



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

"IMPLEMENTACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN
EL ESTADO DE CHIAPAS"

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
P R E S E N T A
EDUBITD ACOSTA MORALES Y
SUGEI ZURIZADAI CABRERA HERNANDEZ



TUTOR DE TESIS: LIC. ROSA MARIA GRACIA TORRES

MÉXICO, D.F.

2007



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Mima:

Que lejos estoy de hacer y dar todo lo que tú has dado por nosotras, sé que esto es algo que esperabas y este logro no es sólo mío si no tuyo. Porque nadie estuvo tan cerca como tú en esta historia, porque todo tu sacrificio quiero agradecerlo aunque no me alcance la vida, porque sin tu compañía, tu apoyo y consejos lo malo no se hubiera convertido en algo bueno y posible. Ya todas las palabras sobran... sólo recuerdo que en un día de tantos cuando desayunaba una personita me dijo "cuida a mi chaparrita porque vale oro" refiriéndose a ti, y... ¿sabes? es verdad.

Mi Leidy: porque con sus ocurrencias y locuras haces toda situación pesada más llevadera. ¡No olvides, mi Leidy, que somos un equipo! Pero gracias sobre todo por el regalo más maravilloso que me has brindado: traer a este mundo dos ángeles que iluminan mi vida.

A mi **ita Upita** y a mi **ito Ensho**, porque fueron mis segundos papás, me educaron, me cuidaron y me formaron. Estaré eternamente agradecida con ustedes. Y gracias ito Ensho por cuidarnos desde el cielo, ahora vives en nuestros corazones y en nuestros pensamientos.

A mi tío Hugo, mi tía Rosa, mi tío Sergio y a mi tío Mayel les doy mil gracias por apoyarme para concluir mis estudios aunque esto no sea más que el comienzo.

A mi segunda hermana / amiga, quiero decirle que está construyendo algo importante en su vida y que no lo abandone, no abandones tus sueños. Lucha por lo que quieres de corazón, lbeth!

Zhul: nos conocimos a los 16 años y comenzamos una amistad muy especial. Hemos pasado por varios cambios e innumerables historias que contar...

Su: gracias por esta lucha que decidiste emprender conmigo hombro con hombro, hace más de dos años. Estoy segura que no hay en el mundo quien lo hubiera hecho mejor que tú.

Mis amigos de la prepa y de la universidad que llevaré en el corazón y que contribuyeron y vivieron este pequeño-gran logro.

Eddy

Diciembre 2007

AGRADECIMIENTOS

A

JUDITH HERNANDEZ DON JUAN

JORGE CABRERA QUIÑONEZ

POR SER LA FUERZA QUE ME
IMPULSA A SEGUIR DIA A DIA,
POR SU APOYO Y ETERNO
AMOR QUE HOY DIA ME HACEN
SER LA PERSONA QUE SOY.

LOS AMO.

AGRADECIMIENTOS

A mis padres, sabiendo que nunca terminaré de agradecer la confianza depositada en mi, quiero que sepan que el objetivo logrado también es suyo. El esfuerzo y sacrificio valieron la pena.

A mis hermanos, Lee, gracias por ser como eres; Jorge, por los consejos y el apoyo incondicional que siempre me has brindado.

A la UNAM, la Facultad de Economía, mi mas profundo agradecimiento. La Lic. Rosa Maria García Torres, por sus consejos, orientación y conocimientos, pero sobretodo por su amistad pues sin usted la culminación de este proyecto no sería posible. Al Mtro. Jesús Sánchez Arciniega, por su amabilidad y conocimientos que enriquecieron este trabajo.

A familiares y amigos, especial agradecimiento, pues de alguna forma contribuyeron a la realización de este trabajo: Mtrs. M.C.Q. y E.H.D J. por su confianza y apoyo constante, a A.L.D.C. por el gusto de haberte conocido.

A Eddy, por compartir este proyecto, sabes que sin ti no lo hubiera logrado. Gracias por tantas experiencias vividas y tantas lecciones aprendidas.

A F.A.M. Gracias por creer en mí, por tu apoyo incondicional y por siempre estar ahí. Gracias amor por ser la luz que ilumina mi existir.

S.Z.C.H.

Diciembre 2007

CONTENIDO

INTRODUCCION

1.	MARCO CONCEPTUAL	4
1.1.	Introducción	4
1.2.	Definición de cluster	4
1.3.	Clasificación de los clusters	9
1.4.	Ventajas y desventajas de los encadenamientos productivos	11
1.5.	Teorías de Competitividad	12
1.5.1.	Teoría del diamante	13
1.5.2.	Teoría de las Cinco Fuerzas	15
1.6.	Conclusiones	18
2.	PANORAMA ACTUAL DE LA INDUSTRIA EN MÉXICO	19
2.1	Introducción	19
2.2	Antecedentes de la Industria en México	21
2.3	Situación de las Empresas en México (1998-2000)	28
2.4	Composición de las Empresas en México	31
2.5	Clusters Nacionales	33
2.6	Encadenamiento productivo en el estado de Guadalajara	36
2.7	Conclusiones	39
3.	SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO	40
3.1	Introducción	40
3.2	Introducción al Sector Turístico	40
3.3	Importancia del Sector Turístico a nivel mundial	46
3.3.1.1	Ingresos Turísticos Mundiales	48
3.4	El Sector Turístico en México	49
3.4.1	El Sector Turístico en la Economía Mexicana	53
3.5	Conclusiones	67
4.	IMPLEMENTACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN EL ESTADO DE CHIAPAS	69
4.1	Introducción	69
4.2	El Estado de Chiapas	69
4.2.1	Características Geográficas de Chiapas	70
4.2.1.1	Clima en el Estado de Chiapas	70
4.2.1.2	Orografía y Fisiografía en el Estado de Chiapas	71
4.2.1.3	Hidrografía, Agricultura y Vegetación en el Estado de Chiapas	73
4.2.1.4	Vías de Comunicación en el Estado de Chiapas	74
4.2.2	Características Socio- Económicas en el Estado de Chiapas	75
4.2.2.1	Población Hablante de Lengua Indígena en el Estado de Chiapas	76
4.2.2.2	Población Ocupada en el Estado de Chiapas por Rama de Actividad Económica	77
4.2.2.3	Población Económicamente Activa y Producto Interno Bruto en el Estado de Chiapas	79
4.2.2.4	Actividad Turística en el Estado de Chiapas	82
4.2.2.5	Actividad Hotelera en el Estado de Chiapas	83
4.2.3	Regiones Económicas en el Estado de Chiapas	85
4.2.4	Rutas Turísticas dentro del Estado de Chiapas	95
4.3	Región VI Selva en Chiapas	97
4.3.1.1	Población en la Región VI Selva.	98

4.4	Diagnóstico Especifico de la Región VI	107
4.4.1	Municipio de Benemérito de las Américas	107
4.4.1.1	Clima y Principales Ecosistemas	107
4.4.1.2	Población y Grupos Étnicos	108
4.4.1.3	Características Económicas	108
4.4.2	Municipio de Chilón	108
4.4.2.1	Clima	109
4.4.2.2	Principales Ecosistemas	109
4.4.2.3	Población y Grupos Étnicos	109
4.4.2.4	Turismo en la región Atractivos Turísticos	109
4.4.2.5	Características Económicas	110
4.4.3	Municipio Marqués de Comillas	110
4.4.3.1	Población y Grupos Étnicos	110
4.4.3.2	Atractivos Turísticos	111
4.4.3.3	Características Económicas	112
4.4.4	Municipio Salto de Agua	112
4.4.4.1	Clima y Principales Ecosistemas	112
4.4.4.2	Población y Grupos Étnicos	113
4.4.4.3	Atractivos Turísticos	113
4.4.4.4	Características Económicas	114
4.4.5	Municipio de Tila	114
4.4.5.1	Clima y Principales Ecosistemas	114
4.4.5.2	Población y Grupos Étnicos	114
4.4.5.3	Atractivos Turísticos	115
4.4.5.4	Características Económicas	115
4.4.6	Municipio de Yajalón	115
4.4.6.1	Clima y Principales Ecosistemas	116
4.4.6.2	Población y Grupos Étnicos	116
4.4.6.3	Atractivos Turísticos	116
4.4.6.4	Características Económicas	116
4.4.7	Municipio de Catazajá	117
4.4.7.1	Clima y Principales Ecosistemas	117
4.4.7.2	Población y Grupos Étnicos	117
4.4.7.3	Atractivos Turísticos	118
4.4.7.4	Características Económicas	118
4.4.8	Municipio de Ocosingo	119
4.4.8.1	Clima y Principales Ecosistemas	119
4.4.8.2	Población y Grupos Étnicos	120
4.4.8.3	Atractivos Turísticos	120
4.4.8.4	Características Económicas	124
4.4.9	Municipio de San Juan Cancuc	124
4.4.9.1	Clima y Principales Ecosistemas	124
4.4.9.2	Población y Grupos Étnicos	124
4.4.9.3	Características Económicas	124
4.4.10	Municipio de Tumbalá	125
4.4.10.1	Clima y Principales Ecosistemas	125
4.4.10.2	Población y Grupos Étnicos	125
4.4.10.3	Atractivos Turísticos	125
4.4.10.4	Características Económicas	126
4.4.11	Municipio de La Libertad	127

4.4.11.1	Clima y Principales Ecosistemas	127
4.4.11.2	Población y Grupos Étnicos	127
4.4.11.3	Atractivos Turísticos	127
4.4.11.4	Características Económicas	128
4.4.12	Municipio de Palenque	128
4.4.12.1	Clima y Principales Ecosistemas	128
4.4.12.2	Población y Grupos Étnicos	128
4.4.12.3	Atractivos Turísticos	129
4.4.12.4	Características Económicas	130
4.4.13	Municipio de Sabanilla	131
4.4.13.1	Clima y Principales Ecosistemas	131
4.4.13.2	Población y Grupos Étnicos	131
4.4.13.3	Atractivos Turísticos	131
4.4.13.4	Características Económicas	131
4.4.14	Municipio de Sitalá	132
4.4.14.1	Clima y Principales Ecosistemas	132
4.4.14.2	Población y Grupos Étnicos	132
4.4.14.3	Atractivos Turísticos	132
4.4.14.4	Características Económicas	133
4.5	Matriz FODA	133
4.6	Desarrollo del Cluster Turístico en el Estado de Chiapas	135
4.7	Conclusiones	145
5.	CONCLUSIONES	147
5.1	Recomendaciones	148

INTRODUCCIÓN

En el contexto global actual la industria se encuentra bajo un escenario de liberalización comercial, que ha traído consigo fuertes impactos económicos en diversos países, sobre todo en aquellos países en desarrollo. De tal modo que la globalización (entendida como el aumento en la interdependencia de los diferentes países del mundo que unifica mercados, modos de producción, movimientos de capital, sociedades y culturas) aparece como aquel factor que impacta de manera severa a las empresas.

Detectando esta necesidad en la industria de la transformación se han formado cadenas productivas para el mejoramiento y potencialización de las empresas, mejorando su productividad, incrementando su rentabilidad, lanzándolas a la competitividad y fomentando el desarrollo de su tecnología.

La historia de la industria en México en las últimas dos décadas muestra la gran necesidad de integración con el exterior. La primera situación crítica para el desarrollo de la industria lo vivió con la sustitución de importaciones, este desacierto le costó al país enormes atrasos, sobre todo tecnológicos. La maquinaria obsoleta que se manejaba llevaba a la empresa a no estar en su total capacidad de producción ocasionando con ello que aquellas contingentes de campesinos que viajaban a la ciudad en busca de empleo se quedaran con las manos vacías. Fue entonces cuando la agricultura fue tema crucial, la tierra estaba siendo abandonada y la producción día a día era más baja. Ni decir lo que vivía la Balanza comercial con el aumento de las importaciones.

Por otro lado, el turismo ha mostrado avances significativos desde la segunda guerra mundial, de hecho desde ese entonces no se han registrado bajas en las llegadas internacionales hacia nuestro país. El turista pues experimenta, con el paso del tiempo, mayores posibilidades de viajar y de saber cuales son los atractivos turísticos más reconocidos del mundo.

La idea de escribir este proyecto nació de la detección del potencial turístico de México, los alcances y la gran capacidad de desarrollo dentro de este ramo en contraste con la industria de la transformación. Consideramos que para impulsar el sector turístico, la implementación de un cluster es herramienta fundamental para el logro de los objetivos, cuyo principal consiste en el crecimiento y desarrollo de la economía como alternativa.

El atractivo turístico de México convoca a un considerable número de turistas de cualquier parte del mundo, principalmente por sus playas y zonas arqueológicas. Un Estado con grandes oportunidades es Chiapas; sus playas, sierras, sus cuerpos de agua, sus selvas, la fauna, etc., se enlistan para tener mil y un motivos para visitar el Estado.

Estos atractivos pueden ser aprovechados para llevar a cabo una adaptación de los clusters implementados en el sector industrial al sector servicios. Es decir, la hipótesis surge del siguiente planteamiento: si la implementación de clusters ha estado enfocada en la industria de la transformación provocando

beneficios en producción, competitividad, mayores ingresos, etc., entonces este mismo enfoque puede aplicarse al sector servicios, generando mayores ingresos, competitividad, mayor oferta de empleo y un mejor desempeño para no solo mantener sino mejorar la actividad económica del sector.

La conformación del cluster en el sector turístico se realizaría a través de la integración de empresas hoteleras, restaurantes, así como empresas dedicadas al fomento de la cultura con la finalidad de lograr el mejor desempeño de la actividad en determinada región y que beneficiaría, por ende, a la economía en su conjunto.

Con esta idea se plantea el objetivo general de este trabajo: evaluar la viabilidad de la conformación de clusters en el sector turismo a fin de comprobar el efecto que tienen sobre el crecimiento económico. Y planteando como objetivos particulares:

- Definir que es un cluster, señalar las ventajas y desventajas de un cluster así como los factores que en él intervienen.
- Identificar la situación actual de las empresas turísticas dentro de la economía mexicana.
- Resaltar la importancia del sector turismo.
- Evaluar la factibilidad que tiene la implementación de clusters en el sector turismo en determinada región.

Con base en estos objetivos el trabajo se ha dividido de la siguiente forma:

En un primer Capítulo se recopilaron los conceptos de cluster con la intención de valorar las ventajas y desventajas que conlleva la implementación de estos agrupamientos productivos. Así como las teorías de competitividad que están muy relacionadas con el tema de los clusters, pues es uno de los principales objetivos sobre el tema.

Conociendo los conceptos básicos de los clusters y de competitividad se da paso al tema de la industria en México, sus antecedentes y el panorama actual, para tener un panorama sobre la historia de la industria mexicana. De esta manera se pretende exponer cuál fue la experiencia que atravesó el cluster en el ramo de la transformación para tener el comparativo entre éste y el proyecto propuesto. El cluster nacional, que citamos en el Capítulo 2, fue el caso de la industria del calzado en Guadalajara, cuyo cluster fue de los más destacados sobre el tema.

Así como se expuso la situación de la industria mexicana, es igual de necesario entender la situación del sector turístico, no sólo su importancia y su impacto a nivel nacional si no mundial, para ello se recopiló información al respecto para plasmarlo en el Capítulo 3. La actividad turística en nuestro país cuenta con una virtud muy valiosa: la integración de México con el resto del mundo, he de ahí sus posibilidades de desarrollo. Estas posibilidades de desarrollo deben planificarse concienzudamente, obviamente con una proyección a largo plazo.

En el último Capítulo, una vez revisado a grandes rasgos el sector turístico, se empieza a hablar sobre lo que en este trabajo es el objeto de estudio: la implementación de un cluster turístico en el Estado de Chiapas. Se inicio con un panorama general a cerca del clima, orografía, hidrografía, agricultura, vías de comunicación. Así como también sobre las características socio-económicas, actividad hotelera y por supuesto, la actividad turística del Estado.

El estudio de este último capítulo, nada sencillo, empezó por la división en regiones, para facilitar el campo de estudio, por lo que se examinaron los municipios de la región seleccionada, que fue la Región VI Selva. El estudio de los municipios se concentró en la matriz FODA que representa un gran esfuerzo por encerrar las características clave del Estado. Y así, teniendo la información necesaria para el proyecto llegar al objetivo inicialmente planteado: desarrollar un cluster turístico en el Estado de Chiapas, en específico en la Región VI Selva.

CAPÍTULO 1

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1. Introducción

Desde finales del siglo pasado se ha mostrado una clara relevancia de la territorialidad a consecuencia del proceso de globalización, pues la globalización ha dejado en claro que la competitividad es un factor determinante para permanecer dentro del mercado, por ello muchas empresas han buscado una nueva forma de organización para hacer frente a las demandas del mercado y por supuesto para impulsar su desarrollo. De esta articulación se ha comprobado la importancia del desarrollo territorial pues las diferencias de regiones dentro de un país pueden impactar de manera distinta el desarrollo económico, aprovechando y potencializando las características de cada una. Por tanto, el territorio representa el lugar donde las relaciones mercantiles dan pauta a una nueva organización en la producción beneficiando a las empresas participantes acrecentando su competitividad y a la vez requiriendo su cooperación, agrupando a estas empresas participantes denominando al conjunto de estas como clusters.

Dentro de este primer capítulo se exponen algunos conceptos clave para entender los clusters y se citará con frecuencia a autores y teorías que han aportado planteamientos como primera aproximación al tema. Por supuesto que se expondrán las ventajas y desventajas que implican la implementación de tales agrupaciones pues son importantes para la toma de decisiones para su realización, del mismo modo se hará referencia a la clasificación de dichos cluster así como la aportación de Porter a las teorías de competitividad con el fin de vincular los elementos que puedan dar pie a la formación de un agrupamiento productivo.

1.2. Definición de cluster

1.1 Definición de Cluster

Muchos han sido los personajes que han tratado con especial atención la eficiencia industrial. Para hablar sobre clusters es necesario comenzar por los antecedentes que dan pie a la definición como tal, por ello se inicia con Adam Smith cuya principal aportación a la teoría económica fue la división del trabajo.

Es importante mencionar que para Adam Smith existían condiciones en el aumento de la producción que eran: “primera, de la mayor destreza de cada obrero en particular; segunda, del ahorro de tiempo que comúnmente se pierde al pasar de una ocupación a otra, y por último de la invención de un gran número de máquinas, que facilitan y abrevian el trabajo, capacitando a un hombre para hacer la labor de muchos.”¹ Estas circunstancias impactan positivamente la

¹ Smith, Adam. “Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.” FCE, México, 1994, pág 11.

eficiencia productiva, y el intercambio o comercio, de ahí que su aportación sea definitivamente relevante en el tema que nos compete.

Alfred Marshall (en su libro *Principios de economía*, de 1920) es otro exponente importante sobre el tema; Marshall destaca la importancia de las aptitudes y conocimientos para alcanzar una organización eficiente dotando al trabajador de la mejor maquinaria. Y con respecto a la especialización del trabajo él mismo dice: “nadie ignora el hecho de que la práctica conduce a la perfección”², es decir, a medida de que una operación se repita “n” número de veces esa actividad se realizará mucho mejor que en un principio, pues dota al individuo que la realiza de agilidad y de especialización.

A partir de su exposición anterior, Marshall va de lo particular a lo general, pues de tales aspectos individuales del ser humano saca su inspiración para hablar sobre la industria localizada. Los antecedentes de la industria de la que habla Marshall se encuentran en donde cada localidad dependía de los recursos generados por la región, de modo que la mayoría de los recursos de los que disponían eran producidos en la misma localidad en donde se encontraba una población. Pero la dotación de recursos era insuficiente para el individuo ahora con nuevas necesidades y los nuevos bienes, que le eran indispensables, se encontraban a distancias considerables. “Una industria concentrada en ciertas localidades se designa con el nombre de «industria localizada» [...] Esta localización elemental de la industria fue preparando el camino para muchos de los modernos desarrollos de la división del trabajo en las artes mecánicas y en las tareas de la dirección de empresas.”³

De acuerdo con Alfred Marshall, un distrito industrial se caracteriza por el desarrollo de economías externas por medio de las empresas pero internamente a través de distritos. Los distritos industriales «marshallianos» se identifican con los siguientes puntos:

- Con respecto a su estructura económica:
 - (1) La proximidad espacial de empresas;
 - (2) La especialización en el mismo sector;
 - (3) La división del ciclo de la producción en las fases;
 - (4) La diferenciación y consumo de los productos;

- Con respecto a la estructura social:
 - (1) La existencia de un sistema de valores comunes como la labor ética, el alto riesgo y las propensiones salvadoras;
 - (2) El sentido de comunidad;
 - (3) La existencia de una red institucional que favorezca la difusión y transmisión de valores.

² Marshall, Alfred. “Principios de Economía.” Editorial El Consultor Bibliográfico, Barcelona, España, 1954, pág. 348.

³ Ibidem... pág 370

A lo anterior hay que agregar que la localización de la industria está determinada por las condiciones físicas como la naturaleza, el clima y el suelo. De esto depende que una empresa logre ser mejor que otra u otras, pues su posición geográfica la coloca en ventaja.

Es importante señalar la importancia que tiene el hecho de que dichos distritos industriales tratados por estos autores son aptos para el sector manufacturero en ramas como la textil, calzado, cerámicas, instrumentos musicales, juguetes y bienes deportivos, tal como se realizaron en Italia.

Giacomo Becattini en 1970, basándose en el proceso de industrialización que se vivía en Italia, introduce el concepto de distrito industrial guiándose en los trabajos realizados por Alfred Marshall: "Un distrito industrial es una entidad socio-territorial caracterizada por la activa presencia de una comunidad de personas y además por una población de empresas en un área estrechamente relacionada natural e históricamente".⁴

En su investigación, Becattini enfatiza el origen socio-económico del concepto, en donde resalta la importancia de la existencia de una comunidad local caracterizada por un sistema de valores y opiniones relativamente homogéneas, lo que constituye uno de los requerimientos en el desarrollo de los distritos industriales. Dichos valores son esparcidos dentro de los distritos industriales y transmitidos a su vez, de generación en generación a través de distintas instituciones como la familia, el gobierno, la escuela e incluso la iglesia.

Roberta Rabelotti, en su curso PYMES, Distritos Industriales y Cadenas de Valor, propone cuatro elementos para definir un distrito industrial que implica factores espaciales y territoriales, culturales y sociales, organizacionales y económicos, y políticos e institucionales:

1. Un agrupamiento de pequeñas y medianas empresas que se encuentren espacialmente concentradas y territorialmente especializadas.
2. Una fuerte, relativamente homogénea, experiencia cultural y social que una a los agentes económicos creando un código de comportamiento común muchas veces aceptado explícitamente y otras implícitamente.
3. Una intensa unión, hacia atrás, horizontal y laboral, basado en el intercambio, tanto en el mercado como en el no mercado, de bienes, servicios, información y personas.
4. Una red local de instituciones públicas y privadas que apoyen el agrupamiento de los agentes económicos.⁵

La eficiencia industrial ha sido una necesidad para la empresa debido a los cambios que la economía global impone con el paso del tiempo. Uno de los cambios más significativos de la historia lo encontramos en la década de los años ochenta con el nuevo paradigma tecnológico industrial que junto con la computación y las telecomunicaciones replantearon la forma de producción.

⁴ Rabelotti, Roberta. "PYMES, Distritos Industriales y Cadenas de Valor." Universidad de Piemonte Orientale, Italia. Curso Primavera 2003. pág. 17.

⁵ Ibidem.. pág. 23.

