabilidad y recibe beneficios a partir de la dinámica y estructura del cooperativismo para impulsarse como una sociedad autónoma con objetivos comunes, regidos por principios y valores que, como miembros, acatan con respeto y ética. Bajo esta estructura, priorizan el apoyo mutuo, resaltando la democracia directa como elemento clave en las decisiones concertadas dentro de gestiones externas e internas, asociado al esfuerzo propio desde lo individual con propósitos grupales; están regidos por la igualdad de derechos y obligaciones, tomando en cuenta particularmente la distribución de ingresos de manera imparcial. Así, estas Cooperativas son el medio idóneo para consolidar sus anhelos como negocio posicionando a los Tenangos como patrimonio cultural por el valor de estas confecciones y sus cualidades estéticas, promoviendo, transmitiendo y reproduciendo los significados étnicos que exaltan la identidad local y regional.

Al entrevistar a los artesanos, la percepción que tienen de su producción es que estas -los Tenangos- son artesanías muy importantes. Y, citando a una de las mujeres que participan

en la elaboración de estas artesanías, señala que: “Los Tenangos solo son artesanías si las hacemos con una escuela y conociendo las tradiciones que vienen detrás, sino simplemente son manualidades que elabora cualquier persona”. Se entiende que no es algo que se pueda replicar y que forma parte de la riqueza cultural del país. La observación participante y el vagabundeo han permitido percibir que (el trabajo de los grupos de artesanos, bajo los lineamientos del cooperativismo, tanto por la versatilidad de uso que manifiesta como por su polisemia, contribuye a reforzar el desempeño artesanal, la labor individual y colectiva, la confianza y las posibilidades de consolidación como fuerza para el desarrollo local e impulsar mejores condiciones de vida para cada uno de los partícipes de las Cooperativas. Por consiguiente, los principios y valores de la teoría del cooperativismo no están en disonancia con los sentidos y significados de la ayuda mutua y del desempeño agrupado, ampliándose y evolucionando a lo largo del tiempo. Constatando lo que indica ÚCAR (2009), las manifestaciones de solidaridad observadas se vinculan esencialmente al territorio, otras a las relaciones interpersonales, de parentesco o afectividad; de igual forma al sentido de pertenencia o al de identidad compartida, además al tamaño del grupo de personas implicadas y, en muchos casos, esto es factor que vincula a más de uno de estos u otros criterios.

Cabe indicar, en cuanto al liderazgo entre los artesanos de Tenango de Doria y los que se integran Cooperativas es fácil intuir que, entre los primeros, no existe alguien que hable por todos los artesanos del lugar, cada uno de ellos suele participar según se desempeña, de su manera de trabajar y con las personas que trabaja, solo en las Cooperativas se nota que existe alguien que las representa, pero esta persona se muestra amable y se ve que les facilita a los miembros de ella ciertos trabajos, no se muestra que sea una autoridad en la que recaiga más responsabilidad o algo por el estilo, es más bien una persona que cumple con la función de ser la voz de los demás artesanos. La concepción comunitaria, en Tenango de Doria, comprende e integra a sus habitantes dedicados a la noble labor artesanal, específicamente a los que tienen que ver con la elaboración de los Tenangos. Y es que, a partir de su creatividad e imprmir su sello personal a los diseños, han conseguido obtener beneficios al comercializarlos y difundir el significativo valor que poseen, resaltando su representatividad cultural, lo que no les excenta de ser expuestos a la mirada pública y el riesgo de plagio de sus productos por empresas que les usurpan sus diseños. Si se reconfigura la noción de comunidad, como la refiere se puede

apreciar que Tenango de Doria, con sus Cooperativas abocadas al trabajo artesanal, se manifiesta como una unidad social con cierta autonomía y una estabilidad relativa, ubicada en un espacio geográfico delimitado que le permite potencializar las relaciones directas, así como los patrones de conducta y las ideologías sociales y culturales de sus miembros, a diferencia de la simple concepción que, con frecuencia se hace referencia al término de comunidad como la mera concentración de individuos, en un lugar determinado (PÉREZ, 2020). Por este motivo, la perspectiva teórica de comunidad conduce a contemplar un amplio panorama de elementos, sentidos y significados que la redimensionan en los procesos solidarios, de pertenencia, organizativos y de las funciones y roles que se brindan para el trabajo colectivo y que, en consecuencia, crean un proceso de producción y desarrollo comunitario integral (PÉREZ, 2016).