Las grandes empresas, refiriéndonos a las transnacionales, comenzaron a darse cuenta de la importancia de la interrelación entre sus proveedores y subcontratistas, es decir, la relevancia que tienen estos personajes para sostener a la empresa en la elaboración de un bien final. Desde esta perspectiva, las empresas transnacionales dependen de distintos puntos geográficos de los cuales tiene la necesidad de adquirir materia prima e insumos, producir o distribuir. De tal suerte que la empresa transnacional se encuentra ubicada en un país "x", recibirá su materia prima del país "y", mientras que el país "z" proporciona los insumos necesarios para su transformación, y por último distribuirá a distintos países el producto final.

Del anterior proceso productivo es de donde surgen los encadenamientos productivos, que se define como la "relación entre procesos, productores y proveedores y/o compradores"⁶ donde figuran tanto empresas grandes como micros, pequeñas y medianas empresas (mipymes) siendo éstas últimas las que más relevancia han tomado en este asunto en los últimos años. Dichos encadenamientos son los efectos indirectos sobre la producción, el ingreso, el empleo, los impuestos, los recursos, o los cambios ambientales en industrias conexas, ofertantes o demandantes de una industria dada, causados por cambios exógenos en ella. Los encadenamientos pueden ser de dos tipos: hacia atrás o bien hacia adelante.

Los encadenamientos hacia atrás dependen, tanto de factores de demanda (la elasticidad de la demanda derivada de insumos y factores) como de su relación con factores tecnológicos y productivos (el tamaño óptimo de la planta y la similitud entre la tecnología utilizada en la producción del bien final y la producción del insumo).

Una empresa encontrará incentivos para llevar a cabo encadenamientos hacia atrás cuando la tecnología utilizada para su producción puede también ser utilizada en la producción del insumo. Existen otros factores propios de la empresa o la industria que aumentan los beneficios de llevar a cabo una integración hacia atrás: alta inelasticidad de la demanda de recursos, existencia de economías de escala en la producción del bien final y mala relación con los proveedores.

El desarrollo de los encadenamientos hacia adelante depende en gran medida de la similitud tecnológica entre la actividad extractiva y la de procesamiento. Mientras mayor sea la similitud, mayor será el aprendizaje y más fuerte el impulso hacia adelante; mientras mayor sea la distancia tecnológica entre las actividades, menores serán el aprendizaje y el impulso.

Sin embargo, las facilidades de comunicación y transporte que existen en las economías desarrolladas y en algunas de las economías en desarrollo permiten que empresas que no se encuentran en una misma localización espacial puedan formar parte de las cadenas productivas por medios virtuales o mediante canales alternos de comunicación, transporte y entrega de materias primas. El

⁶ Sanchez Arciniega, Jesús. "Ensayo sobre Clusters", FE, UNAM, 2006.

acercamiento de las relaciones entre empresas que se encuentran en diferentes puntos geográficos depende en gran medida de la eficiencia de los medios de transporte, los canales de distribución, los medios de comunicación, los sistemas de traslado de información y de la existencia física de vínculos entre los participantes.

Michael Porter, fue quién introdujo el término cluster para describir concentraciones geográficas de empresas especializadas en donde el aumento de la productividad y la eficiencia, la reducción de costos de transacción, la aceleración del aprendizaje y la difusión del conocimiento se justifican por su dinámica de interacción.

Schmitz los define como un “grupo de pequeños productores que elaboran el mismo bien o productos similares en una misma área geográfica la cercanía de unos con otros facilita una serie de desarrollos (que pueden o no ocurrir): la división del trabajo y la especialización de los pequeños productores; el surgimiento de proveedores de materias primas o componentes, maquinaria nueva y usada; la presencia de agentes que venden en los mercados nacionales e internacionales; la aspiración de prestadores de servicios especializados en aspectos técnicos, financieros y administrativos; grupos de trabajadores con habilidades específicas; acción colectiva entre los productores locales, la cual puede ser de dos tipos: cooperación entre firmas individuales o grupos de firmas que trabajan en conjunto bajo la forma de asociaciones o consorcios.”⁷

El surgimiento de un cluster es muchas veces a consecuencia de la competencia que existe en el mercado por un bien, lo que lleva a las empresas a conformar redes de trabajo donde el proceso de producción y distribución estará dado por las relaciones sociales que se establezcan entre estas y por el entorno local donde se establece el cluster, aspectos que serán decisivos para el desempeño del mismo. De acuerdo a Jesús Sánchez Arciniega un cluster puede definirse como “varios sectores desde sus cadenas productivas se unen para formar redes sociales y de producción en torno a uno o más sectores estratégicos”⁸.

Las relaciones existentes entre cada uno de los sectores se conocen como enlaces, dichos enlaces pueden ser fuertes o débiles, o bien existir servicios conexales. El enlace fuerte es aquel que se da entre empresas que pueden subsistir con o sin la integración al cluster; sin embargo, los beneficios alcanzados en la interacción del mismo son mayores. Es decir, el enlace fuerte incluye aquellas empresas que no dependen una de la otra para poder existir.

El enlace débil se refiere a las relaciones entre empresas que se encuentran alejadas del espacio geográfico donde se pretende implementar el cluster; sin embargo, pudieran llegar a beneficiarse con la derrama económica propiciada por el mismo.

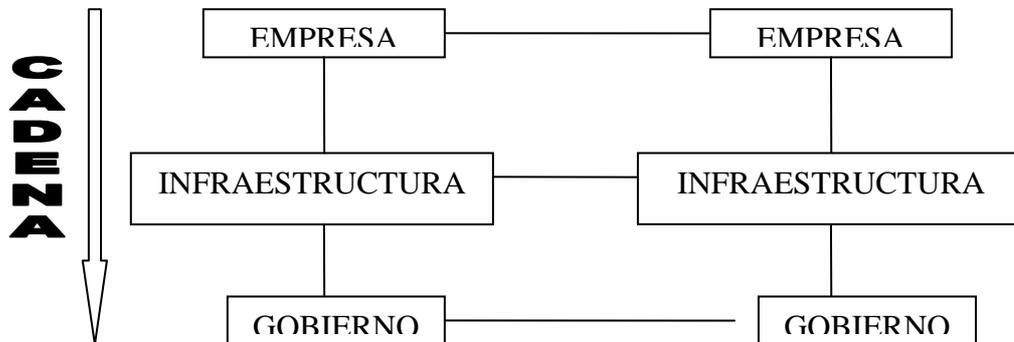
El servicio conexal, es aquel proporcionado en determinado momento por el gobierno y que de no ser así, la implementación del cluster no se vería afectada

⁷ Schmitz, Hubert. “Collective efficiency and increasing returns”. Cambridge Journal of Economics, 1999, pág. 466.

⁸ Sánchez Arciniega, Jesús. “Ensayo sobre Clusters”, FE, UNAM, 2006.

pues si de él no obtiene los recursos necesarios, la llegada de los mismos por parte de otros estados o países, será inminente.

Figura 1 ESTRUCTURA CLUSTER



Fuente: Elaboración propia.

Los complejos productivos traen grandes ganancias de productividad al conjunto de industrias y establecimientos conexos. Tales ganancias se internalizan al nivel de la industria, pero continúan siendo externalidades para las firmas que las aprovechan.

Aún y con todo lo expuesto no hay elementos precisos de los que se puedan echar mano como garantía de éxito de un cluster debido a que los agrupamientos no son iguales, ya que pueden diferir en el sector económico, situación económica del país, interrelación entre las empresas, y un sin número de factores que inciden en el desarrollo del encadenamiento.

Así pues la implementación de un cluster no es fácil, cada empresa que lo compone puede tener intereses distintos que pueden representar obstáculos para el desarrollo de las demás, por ello es primordial que cada empresa participante esté convencida de trabajar conjuntamente para alcanzar los beneficios deseados.

1.3. Clasificación de los clusters

La clasificación de los clusters se da a partir del propósito de su formación y de las relaciones de cooperación Inter-empresarial, en el enfoque cluster basado en la interdependencia se parte de la idea de que los actores son y tienen requerimientos diferentes y de que las competencias o productos de unos son necesarios para la producción o innovación de los otros.

En el enfoque cluster basado en la similitud, se agrupan las actividades económicas que presentan condiciones o requerimientos equivalentes: en investigación, habilidades de mano de obra, proveedores especializados, etc.

Esta distinción entre los enfoques basados en la interdependencia y la similitud guarda mucha relación con la clasificación que hace Schmitz en clusters verticales y horizontales.

“Es posible identificar diferentes niveles y formas de integración. La forma mas básica de representar la cooperación es de manera lineal hacia atrás o hacia adelante: cuando los fabricantes deciden establecer nexos más estrechos con los proveedores locales de insumos, se dice que es una cooperación hacia atrás, o bien puede estrechar nexos con los distribuidores de su producto, en cuyo caso recibe el nombre de integración hacia adelante”⁹

Cuadro 1
CLASIFICACIÓN DE COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL

Cooperación	Bilateral	Multilateral
<i>Horizontal</i>	Se comparte el equipo	Sociación sectorial.
<i>Vertical</i>	Mejoras en los componentes por parte del productor y el usuario	Alianza en torno a una cadena de valor local.

Fuente: Elaboración propia.

En la cooperación de tipo vertical se encuentran empresas situadas en diferentes segmentos del proceso de producción (franquicias, concesión comercial, contrato de distribución, relaciones de subcontratación); en tanto que en la cooperación horizontal participan empresas en el mismo nivel de producción (empresas conjuntas, contratos de investigación y desarrollo, convenios de colaboración, acuerdos de adquisiciones y exportación).¹⁰

Para la cooperación de tipo vertical se destaca una red de proveeduría, ésta se forma a partir de empresas de diversos tamaños que se encargan de proveer materias primas o insumos, es decir, se hacen cargo de una parte del proceso productivo del que se en carga una empresa más grande.

Pero estas no son únicas clasificaciones para las agrupaciones empresariales, por ejemplo, Chesnais expone una asociación distinta a la hecha por Schmitz, resultando las siguientes:

1. Alianzas de producción de conocimiento. Las empresas participantes realizan investigaciones para las diferentes fases del proceso productivo y como común acuerdo dan a conocer los resultados que obtuvieron.
2. Alianzas de comercialización de bienes y servicios. Las empresas minimizan los riesgos para entrar a un mercado compartiendo los riesgos al dividir los gastos de publicidad, permisos gubernamentales, así como también comparten el equipo de transporte y los canales de distribución.

⁹ Schmitz, Hubert. “¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de clusters industriales en el sur de Asia y América Latina” en El Mercado de Valores, México No. 9/Septiembre, Nacional Financiera, pág. 7

¹⁰ Delgado Trejo, Celene. “Integración de cadenas productivas en México; una alternativa de política industrial”. 2002, pág. 25.

3. Alianzas de intercambio tecnológico. Pueden acordar la sola transferencia de la tecnología o acordar en conjunto una investigación de innovación y desarrollo.
4. Alianzas para proyectos de cooperación en investigación con universidades. Se trata de proyectos que establecen y financian las empresas dentro de las universidades, ya sea con o sin apoyo gubernamental con el fin de innovar en las distintas fases de la producción.

1.4. Ventajas y desventajas de los encadenamientos productivos

Dentro de los clusters destaca por su importancia el intercambio de conocimientos a través de la implementación de acuerdos de desarrollo e investigación con el fin de reducir tanto costos como riesgos que surgen en el transcurso del proceso; facilitando un mejor acceso a los recursos financieros y tecnológicos reduciendo de esta manera algunas etapas en el proceso de innovación de productos.

Cabe destacar que el cluster encuentra en su conformación la posibilidad de una mayor competitividad dentro del mercado así como su permanencia en éste. Krugman señala la importancia de la localización de la industria, mencionando las siguientes ventajas:

- a) La concentración de mano de obra especializada que beneficia tanto a los obreros como a las empresas.
- b) Proveedores especializados que pueden respaldar la producción y los servicios.
- c) Desarrollo tecnológico.

Sin embargo, a los puntos anteriores se podría agregar:

- d) Coordinación de recursos empresariales de países avanzados con proveedores y subcontratistas de países recién industrializados.
- e) Potenciar los recursos que se encuentren en la zona.
- e) Impulso al desarrollo industrial.
- f) Aumento de competitividad de las empresas participantes.
- g) Impulsa el desarrollo de la región.
- h) Lograr un producto de buena calidad.

A pesar de las ventajas también existen riesgos, desventajas que existen en las clusters:

- a) Los beneficios resultan ser mayores en empresas líderes al no existir el mismo nivel de competitividad que existe entre los proveedores (mayormente en mipymes).
- b) Que la integración, al no lograrse, puede llevar a la quiebra de las empresas.

- c) Las empresas participantes no gozan de exclusividad acarreado con ello el riesgo de su permanencia en la cadena.
- d) Excluye las áreas rurales.
- e) Se prefiere a las empresas especializadas.

El nivel de competitividad dentro de un cluster puede resultar más complejo que su formación, pues hay que procurar que al interior de este exista compradores domésticos sofisticados, dotación de conocimientos técnico, personal especializado, así como rivalidad local combinando ventajas competitivas como economías de escala, redes de distribución bien localizadas y prestigios de marca. Un cluster pierde su ventaja competitiva cuando es difícil que las condiciones socioeconómicas soporten y estimulen la inversión e innovación en la generación de nuevos y mejores productos, además de:

- a) Deterioro de las condiciones de los factores.
- b) Disparidad entre la demanda nacional y la externa.
- c) Compradores locales poco exigentes.
- d) Cambio tecnológico.
- e) Pérdida de flexibilidad para adaptarse.
- f) Falta de rivalidad doméstica.

Cuando la problemática no se soluciona a tiempo es probable que la competitividad del cluster se pierda por completo ya que si un elemento no funciona correctamente es evidente que los demás determinantes tampoco lo harán, pues evitan que el factor en conflicto recupere su posición competitiva.

1.5. Teorías de Competitividad

Actualmente la empresa nacional e internacional encuentra un mercado altamente competitivo como reflejo de una economía más liberal.

A finales de los años ochenta la teoría tradicional de la competitividad, que consideraba los factores de la producción y los recursos naturales, ya no era apta para explicar el desarrollo de una economía industrializada.

Michael Porter realizó una investigación en donde analiza las causas de la competitividad en los países. Dicha investigación da como resultado las teorías del Diamante y Las Cinco fuerzas que a continuación se describen.

1.5.1. Teoría del diamante

El planteamiento de Michael Porter del porqué las empresas de algún país tienden a una innovación constante y buscan siempre ventajas competitivas, lo llevó a exponer su teoría del Diamante.

Esta teoría afirma que aquellos atributos de un país influyen de manera importante el entorno económico, lo que favorece o impide la creación de ventajas competitivas a largo plazo. En el marco donde aparecen las ventajas competitivas aparecen cuatro atributos que son: 1. Condiciones de los factores: 2. Condiciones de la demanda: 3. Empresas relacionadas horizontal y verticalmente y 4. La Estructura y rivalidad de las industrias.

a) Condiciones de los Factores

Este es el primer atributo del diamante. Los factores se separan en generales contra especializados y en básicos contra avanzados. Los factores generales son comunes a todas las industrias y por lo tanto no generan ventajas sostenibles, mientras que los factores especializados-infraestructura, investigación y desarrollo, educación, habilidades, tecnología de punta-, son específicos para cada industria, el difícil acceso a estos factores contribuye a la creación de ventajas competitivas

El desarrollo de factores básicos no requiere gran esfuerzo. Por ello son de fácil acceso para los competidores. Los factores avanzados, en cambio, requieren niveles de inversión elevados, recursos humanos calificados y una infraestructura moderna y eficiente.

Por tanto, es necesario fomentar los factores avanzados y especializados para obtener ventajas competitivas significantes.

b) Condiciones de la demanda

Otro atributo importante es contar con “demanda local sofisticada”, ya que representa un poderoso incentivo para desarrollar una posición sólida internacionalmente. Esto estimula a que las empresas introduzcan nuevos productos en el mercado con mayor rapidez. Los consumidores locales pueden ayudar a las empresas a obtener ventajas si sus necesidades anticipan las tendencias del mercado globales.

La demanda se compone de tres elementos significativos: 1) naturaleza de las necesidades de los clientes locales (nivel de sofisticación); 2) tamaño y patrón de crecimiento del mercado interno, 3) mecanismos a través del cual las necesidades de los compradores locales están relacionadas con las empresas internacionales.

La importancia de la demanda no se define por su tamaño, sino por su composición y características. La sofisticación de los productos y la oportunidad con que se introduzcan al mercado dependerán de las características de la demanda interna. Normalmente los mercados sofisticados permiten que las empresas identifiquen las necesidades de sus consumidores, y éstos, a su vez, brindan retroalimentación oportuna sobre la calidad del producto.

c) Empresas relacionadas horizontal y verticalmente

El tercer atributo es lo que Porter denomina como clusters de empresas competitivas internacionalmente, que surgen por la relación entre diferentes industrias. Las empresas nacionales se benefician cuando sus proveedores son competidores globales. La presencia de empresas horizontalmente relacionadas e internacionalmente competitivas representa una fuente importante de ventajas competitivas; esta importancia se hace notar cuando la interdependencia de estas empresas integrantes de un cluster se hace cada vez con más fuerza. Por ejemplo el éxito de una empresa a nivel internacional puede representar un efecto multiplicador sobre la demanda de un producto complementario, ya que dentro de la cadena realizan productos complementarios.

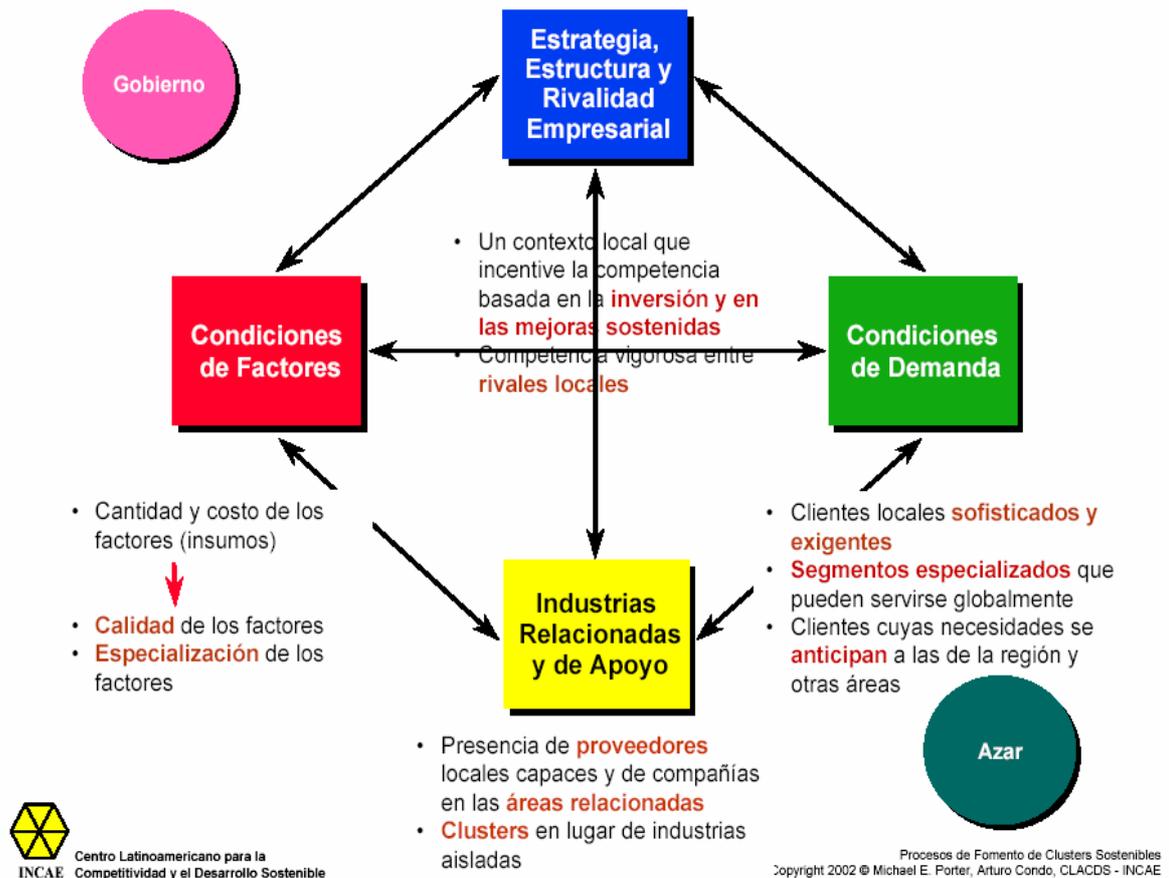
d) Competencia o rivalidad interna.

El último, y probablemente más importante de los cuatro atributos, se relaciona con la intensidad de la rivalidad interna, la cual obliga a las industrias a competir en forma más agresiva, innovadora y a adoptar una actitud "global". La mayor rivalidad, determina que las empresas tiendan a expandirse a otros mercados con mayor prontitud que en aquellos países donde estos patrones no existen.

Hay un elemento adicional acerca de la rivalidad. La rivalidad interna es mucho más fuerte que la pura competencia económica tradicional. La rivalidad internacional es a menudo la excusa para el proteccionismo o la intervención gubernamental, mientras que con la rivalidad interna no existen excusas. Las reglas del juego son las mismas para todos.

Dos factores que hacen que la competencia se intensifique dentro de un país son la actitud de la gente y la estructura de capital. La conducta de la gente - motivación para trabajar y desarrollar habilidades -, por ejemplo, puede influir la disposición o habilidad de la empresa para innovar y competir internacionalmente. Y las metas de la empresa a menudo reflejan las características de los mercados de capitales nacionales y las prácticas de remuneración metas individuales *versus* metas de conjunto, industrias emergentes *versus* industrias maduras.

Figura 2
La Competitividad y el Ambiente Empresarial Nacional



1.5.2. Teoría de las Cinco Fuerzas

Porter plantea un enfoque para la estrategia corporativa en 1980 en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La idea es que la corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- La rivalidad entre los competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder de negociación de los compradores.
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

Figura 3



Las cinco fuerzas de Porter se pueden desglosar de la siguiente manera:

Dentro de los participantes potenciales, los factores que influyen son las economías de escala, la diferenciación del producto, identidad de marca, costos cambiantes, necesidades de capital de inversión, acceso a los canales de distribución, ventajas absolutas de costos y represalias esperadas.

Los determinantes del poder que los proveedores ejercen son la diferenciación de insumos, costos cambiantes de proveedores, presencia de insumos sustitutos, concentración de proveedores, importancia del volumen para el proveedor, impacto que tienen los insumos en el costo o la diferenciación del producto.

Los productos sustitutos se encuentran determinados por el desempeño relativo que estos puedan ejercer en el precio, los costos cambiantes y la propensión de los compradores a sustituir.

La concentración de los compradores frente a la concentración de las empresas, el volumen de los compradores, la información de los compradores, producto sustituto, sensibilidad al precio, diferencia de producto, identidad de marca y el impacto tanto en calidad como en el desempeño del producto, forman parte de las determinantes del poder que ejercen los compradores.

Los factores determinantes de la rivalidad de los competidores dentro de la industria son el crecimiento de la industria, información compleja, diversidad de competidores barreras contra la salida, exceso inminente de la capacidad y costos fijos.