En este sentido, las funciones y actividades que desempeñan los artesanos de Tenango de Doria se vinculan con las características del proceso organizativo que atañe a la comunidad con una visión y conciencia crítica, participativa y de unidad social, pues a lo largo de los años han cimentado una colectividad bastante fuerte como para crear cooperativas que validen los diseños creados por ellos y, de igual, forma darles voz a los artesanos que sufren discriminación o injusticia al comercializar los Tenangos y demandar valor justo, reconocimiento y respeto para ellos y sus diseño. Asimimo, en esta realidad se observa el papel que representan los artesanos de Tenango de Doria con su identidad, arraigo y pertenencia a la comunidad, y es visible a partir de la participación directa e integral que ejercen desde una convicción individual por lograr propósitos afines a una colectividad, pensados y ejecutados con el objetivo de buscar respuestas y soluciones bajo los principios de colaboración y ayuda mutua, que se fusiona con el desarrollo comunitario, que es justamente, otro de los intereses de las Cooperativas. Así, el desarrollo comunitario se puede identificar como un proceso que tiende a fortalecer la participación y la organización de la población, con la finalidad de mejorar la vida en común. Este desarrollo comunitario, o en comunidad, evidencia lo que algunos investigadores ya han observado (MENDOZA, 2002): mecanismos de trabajo solidario por medio de Cooperativas, conocimientos y la acción encaminada al beneficio de sus habitantes y comunidad, y, formas de inserción e inmersión en la vida socioeconómica con respeto a los valores identitarios. Respecto a la presencia de empresas que han empleado o,

mejor dicho, plagiado los diseños artesanales de creadores de estas Cooperativas, se observan diversos problemas, desde el plagio abierto y descarado, hasta aquellos que empleando los diseños de sus creadores en el mejor de los casos reciben una remuneración simbólica mínima o, en su defecto, no los remuneran, ni los contactan para hacer alianzas, ni generan una relación o trato equitativo apropiándose de su trabajo. En ese contexto, es necesario expresar que, entre las principales firmas comerciales que han explotado los diseños de los Tenangos, manifestándose con superioridad competitiva, estás empresas editoriales y marcas de alimentos como Chocolate Abuelita que surgió en el año de 1939 como marca mexicana la Azteca en Orizaba y, desde 1995, como Société des Produits Nestlé S.A., Vevey, Suiza. Otras firmas comerciales son: Pottery Barn cadena de tiendas para el hogar y marcas de ropa como Mango y Carolina Herrera, las cuales se han apropiado de estas representaciones de ancestral tradición. Varias de estas empresas internacionales de la moda y la ropa -faltos de ética- han adoptado y creado productos a costa de los artesanos de esta comunidad originaria evadiendo alguna retribución económica o reconocimiento a ellos. Y es que, en su mayoría, los artesanos trabajan sin patrones o plantillas, es decir, emplean de manera natural sus habilidades con técnicas a mano lo que retoma, sin mayor mérito, tales empresas extralimitándose en industrializar los Tenangos. Ante ese escenario, los diseños y producciones de los artesanos han sido malversados en distintos medios de comunicación estatales, así como en casas de modas como Hermés y Mango en 2001; empresas como Nestlé en 2015; marcas como Chocolates Abuelita; la española Desigual; Pottery Barn; Cosméticos Mexicana Yuya; Alfaguara y los más recientes, Louis Vuitton y Carolina Herrera, que retiraron el diseño después de la emisión de un exhorto por parte de la Secretaría de Cultura (VALENCIA, 2020).

En la misma forma de apropiación -en el año 2023- la marca China Shein, también sorprendió, pues comenzó con la comercialización de piezas semejantes a los Quexquémetl (indumentaria prehispánica mexicana) con diseños de los Tenangos, plasmándolos en telas de bajo costo y vendiéndolas a solo 111 pesos, lo que puso de manifiesto no solo una apropiación y comercio desleal, sino el menosprecio de la calidad, el tiempo empleado en la elaboración artesanal originaria, la dedicación, esfuerzo y la creatividad de los artesanos en estas obras artística del Estado de Hidalgo. Es sabido que a nivel nacional los grupos dedicados a la artesanía no reciben una adecuada remuneración de su trabajo. Según el reporte de DATA

MÉXICO (2024:1), “La fuerza laboral de trabajadores artesanales durante el tercer trimestre de 2024 fue 6.18M personas, cuyo salario promedió los $6.85k MX trabajando alrededor de 40.3 horas a la semana. La edad promedio de trabajadores artesanales fue de 44.1 años. La fuerza laboral se distribuyó en 73.5% hombres con un salario promedio de $7.99k[1] MX y, 26.5% mujeres con salario promedio de $3.69k MX”. A pesar de esta información oficial, otros informes señalan que el salario promedio para los hombres -en ese período- fue de 5,720 pesos MX. Pero a esos problemas de baja remuneración se suman los de informalidad laboral, injusticia y discriminación. Los artesanos al estar expuestos a que grandes empresas y marcas reconocidas internacionalmente -de distintos productos- copien sus diseños, se vuelven vulnerables al plagio que los daña; siendo esto una práctica recurrente que los deja en desventaja en la producción, comercial y promocional, los artesanos han buscado soluciones legales que los ayuden a enfrentan y salvar favorablemente esos problemas, sin embargo, estas entidades comerciales -de alto renombre- logran sortear las demandas por cuestiones de corrupción y de sobornos, siendo esta una situación compleja en su organización y en su economía, pues merma al tener que invertir en procesos legales. Ante todo, ello, no han cesado en unirse, como organización, en la toma de decisiones conjuntas y afrontar cada uno de los problemas que les acontecen. No obstante, y a pesar de que ya están constituidos en Cooperativas, aun existen situaciones que resolver en función del trabajo artesanal y tener la tranquilidad y certeza económica y social a la que aspiran. Como los artesanos se han convertido en un grupo que busca el bien común para la comunidad, aprovechando el potencial de los Tenangos, han mantenido una actitud de independencia respecto de las empresas extranjeras que desean invertir en el lugar, y no es porque no deseen crecer, sino por lo términos de intercambio que quieren establecer ya que, se comenta por los líderes de las Cooperativas, que el modelo económico que se desea implantar y las ganancias beneficiarían únicamente a los dueños de tales empresas, en detrimento de los artesanos y las mismas Cooperativas, lo cual genera una mejor calidad de vida para ellos y un incremento de sus ganancias. La mayoría de artesanos tienen conocimiento de las Cooperativas que se han creado en Tenango, pero no conocen todas y los empleados que trabajan en las tiendas que distribuyen las Cooperativas no tienen idea de su existencia, a pesar de ello, las personas que tienen conocimiento de ellas saben que brindan un mayor alcance de venta y una mejor experiencia a