Sin embargo, no todos los factores tendrán la misma importancia y diferirán de los que son importantes, ya que el modelo de las cinco fuerzas de Porter permitirá a la empresa sobrepasar la complejidad y desarrollar los elementos que le permitan competir e innovar estrategias para así mejorar la rentabilidad

tanto de su empresa como de la industria. De este modo, el objeto principal del modelo es mejorar las probabilidades de descubrir una buena innovación estratégica.

Porter identificó seis barreras de entrada que podían usarse para crearle a la corporación una ventaja competitiva:

1. **Economías de Escala.** Supone al que las posea, ya que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultar a un nuevo competidor entrar con precios bajos
2. **Diferenciación del Producto.** Asume que si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival.
3. **Inversiones de Capital.** Considera que si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan.
4. **Desventaja en Costos independientemente de la Escala.** Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cual sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar ésta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho.
5. **Acceso a los Canales de Distribución.** En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc., lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.
6. **Política Gubernamental.** Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes.

1.6. Conclusiones

La importancia de un factor determinante como lo es la competitividad dentro de un mundo completamente globalizado, radica en que de ella depende la permanencia de muchas empresas dentro del mercado.

Por ello la conformación de encadenamientos productivos, que resulta de la necesidad de nuevos métodos de producción por parte de las empresas que le permitan competir en un mercado cada vez más globalizado, sin embargo, el que las empresas se agrupen con el objetivo de alcanzar mayor producción, menores costos y mayores ingresos no implica que dicho agrupamiento logre su cometido pues el éxito dependerá en gran medida del sector económico, en el que se implemente, la situación socio-económica y la misma interrelación de empresas, tanto grandes empresas como micro, pequeñas y medianas.

De acuerdo a las necesidades, las relaciones inter-empresariales y la condición geográfica de cada región surgirá el tipo de encadenamiento, que estará dado por empresas ya sea grandes o pequeñas dedicadas cada una a un segmento diferente de la producción de un bien: Cluster vertical, o bien empresas en el mismo nivel de producción conformando así un cluster horizontal. Tomando en cuenta que existe la posibilidad de obtener una mayor competitividad o bien poner en riesgo la permanencia de la empresa dentro del mercado.

CAPÍTULO 2

2. PANORAMA ACTUAL DE LA INDUSTRIA EN MÉXICO

Introducción

El papel del Estado fue fundamental para fomentar el desarrollo de la actividad industrial, sobre todo en la transición entre el gobierno proteccionista al liberal. Es aquí donde se gestan muchas de las situaciones que ahora vive la industria mexicana. La industria fue una antes de 1982 y muy diferente a partir del neoliberalismo.

Sin duda alguna el proceso de liberalización tardío trajo consigo muchos obstáculos por los que el desarrollo industrial del país no se ha manifestado de la manera planeada por el gobierno, sobre todo porque no se aplicaron las políticas adecuadas para su desarrollo.

El modelo de sustitución de importaciones dejó un empobrecimiento en el campo y una industria a la que todavía le falta mucho para llegar a ser exportadora y al mismo tiempo productora de mercancías de buena calidad y de bajo precio para el consumo interno.

Una economía como México, que decidió entrar al mercado mundial sin evaluar la posición económica del país ante la situación de otros, ha tenido que buscar las condiciones más favorecedoras para incorporarse al mercado global. Para hallar estas condiciones necesita incorporar tecnología, cambiar la organización del trabajo, reestructuración de la industria que sitúen al país en un estado de competitividad.

La reestructuración de la industria utilizada por algunos países en los años setenta y ochenta implicó grandes cambios, entre ellos se destacan:

- a) Reducción del tamaño de las empresas y la introducción de tecnología de punta. En la actualidad ya no se utilizan las fábricas enormes, ahora son de menor tamaño; esto afecta directamente al empleo al utilizar menor número de empleados.
- b) Producción flexible. También se le conoce como “justo a tiempo” o “cero inventarios” este mecanismo lleva a programar la producción de cierto tipo de bienes y la contratación del personal solamente es la necesaria para cubrir con esta. Un número reducido de trabajadores son de base, estos son los que reciben prestaciones y existen otros trabajadores contratados por horas que carecen de prestaciones.
- c) Proliferación de empresas subcontratadas. Éstas sólo realizan una parte del producto o algunos de los servicios que requieren las empresas. Aquí se considera el trabajo a domicilio, que al empresario le significa ahorro en maquinaria y salarios.

- d) La creación de la fábrica global. Se le llama así a las empresas transnacionales que se implantan en países tercermundistas para que realicen una fase del proceso de producción aprovechando la mano de obra barata.
- e) Venta de empresas estatales. Sucede como consecuencia de la política neoliberal, ya que se argumentó que estas empresas distorsionaban el mercado al manejar precios subsidiados o controlados ocasionando una competencia desleal con las empresas privadas.
- f) Flexibilidad laboral y nuevas formas de organización del trabajo. Refiere a la necesidad de una distinta relación entre capital-trabajo. En primer lugar implica una transformación en la compra-venta de trabajo que debe adecuarse a los vaivenes del mercado ocasionando el desmantelamiento de las leyes de protección obrera. En segundo lugar es para la forma de trabajo dentro de la empresa, este cambio propone que dentro del proceso productivo todos los trabajadores adquieren las mismas responsabilidades por lo que la supervisión de su trabajo la realizan ellos mismos. Los instrumentos para llevar a cabo estos cambios fueron los equipos de trabajo, círculos de control de calidad, control estadístico del proceso de producción y el justo a tiempo.¹

Algunas de estas condiciones mencionadas fueron utilizadas por países como Japón y Alemania después de la Segunda Guerra Mundial. Algunos aspectos los ha llevado a cabo las industrias nacionales para adecuarse desde el proceso de cambio hacia el libre comercio, pero de manera más marcada en el sexenio del presidente Carlos Salinas.

Para México, los dos obstáculos más difíciles de vencer fueron y siguen siendo las empresas estatales (pues tenían gran peso económico y político) y el movimiento obrero.

La política neoliberal que adoptaron diversos gobiernos mexicanos no pudo impulsar la industria nacional. Las empresas más favorecidas en este libre mercado fueron las transnacionales y los grupos industriales financieros, ya que son éstas las que guían mucho la actividad económica del país, siendo la referencia de la producción en cualquiera de sus aspectos (precios, cantidades, etc.) incluso las relaciones económicas con el exterior y como se sabe la industrialización se marca con este tipo de relaciones, de tal forma que las empresas transnacionales son una limitante a la industrialización.

De manera realista María González Marín califica a la industria mexicana:

“Si quisiéramos caracterizar la industria con breves palabras, éstas serían: una actividad incapaz de surtir el mercado interno con productos buenos y baratos,

¹ González Marín, María Luisa. “La industrialización en México”, México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, Porrua, 2002, pág. 80.

imposibilitada para crear sus propias divisas, con alta dependencia tecnológica, especializada en la maquila, fuertemente integrada a la economía de Estados Unidos donde el desempleo, subempleo y la informalidad crecen, el poder adquisitivo disminuye, la polarización social se profundiza.”²

Parece ser, si se compara la economía de hace setenta años, el modelo de sustitución de importaciones tuvo mejores resultados que el tomado hace veinte años. El problema lo refleja claramente la cuenta corriente, la cual se ha sumido en un déficit más agudo en últimos años. Se pensaba que las políticas de sustitución de importaciones eran la causa principal del déficit en cuenta corriente, sin embargo, la política adoptada por la corriente neoliberal ha traído una diferencia de importaciones contra exportaciones bastante marcada.

Otro problema se presenta en la diferencia de precios de bienes importados y los precios de bienes nacionales, pues al no tener la competitividad necesaria los precios pueden ser superiores a los de una economía abierta, es decir, el precio de bienes importados se encuentra por debajo de los bienes producidos dentro del país dejándolos en una clara desventaja.

Hoy es necesario convertir a la industria en un aparato competitivo, como lo menciona Fernando Jeannott en su libro de Las Reformas Económicas de México refiriéndose a la competitividad: “no es una posibilidad entre otros, sino un condicionamiento universal que impone el capitalismo posmoderno donde el bienestar de las naciones pasa primordialmente por el desarrollo competitivo de las economías cerradas hoy mundializadas aunque ayer cerradas.”

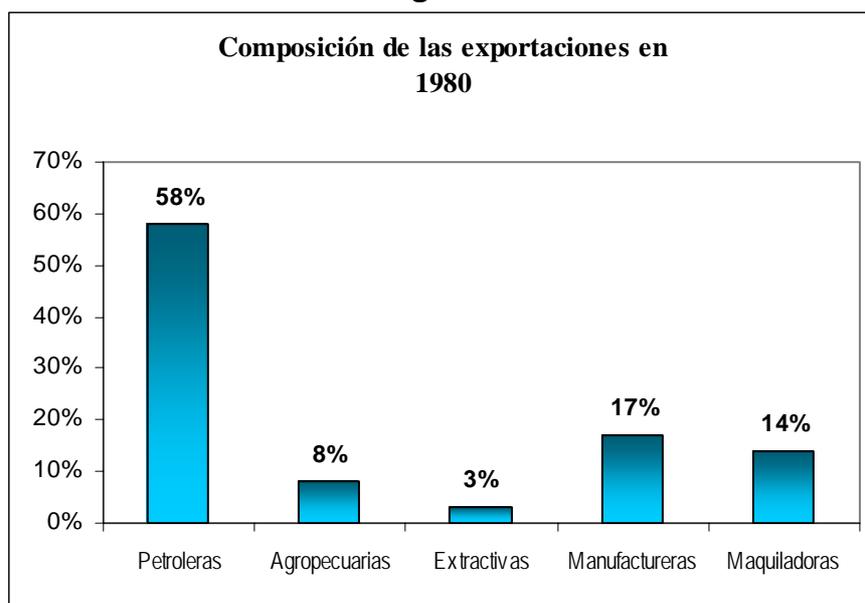
Antecedentes de la Industria en México

La enorme transformación estructural que ha vivido nuestro país en las últimas dos décadas, así como nuestra creciente vinculación con el exterior dan respuesta a la situación actual de la industria en México.

La sustitución de importaciones marca definitivamente el desempeño de la economía mexicana de los años posteriores; esta etapa centra su atención al mercado interno, dejando en las manos de este modelo el crecimiento nacional que va de 1940 a 1980. El resultado de la sustitución de importaciones se ve reflejado en la estructura que tenían las exportaciones mexicanas para fines de 1980; la principal participación se componía de productos primarios, sobre todo de petróleo, mientras que las exportaciones manufactureras y maquiladoras componían un pequeño porcentaje en el PIB. (Figura 4)

² Ibidem.

Figura 4



Fuente: INEGI

De tal manera que el país seguía una política comercial restrictiva; los subsidios y apoyos a la industrialización se otorgaban para seguir con este esquema, de hecho una característica esencial de este proceso es el descuido hacia dos aspectos importantes para la competitividad: el avance tecnológico y la producción de bienes de capital. Al parecer la solución para salir del subdesarrollo era la acentuación de ese proceso de industrialización por vía sustitutiva, así como algunos países lo comenzaron desde la Primera Guerra Mundial.

Al limitar la industrialización al mercado interno, la producción alcanzaba rápidamente un techo, a la vez que la escala de producción era limitada lo que provocaba un aumento en los costos de producción y reducía los rendimientos empresariales y la única posibilidad de superar esta situación era mediante la ampliación de los mercados potenciando las exportaciones. México planteó una política de ampliación de exportaciones, pero bastante tímida como para dar los resultados esperados. Los dos síntomas más importantes del deterioro observado fueron la inflación y el creciente signo negativo de las balanzas comerciales.

Se trataba así de sacar beneficio de mercados todavía no demasiado explotados, a la vez que saltar y aprovechar en beneficio propio las barreras proteccionistas levantadas por los distintos gobiernos. Dadas las características particulares de la industrialización sustitutiva, la capacidad de la misma para crear empleo demostró ser muy limitada. Las fábricas instaladas por las compañías extranjeras solían utilizar, con bastante frecuencia, una maquinaria obsoleta, que no solían ser demasiado intensivas en sus necesidades de mano de obra. Por otra parte, la mayor parte de estas fábricas no solía trabajar a pleno rendimiento, lo que condicionaba todavía más su capacidad de absorber mano de obra. De ahí, la limitada capacidad de absorción de las industrias implantadas

en la ciudad frente a los nutridos contingentes de inmigrantes que por esta época abandonaban el campo para instalarse en las ciudades en busca de mejores condiciones de vida y mayores expectativas de trabajo. Este proceso se dio por la situación rural catastrófica, razón por la cual la urbanización y las migraciones internas se convirtieron en uno de los fenómenos más importantes de esta época. Los campesinos comenzaron a trasladarse a la ciudad. De este modo, el problema del asentamiento de estos grupos, y la construcción de infraestructuras urbanas para los mismos, se convirtió en un problema de primera magnitud., de tal manera que junto con las migraciones internas se vieron problemas en el sector primario, por el abandono de sus campesinos.

La agricultura se convirtió en un problema crucial, fundamentalmente por su baja productividad. Por un lado, esto llevaba a limitar el número de potenciales consumidores, reduciendo el tamaño de un mercado importante que podría haber sido vital para la industria. Por el otro, importante la baja productividad agrícola suponía materias primas e insumos más caros para una industria poco competitiva, a la vez que alimentos a mayor precio para los consumidores urbanos, con la correspondiente pérdida en el poder de compra de los salarios de los obreros industriales.

El desequilibrio de la balanza comercial respondía a un notable aumento de las importaciones, lógica consecuencia del crecimiento industrial, pero también de la reducción de las exportaciones. Por un lado, la transferencia de recursos del sector exportador a la industria convertía a las exportaciones en menos competitivas frente a las de otros rivales.

Las primeras medidas que México tomó para resolver su atraso a causa de la sustitución de importaciones fue su compromiso adquirido ante el Acuerdo General de Arancel y Comercio (GATT por sus siglas en inglés), hoy llamado Organización Mundial del Comercio (OMC, a partir de 1995) que fue creado para que sus miembros se incorporaran a la liberalización comercial.

Al incorporarse a este acuerdo, México tuvo que eliminar los precios de referencia y reducir el arancel máximo a 50%, aunque en algunos casos se le permitió mantener licencias de importación en algunos productos agrícolas.

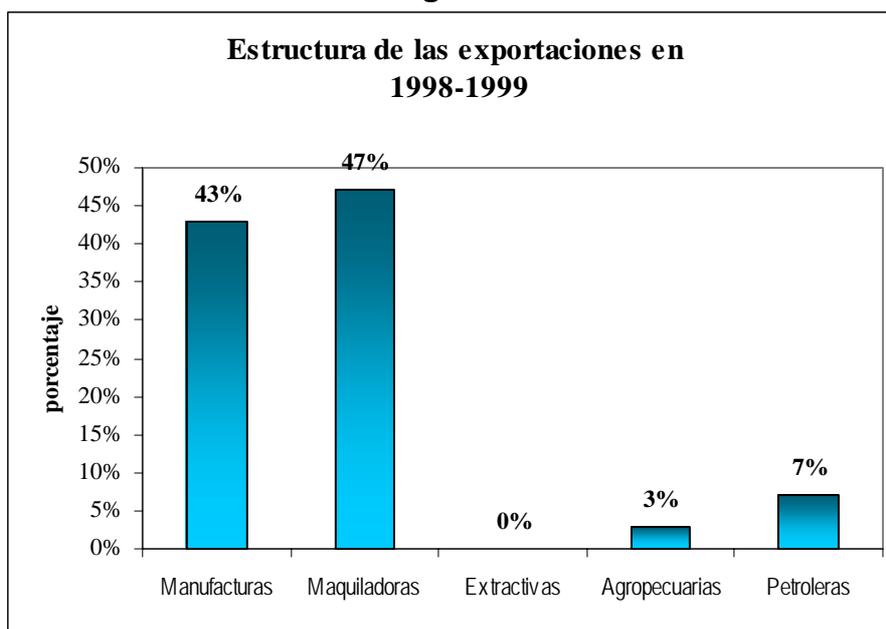
La firma de este acuerdo le significó a México una aceleración en sus relaciones comerciales con el exterior, por lo que el gobierno tuvo que tomar medidas arancelarias para incentivar a la exportación como sucedió para 1987 con los incentivos fiscales y arancelarios por medio del programa de Empresas Altamente Exportadoras (Altex). Por medio de este programa las empresas obtenían beneficios administrativos otorgados por diversas dependencias del gobierno y el beneficio dependía del volumen de exportación.

Para 1989 y 1993 la apertura comercial encontró mayores incentivos al reducirse los aranceles promedio y los permisos de importación. Adicionalmente, México llevó a cabo muchas más negociaciones con como es el convenio firmado en 1986 con la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI); en 1989 el ingreso al esquema de Cooperación Económica del Pacífico Asiático (APEC) y en 1990 la creación del Grupo de los Tres por México, Colombia y Venezuela.

También firmó tratados de libre comercio con Chile, Estado Unidos y Canadá, Costa Rica, Colombia y Venezuela, Bolivia y Nicaragua, todos estos entre 1991 y 1998. Además destaca el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) porque dos terceras partes del comercio exterior que México realiza lo hace con Estados Unidos.

Para 1996 el comercio exterior significaba para México el principal motor de la economía mexicana. Pero este intercambio comercial ocasionó que la industria mexicana cambiara de vocación a final de la década pasada.

Figura 5



Fuente: INEGI

Como podemos observar esta fue la situación que atravesó la industria mexicana y algunos de los factores que agudizaron los problemas que padece la industria en México son los siguientes:

a) Apertura Comercial

Ya se ha mencionado que la industrialización de los años cincuenta y sesenta ocurre en un mercado mexicano muy protegido por barreras arancelarias. La producción se orientó en el sector industrial haciendo a un lado la participación de la agricultura (por efecto de los controles de precios de productos agrícolas básicos) y algunas otras actividades primarias como la minería. “Las políticas comerciales protectoras, relacionadas con la industrialización con sustitución de importaciones, produjeron un fuerte sesgo interno del régimen comercial.”³

³ Bazdresch, Carlos y Levy, Santiago. El populismo y la política económica en México en Dornbusch, Rudiger y Edwards, Sebastián “Macroeconomía del populismo en América Latina” ed. FCE. México 1992

Es cierto que el nuevo régimen comercial ocasionó un aumento en la participación de la industria en el PIB, pero a su vez también trajo inversión extranjera dando pie a que México fuera un país que trabajara por los intereses de la globalización. No es difícil pensar que el libre comercio en México, al promover las industrias extranjeras, acarrearía una competencia en el mercado entre estas. Aquí aparece un término muy importante: competitividad. La única competencia que conocía el mercado mexicano antes de la liberalización comercial era la interna, la cual no le servía para enfrentarse ante la industria internacional. El aparato industrial nacional resultó ineficiente ante la nueva dinámica.

En el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior 1990-1994 (PRONAMICE) se consideraba que las principales causas del pobre desempeño del sector manufacturero en materia de conocimiento y empleo durante el decenio de 1980 fueron los bajos grados de eficiencia y la excesiva orientación hacia mercado interno provocados por el modelo de sustitución de las importaciones. El nuevo modelo de desarrollo industrial descarta, el uso de la protección como instrumento de política industrial, pero plantea la necesidad de reorientar la política comercial hacia la aplicación de medidas destinadas a crear un ambiente que permita a los productores nacionales competir en condiciones de igualdad y reciprocidad.

Diversos son los tratados de libre comercio que ha firmado México con distintos países. Hay que tener presente que el desarrollo del país no está en el número de tratados firmados, son otros los aspectos a considerar, pero sobre todo a desarrollar para lograrlo. Uno de ellos es el desarrollo tecnológico, el cual ha sufrido un importante atraso con respecto al internacional.

De esta forma, la apertura comercial no sólo ha ocasionado una falta de competitividad por parte de la industria, sino que de manera adicional había afectado la balanza comercial.

b) Caída del mercado interno

El “descenso salarial incide en el incremento de la tasa de ganancia y estimula el crecimiento de las inversiones privadas”.⁴

Según la encuesta de 1985 de la Industria Mediana y Pequeña, el principal problema para la comercialización de los productos de las empresas a nivel entidad federativa y tamaño de la industria es el poder adquisitivo del consumidor. El problema se acentúa debido al despido de cientos e incluso miles de trabajadores en esos años.

Esta caída del mercado interno es a consecuencia del abaratamiento del costo de la fuerza de trabajo, lo que quiere decir que el salario real no ha mostrado un comportamiento positivo, por el contrario, ha registrado caídas en términos

⁴ Rueda, Isabel. “México Crisis, reestructuración económica, social y política” Ed. Siglo XXI, México 1998

reales. Por consiguiente, los resultados se ven en la disminución de la demanda del mercado.

De manera adicional, Friedman mencionaba el ciclo salarios-precios-salarios, donde se encontraba una dependencia entre estos en la que una disminución de salarios repercutía negativamente a los precios y estos a su vez al salario. Con ello se puede observar que el poder adquisitivo del consumidor incentiva o golpea directamente la producción, por ello, es un factor a considerar dentro de los problemas que padece la industria mexicana.

c) Desarrollo tecnológico

En México la tecnología importada ha sido necesaria para la industrialización, tema que no fue tan preocupante como en los años en que el país abandona la sustitución de importaciones ya que se necesitaba la modernización de la mayoría de las actividades. Pero esta situación la soportó el empresario quien se encontraba en una importante toma de decisiones ante el nuevo panorama de la economía mexicana. Las tecnologías maduras⁵ utilizadas por las industrias habían sido agotadas por lo que para sobrevivir era indispensable generar o en su defecto conseguir las nuevas tecnologías; en el proceso, muchas empresas desaparecieron al no contar con los elementos necesarios para allegarse este elemento.

Aunque varios empresarios querían seguir adelante y sabían que la alternativa para superarse estaba en equipar su planta con nueva tecnología, el problema que se les presentaba era el crédito, pues las altas tasas de interés impedían obtener los equipos requeridos por las industrias.

En cuanto al personal técnico, en aquellas industrias en la que fue posible la introducción de tecnología, era importante que estas personas se les brindara cierto tipo de capacitación, lo que le significaba a la empresa incurrir en gastos por un lado y por otro ese mismo personal con el conocimiento por él adquirido se volvía más valioso, lo que se traduce como un desembolso más para el empresario. La tecnología representaba un gran gasto que muchas empresas no eran capaces de soportar. Además, para muchas empresas el estar actualizado en el aspecto tecnológico le significaba su permanencia en el mercado.

Para el decenio de 1970 ya estaban en el mercado las empresas transnacionales, lo que significaba que en los países desarrollados (de donde provenían estas empresas) se habían generado “un medio propicio para el aprendizaje del personal directivo y de los trabajadores. Sus exigencias de servicios de construcción, carreteras, puertos, transporte electricidad, agua y comunicaciones estimularon la modernización del medio circundante y el desarrollo de muchas capacidades complementarias.”⁶ De tal suerte que los países subdesarrollados, como México, no contaban con los elementos necesarios para hacer frente a las empresas transnacionales.

⁵ Se refiere a tecnologías maduras a aquellas utilizadas en la etapa de sustitución de importaciones que ya era obsoleta.

⁶ Revista de la CEPAL, no. 75, Carlota Pérez, diciembre 2001

El decenio de 1990 observamos el importante desarrollo en telecomunicaciones ligada a la industria que abre el camino y le brinda muchas facilidades a la globalización. Así todo indica que el desarrollo económico no viene sin el desarrollo tecnológico, por lo que la tecnología no debe ocupar un papel secundario dentro de las políticas de desarrollo. Sin embargo, la inversión destinada al desarrollo tecnológico en la actualidad es mínima, situación que se traduce en nula competitividad tecnológica y productividad.

Hoy en día, nuestro país no tiene la capacidad de desarrollar tecnología de punta, por esta razón la empresa mexicana no puede enfrentarse abiertamente al mercado mundial, pues al no contar con esta herramienta le es muy difícil o incluso imposible bajar los costos de producción restándole competitividad. Casos que han sorprendido es el de China; de este país provienen productos que han sido bastante aceptados no por su innovación o calidad, más bien se trata de un precio que está por debajo del nacional, y aunado al punto tratado anteriormente sobre la caída de mercado interno resulta un punto a favor de esta mercancía proveniente del continente asiático.

d) El papel del gobierno mexicano

Los cambios introducidos por el gobierno federal en los 1976 “tuvieron que ver con los conceptos de sectorización y de eficiencia”⁷ conceptos que implicaban la responsabilidad de sectores y subsectores. Algunas de las empresas que surgieron a consecuencia de estos cambios fueron: Altos Hornos de México, S.A. (AHMSA), Siderurgia Lázaro Cárdenas – Las Truchas, S.A. (SICARTSA).

Es importante hacer notar las políticas que el gobierno 1976-1982 tomó con respecto al quehacer industrial nacional. En cuanto a objetivos la Secretaría del Patrimonio y Fomento Industrial, dependencia encargada en el tema, listaba⁸:

1. Elevar la producción de bienes básicos de consumo [...]
2. Aumentar la capacidad de la industria para absorber productivamente mano de obra [...]
3. Utilizar mejor la planta y el equipo disponibles.
4. Destinar mayor inversión a las actividades industriales prioritarias [...]
5. Instrumentar una política de energéticos [...]
6. Incrementar la contribución de las empresas paraestatales a la producción industrial [...]
7. Integrar verticalmente, pero selectivamente, la planta industrial, para hacer más eficiente la política de sustitución de importaciones y fomentar las exportaciones.
8. Desconcentrar la actividad productiva, buscando su desarrollo equilibrando no sólo entre los distintos sectores sino también entre

⁷ Martínez del Campo, Manuel. “Industrialización en México”. Colegio de México, México, 1985, pág. 118.

⁸ Evaluación del Sector Industrial, Secretaría del Patrimonio y Fomento Industrial, diciembre de 1977.

distintas regiones, poniendo énfasis en el desarrollo de las agroindustrias [...]

9. Apoyar a la pequeña y mediana empresa [...]
10. Asimilar los avances de la conciencia y la técnica, aprovechando la experiencia externa sin detrimento de la propia capacidad creadora, con el propósito de lograr la autodeterminación tecnológica.

Este listado no serviría de mucho si no se compara con el elaborado en 1976⁹:

1. Crear más empleos.
2. Mejorar la distribución del ingreso.
3. Aumentar el poder adquisitivo de los grupos menos favorecidos.
4. Lograr el óptimo aprovechamiento de los recursos naturales y humanos.
5. Mejorar la distribución industrial.
6. Incorporar mano de obra campesina a la industria.
7. Estimular a la industria mediana y pequeña.
8. Promover la fabricación de bienes de consumo básico.
9. Elevar la eficiencia de la planta industrial nacional.
10. Incrementar las exportaciones de manufactura.
11. Sustituir importaciones eficientemente.
12. Aumentar el aprovechamiento de la capacidad instalada.
13. Promover la fabricación de bienes de capital.
14. Impulsar y proteger la inversión nacional y señalarle campos a la extranjera.
15. Adecuar tecnologías y desarrollar los recursos tecnológicos nacionales.

Como es evidente en el listado de 1977 desaparecen los puntos 2, 3 y 4. El número 6 también quedó descartado, pero figura el punto “absorber productivamente la mano de obra”. Otro punto que no aparece es el elevar la eficiencia de la planta industrial nacional, aunque con la conjugación de todos los puntos debería resultar éste.

Este es sólo un pequeño acercamiento de las políticas que el gobierno en México tomó como consecuencia de la apertura comercial. Lo importante de esta mención es que las intenciones que le da cada presidente en turno son distintas y que afecta para la obtención de resultados, ya que cada equipo de trabajo puede terminar con muchas iniciativas y experiencias de varios años; la falta de continuidad en el cambio de cada gobierno ha representado que dentro del país no se formen políticas de fondo que lleven al desarrollo.

Situación de las Empresas en México (1998-2000)

La situación que ha tenido la empresa en nuestro país a lo largo de los años es reflejo de las políticas del gobierno, los siguientes puntos resumen la situación de la empresa durante el periodo 1988-1994

⁹ Condensado. Discurso del Secretario de la Industria y Comercio, 29 de abril de 1976, en Comercio Exterior, julio de 1976.

1. Marginación de las empresas más pequeñas respecto a los apoyos institucionales.
2. Incapacidad para obtener crédito por la falta de garantías y avales. Sus operaciones son poco atractivas para la banca de primer piso.
3. Excesiva regulación.
4. Propensión del empresario al trabajo individual y su poco interés por actividades en común.
5. Limitada capacidad de negociación derivada de su reducida escala, así como de sus bajos niveles de organización y gestión.
6. Escasa cultura tecnológica y resistencia a incorporación de tecnología.
7. Recurrente obsolescencia de maquinaria y equipo.
8. Tendencia a la improvisación.
9. Restringida participación en los mercados (principalmente de exportación).
10. Limitadas condiciones de seguridad e higiene en el trabajo.
11. Carencia de personal calificado, y mínima participación en los programas de capacitación y adiestramiento.
12. Deficiente abasto de insumos, dadas sus reducidas escalas de compra.
13. Carencia de estándares de calidad adecuada.¹⁰

El objetivo central de la política industrial en el periodo 1995-2000 fue fomentar la competitividad de la planta industrial, por lo que se desarrolló a lo largo de tres grandes líneas estratégicas:

- I. Crear condiciones de rentabilidad elevada y permanente en la exportación directa e indirecta, y ampliar y fortalecer el acceso de los productos nacionales a los mercados de exportación.
- II. Crear mecanismos que aceleren el desarrollo de [agrupamientos industriales](#), lo mismo regionales que sectoriales, de alta competitividad internacional, y fomentar la creciente integración a los mismos de empresas micro, pequeñas y medianas.
- III. Fomentar el desarrollo de un mercado interno y la sustitución eficiente de importaciones, como sustento de la inserción de la industria nacional en la economía internacional.

Dichas líneas estratégicas se implantaron a través de ocho políticas:

- i. Estabilidad macroeconómica y desarrollo financiero.
- ii. Creación y mejoramiento de la infraestructura física y de la base humana e institucional.
- iii. Fomento a la integración de cadenas productivas.

La integración de cadenas productivas se desarrolló en tres vertientes:

¹⁰ Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana 1991-1994, Secofi, México, 1991, págs.. 11-12.

1. Apoyo a programas estatales o regionales orientados a fortalecer las capacidades locales para atraer [agrupamientos industriales](#) de elevada competitividad;
 2. Apoyo a la integración de cadenas sectoriales a través de programas de desarrollo de: [proveedores](#) para industrias manufactureras; empresas [integradoras](#) para industrias de manufactura ligera; cadenas agroindustriales; [proveedores](#) del sector público; cadenas en la industria petroquímica y derivados; la industria automotriz y la minería; y
 3. Ampliación de la infraestructura de información industrial mediante la promoción de encuentros empresariales de [proveedores](#), y la creación y fortalecimiento de redes nacionales de información de [proveedores](#).
- iv. Mejoramiento de la infraestructura [tecnológica](#) para el desarrollo de la industria.
- Esta política se compone de dos partes: modernización [tecnológica](#) y promoción de la [calidad](#). La primera es el instrumento más importante de la política industrial en los países industrializados, por su capacidad para aumentar la competitividad industrial. Esta política se reforzará con los programas de integración de [agrupamientos industriales](#) regionales y sectoriales y se desarrollará a través de cinco vertientes:
- Fortalecimiento de las capacidades [tecnológicas](#) básicas en las empresas pequeñas y medianas;
 - Difusión entre la industria de guías [tecnológicas](#) básicas;
 - Promoción de la transferencia [tecnológica](#) del exterior, así como de las empresas líderes del sector industrial;
 - Fortalecimiento y difusión de los mecanismos para proteger la propiedad intelectual de patentes, marcas, diseños, etc.; y
 - Fomento de la cultura de innovación [tecnológica](#) en la industria.

La promoción de la [calidad](#) fomentará la capacidad de la industria nacional para aplicar sistemas de [calidad](#), producir cada vez mejor y cumplir con estándares internacionales de [calidad](#) y seguridad. El Programa Nacional de [Calidad](#) promoverá la adopción de esquemas para mejorar la [calidad](#) de los productos, fortalecer la infraestructura técnica, fomentar el reconocimiento de la [calidad](#) de productos y empresas nacionales, alentar el desarrollo de una cultura nacional de [calidad](#), y crear un sistema nacional de información sobre [calidad](#).

- v. [Desregulación](#) económica.

La revisión del marco regulatorio persiguió tres objetivos: minimizar los costos y la carga de trámites para el establecimiento y operación de empresas; garantizar que las nuevas disposiciones tengan el menor efecto posible sobre la competitividad de la planta productiva, y reducir, en las transacciones económicas, la incertidumbre derivada de la obsolescencia de la legislación mercantil vigente.

- vi. Promoción de exportaciones.

vii. Negociaciones comerciales internacionales.

viii. Promoción de la competencia.

Esta política tiene una vertiente de fomento a la competencia interna y otra relativa a la apertura a la competencia externa. En cuanto a la primera, es necesario promover la competencia y libre concurrencia en los mercados nacionales, a fin de elevar la eficiencia de la economía, a través del combate a las prácticas monopólicas de empresas tanto privadas como públicas.

Composición de las Empresas en México

Sabiendo que la empresa constituye un pilar fundamental dentro de la economía del país, pues es sustento del desarrollo y generador de riqueza, es de vital importancia conocer como es que se encuentra estructurado el sistema empresarial en México.

A continuación se presenta en el Cuadro 2 la clasificación vigente, en donde se señala la estratificación de las empresas de acuerdo a su tamaño.

Cuadro 2. ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS POR TAMAÑO

ESTRATIFICACIÓN DE EMPRESAS POR TAMAÑO ATENDIENDO AL NÚMERO DE EMPLEADOS			
SECTOR TAMAÑO	INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS
MICRO	0-30	0-5	0-20
PEQUEÑA	31-100	6—20	21-50
MEDIANA	101-500	21-100	51-100
GRANDE	500 en adelante	1001 en adelante	101 en adelante

Fuente: Diario Oficial de la Federación, 30 marzo de 1999.

Hasta el año 2000, y de acuerdo con cifras de INEGI, en México existen alrededor de 2 millones 844 mil empresas de las cuales:

- 99.7 % son MPyMEs y generan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB), así como el 64% del empleo en el país.

Ahora bien, si tomamos en cuenta la distribución por sectores de las empresas, estas se encuentran de la siguiente manera:

- 52% se ocupan el sector comercio

- 36% se ocupan en el sector servicios
- 12% se ocupan en el sector industrial

Del total de las empresas en México, las MPyMEs orientan sus actividades en un 52.1% al comercio, 53.2% a los servicios y 12.5% a la industria, mientras que las grandes empresas los hacen en un 43.7% a los servicios, 34.3% al comercio y 21.9 a la industria.

Cabe señalar que las MPyMEs son generadoras del 68% del empleo en el sector industrial; es decir, del 64% del empleo antes mencionado, 68% se genera en el sector industrial.

Por otro lado, las empresas medianas y grandes se ocupan de la generación de más del 80% de la inversión en el país, 27.5% y 55.9% respectivamente, en el siguiente cuadro se presentan los datos porcentuales del sector industrial en sus diferentes divisiones.

Cuadro 3. FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL (%)

DIVISIÓN	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL SECTOR
Química, plástico o hule	6.8	6.3	20.2	66.7	36.2
Prod. mecánicos, maq. Y eq	12.6	4.1	16.9	66.4	26.8
Alimentos, bebidas y tabaco	10.2	7.8	34.6	47.4	12.5
Textil, vestido y cuero	17.5	9.7	41.4	31.4	6.8
Minerales no metálicos	7.8	6	61.2	24.9	6.3
Industrias metálicas básicas	11	3.3	37.4	48.3	5.6
Papel, imprenta y editorial	15.6	11.2	46.1	27.1	4.5
Manufacturas de madera	21.4	15.4	41.1	22.1	0.9
Otras industrias.	11.8	24.4	26.8	37	0.4
TOTAL	10.4	6.3	27.5	55.6	100

Fuente: INEGI, Censos Económicos 1999.

Una tercera clasificación de las empresas es la que se hace de acuerdo a su distribución regional, en donde tenemos que en el Distrito Federal, Estado de México, Puebla, Jalisco, Nuevo León y Veracruz, se encuentran concentradas en un 40% las unidades productivas, mientras que en Quintana Roo, Nayarit, Campeche, Colima y Baja California solo se agrupan 3.7% del total de las empresas en el país.

Dicha concentración es reflejada en el PIB por entidad, por lo que el Distrito Federal, Estado de México, Puebla, Jalisco y Veracruz aportan el 50% de la producción nacional en bienes y servicios, mientras que Quintana Roo, Nayarit, Campeche, Colima y Baja California solo generan el 3% de este mismo.

Es importante que señalemos, el hecho de que esta aportación al PIB tan marcada se debe no únicamente a la concentración de empresas en dichas entidades, si no también al efecto que causa la distribución del número de

grandes y medianas empresas en relación con las micro y pequeñas por entidad.

Por ejemplo, en Nuevo León y Baja California hay entre 1.6 y 2.1 medianas y grandes empresas por cada 100 micro y pequeñas empresas, no así en estados como Chiapas y Oaxaca que solo cuentan con 0.3 y 0.8 medianas y grandes empresas por cada 100 micro y pequeñas. Por lo que podemos observar que en términos de desarrollo regional, la región norte del país es mucho más dinámica que la región sur.

Clusters Nacionales

A consecuencia de la precaria situación en que la empresa mexicana enfrentó la liberalización comercial se han buscado diversas alternativas para impulsar la competitividad de las empresas nacionales. Yeidckol Polevnsky señala que la competitividad a nivel de la empresa es la capacidad para vender más productos o servicios y mantener o aumentar su participación en el mercado sin necesidad de sacrificar utilidades o salarios o dañando el ambiente social, sin embargo también se refiere a la competitividad de la empresa de manera individual y dice que está en función de la calidad de los insumos sociales, que depende en gran medida de la acción del Estado orientada a decisiones políticas de carácter estratégico que promuevan la movilización empresarial y de toda la sociedad organizada.

Esta nueva estructura productiva nace a raíz de la globalización, ante la cual México no ha sabido a bien cómo incorporar a su industria

Por tales condiciones, como alternativa se ha generado, en el comportamiento empresarial, una actividad para intentar elevar las capacidades productivas y competitivas de la industria se encuentra en que estas desarrollen la habilidad para crear vínculos con sus proveedores.

En la medida en que estas relaciones inter-empresariales encuentren una cooperación adecuada se podrían obtener resultados positivos que le significarían a la empresa el aumento en la generación de valor agregado, así como nuevas oportunidades de aprendizaje, la demanda es inestable y altamente sofisticada y la tecnología altamente cambiante.

“Las modalidades competitivas contemporáneas, aceleradas por las tecnologías de la información, tienen como principio el diseño de una organización más flexible en la cadena de producción que permita una respuesta más rápida ante las alteraciones del mercado. De la misma forma, dado que el dinamismo del conocimiento emerge como la base del poder competitivo, es indispensable para las empresas asegurar el acceso a capacitaciones, activos e insumos (externos a ella) que den continuidad a sus potencialidades de innovación.”¹¹

¹¹ García Castro y Velázquez García. “La reestructuración productiva de la economía mexicana de los años 90”. México, UAM Atzacapotzalco, 2003, pág. 67.

Así, la racionalidad de la globalización ha cambiado en cuanto a la producción en masa se refiere. El mercado lista actualmente características de producción del modelo flexible como son: disponibilidad de productos en cualquier momento, capacidad de sustituir los productos de acuerdo a la demanda, encajar diferentes procesos y partes de productos, así como la reducción del tiempo y costo de producción.

Debido a la transformación respecto a lo anteriormente mencionado, surge la propuesta que señala a las regiones, con la debida elaboración de política regional, como aptas para hacer frente al mercado mundial, no sin antes contar con una institución (Estado) quien a través de una política dirigida a este proceso de regionalización logre apoyar e incentivar la producción. Este proceso trae consigo la creación de las relaciones inter-empresariales.

La territorialidad trae como consecuencia la especialización y el encadenamiento productivo; es decir, debido a que cada región posee una vocación productiva de cierto bien con características diferentes a otras regiones puede lograr una ventaja competitiva en el país. Así, para cada región existirá un bien el cual sea más apto para producirlo en ese lugar en específico que en otro, encontrando, de tal manera, su vocación productiva y logrando el aprovechamiento de las ventajas competitivas de cada región.

Esta nueva forma de desarrollo económico podría ser una buena política para hacer frente a la liberalización comercial, consiguiendo el acceso a los mercados.

Para tal efecto, es necesario resaltar la importancia de las MPYMEs (micros, pequeñas y medianas empresas) pues estas son muy significativas dentro del número de empresas existentes en el país y muchas han logrado mantener relaciones de proveeduría con empresas grandes. La experiencia internacional nos dice que una característica de los encadenamientos productivos o clusters es que están formados en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, lo que les da la flexibilidad para afrontar los cambios que se presentan en el mercado mundial. “Aunque no existen cifras precisas, existe amplia evidencia de que tanto los encadenamientos entre pequeña-grande y pequeña-pequeña firmas son importantes en América Latina.”¹² .

Albert Berry considera que existen cuatro situaciones relevantes que llevan al encadenamiento productivo:

1. Complementariedad o competitividad por tamaño de firma. Expone que existe relaciones entre PYMEs-grandes, pequeñas-pequeñas, donde se da una relación de complementariedad. Mientras que entre un conjunto de empresas pequeñas o un grupo de empresas grandes sugiere el encadenamiento para fines de complementariedad y/o competencia.

¹² Berry, Albert. “Global Development fifty years after Bretton Woods: essays in honour of Gerald K Helleiner”, ed. Culpeper, New York, 1997, pág. 230.

2. Orientación hacia el exterior. Cuando los productores acceden a la cooperación para realizar el encadenamiento la obtención de las ganancias se presenta de manera más fácil, siempre y cuando los productores detecten una demanda elástica.
Debido a la creciente apertura comercial y a la participación cada vez mayor de las PYMEs, lleva a pensar en las experiencias de Taiwán e Italia (que han seguido el modelo de encadenamiento productivo) en el último decenio del siglo pasado, pueden servir como guías para el país para mejorar las exportaciones.
3. Situación macroeconómica. En definitiva la inflación, el tipo de cambio, que son los indicadores para evaluar la estabilidad macroeconómica de un país, sitúa a ciertas empresas a ser rentables o no, llevando a muchas empresas a salir del mercado o, por el contrario, situándolas en condiciones favorables para la exportación, esto puede resultar a consecuencia de la situación macroeconómica que viva el país.
4. La cohesión social. Este es un determinante para la cooperación, pues la distancia social involucrada entre las empresas repercute en las situaciones de involucrarse las unas con las otras, relación que afecta directamente a los beneficios. Por ello el autor maneja que para llegar al éxito de la interacción Inter.-firma es necesario que entre las empresas haya: interés mutuo, infraestructura física y humana, calidad del mercado e información, nivel de cohesión social y capacidad para interactuar efectivamente.

Todo parece indicar que en la medida en que se desempeñe el comercio internacional es el desarrollo económico del país. Por ello los clusters han venido a ser una alternativa para impulsar el mercado interno.

La experiencia internacional nos dice que una característica de los clusters es que están formados en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, lo que les da la flexibilidad para afrontar los cambios que se presentan en el mercado mundial. Con esto nos damos cuenta que la MIPYMES tienen en el cluster una oportunidad para seguir en el mercado y competir en el entorno mundial.

En México existen muchos conglomerados industriales como el calzado, vestido, muebles, etc., los cuales se encuentran ubicados en una región, pero que no han logrado establecer una estrategia común ya que creen que la competencia se encuentra entre las empresas que están a su alrededor y no se han percatado que el problema es la apertura a un mundo globalizado, en donde la competencia son las empresas internacionales que trabajan bajo diferentes formas de cooperación empresarial con una visión a largo plazo incrementando así su eficiencia y productividad.

Encadenamiento productivo en el estado de Guadalajara

Como ejemplo de cluster para el caso nacional se tomará el encadenamiento Guadalajara, tomándolo del trabajo realizado por Alejandro Morales Quintero con el objeto de observar las implicaciones y consecuencias que acarrea tal conformación.

Es sabido que el sector manufacturero ha representado para la economía de nuestro país un gran empuje en la cuestión de producción y muy importante en la cuestión exportadora, pues ha impulsado al país desde la década de los ochenta a una nueva estructura del mercado interno y del comercio exterior.

Sin duda, una de las actividades económicas que ha resaltado por su gran participación dentro del sector manufacturero es la industria del calzado. Años atrás la producción de calzado estaba dedicada al mercado interno, pero a consecuencia de la apertura comercial esta actividad pudo ampliar su mercado llegando a nivel internacional. La apertura comercial ha acarreado una modificación en su estructura productiva proporcionando las condiciones para el encadenamiento, circunstancia que parecía indispensable para evitar el desplazamiento de nuevos competidores traídos por la liberalización comercial.

Guanajuato es el estado por excelencia productor de artículos de cuero. Su importancia en esta actividad coloca al estado en el productor número uno de calzado, ya que su ubicación estratégica lo destaca por la concentración de sus empresas de proveeduría, materiales indirectos, servicios y canales de distribución en el área de León vislumbrando en esta región la implementación de un cluster.

Por su parte, en Jalisco se ha detectado una importante participación de la actividad industrial, inclusive el desarrollo de la industria del calzado ha sido el más cercano a la producción que tiene Guanajuato en comparación con otros estados. Así por la importancia de este rubro en Jalisco se ha dado la creación del encadenamiento productivo para el calzado cuyos municipios implicados son Arandas, Guadalajara, Jesús María, Lagos de Moreno, Tlaquepaque y Zapopan. Cabe señalar que el calzado para dama representa alrededor del 80% del total del calzado producido.

En 1988, del cien por ciento de la producción de calzado que existían en Jalisco el 56% eran micros, 36% pequeñas y el 9% estaba conformado entre empresas medianas y grandes. Ya para 1993 la participación de las microempresas había aumentado, alcanzando el 66%, lo que resalta la participación de estas empresas al ser generadoras de empleo y, por si fuera poco, del desarrollo de la localidad donde se encuentran asentadas.

Gracias a la organización funcional de las empresas en Jalisco y la proximidad con otros centros productores de calzado y proveedores de materia prima, que conforman un encadenamiento, la industria del calzado ha logrado captar importantes inversiones.

Morales Quintero señala que el encadenamiento productivo en la industria del cuero se compone por 3 fases:

1. La primera fase refiere al sector primario, donde se ubica la actividad ganadera, pues es el sector que abastece el insumo del producto final.
2. La segunda fase es la actividad encargada para obtener, procesar y transformar la materia prima, obteniendo productos intermedios y finales.
3. La última es la comercialización del producto final.