la hora de la elaboración, ayudando en la invitación para ferias o eventos en donde asistir, a pesar de la importancia de las Cooperativas y de las ventajas que representan, solo el 23% de ellos pertenecen a alguna Cooperativa, los demás actúan por su cuenta y, la mayoría de ellos, se encuentran en la cooperativa Hyadi Njü. Los artesanos están conscientes de que, al unirse a una Cooperativa, pueden difundir y mejorar la calidad de sus producciones, así como la logística en la venta de los Tenangos; por otro lado, algunas personas piensan que si crean o se unen a una Cooperativa tendrán que vender más baratos sus diseños, lo cual es todo lo contrario a lo que desean las personas que han creado una Cooperativa que, en sus propias palabras, indican: "fueron creadas para empoderar a los artesanos y mejorar sus ventas". Es cierto, los artesanos se enfrentan a muchas dificultades para vender sus productos, y señalan, entre otras cuestiones que no se los compran a un precio justo, el plagio, no venden en grandes cantidades, los revendedores del trabajo o maquilas le pagan a un precio muy bajo los bordados, el regateo y que las personas no saben el precio de la mano de obra en estos tipos de trabajos. En tales respuestas comentan estar desesperados, pues mencionan que incluso gente de otros municipios llega a Tenango a vender sus diseños de maquila o plagios. Los artesanos agregan que les gustarían apoyos turísticos para protegerse como artesanos, registro de marcas (diseños no porque son demasiados), un censo real de artesanos quitando a los revendedores, legislación para lograr una autenticidad de los diseños y publicidad.

Cabe indicar que, el 89% de los entrevistados menciona que el turismo incrementa los beneficios económicos, gracias a los Tenangos, pero si hubiera mayor apoyo en difusión creen que una mayor llegada de turistas a Tenango incrementaría los ingresos y empleos, aunque les preocupa que, con la llegada de los turistas, se vea rebasada la capacidad de carga turística del municipio y se impacte el medio ambiente del lugar. En cuanto a la capacitación de los artesanos, ya hay esfuerzos cooperativistas para mejorar y con la ayuda de estas organizaciones los artesanos han ido desarrollando nuevas capacidades a lo largo del tiempo en temas que competen al manejo de una empresa y a las artesanías que elaboran, su comercialización, hasta la concientización de la importancia de los bordados para la comunidad, al grado de visualizar que no solo sus diseños, sino sus producciones pueden ser parte de exposiciones mundiales. En el caso de la actividad turística y los visitantes, la comunidad de Tenango de Doria ha buscado convivir con ellos ofreciendo sus producciones artesanales en las Cooperativas y comercios

locales, intentando concientizar a sus visitantes de la importancia de los Tenangos como marca oficial y emblemática del lugar. Aunque suelen informarles sobre la historia de las personas que bordan y crean estos diseños únicos y originales, se enfrentan a la falta de valoración, hasta el "regateo" de lo que significa esa artesanía en función de su trabajo e inversión de tiempo. Investigadores como COTÁN (2020) ya registran desde años atrás esta situación que sigue manifestándose en Tenango de Doria. Por lo general, los compradores, turistas o visitantes en la localidad -o fuera de esta- en donde se exhiben los Tenangos, suelen "regatear" sobre el precio justo establecido por los artesanos, entonces por necesidad de obtener ingresos se ven obligados a reducir el costo de cada pieza. Como resultado de las entrevistas a los visitantes, se percibe que los Tenangos son importantes para ellos; en general, reconocen que son una artesanía de México y, en el mejor de los casos, que son parte de la identidad de la cosmovisión de los Otomíes. Otros, le asignan una producción para el pueblo de la cual obtener ganancias, muy pocos tienen conciencia de la importancia y legado cultural que ese tipo de artesanías tienen y del tipo de trabajo que hacen los artesanos, confirmando que aún no han aprendido a valorar el trabajo y tiempo invertido en la elaboración de un Tenango. Esta condición de poblado pequeño permite percibir un cierto aire de unidad y de las personas que viven en él, así como de las actividades que realizan. El trato a los visitantes es cordial, en términos generales, pero la calidad en el servicio es algo deficiente, apreciándose que los habitantes no le dan mucha importancia a lo que las personas piensen del lugar y, con ello, perder la posibilidad de retener a los turistas. Se puede observar que la mayoría pernocta una vez y después se van, pero como a las 5:00 pm el ambiente se nota solitario, como si la gente ya no tuviera nada que hacer; muchos lugares se cierran y los que suelen permanecer abiertos están prácticamente vacíos, aun así, es difícil encontrar hospedaje por la falta de oferta al respecto. A pesar de ello, al ambiente en el lugar se percibe tranquilo, libre de delincuencia a simple vista, enmarcado por los Tenangos que se ven en toda partes: en los muros, a la venta en los locales, en el mercado, en la presidencia. Algunos visitantes han externado la necesidad de contar con una oficina de información que les hagan saber de la riqueza y actividades que se pueden realizar en ese pueblo mágico, haciéndoles del conocimiento de otras cosas y actividades que ahí se pueden hacer (como festividades religiosas, gastronomía típica, paisajes como la Sierra de Tenango) aparte de comprar Tenangos, ya que -comentaron- ni las mismas personas de ahí