En comparación con Guanajuato, donde las micros y pequeñas empresas son las que realizan en la primera fase, Jalisco realizan esa actividad las medianas y grandes localizadas en los municipios de Guadalajara y Zapopan. El 90% del curtido y acabado del cuero, curtido y acabado de piel sin depilar y productos de cuero terminándose está localizado en Guadalajara.

Dentro de la primera fase de la cadena productiva (cuero-calzado), las empresas medianas y grandes –que representan 5% de los establecimientos- participan con el 40% del empleo; las micro y pequeñas (95%) generan el resto. Para la segunda fase –transformación de la materia prima (producción del calzado)-, las micro y pequeñas, que son mayoría, generan casi el 50% del empleo.¹³

Las pequeñas empresas y medianas en Guadalajara realizan la producción de calzado, que es la más importante.

De una investigación realizada en la región de Guadalajara se recopiló, a través de encuestas aplicadas a empresas dedicadas a la fabricación de calzado, se obtuvo información referente a:

a) Perfil de empresario. Los resultados resaltan la falta de preparación académica, pues del total de encuestados, el 60% tiene una deficiencia académica y/o profesional. El resto de los empresarios (que sí cuentan con una formación profesional) no han llegado a explotar el potencial de sus unidades económicas. La deficiencia de este aspecto puede repercutir en la toma de decisiones de las empresas, esto deja al descubierto la inexistencia de una cultura empresarial.

b) Perfil de la empresa. De las empresas dedicadas a la manufactura del calzado alrededor del 25% se dedica a la proveeduría de insumos intermedios. Gran parte de las empresas participantes son de tamaño micro y pequeño; en lo que respecta al 75% restante de las empresas se encuentran aquellas que realizan actividades de producción, distribución y comercialización.

Debido a la baja oferta de insumos para la producción de calzado por parte de las empresas locales, los productores se han visto en la necesidad de buscar su fuente de abastecimiento fuera de la región, dejando sin posibilidad a las locales de propiciar un desarrollo.

¹³ Morales Quintero, Alejandro. "La nueva industrialización regional en México, una aproximación de distritos industriales. El caso de la industria del calzado en el municipio de Guadalajara; en "Dinámica regional competitividad industrial". Edit. Jus, México, 1999, pág. 194.

c) Situación operativa de la empresa. Entre las empresas se detectó la falta de uniformidad de la aplicación de tecnología: mientras que algunas trabajan de forma automatizada e incluso con aplicaciones electrónicas, otras todavía recurren a la producción tradicional.

d) Comercialización de productos. Un problema severo que se presenta es la introducción de productos a un bajo precio, pues frena los niveles de producción locales.

Y en lo referente a la comercialización no existe una concentración geográfica establecida. Los detallistas son los que se encargan de la comercialización o el producto se destina a los mercados populares. Se puede señalar que el 65% de la producción se destina al mercado nacional, el 30% es al mercado estatal y sólo el 5% restante es destinado al comercio exterior.

La gran mayoría de las empresas tiene planes de exportación, esto se debe a las recurrentes devaluaciones desde la apertura comercial.

e) Subcontratación. La falta de relaciones inter-empresariales en la industria del calzado en Guadalajara no sólo es signo de la falta de cultura empresarial, pues existen otros factores que acrecientan el problema. Prueba de ello es el marco de regulaciones legales y fiscales que impiden cualquier forma de asociación y exige un representante (sea persona física o moral) que vea por los intereses de la aglomeración.

Según el estudio, existe un acercamiento de los productores con los proveedores de materia prima con respecto al intercambio de información y experiencias con respecto al trato personal en las relaciones comerciales entre ambos, no sucediendo así para las actividades cooperativas y acuerdos para la compra de materia prima.

f) Financiamiento. Este es un problema que se presenta con frecuencia en la industria nacional y que no es exclusivo de la industria del calzado. Las empresas productoras de calzado han incurrido en problemas financieros pues el acceso al crédito es cerrado debido a una lista de registros y garantías que exigen estas instituciones.

Los requerimientos financieros no han sido sólo para la adquisición de maquinaria y equipo, los empresarios requieren recursos para constituir su capital de trabajo, lo que muchas veces ocasiona interrupciones en el proceso del encadenamiento productivo.

g) Relaciones Institucionales. Son dos problemas lo más comunes en este aspecto: primero es la dificultad de adquirir permisos para la instalación de una empresa (licencia municipal, uso de suelo, etc.) y segundo problema que tienen las micros y pequeñas con el pago de impuestos y de seguro social, pues el pago de estos reduce de manera importante sus ingresos.

Lo que es una necesidad son políticas industriales que contribuyan al desarrollo de esta actividad y de las demás ramas productivas que forman la integración horizontal para impulsar a las empresas y hacerlas eficientes.

La congregación en el caso de Guadalajara es un ejemplo de las oportunidades que cada región puede tener de acuerdo a sus potenciales, para ello es necesario una reconversión en la estructura productiva que se acople a la articulación para crear condiciones óptimas con el objeto ofrecer productos competitivos en cualquier mercado, sea nacional o mundial.

Los clusters se han considerado como una vía de desarrollo para la industria y su importancia dentro de economía comienza reconociendo una nueva visión donde se vea la importancia de los potenciales regionales que no sólo traen un beneficio local sino nacional y que además ayudan a hacer frente al reto de la globalización económica.

Conclusiones

La globalización ha exigido a la industria a adecuarse a las dinámicas actuales, para participar en un proceso de estandarización y competencia que muchas empresas nacionales e internacionales no pudieron adecuarse o que hasta ahora sufren los estragos de este fenómeno. Este caso no es ajeno a nuestro país.

México orientó su economía a un crecimiento hacia adentro durante los años treinta que fue un paso hacia el rezago. Cuando el país decide incorporarse al mercado mundial comenzando con la firma del GATT, es como si se hubiera lanzado a la guerra sin armas. Los temas que no previó México fueron: una empresa abierta al desarrollo tecnológico, la organización laboral, la adecuación a nuevos procesos, entre otros. Y no sólo eso, sino el abandono que vivió la agricultura al dedicarse a la exportación, cuando esta actividad económica pudo significar para el país una oportunidad de desarrollo. La conclusión era que la fórmula que otros países habían utilizado y que había resultado exitosa, no funcionaba para nuestro país.

Es por ello que el país debe buscar alternativas en un sector distinto a los mencionados; el sector turístico aparece como esa alternativa para el crecimiento económico para el país.

No olvidemos que el camino que tome un país lo determina en gran medida la participación del Gobierno; el apoyo, las oportunidades, las alternativas pueden marcarlas el Estado como se ha visto a lo largo de la historia.

Los clusters también requieren de impulso por parte del Gobierno. Esta forma de producción abre la posibilidad de desarrollo económico, sobre todo por la gama infinita que puede brindar nuestro país ya que las actividades económicas en las que se puede aplicar un cluster son bastas. Se trata de planificar en la actividad que se desea trabajar, saber si es viable y hacerlo funcional, esto puede dar origen a productos competitivos y de alta calidad, como fue la experiencia de Guadalajara que se volvió experto en la producción del calzado.

CAPÍTULO 3

3. SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO

Introducción

La actividad turística figura como un sector con amplias posibilidades de desarrollo en todo el mundo. Muchos países toman ventaja de sus atractivos turísticos para impulsar su economía, para ampliar las relaciones internacionales, aumentar el ingreso de divisas, elevar el empleo, entre otros beneficios.

En México, el turismo ha pasado por varias etapas a lo largo de la historia, es decir, el desarrollo no se ha presentado con un crecimiento constante en el país. La intención de mostrar estos antecedentes es conocer el perfil del sector detectando carencias frente aquellos países que han destacado en la actividad.

Por otra parte, los atractivos principales no se han mantenido fijos para turistas extranjeros, ya que estos presentan interés sobre algunos sitios del país en particular; al identificar estas zonas se consigue llegar a las preferencias de los consumidores, esta información sirve como herramienta para crear una oferta mejorada que satisfaga plenamente al turista extranjero o nacional.

Ahora bien, si bien es cierto que México tiene grandes atractivos turísticos que pueden ser explotados para beneficio del crecimiento económico, debe tenerse en cuenta que ello requiere de una planeación concienzuda del sector. Al realizar un estudio de datos históricos no es más que para llegar al punto mencionado, y de manera adicional, proporcionar una alternativa que sirva de impulso para la actividad turística.

Introducción al Sector Turístico

Cada vez con mayor convicción se ve al turismo como un sector con virtudes potenciales, tanto por su capacidad de impulsar las relaciones en el extranjero, como por el potencial para la generación de divisas, por la creación de empleos y sobre todo porque impulsa a las regiones rezagadas del país.

Para efectos de esta tesis es importante definir que es el turismo para después dar paso a su clasificación y finalmente a los componentes que lo integran, como punto de partida para poder entender los efectos de dicho turismo en la economía nacional.

El turismo se entiende como el desplazamiento temporal y voluntario de personas, desplazamiento que se lleva a cabo bajo diferentes razones y finalmente propicia la interacción de turistas, proveedores de negocios, gobierno y comunidades diversas provocando efectos tanto económicos como sociales y culturales en la región, ciudad o país que es visitado. Se considera turista a todo aquel que visita dicha región o país por un periodo de tiempo menor a un año pero mayor a 24 horas.

El turismo es una actividad compleja donde intervienen numerosos elementos a partir de los cuales se desarrollan una serie de actividades cuyo objetivo principal es el abastecimiento de la demanda de bienes y servicios de los visitantes o turistas.

En los últimos años se han desarrollado avances importantes en materia de identificación y clasificación en las actividades relacionadas con la actividad como es el caso de la “Cuenta Satélite de Turismo” (CST). Esta nueva metodología para medir los impactos económicos que genera el turismo fue desarrollada por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y relacionada con el Sistema de Cuentas Nacionales de México. La clasificación hecha por esta cuenta da importante atención a la oferta y demanda, sin embargo sólo considera los factores económicos dejando de lado factores indispensables para el funcionamiento del sistema como los mencionados anteriormente. La CST propone definiciones y recomendaciones para cuantificar las actividades relacionadas económicamente con el turismo. Dentro de éstas definiciones se encuentra la de oferta y demanda: “la oferta son las unidades económicas que producen bienes y servicios para satisfacer los requerimientos de los visitantes”, mientras que la demanda se define como “todos los bienes y servicios que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje y que están relacionados con ese propósito”. La actividad turística está dividida dentro de la CST en dos categorías:

1. Actividades Características: que son las mercancías y los servicios cuya producción se destina exclusivamente a los visitantes quienes encuentran:
 - a) Bienes: artesanías (alrededor de 40 actividades), ropa de playa, trajes de baño, maletas y tiendas de campaña.
 - b) Servicios: Alojamiento (hoteles, moteles, casas de huéspedes y apartamentos rentados, trailer park y albergues), transporte de pasajeros (aéreo, autobuses foráneos, ferrocarriles turísticos y marítimo), agencia de viajes y operadores de tours.

2. Actividades No características: considera dentro de este rubro a aquellas actividades o productos que son adquiridos tanto por los turistas como por los residentes del lugar:
 - a) Bienes: alimentos y bebidas, ropa y calzado, anteojos para sol, periódicos y revistas, libros, productos farmacéuticos, artículos para el aseo personal, películas para fotografía, cintas para la grabación de música, aparatos fotográficos, artículos deportivos, juguetes, entre otros.
 - b) Servicios: restaurantes y bares, transporte (taxis, transporte urbano y suburbano) recreación (cine, espectáculos artísticos, taurinos y otros; cabarets y centros nocturnos; centros sociales, exposiciones de pintura, museos, etc.; otros servicios recreativos; aseo y limpieza personal; servicios fotográficos; alquiler de autos, estacionamientos, reparación de equipo de transporte, lavado y lubricación de autos; y apoyo a turistas que incluye servicios

proporcionados al turista por Caminos y Puentes de Ingresos y Servicios Conexos y Aeropuertos y Servicios Auxiliares).

Las categorías anteriores son realizadas con el fin de detectar en sus diferentes apartados la dinámica que experimenta cada elemento y poder identificar los más dinámicos, su interrelación y sus efectos en el desarrollo del turismo en el país.

Por otro lado, encontramos distintos tipos de destinos que son importantes separarlos pues México es un país que cuenta con diversos destinos, cuyo desarrollo se encuentra de manera desigual, y al encontrar su vocación turística la región se encontrará en condiciones de explotar sus recursos.

El turismo puede clasificarse en tres tipos de acuerdo a José Ignacio Arrillaga¹:

- Por su objeto. Ya que los efectos producidos por el turismo pueden ser económicos, sociales y culturales, abarcando diferentes sectores de la política económica y la política social.
- Por su ámbito. Se puede clasificar en turismo nacional o interior y extranjero o exterior.
- Por su extensión. El turismo puede ser dividido en turismo nacional, regional y local.

La Secretaría de Turismo seleccionó 48 centros turísticos y da la clasificación para tipo de destino:

- Centros de playa.
- Grandes ciudades.
- Centros turísticos del exterior.

La siguiente clasificación es la que hace Jorge Dahdá², quién señala que de acuerdo a los niveles de ingreso y el tiempo disponible con el que cuente el turista, existen tres clases de turismo:

1. Turismo de menos de 24 horas.
2. Turismo de fin de semana.
3. Turismo de destino.

De la misma forma en que se clasifica al turismo, los acontecimientos y sitios visitados se pueden clasificar en³:

1. Sitios naturales
2. Manifestaciones culturales
3. Folklore
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
5. Acontecimientos Programados.

¹ Arrillaga, José Ignacio. "Sistema de Política Turística"., Ed. Aguilar Madrid, 1995. págs.. 6-8.

² Dada, Jorge. "Elementos del Turismo". Ed. EDAMEX, México, 1993. págs. 20-21.

³ Ramirez, Manuel. "Deontología y Conciencia Turística". Ed. Diana, México, 1994. pág. 40

Así mismo, es necesario tomar en cuenta como es que se lleva a cabo la clasificación de los espacios turísticos (acontecimientos y sitios visitados). Dicha clasificación se determina de la siguiente manera:

- A partir de la demanda. Considerando el número de turistas que visitan el lugar, el tiempo que pasan en éste, el gasto diario de los turistas y el lugar de procedencia del turista.
- En relación con el funcionamiento. Se toma en cuenta la localización geográfica y el tiempo de visita de los turistas. Los centros turísticos toman cuatro formas de acuerdo a su funcionamiento: centros de distribución, de estadía, de escala y de excursión.
- En relación con la oferta. Alojamiento, que incluye el alojamiento hotelero, parahotelero y extrahotelero; alimentación, incluye restaurantes, cafeterías, quioscos y comedores; esparcimiento: clubes nocturnos, discotecas, bares, casinos, cines, teatros, clubes deportivos y parques temáticos.

Los turistas ya sean nacionales e internacionales cuentan con determinadas características psico-socio- culturales, entre las que el tiempo libre y la ruptura de la cotidianidad son las bases en la formación de las características del visitante. Las prácticas del individuo están marcadas por sus propias condiciones económicas y geográficas. La OMT hace la siguiente clasificación del turista:

- Visitantes internacionales: considera toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto al de origen, pero fuera de su entorno habitual, cuyo motivo principal de visita no es realizar una actividad que genere remuneración alguna en el país visitado e incluye:

Turismo Internacional: turista que permanece una noche por lo menos en alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Excursionista: turista que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado, incluyendo a los pasajeros en crucero.

- Visitante interno: toda persona que reside en un país y que viaje, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto de su entorno habitual, cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado, incluye:

Turista: visitante que permanece por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado cuando menos una noche.

Excursionista: visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

El tiempo que pasan los turistas en el lugar que visitan lo invierten realizando diversas actividades que pueden ser divididas en varias categorías que

determinan los mercados turísticos de acuerdo a la razón o motivo del viaje. La clasificación por clases de turistas es la siguiente:

Turismo de Negocios. Este tipo de turismo no se ve afectado por los cambios de estación, pues se puede llevar a cabo durante todo el año. Son los congresos, asambleas, seminarios, etc. El turista de negocios hace ciertos requerimientos que permiten la preservación de dicho turismo: habitaciones aisladas, computadoras, salas de reuniones, papelería, etc.

Turismo Religioso. Inversión no rentable pues las personas que integran este tipo de turismo demandan únicamente alimentación y bebidas dejando a un lado el gasto de entretenimiento.

Turismo Cultural o Histórico. Integrado por personas que gustan de visitas arqueológicas y a museos, excursiones guiadas a monumentos, visitas a iglesias y catedrales, espectáculos de luz y sonido, etc., dicho turismo se caracteriza por ser de poca estancia en el lugar.

Turismo Gastronómico. En él se incluyen a las personas que gustan de platillos y bebidas para así aumentar su cultura respecto a la cocina internacional. Es de suma importancia ya que conlleva al desarrollo de cocinas nacionales como medio de atracción turística y del mismo modo como medio de captación de recursos.

Turismo Recreativo. Se entra en la realización de actividades deportivas como ciclismo, canotaje, balnearios curativos, baños de sol e interacción social en un ambiente relajado.

Turismo Ambiental. Atrae a turistas a zonas remotas, las atracciones principales son naturales y ambientales siendo las actividades de mayor práctica la fotografía, excursionismo, alpinismo, navegación en canoa y campismo.

Turismo Vacacional. Es aquel que como su nombre lo dice se realiza en periodos vacacionales o de descanso. Se fomenta en gran medida pues es el turismo que mayor captación de recursos genera.

Actualmente existen diversas clasificaciones de los componentes del sector turístico y sobre su integración, que presentan diversas estructuras, pues cada una de ellas dirige a fines analíticos específicos. Con el fin de analizar el sistema turístico se presenta la estructura dada por Raimundo Cuervo, ya que este autor presenta un ordenamiento de los componentes de la oferta⁴. Su aproximación clasifica los elementos primarios de la oferta, de acuerdo a su importancia dentro de la posibilidad de realizar un viaje y la búsqueda de satisfacción del turista:

- Transportes.

⁴ Cuervo, Raimundo. "El turismo como medio de comunicación humana". Departamento de Turismo de México, 1967. México. pág. 52

- Alojamiento.
- Servicios de alimentación.
- Amenidades y diversión.
- Establecimientos comerciales relacionados.
- Servicios complementarios, como agentes de viajes y operadores.

Sergio Molina también realiza importantes aportaciones y propone un sistema más amplio⁵, agrupando los elementos de la oferta en dos clasificaciones que son: infraestructura y equipamiento e instalaciones, proponiendo los siguientes componentes:

- Superestructura.
- Demanda.
- Atractivos.
- Equipamiento e instalaciones.
- Infraestructura.
- Comunidad local.

La propuesta de Molina considera los bienes y servicios que no tienen un precio de mercado, como los atractivos, los productos del sector público (infraestructura) y las instituciones sin fines de lucro y la comunidad local, e incorpora, la superestructura, que se entiende como todos aquellos organismos e instancias que intervienen en la organización de la actividad.

Como última propuesta se presentará la realizada por Neil Leiper⁶. Propone un enfoque distinto para la conformación de los componentes del sistema turístico, que son:

- Región de origen de los turistas.
- Turistas.
- Ruta de tránsito.
- Región de destino.
- Industria turística.
- Entorno.

El turismo tiene el poder de mejorar el medio ambiente, proveer fondos para la conservación, incrementar la cultura y preservar la historia, de ahí que las ganancias que el turismo genere dependan del mantenimiento del atractivo del destino a visitar.

Así como tiene posibilidades de mejorar el ambiente también lo tiene en el ámbito económico al vincularse con diferentes indicadores como: la balanza de pagos, el mercado de divisas, las inversiones, el empleo, el desarrollo, multiplicadores, impuestos, inflación, exportaciones e importaciones y los desembolsos.

⁵ Molina, Sergio. "Conceptualización del Turismo". Limusa, 1991, México. Pags

⁶ Leiper, Neil. "Tourism Management". Tafe Publications. Victoria. NZ. pág. 74

Importancia del Sector Turístico a nivel mundial

Los flujos de turistas se han modificado a nivel mundial debido al cambio en los patrones de vida de los visitantes, así como los recientes acontecimientos que se desarrollan en el entorno internacional. Las condiciones en términos turísticos de un país desarrollado contra uno subdesarrollado son distintas; los países desarrollados son líderes en cuestiones de atractivos turísticos, pero a su vez también estos países resultan fuentes emisoras de los flujos del turismo en el mundo.

Los países en desarrollo tienen como tarea adecuarse a las grandes tendencias internacionales, ocupándose de ofrecer productos turísticos diferenciados, originales, basándose principalmente en su cultura y tradición, pero siempre considerando las expectativas de sus visitantes internacionales. Históricamente, el turismo ha presentado tendencias establecidas por las regiones y países líderes en la captación de llegadas e ingresos.

Actualmente, estos países líderes se dedican a desarrollar, dentro de su oferta turística, productos de alto valor agregado con otra característica más: la oferta está acorde con los cambios en la demanda de los turistas. Evidentemente, a consecuencia de estas acciones, los países no sólo buscan incrementar sus ingresos a través del incremento de viajeros, sino penetrar nuevos nichos de mercado en el turismo especializado.

Dentro de este nuevo contexto, es donde los países altamente receptores de turismo mundial han desarrollado productos turísticos para satisfacer pequeños mercados con alto poder adquisitivo. Estos tienen la facilidad de crear y desarrollar productos eco-turísticos (recorridos a zonas naturales, avistamiento de flora y fauna); impulsan innovaciones en turismo cinegético (productos para segmentos turísticos especializados: caza y pesca); desarrollan el turismo de cultura (exhibiciones culturales, musicales incluidos festivales) y han creado una oferta para turismo de salud (centros de rehabilitación natural).

La tasa de crecimiento anual de los flujos turísticos a nivel mundial en el periodo 1992-2002 ha sido del 3.6%; como resultado de que el turismo en los distintos países del mundo ha crecido en importancia en los últimos años, pasando de ser considerado como una actividad secundaria, a un sector principal en la generación de ingresos, así como de empleos.

Es importante tener en cuenta que los principales emisores de turistas son los países desarrollados y precisamente son estos países, inicialmente, donde el turismo se ha consolidado como una actividad económica vital dentro del mismo país y posteriormente esta visión fue adoptada por los países en desarrollo.

El turismo cobró importancia en el mundo a consecuencia del impulso a cinco factores:

1. Continuo crecimiento en las llegadas de turistas internacionales.

2. Mayor disponibilidad de ingresos y tiempo disponible por parte de los visitantes.
3. Avance en la tecnología.
4. El crecimiento de empresas de transporte y el mejoramiento de los servicios ofrecidos a un menor costo.
5. Promoción por parte del gobierno y de empresarios organizados.

La mayor disponibilidad de tiempo e ingresos se debe a una recuperación de los países industrializados. Los ingresos se ven en aumento por la mayor participación que desempeña la mujer en la actividad económica, así como el avance en la tecnología que permite un desplazamiento en menor tiempo.

El punto dos se atribuye a que el número de viajes interregionales aumentan cada vez más por la creación de regiones de libre comercio. Pero esto no significaría nada si el gusto por viajar no existiera, sobre todo cuando la actividad turística experimenta un desarrollo, puesto que el sector ha puesto atención a las necesidades y gustos que tiene el turista.

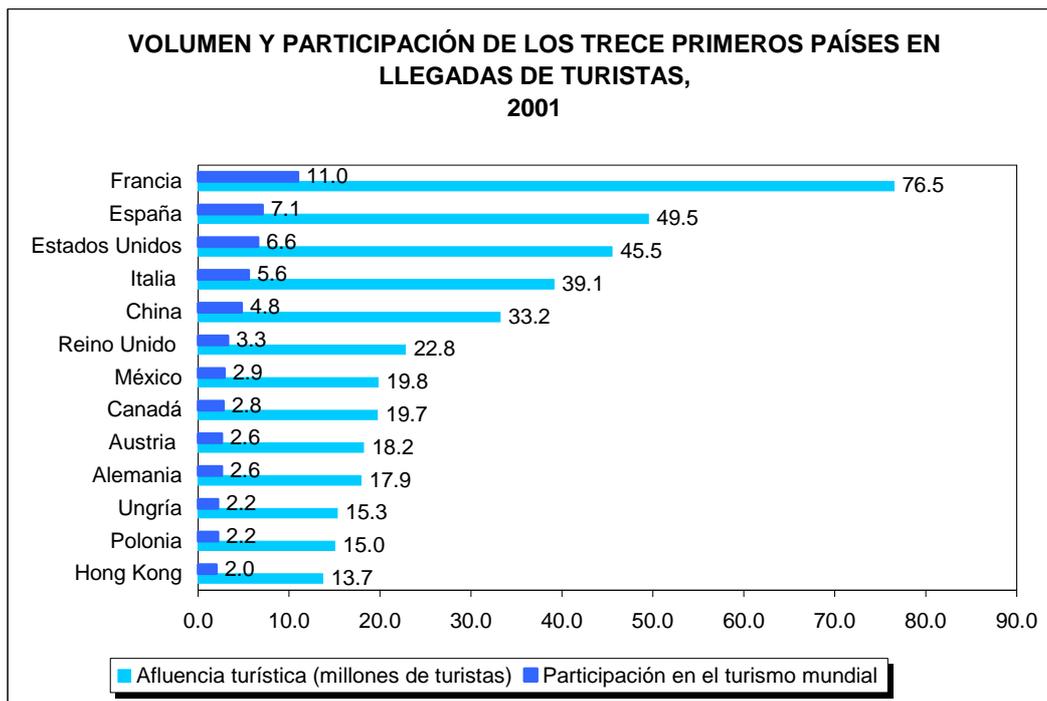
Dentro del avance tecnológico podemos mencionar avances en la administración, una mayor eficiencia en los procesos de comercialización turística pues el turista encuentra mayor información a través de internet sobre la oferta y las características de los distintos destinos turísticos.

El avance tecnológico se encuentra muy ligado al punto cinco, sobre las empresas de transporte, pues la aviación encuentra en el avance tecnológico las armas para aumentar la oferta de vuelos reduciendo los costos.

La participación que tiene el gobierno en el sector turístico es esencial. El reconocimiento de la importancia del sector turístico conlleva a un mayor fomento y promoción en las políticas nacionales y la atracción que en el sector privado provoca en esta actividad se ve promovida por los altos ingresos que se pueden alcanzar.

Los flujos turísticos mundiales se encuentran localizados principalmente en las regiones de Europa, Asia-Pacífico y América, como consecuencia de localizar precisamente allí un mayor número de productos desarrollados y contar con la posibilidad tecnológica para los turistas de transportarse con facilidad dentro su continente (como se muestra en la Figura 6).

Figura 6



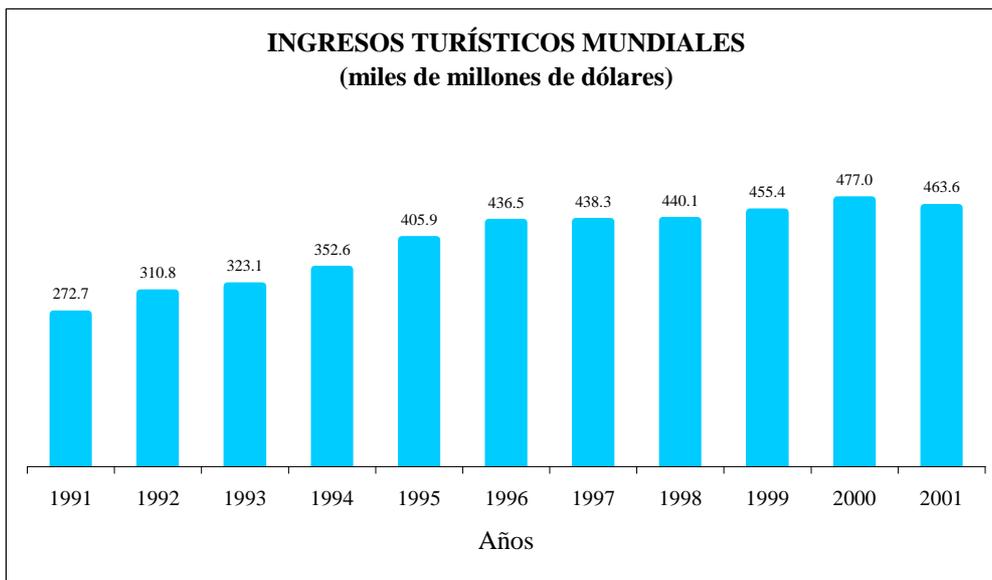
Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2003

Como competidor importante de Europa se encuentra Estados Unidos, pues este último país ofrece una amplia gama de productos como son: turismo de negocios enfocado de manera muy marcada en Nueva Cork; ecoturismo en el Cañón del Colorado; turismo de eventos y entretenimiento primordialmente en parques de diversiones en los estados de California y Florida; turismo de Congresos y Convenciones principalmente en Texas; turismo de sol y playa en Hawai y Florida y; turismo náutico en Florida y California.

Ingresos Turísticos Mundiales

Europa y América son los países que en la última década del siglo pasado generaron más ingresos (figura 7), su alta captación es consecuencia de un aumento considerable en el turismo intra-regional de viajeros con alto poder adquisitivo, así como de las políticas de fomento a la creación de productos turísticos de mayor valor agregado.

Figura 7



Fuente: Tomado de Fascículo VIII, Secretaría de Turismo, 2003.

Sin lugar a dudas, el líder en captación de ingresos es Estados Unidos, debido a una combinación de alto volumen de llegadas con un elevado gasto medio por visitante; le siguen en importancia tres países de la región de Europa y China, los países de Asia- Pacífico son los de menor captación de ingresos, estos últimos han aumentando recientemente su participación a través de un importante desarrollo del turismo de negocios. México ocupó el lugar número once en la captación de ingresos turísticos internacionales en el año 2001, recibiendo sólo el 1.8% del total mundial.

Conforme a lo señalado por la Secretaría de Economía, a nivel región, Europa es el líder en la captación mundial de turistas e ingresos; pero a nivel país Estados Unidos es el principal receptor de los ingresos generados. El liderazgo logrado por estos países es resultado de la aplicación de estrategias con claro enfoque de mercado y la iniciativa y realización de brindar productos turísticos totalmente a fin de satisfacer los requerimientos de los turistas internacionales.

El Sector Turístico en México

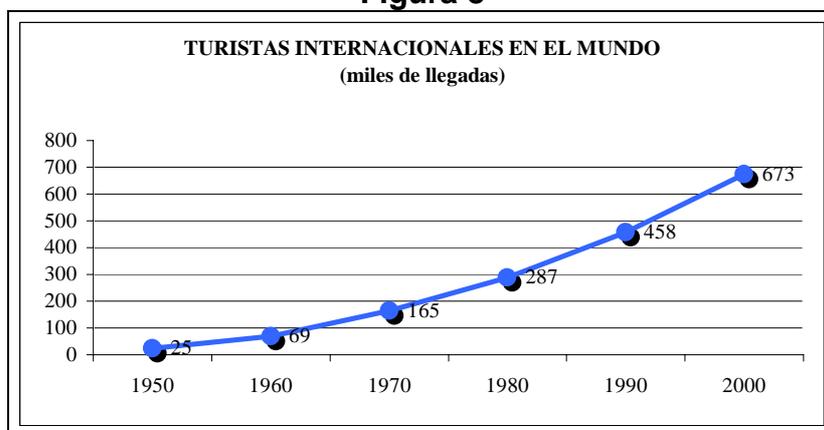
El sector turístico es uno de los sectores con más virtudes, pues cuenta con la capacidad de impulsar la economía brindando la oportunidad de una integración del país con el resto del mundo, ya que su potencial en la generación de divisas, la creación de empleos y el impulso proporcionado regionalmente son decisivos en la aportación del desarrollo económico.

A lo largo de cincuenta años el papel del gobierno es demasiado importante pues en México ha prevalecido un sector de la administración pública que siempre tiene que atender el ambiente que vive el sector turístico, medirlo, apoyarlo y con el deber de conducirlo cuando es debido intervenir de forma más directa en los asuntos del sector.

Una reconversión dinámica era lo que necesitaba el sector desde entonces. Finalmente en 1986 se aceleró la apertura del modelo turístico mexicano a la economía mundial.

Después de la segunda guerra mundial, siguió la tendencia que se consolidó en ese entonces, la cual consistía en dar prioridad al desarrollo de un turismo de masas, centrado en los atractivos de playa. Es este modelo, el que marca una característica esencial del éxito que presentaron los indicadores turísticos de aquella época que se reflejaron en un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, una captación de divisas sin precedentes hasta los setenta, una generación de empleos apreciable que sirvió para consolidar el modelo industrial de sustitución de importaciones, así como un aporte sensible al desarrollo de regiones rezagadas.

Figura 8



Fuente: Organización Mundial de Turismo.

Figura 9

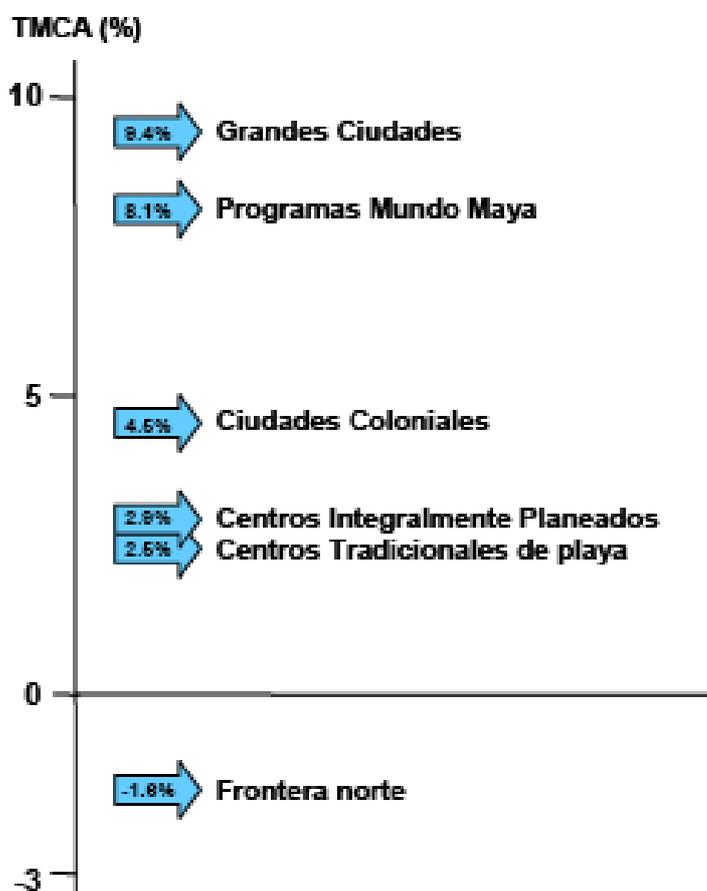


Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México.

Como se puede apreciar en las Figuras 8 y 9 existe una tendencia de crecimiento sostenido en el tiempo. En 1950 México tuvo una participación del 3.8% del turismo mundial, con 950 mil llegadas; y en 1999 recibió poco más de 19 millones de llegadas lo que significa un crecimiento de veinte veces en medio siglo.

Una vez revisadas las llegadas internacionales, ahora es importante identificar dónde son los lugares que, según las cifras, resultan más atractivos (figura 10). Durante el periodo 1999-2002, la tasa más alta de crecimiento en volumen de llegadas, de 9.4% corresponde a las grandes ciudades, y se presentan como principales receptoras de turistas de todos los destinos turísticos de México. Por otra parte, el Programa Mundo Maya también se sitúa en una posición importante en el panorama turístico del país (8.1%) debido al éxito en su diseño para impulsar las visitas de turistas extranjeros a México. En tanto que las ciudades coloniales, los centros integralmente planeados y los centros tradicionales de playa registraron un menor dinamismo, aunque no menos importante.

Figura 10
TASA MEDIA DE CRECIMIENTO ANUAL DE CENTROS TURÍSTICOS
SELECCIONADOS 1992-2000



Fuente: Tomado de Compendio Estadístico de Turismo en México, 2003.

Ahora bien, una vez observados los lugares que son más atractivos es necesario identificar entre las preferencias que presentan los turistas nacionales y los turistas extranjeros para cada uno de estos lugares seleccionados.

Los turistas nacionales encuentran las ciudades coloniales de México más atractivas, ya que estas representan el destino que registra mayor llegada de estos turistas, esto a consecuencia de las actividades que se desarrollan, los

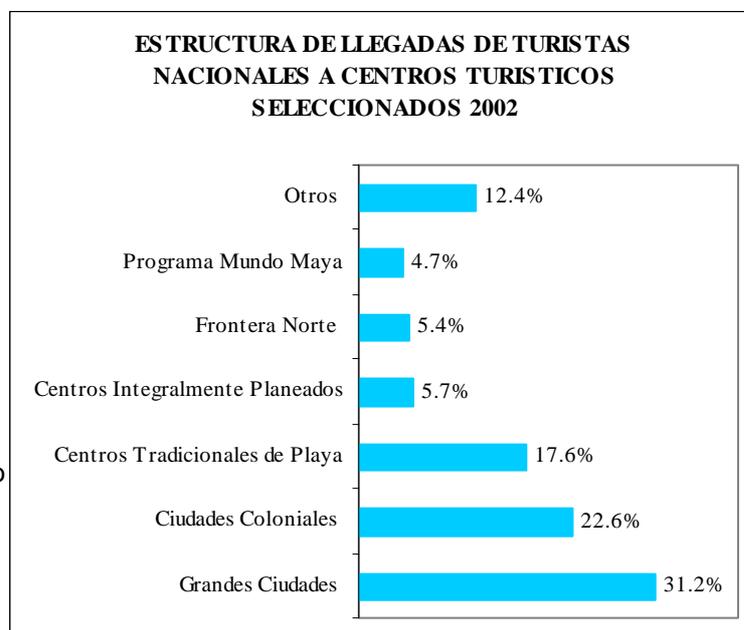
centros comerciales y porque significan grandes centros de negocios. Le siguen los centros turísticos de playa y los Centros Integralmente Planeados.

Cuadro 4

VOLÚMEN DE LLEGADAS DE TURISTAS NACIONALES A CENTROS TURISTICOS SELECCIONADOS 2002 (millones de turistas)	
Centro Turístico	Volumen
Grandes Ciudades	9.3
Ciudades Coloniales	6.8
Centros Tradicionales de Playa	5.3
Centros Integralmente Planeados	1.7
Frontera Norte	1.6
Programa Mundo Maya	1.4
Otros	3.7

Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2003.

Figura 11



Total 29.9 millones de turistas.

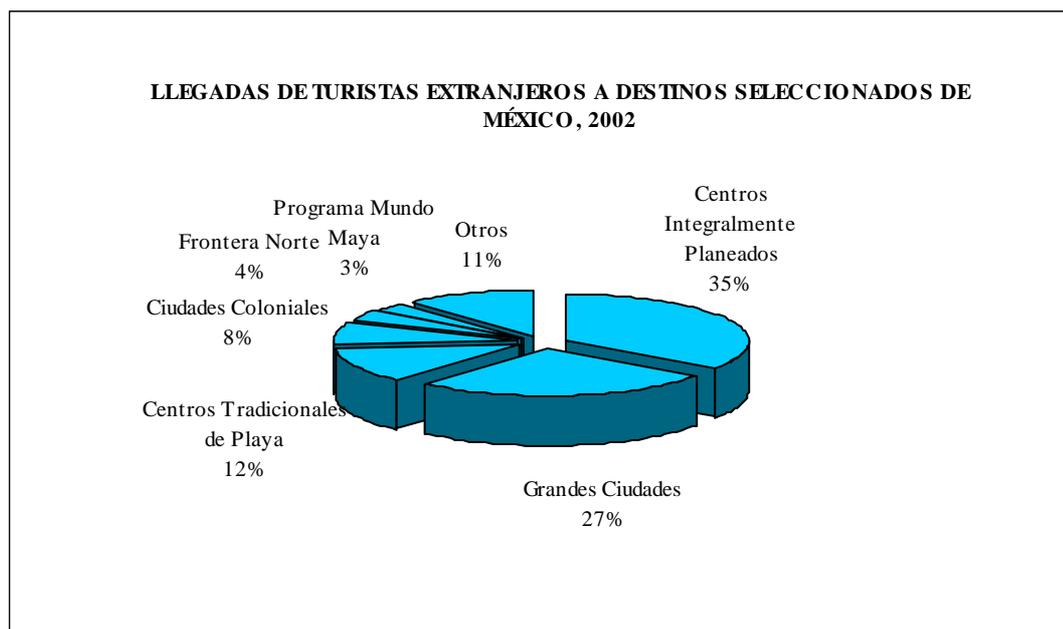
Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2003

Mientras que para el turismo extranjero, los visitantes de Estados Unidos representan el principal interés turístico para México: en promedio representan el 80% del flujo del turismo receptivo; en el 2002 alcanzó prácticamente el 90 % del volumen total.

Los destinos más visitados por los turistas extranjeros para el 2002 fueron los Centros Integralmente Planeados (CIPs), seguidos por las Grandes Ciudades y por los Centros Tradicionales de Playa, ya que el turista extranjero muestra una fuerte preferencia por los destinos de sol y playa.

Dentro de los CIPs, Cancún fue el principal destino en la década de los noventa; en el año 2002 registró mayoritariamente la captación de turistas internacionales, principalmente estadounidenses, por lo que Cancún se convirtió un fuerte atractivo de México que compite con los destinos similares que hay en el Caribe.

Figura 12



Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, Secretaría de Turismo, 2003

Por su parte, las Grandes Ciudades y las Ciudades Coloniales han registrado la tasa de crecimiento anual de visitantes extranjeros. Es el Distrito Federal quien recibió la mayor parte de los turistas extranjeros durante el 2002, alcanzando los 2.1 millones, como consecuencia de las actividades económicas y de transporte centralizadas en la ciudad y la concentración de visitantes por motivos de negocios.

Puerto Vallarta y Acapulco destacan como los Centros Tradicionales de Playa que mayor flujo de turistas extranjeros recibe. Aún cuando estos dos destinos de playa tienen una mayor orientación hacia el turismo nacional, los servicios nocturnos, la oferta de productos turísticos y el esfuerzo por promover estos centros han logrado la captación de turistas internacionales.

El Sector Turístico en la Economía Mexicana

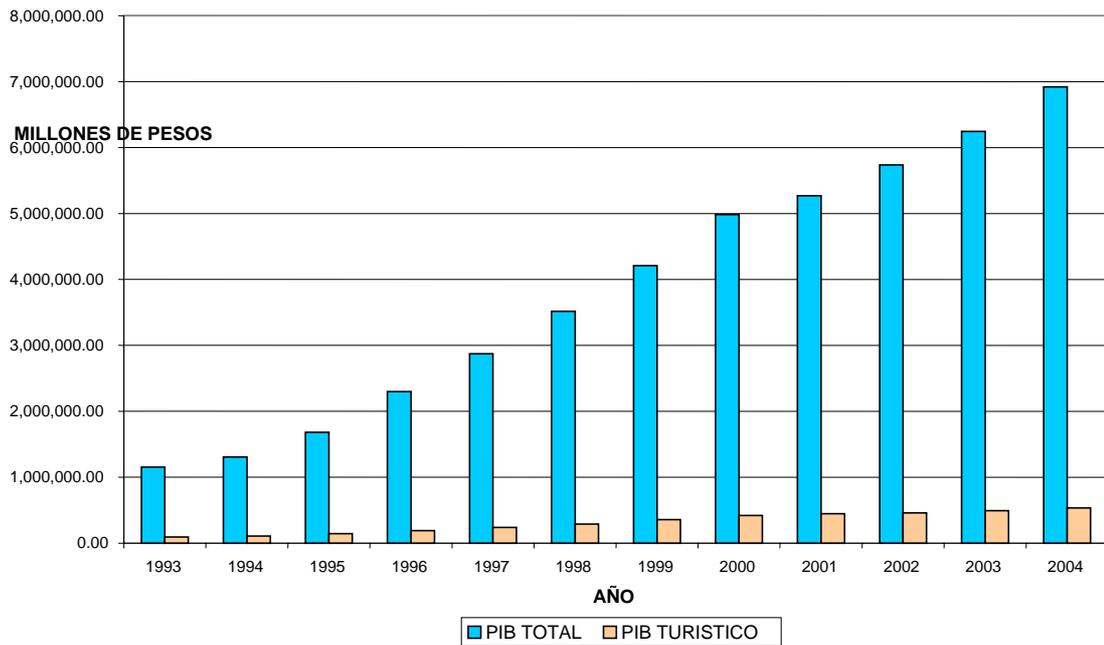
Para poder realizar el análisis del sector turístico dentro de la economía mexicana es necesario utilizar los datos proporcionados por la Cuenta Satélite de Turismo en México (CSTM) que nos permiten medir la importancia que dicho sector tiene en la economía, tanto a nivel total del país, como en las actividades en las que participa, lo cual se logra mediante el cálculo de agregados macroeconómicos similares a los que se incluyen en la contabilidad nacional.

En primer lugar, para poder llevar a cabo dicho análisis, debemos dejar clara la importancia del sector turístico dentro de la economía mexicana. En la figura 12 podemos observar el comportamiento tanto del Producto Interno Bruto (PIB)

total de la economía como del PIB generado por el sector turístico. Desde 1993 hasta 2004 el PIB de la economía mexicana ha ido creciendo mientras que el crecimiento del PIB turístico crece hasta el año 1999 y se mantiene constante hasta 2002 y a partir de este comienza a decrecer hasta 2004.