conocen lo que tienen. A pesar de ello, la comunidad no ha dejado de ser partícipe de un cierto crecimiento y desarrollo socioeconómico que demanda más apoyos y voluntades, no solo para mantener vigentes sus cooperativas y la economía del lugar, sino para mejorar su infraestructura e instalaciones, seguridad y calidad en los servicios básicos, los cuales demanda el visitante. Tenango de Doria se suma como el décimo municipio hidalguense en obtener el nombramiento de Pueblo Mágico a nivel nacional, toda vez que este municipio cuenta con una riqueza cultural, turística y gastronómica, ya que hay bosques, ríos, cascadas y asombrosas vistas (PASQUEL, 2025). Es el sitio ideal para los amantes de la naturaleza, pues cuenta con hermosos parajes y cascadas destinados a la práctica del senderismo, días de campo y rutas en bicicleta, su territorio destaca por ser uno de los más coloridos, característica a la que se suma su diversidad gastronómica y los bordados, artesanía que ha traspasado fronteras para demostrar el talento de las personas que los realizan. Se hace necesario apoyar su producción artesanal única y original a través de normativas y ordenamientos jurídicos que les den la garantía para mantener vigente en el tiempo. Por ello, a continuación, se muestra qué avances hay al respecto. Aunque ciertas personas y artesanos saben de la importancia de la propiedad intelectual y del marco jurídico para la protección a la creatividad y originalidad de los diseños, desconocen las particularidades en el que este se divide: propiedad industrial y derechos de autor. Para la propiedad industrial se consideran las patentes, marcas, logotipos, modelos de utilidad, los dibujos y modelos industriales, en tanto que el derecho de autor protege las obras artísticas y literarias, el software y las composiciones musicales, entre otras (IMPI, 2021). Para la investigación que se desarrolla, se hace énfasis en el tema de las marcas, como forma de protección dentro de la propiedad industrial. Es importante resaltar que, el titular de la propiedad tiene la libertad para utilizarla como desee, siempre que ese uso no infrinja la ley e impedir a terceros que la utilicen.

En general, hay un desconocimiento entre los artesanos sobre la protección a la Propiedad Intelectual (PI). Por ello es importante señalar que esa concede seguridad a la marca y a las empresas, por medio de la protección a la Propiedad Intelectual (PI) contra las falsificadores, los piratas de derechos de autor y los infractores de otros tipos de PI, como patentes, derechos de diseño, marcas de color e imagen comercial, proporciona garantías a las personas de que, además de su reconocimiento oficial, su trabajo implica una ganancia

económica, que genera incentivos para los esfuerzos creativos de la mente. Cabe indicar que, una marca es una palabra, un logo, un número, una letra, un lema, un sonido, un color o incluso -a veces- una fragancia que identifica la fuente de los bienes y/o servicios a los que se aplica la marca. Esto es, una marca es un signo que individualiza los productos de una empresa determinada y los distingue de sus competidores (LFPPI, 2020). Las marcas han sido utilizadas para facilitarle al consumidor la identificación de un bien o servicio, así como para identificar su calidad y precio. La marca debe registrarse en cada país por separado ya que, al igual que todos los derechos de propiedad intelectual, las marcas son derechos territoriales, lo que significa básicamente que su protección se obtiene por medio del registro nacional. En el caso particular de los Estados Unidos Mexicanos es en las oficinas nacionales dedicadas a estos fines pertenecientes al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Al comentar con los artesanos sobre la periodicidad de las marcas, había un desconocimiento acerca de ello. Por eso es menester indicar también que la marca tiene un periodo de vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, renovables por periodos de la misma duración. Las marcas son diversas, por país de origen y por el propio valor de la marca. Para este estudio de caso, los Tenangos han buscado obtener una marca de certificación del IMPI de sus textiles, para protegerlos de los plagios. (MACHO, 2018). Anteriormente se hacían marcas colectivas, un grupo de artesanos generaba la marca. Pero con la entrada en vigor de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI, 2020), el nuevo registro beneficiará a 1,500 artesanos del municipio que bordan dichos textiles, pero también se extenderá el beneficio a quienes elaboran Tenangos de la región Otomí-Tepehua. Respecto al proceso para el registro de marca, dos de los líderes de las Cooperativas aludieron a la necesidad de realizar asambleas. Y, en efecto, para concretar el registro de la marca certificada deben desarrollar asambleas informativas en el municipio, organizados por el Fomento Artesanal de la Secretaría de Bienestar e Inclusión Social (SEBISO) en la que la población elegirá a un grupo representativo que tomarán decisiones sobre el tema, conforme con la Ley de Patrimonio Cultural Indígena. Acerca del posible nombre de los bordados, para registro de la marca, aunque mundialmente se conocen como Tenangos, algunos entrevistados señalaron que ese es un nombre impuesto desde una visión colonizadora, por lo que sugirieron que se les denominen: “Jutzi Ñuhu” que significa bordado en su lengua; pero, más allá de esto,

considerando el logotipo que llevaría la marca certificada -bajo la LFPPI (2020) que está acorde a la UNESCO- se reconoce la necesidad de discutirlo. En este sentido, se puede observar la necesidad no solo de conocer, sino de aplicar el marco jurídico para las producciones artesanales de los miembros de las Cooperativas, esto es viable ya que se pudo constatar que, frente a las oficinas de la cooperativa Hyadi Njü, existe un lugar para el asesoramiento que brinda apoyo y también defendiendo los derechos humanos; aunque la mayoría de los artesanos del lugar no tienen como tal un conocimiento de lo jurídico sobre el tema, sí lo tienen las personas que los apoyan y guían.

[1] En inglés, “k” es una abreviatura informal de “*thousand*” (mil) cuando se refiere a números, especialmente en el contexto de dinero, salarios o grandes cantidades. Proviene del prefijo griego “kilo-”, que significa “mil”. Por ejemplo: 5k = $5,000.

CONCLUSIONES

La importancia y valor de la filosofía cooperativista ha sido vital para consolidar una concepción identitaria en las organizaciones comunitarias que buscan preservar sus manifestaciones, tradiciones y producciones culturales centrada en principios y valores solidarios, de equidad, igualdad y democracia. Las Coperativas “Donxaxni” y “Hyadi Njü” del municipio de Tenango de Doria en el Estado de Hidalgo son una alternativa para el desarrollo artesanal de gran impacto socioeconómico y turístico, con base en la preservación de sus tradiciones conservando su identidad a lo largo de los años. Las principales motivaciones de los artesanos de Tenango de Doria, para concretar el registro de la marca certificada de los bordados llamados Tenangos, han sido la persistencia y preservación de una manifestación cultural que los identifica como comunidad y para ello han creado las Cooperativas que, apoyadas en asambleas informativas en el municipio organizadas por el Fomento Artesanal de la Secretaría de Bienestar e Inclusión Social (SEBISO), la población elige a un grupo representativo que toma decisiones sobre el derecho y uso de la propiedad intelectual, conforme a la Ley de Patrimonio Cultural Indígena. La mayoría de los artesanos entrevistados mencionan que el turismo impacta en los beneficios económicos, gracias a los Tenangos, y