Figura 13

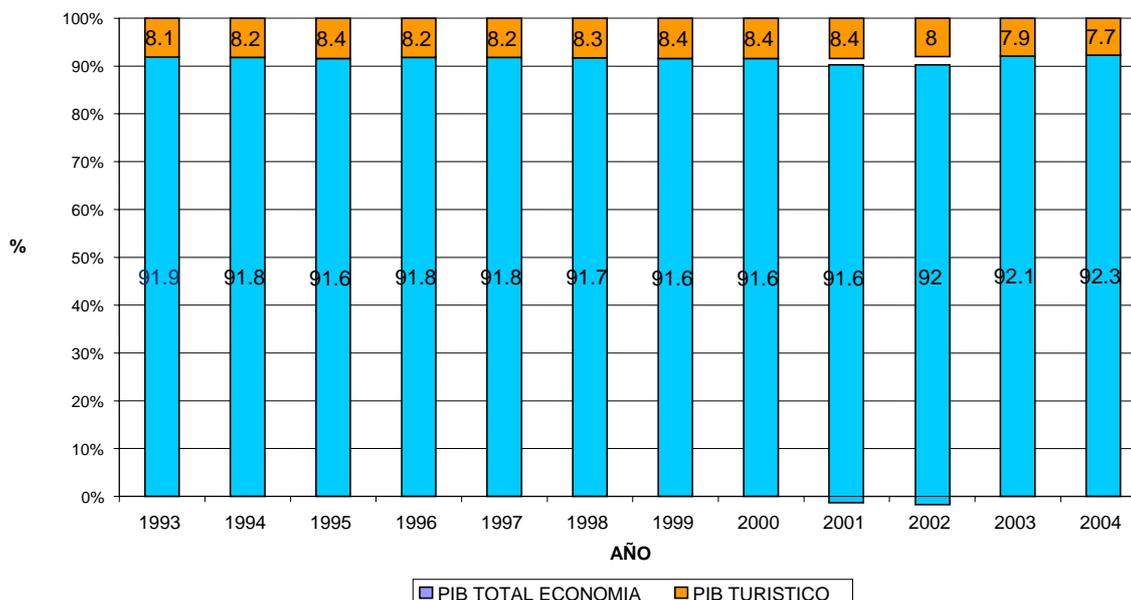
**PRODUCTO INTERNO BRUTO Y TURÍSTICO (1993-2004)
PRECIOS CORRIENTES**



Fuente. Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo

Figura 14

PARTICIPACIÓN % DEL PIB TURÍSTICO EN EL PIB TOTAL (1993-2004)



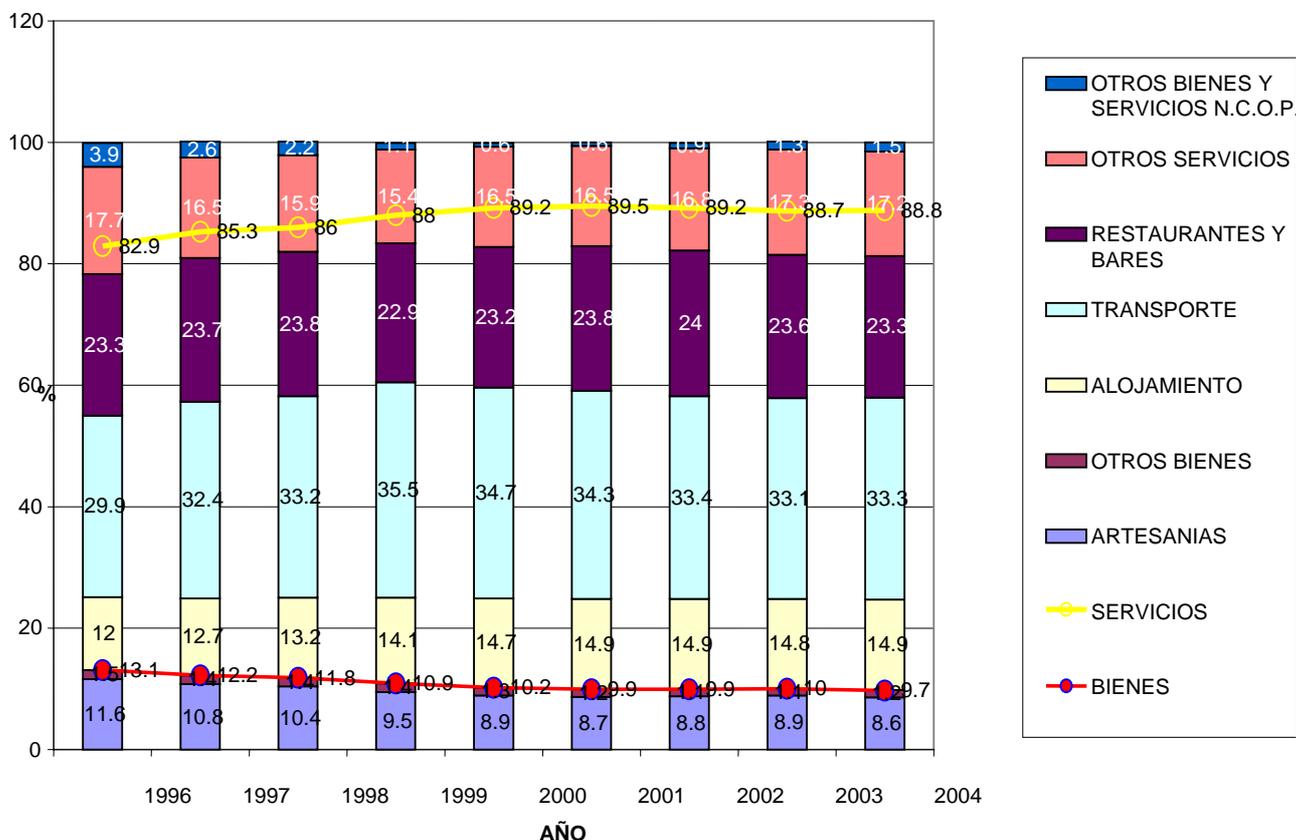
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaria de Turismo

Por otro lado en la Figura 14, el comportamiento se muestra en términos porcentuales, la participación del sector dentro de la economía mexicana, durante el periodo 1993-2004 es de 8.2 en promedio con un decremento de -1.2% para el final del periodo, mientras que el PIB del resto de la economía incrementa en un 3.8%.

Ahora bien, una vez establecida la participación del sector dentro de la economía, es conveniente mencionar que el sector turístico se encuentra conformado por actividades que incluyen bienes y servicios así como otros bienes y servicios; por un lado los bienes comprenden a aquellas actividades relacionadas con las artesanías y otros bienes, mientras que en los servicios se incluyen alojamientos, transportes, restaurantes y bares así como otros servicios. A continuación se presenta el desglose de las actividades turísticas que comprende el sector en términos porcentuales, en donde podemos apreciar que los bienes se manejan en un promedio del 10.8%, de los cuales el 9.5% corresponde a las artesanías y el 1.2% a otros bienes; los servicios cuentan con un 87.5%, en donde el 14.0% corresponde a alojamientos, 33.3% a transportes, 23.5% a restaurantes y bares y el 16.6% a otros servicios; mientras que el 1.6% corresponde a otros bienes y servicios NCOP.

FIGURA 15

COMPOSICION DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS EN % (1996-2004)
A PRECIOS DE 1993



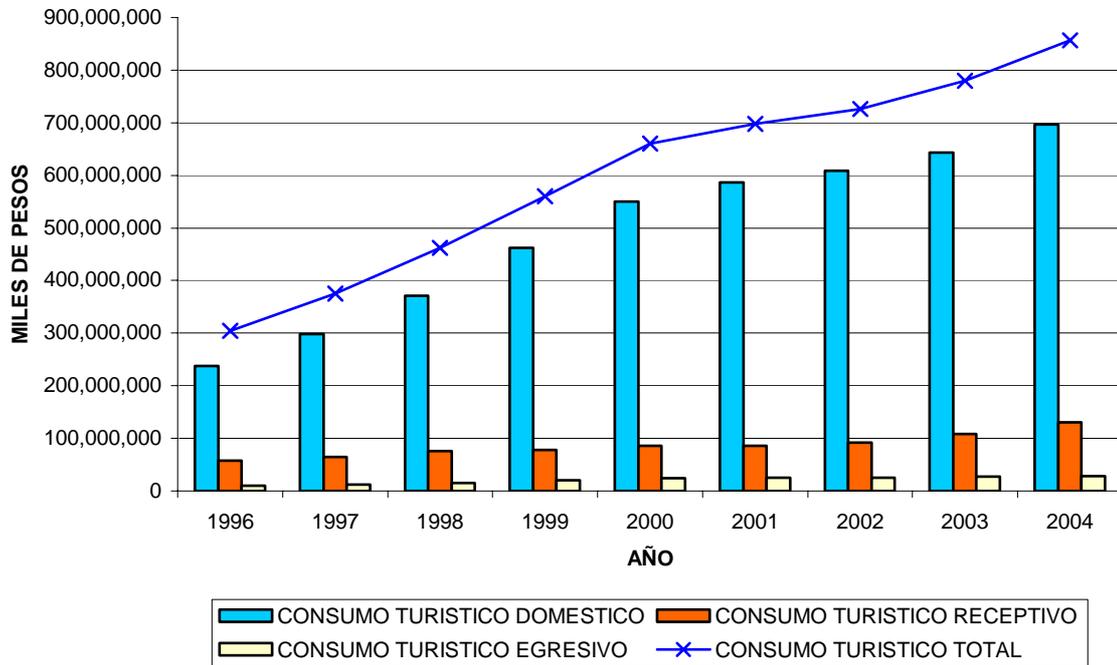
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

El consumo turístico se encuentra compuesto por el consumo turístico nacional, el consumo turístico receptivo y el consumo turístico egresivo⁷. En la figura 16 se muestra el total del consumo turístico y la participación que tiene el consumo turístico nacional, receptivo y egresivo respectivamente. Podemos ver que el consumo turístico doméstico o nacional es el que mayor incidencia tiene en el total del consumo turístico, seguido del consumo turístico receptivo y finalmente el consumo turístico egresivo.

⁷ El turismo egresivo es la salida de residentes en México al exterior.

Figura 16

**CONSUMO TURÍSTICO (1996-2004) A PRECIOS CORRIENTES,
PRECIOS DEL COMPRADOR**



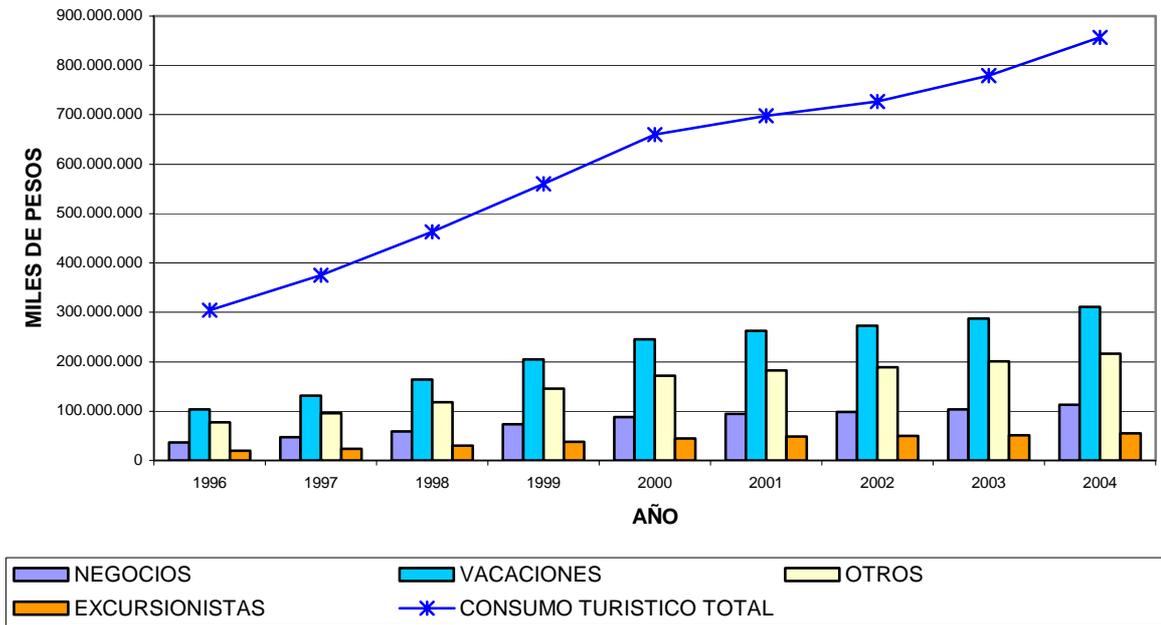
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

El consumo turístico nacional o doméstico es aquel consumo que realizan los turistas nacionales, es decir, los turistas residentes del país que viajan dentro del país, dicho consumo se puede apreciar en la figura 16 donde se observa una tendencia hacia el crecimiento más acelerada hasta el 2000 y a partir de este año el crecimiento hasta 2004 no es tan acelerado como en años anteriores al año 2000.

El consumo turístico nacional se encuentra compuesto por diferentes motivos; ya sea por negocios, vacaciones, excursionistas y otros motivos, siendo el consumo más significativo el consumo que se realiza cuando viajan por vacaciones.

Figura 17

CONSUMO TURISTICO NACIONAL (1996-2004) A PRECIOS CORRIENTES

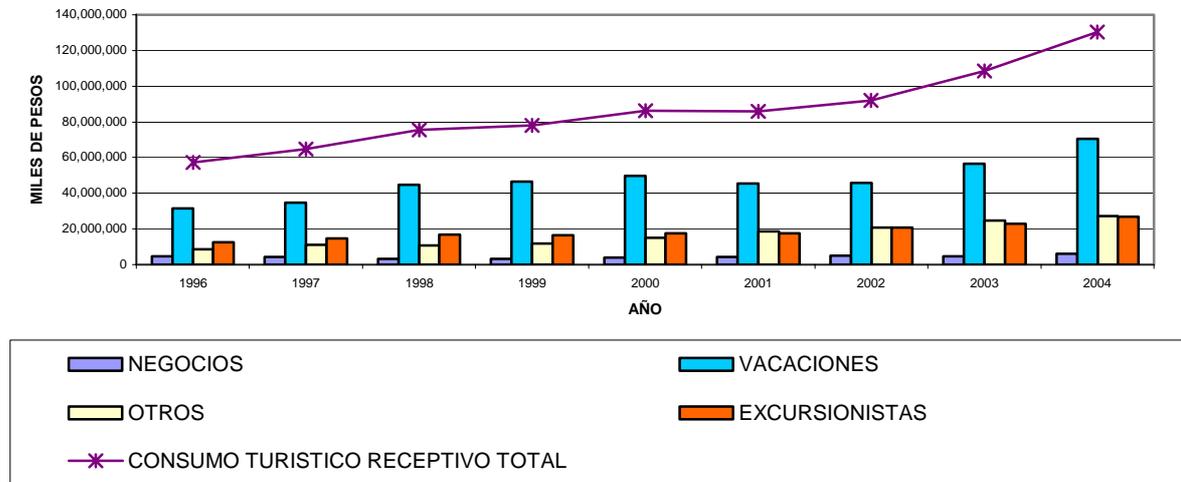


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

El consumo turístico receptivo se refiere al consumo que realizan los turistas extranjeros en el país, los motivos del consumo son los mismos que el consumo turístico nacional: negocios, vacaciones, excursionistas y otros motivos, con la mayor participación en este consumo el ocasionado por vacaciones, seguido de excursionistas, otros motivos y finalmente los negocios. La tendencia que muestra el consumo total turístico receptivo es al alza.

Figura 18

CONSUMO TURISTICO RECEPTIVO (1996-2004) A PRECIOS CORRIENTES, PRECIOS DEL COMPRADOR



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

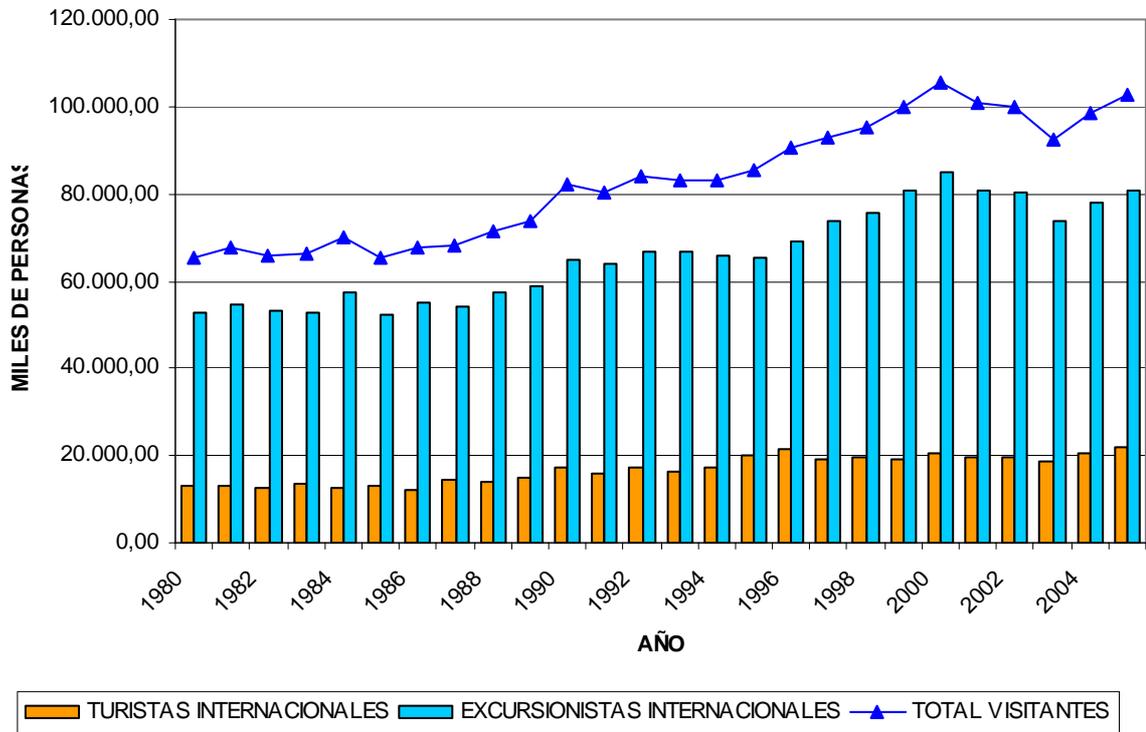
Finalmente el consumo turístico, no lo mencionamos pues es muy pequeño y no existen clasificaciones del consumo por motivos.

Como en cualquier actividad económica, los ingresos que se generan a raíz de las actividades son cifras relevantes. Anteriormente revisamos estadísticas mundiales, sin embargo, es preciso saber el caso específico del país.

En México el crecimiento de los ingresos por turismo receptivo ha tenido variaciones importantes en el transcurso de los últimos años a causa de diversos factores políticos, sociales y económicos, como el tipo de cambio, infraestructura turística, el ambiente político-social de la región, entre otros.

Figura 19

VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO (1980-2005)

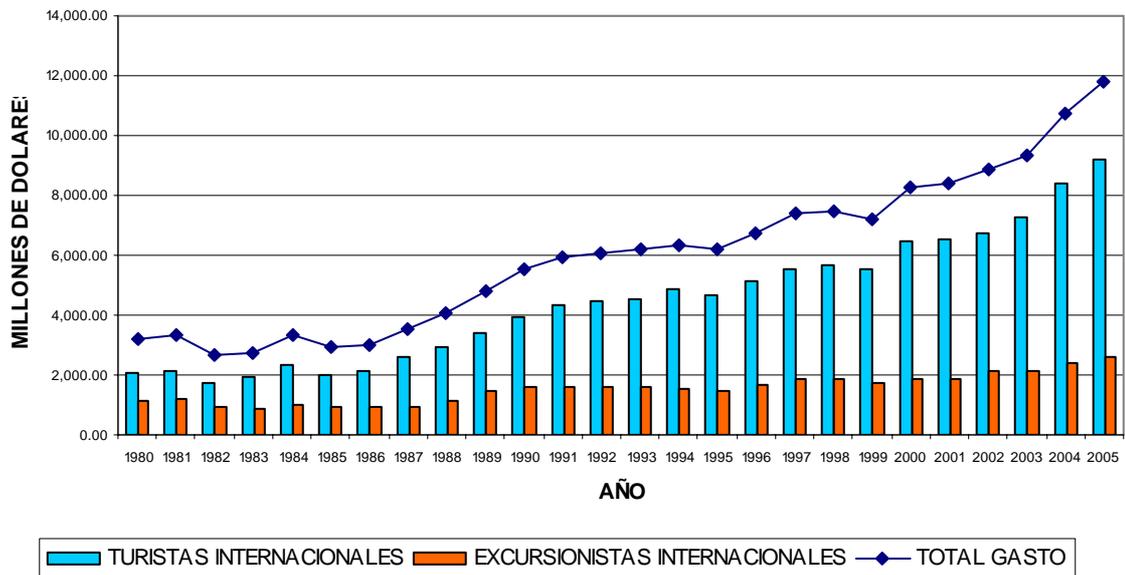


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

Se pueden identificar diferentes etapas. La etapa de transición que comprende el periodo de 1986 a 1992, el crecimiento se dispara manteniéndose constante salvo en 1994 cuando México vive la crisis, es para 1998 cuando recupera la tendencia de crecimiento que posteriormente presenta una ligera caída en 2003 y para 2004 un nuevo crecimiento.

Figura 20

GASTO 1980-2005 (MILLONES DE DOLARES)

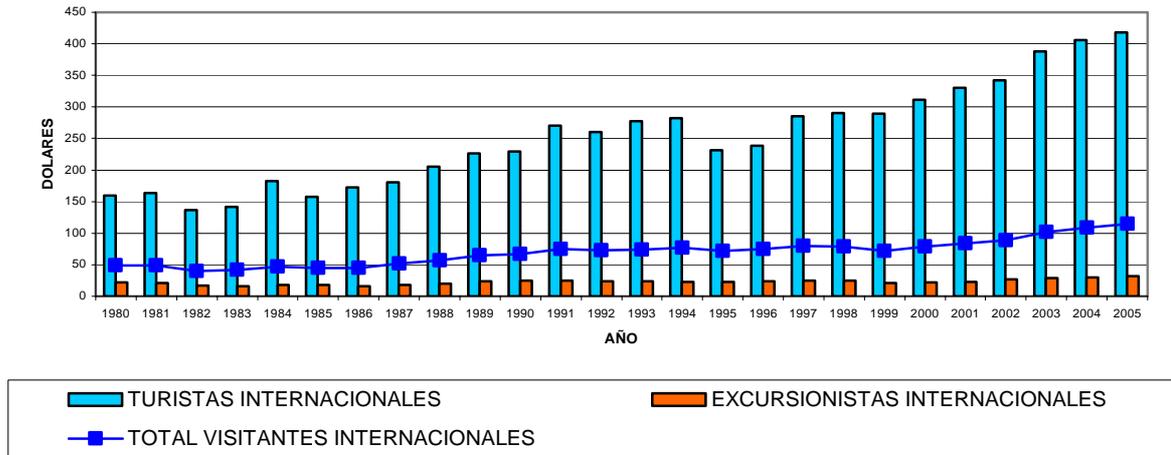


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

Como se puede observar en la Figura 20, el ingreso de divisas por turismo ha crecido, esto es el gasto que realizan los turistas extranjeros en México, lo mismo ha sucedido con el arribo de turistas para el mismo lapso de tiempo (desde 1980). Sin embargo, hasta el año 2000, la participación de México en los ingresos por turismo en el mundo resultó menor que su participación en el número de llegadas, es decir, las llegadas a México, consideradas como el número de visitantes que llegan a hoteles es mayor que el ingreso percibido por concepto de turismo en comparación con el turismo mundial.