reconoce que muchos de los compradores no son personas de la región, por lo que es necesario incentivar este tipo de afluencia a la cual se le pueda dotar de información y apoyo con servicios de calidad. Las Cooperativas están conscientes de la importancia y reconocimiento del patrimonio cultural que posee el municipio en el ámbito nacional e internacional y han tomado medidas para legitimar la marca de los bordados Tenango que han sido objeto de lucro por marcas internacionales de prestigio favoreciéndose indiscriminadamente de los esfuerzos creativos de los artesanos de la localidad, sin proporcionarles un reconocimiento oficial, moral y monetario justo. Dado lo anterior, es necesario profundizar en estudios que aborden el turismo comunitario sustentable desde la economía social y solidaria, vinculados a principios de conservación del patrimonio biocultural con la intención de desarrollar modelos turísticos más equitativos, sustentables e innovadores que generen desarrollo y prosperidad compartida con las comunidades y residentes.

REFERÊNCIAS

ALDANA, Dairo Edilberto; HUERTAS, Edgar Ali. **Teorías administrativas en el sistema capitalista y el sistema cooperativo.** España, en Red de Educación y Economía Social y Solidaria educacion y economia social. 2014 https://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3325_es.html

ANDRADE, Leidy Viviana; GÓMEZ, Jenny Lorena; PALACIOS, Luisa María; VARGAS, María Camila & BURBANO, Claudia Lorena. **La identidad colectiva y comunitaria en el desarrollo de las acciones colectivas de una organización social campesina**. En: PÉREZ David Antonio & BURBANO, Claudia Lorena. Cali, Colombia, Científicos. **Por los caminos del pensamiento latinoamericano: liberación, interculturalidad y pensamiento crítico,** p. 205-224. 2021.

CONSEJO ESTATAL DE POBLACIÓN [COESPO]. **Información Municipal, Población de Tenango de Doria,** México, COESPO. 2020. Disponible en https://coespo.edomex.gob.mx/informacion_municipal

COOPERATIVAS DE LAS AMÉRICAS [COOP]. **Representación regional de la Alianza para el Continente Americano.** Costa Rica, COOP. 2024. Disponible en https://aciamericas.coop/Quienes-somos/

COTÁN, Almudena. **El método etnográfico como construcción de conocimiento: un análisis descriptivo sobre su uso y conceptualización en ciencias sociales**, Márgenes,

Revista de educación de la Universidad de Málaga, v. 1, n. 1, p. 83-103. 2020. Disponible en doi: https://doi.org/10.24310/mgnmar.v1i1.7241

CRESWELL, John W. **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches**. USA, SAGE Publications, Inc. 2009.

DATA MÉXICO. **Trabajadores artesanales**". Gobierno de México. 2025. Disponible en https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/occupation/trabajadores-artesanales

GEERTZ, Cliffor; **La interpretación de las culturas**. Barcelona, Gedisa. 2003.
HERNÁNDEZ, Roberto. & MENDOZA, Christian Paulina. **Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta**. México, Mc Graw Hill Education. 2018.

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL[IMPI]. **Invenciones Patentes, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales.** México 2021**.** Disponible en https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/temas-de-interes-preguntas-frecuentes-patentes

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA [INEGI]. **Principales resultados por localidad (ITER).** Hidalgo, México 2020. Disponible en https://www.inegi.org.mx/

INSTITUTO NACIONAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL. **Principios y Valores Cooperativos** Gobierno de México 2020. Disponible en https://www.gob.mx/inaes/articulos/principios-y-valores-cooperativos?idiom=es#:~:text=Las%20cooperativas%20se%20basan%20en,y%20preocupaci%C3%B3n%20por%20los%20dem%C3%A1s

KRAUSSE, Karla Marina. **Bordados Arcoíris. El Tenango como patrimonio cultural de la sierra Otomí-Tepehua (Tesis de Maestría)**, Pachuca, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. 2022.

LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (LFPPI). **Disposicione Generales.** Gobierno de México 2020. Disponible en https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfppi/LFPPI_orig_01jul20.pdf

LÓPEZ, Victor Manuel. **El cooperativismo como un modelo de desarrollo socioeconómico más humano**, Revista FAECO sapiens, v.3, n. 2, p. 38-52. 2020. Disponible en http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/221/2211235008/index.html

MACHO, Diana. **Bordados tenangos: de patrimonio cultural a marca colectiva**, Estudios sobre Conservación, Restauración y Museología, v.5, n [S. l.]. p.15-31. 2018. Disponible en https://revistas.inah.gob.mx/index.php/estudiosconservacion/article/view/12367/13509

MELUCCI, Alberto. **The process of collective identity**. Minnessota, En JOHNSON, H., y KLANDERMANS. Socialg movements and culture.: University of Minnessota Press. 1995.

MENDOZA, María del Carmen. **Una opción metodológica para los trabajadores Sociales.** México, Debora publicaciones. 2002.

PASQUEL, Ivet; **Aspira Tenango de Doria nombramiento Pueblo Mágico.** El Sol de Tulancingo,19 de mayo, Ciudad de Tulancingo de Bravo, 2023. Disponible en https://oem.com.mx/elsoldetulancingo/local/aspira-tenango-de-doria-nombramiento-pueblo-magico-19109038

PÉREZ, Addiel. **Teoría y práctica del desarrollo comunitario. Un estudio de caso en un fraccionamiento de Ciudad Juárez, Chihuahua México.** Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo. V. 6, n. 12 p. 529-553. 2016. Disponible en https://www.ride.org.mx/index.php/RIDE/article/view/219

PÉREZ, Xaquín. **Definiendo y teorizando el significado de comunidad de lugar en la era de la globalización**, Revista de investigaciones políticas y sociológicas, v. 19 n. 2, p. 107-122. 2020. Disponible en https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7703147

TUAREZ, María Melania; ANGULO, Navira; INTRIAGO, Emmanuel Alberto. **Perspectivas del cooperativismo y la inclusión social**, Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN, Sociedad Académica de Redes de Revistas Científicas e Investigación Ecuador, v. 5, n. 8, p. 121-128. 2021. Disponible en doi: https://doi.org/10.46296/yc.v5i8edespen.0106

ÚCAR, Xavier. **Acción comunitaria e intervención socioeducativa en un mundo globalizado**. Barcelona, V. 1, p. 13-45. Acción Comunitaria y Socioeducativa, 1 ed. 2009.

VALENCIA, Alejandra; **Cooperativa Donxaxni: Tenango, bordando historias**. Criterio Hidalgo First Class, 7 de mayo, Editorial Criterio, Ciudad de Pachuca, 2020. Disponible en https://criteriohidalgo.com/first-class/cooperativa-donxaxni-tenango-bordando-historias

Cristina Flores Amador

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Tizayuca, Hidalgo, México. Doctora en Estudios Turísticos. Profesora de tiempo completo de la Licenciatura en Turismo.

Email: efloresa@uaeh.edu.mx

Ernesto Bolaños Rodríguez

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Tizayuca, Hidalgo, México. Doctor en Ciencias Técnicas. Profesor de tiempo completo de la Licenciatura en Turismo y Tecnología de la Información.

Email: ebolanos@uaeh.edu.mx

Marcelino Castillo Nechar

Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca de Lerdo, Estado de México, México. Doctor en Ciencias Políticas y Sociales. Profesor Investigador del Centro de Investigación y Estudios Turísticos CIETUR.

Email: marcanec62@hotmail.com