Figura 21

GASTO MEDIO 1980-2005 (DOLARES)



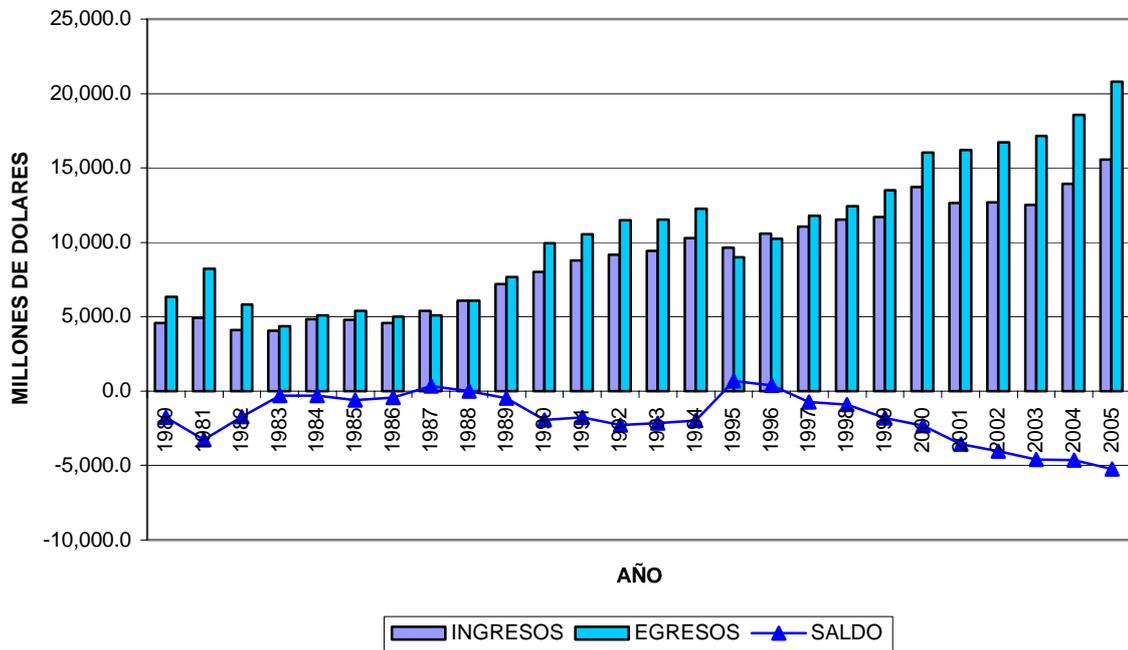
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaria de Turismo.

A pesar de que el gasto medio por turista en México es menor que en otros países turísticos a nivel mundial, en el periodo de análisis (1980-2005) la tendencia de éste es hacia un crecimiento en gran parte por el gasto de turistas internacionales, en donde el gasto medio aportado por los excursionistas es menor a los 50 dólares. Mientras que el total del gasto medio tiene una tendencia ligera a la alza, aportando 115.2 dólares para el 2005. Cabe mencionar que este crecimiento es causado por el incremento en el ingreso de los turistas,

En la Figura 22, Balanza Turística, denota un saldo deficitario, es decir que durante ese periodo las importaciones son menores al número de exportaciones turísticas, que va disminuyendo durante 1982 hasta 1988 y a partir de 1989 nuevamente empieza a crecer el déficit de la balanza turística hasta llegar a 1996 en donde el saldo ya no es deficitario, es decir, ahora las exportaciones o el número de visitantes extranjeros fue mayor al número de importaciones, es decir fue menor el número de visitantes mexicanos al exterior; sin embargo, a partir de este punto y hasta 2005 el saldo de la balanza sigue una tendencia deficitaria creciente. Cabe mencionar que en el caso del turismo la balanza de pagos no se interpreta de la misma forma que la balanza de pagos del país, pues cuando se habla de importaciones nos referimos al número de turistas nacionales que viajan al extranjero y para las exportaciones nos referimos al número de turistas extranjeros que viajan a México.

Figura 22

BALANZA TURÍSTICA (1980-2005) MILLONES DE DOLARES

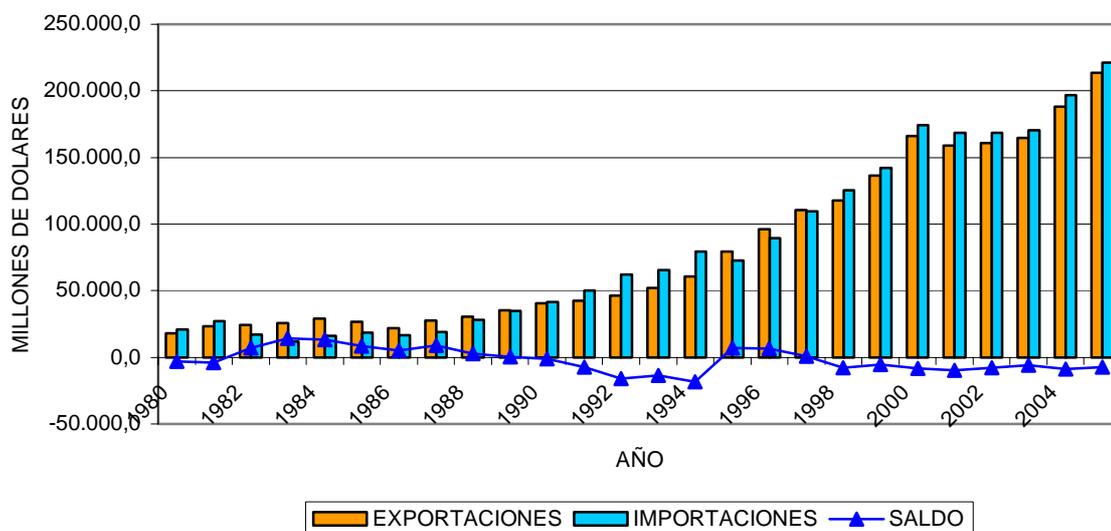


Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Banco de México.

La balanza turística puede ser comparada con la balanza comercial (Figura 23), cuando realizamos dicha comparación, observamos que en la balanza comercial también existe un déficit en el saldo de la balanza y que presenta la misma tendencia a pesar de que en esta última las exportaciones e importaciones que se realizan son de mercancías y el criterio para interpretar los resultados son los normales.

Figura 23

BALANZA COMERCIAL (1980-2005)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de Banco de México.

En el siguiente cuadro presentamos las cifras hoteleras por llegadas de turistas: nacionales e internacionales, los turistas por noche: nacionales e internacionales así como la estadía promedio de los turistas en el hotel.

CUADRO 5

OCUPACIÓN HOTELERA (MILLONES DE TURISTAS)						
CONCEPTO	2000	2001	2002	2003	2004	2005
LLEGADAS DE TURISTAS	39.7	38	36.7	38.5	21.7	16
LLEGADA DE TURISTAS NACIONALES (PERSONAS)	29.9	28.7	28.9	29.9	15.3	10.4
LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS (PERSONAS)	9.8	9.3	7.8	8.5	6.3	5.5
TURISTAS NOCHE	90.7	85.7	80.8	83.1	51.5	40.6
TURISTAS NACIONALES (NOCHE)	56.8	56.1	55.6	57.1	31.2	22.4
TURISTAS EXTRANJEROS (NOCHE)	33.8	29.5	25.2	25.9	20.2	18.1
ESTANCIA PROMEDIO (NOCHE/TURISTA)	2.28	2.25	2.2	2.15	2.36	2.52
ESTANCIA PROMEDIO NACIONALES	1.9	1.95	1.92	1.9	2.02	2.14
ESTANCIA PROMEDIO EXTRANJEROS	3.45	3.16	3.21	3.04	3.17	3.25

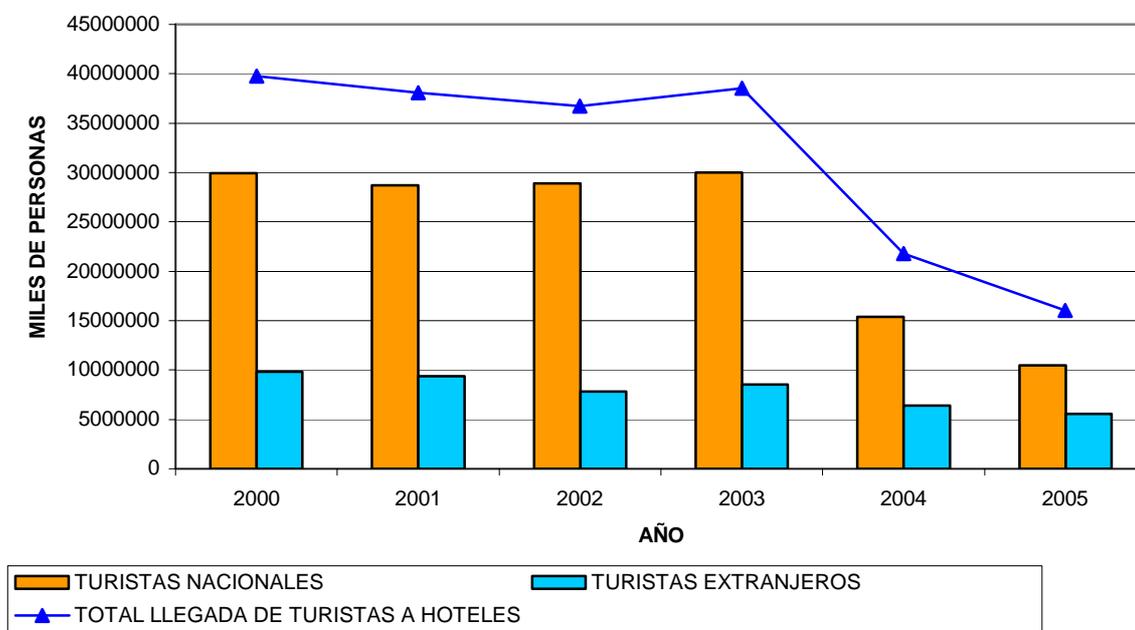
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

En la Figura 24 se aprecia la ocupación hotelera durante el periodo 2000-2005, incluidos todos los centros turísticos clasificados por la Secretaría de Turismo. Lo importante a destacar en este cuadro es el hecho de que el total de llegadas a hoteles tanto de turistas nacionales como internacionales tiene una tendencia

a la baja, es decir, la ocupación hotelera ha disminuido; sin embargo, hay que decir que dentro del total de la ocupación hotelera, la realizada por los turistas nacionales es la más significativa.

Figura 24

OCUPACION HOTELERA 2000-2005



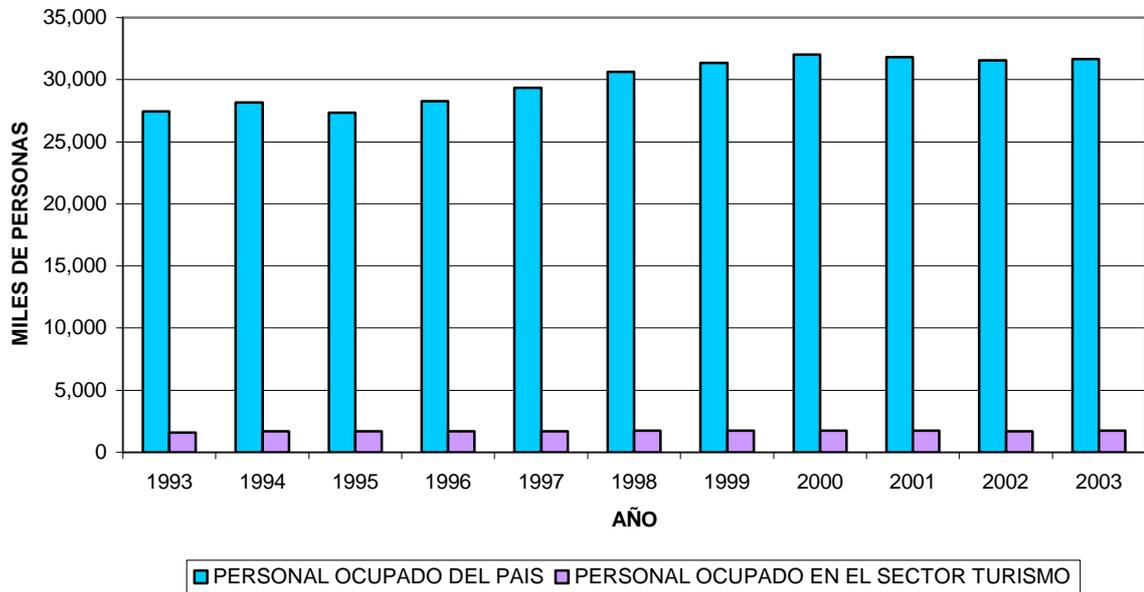
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

De acuerdo con la cuenta satélite la actividad turística en México ha significado en los últimos años una importante oportunidad para el crecimiento económico y ha ayudado a incrementar la calidad y el nivel de vida de sus habitantes dado que genera alrededor de 1.9 millones de ocupaciones, según estimaciones del INEGI.

En la Figura 25, podemos comparar el número de personas ocupadas en toda la economía contra el número de personas ocupadas únicamente en el sector turístico en el periodo 1993-2003 y podemos darnos cuenta de que en promedio el personal ocupado en el total de la economía es de 27,823.25 millones de personas mientras que el sector turístico genera 1,724.41 millones de empleos. En términos porcentuales, el sector turístico genera en promedio el 8.2% de empleo mientras que el complemento, es decir, 91.8%, es el empleo generado por el resto de la economía.

Figura 25

**PERSONAL OCUPADO TOTAL Y DEL SECTOR TURISTICO
(1993-2004)**



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

Figura 26

**PARTICIPACION PORCENTUAL DEL PERSONAL OCUPADO EN EL SECTOR
TURISTICO EN LA ECONOMÍA (1993-2004)**



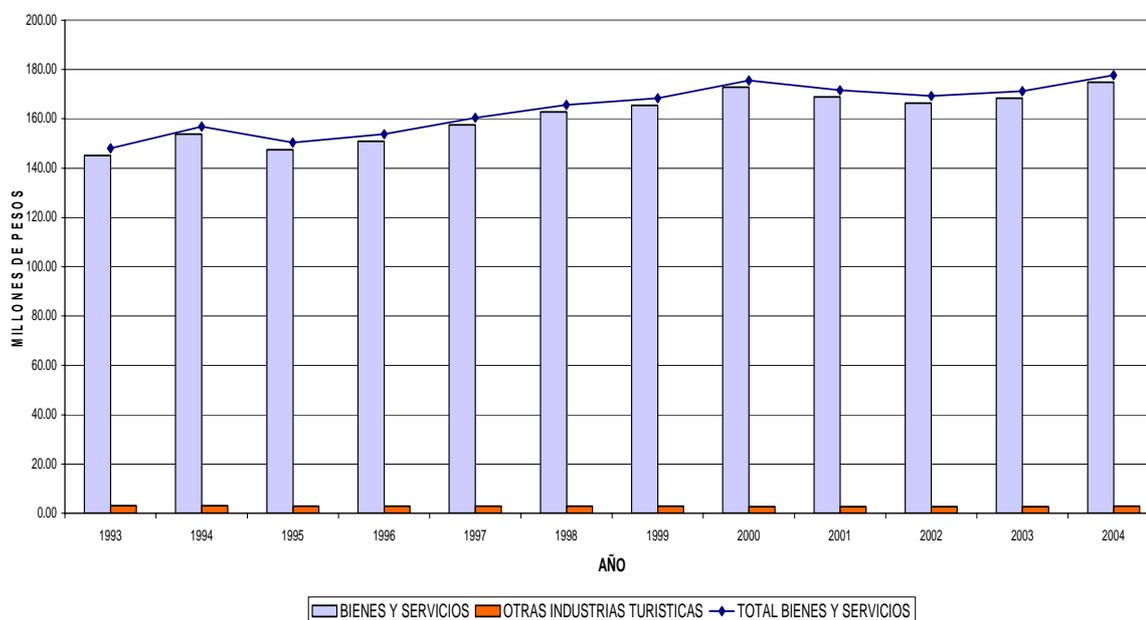
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

En la Figura 27 se muestran el número de remuneraciones en miles de pesos para el personal ocupado en el sector turístico por bienes y servicios y otras

industrias turísticas, durante el periodo 1993-2005, siendo los primeros los que mayor remuneración tienen.

Figura 27

REMUNERACIONES 1993-2005 A PRECIOS DE 1993 (MILLONES DE PESOS)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Turismo.

Conclusiones

Realmente el turismo es una importante actividad económica y social que requiere de gran intervención por parte del gobierno para su sustento y desarrollo.

El fomento de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística debe ser uno de los objetivos primordiales para lograr dicho objetivo; el compromiso que se adquiere para contribuir al fortalecimiento del turismo debe ser fundado en bases que den muestra de su condición pasada y actual, para realizar una proyección y un plan a futuro. Las bases a las que se refiere son herramientas fueron utilizadas en este capítulo, entre otras muchas.

Al realizar el estudio, se encontró con que no sólo existen cambios de índole social, económico, político o tecnológico; el turismo también ha tenido cambios enormes que se muestran claramente en la oferta turística mundial.

Ante la globalización y el avance de los medios de comunicación, el turista de cualquier parte del mundo puede tener conocimiento sobre prácticamente todos los destinos a los que cuenta. Por el mismo desarrollo el turismo se ve forzado a brindar un servicio y experiencia de calidad y a un precio competitivo.

México muestra, en sentido turístico, un muy atractivo patrimonio natural y cultural (playas, bosques, zonas arqueológicas, gastronomía, etc.) que lo arman

para hacer frente a un reto que no sería posible llevarlo a cabo sin un programa que lo ampare. El crecimiento con calidad sería necesario buscarlos a través del aprovechamiento de los recursos naturales, y con igualdad entre las personas y un programa implantado para cada región que busque sus cualidades potenciales.

Y todo esto tiene que ver con la satisfacción plena del turista, donde la calidad de la experiencia haga la diferencia entre México y cualquier otro país. Y como un círculo vicioso se regresa a la oferta turística, que al fin y al cabo y ésta la que logra la satisfacción del turista.

CAPITULO 4

4. IMPLEMENTACIÓN DE UN CLUSTER TURÍSTICO EN EL ESTADO DE CHIAPAS

Introducción

En este último capítulo se encuentra al descubierto el potencial del Estado de Chiapas, al presentar de manera general características geográficas, climáticas, orográficas, hidrográficas, agrícolas y no olvidando aspectos económicos.

Los aspectos antes mencionados servirán de ayuda para tener una visión global del Estado de Chiapas y dejar al descubierto un Estado que tiene fortalezas, así como áreas de oportunidad. Esto no es más que llegar a reconocer que dentro de un territorio tan vasto la actividad turística tiene enormes oportunidades de crecimiento que impactan directamente en el crecimiento y desarrollo del Estado y por ende del país.

Cuando se tiene a un Estado con una extensión de 74,415 km y se desea implantar un cluster turístico, lo más viable es definir una división dentro del territorio. Es así como se llega a la identificación de las regiones, la cual sirve mucho de ayuda para señalar las características que es dueña cada región.

La selección de la región en la que se trabajará no es sencilla, el comparativo entre ellas debería ayudar a elegir a aquella que tenga el potencial para presentar este proyecto, sin embargo, en el transcurso de la investigación, se llega a la disyuntiva que surge precisamente por las impresionantes oportunidades que brindan a manos llenas todas las regiones.

Si esto no fuera suficiente, con la selección de la región en donde se implementará el cluster viene punto de partida para el inicio de un diagnóstico sobre la capacidad competitiva de la región y así comenzar a delinear las estrategias que ayuden a la conformación del cluster.

El Estado de Chiapas

El estado de Chiapas es la entrada al sureste mexicano. Chiapas se caracteriza por ser un estado multicolor, por el folklore de sus pueblos ancestrales y las diversas culturas que existen aunado a sus aguas siempre azules y sus selvas así como bosques siempre verdes.

En la conformación territorial de Chiapas, convergen y se forman demarcaciones ecológicas, neoeconómicas o étnicas, cada una con particularidades propias que requieren especial atención. Además su condición fronteriza con Centroamérica

convierte a Chiapas en una entidad estratégica, no solamente para la región sino para el país.

Características Geográficas de Chiapas

Chiapas tiene una extensión territorial de 74,415km que representa el 3.8 % de la superficie del país, lo que lo ubica en la octava posición en cuanto a tamaño se refiere. Su capital es Tuxtla Gutiérrez. Este maravilloso Estado se sitúa entre los paralelos 14° 32' y 17° 59' de latitud norte y los meridianos 90° 22' y 94° 15' de longitud oeste. Su ubicación geográfica lo posiciona en una situación estratégica económicamente; colinda al norte con Tabasco, al este con la República de Guatemala, al sur con el Océano Pacífico y al oeste con los estados de Oaxaca y Veracruz.

En el territorio existen 19,386 localidades, distribuidas en 119 municipios, estos agrupados a su vez en 9 regiones: I Centro, II Altos, III Fronteriza, IV Frailesca, V Norte, VI Selva, VII Sierra, VIII Soconusco y IX Istmo-Costa.

Para el estudio que se desea realizar es indispensable citar las características del Estado. Se empezará por las características geográficas de Chiapas, pues la implementación del cluster depende en gran medida de éstas. Las que se han considerando para el estudio son las climáticas, orográficas, hidrográficas y vías de comunicación.

Clima en el Estado de Chiapas

De acuerdo con INEGI, en el Estado de Chiapas los tipos de clima presentes son nueve, de cada uno de ellos depende la actividad económica que se realiza y por tanto el grado de actividad turística presente en el estado.

- Cálido húmedo con lluvias todo el año. 14.3% de la superficie estatal.
- Cálido húmedo con abundantes lluvias en verano 24.8 % de la superficie estatal.
- Cálido subhúmedo con lluvias en verano 34.9 % de la superficie estatal.
- Semicálido húmedo con lluvias todo el año 1.8 % de la superficie estatal.
- Semicálido húmedo con abundantes lluvias en verano 12.6 % de la superficie estatal.
- Semicálido subhúmedo con lluvias en verano 5.0 % de la superficie estatal.
- Templado húmedo con lluvias todo el año 0.1 % de la superficie estatal.
- Templado húmedo con abundantes lluvias en verano 3.2 % de la superficie estatal.
- Templado subhúmedo con lluvias en verano 2.9 ¹% de la superficie estatal.

¹ INEGI. Carta de Climas, 1:1 000 000.

En la Figura 28 se puede apreciar la distribución de climas dentro del Estado.

Figura 28. CLIMA EN EL ESTADO DE CHIAPAS



Fuente: Tomado de INEGI. Carta de Climas, 1:1 000 000.

Orografía y Fisiografía en el Estado de Chiapas

En el Estado de Chiapas podemos considerar siete elevaciones importantes: el Volcán Tacaná, Cerro Mozotal, Cerro Tzontehuitz, Cerro Chamuleto, Cerro Tres Picos, Cerro Blanco y Cerro La Bandera (Yumcatzac). Su fisiografía se encuentra

compuesta por la Llanura Costera del Golfo Sur, la Sierra de Chiapas y Guatemala y la Cordillera Centroamericana.

- Llanura Costera del Golfo Sur. Cuenta con una subprovincia: Llanura y Pantanos Tabasqueños abarcando 5.9% de la superficie estatal.
- Sierras de Chiapas y Guatemala, compuesta por: Sierras del Norte de Chiapas que ocupa el 12.8 %, Sierra Lacandona el 22.4 %, Sierras Bajas del Petén el 0.3 %, Altos de Chiapas el 20.4 %, Depresión Central de Chiapas el 6.2 % de la superficie estatal.
- Cordillera Centroamericana formada por: Sierras del Sur de Chiapas que ocupa el 21.2 %, Llanura del Istmo el 1.0 %, Llanura Costera de Chiapas y Guatemala el 7.5 % y Volcanes de Centro América el 1.8 % de la superficie total.

Figura 29. OROGRAFÍA DEL ESTADO DE CHIAPAS



Fuente: Tomado de INEGI.

Dentro de los sitios de interés geológico se pueden destacar 10 tipos de minas, dedicadas a la explotación y uso de diferentes productos como plata (2 minas), mármol (1 mina), titanio (1 mina), cuarzo (1 mina), hierro (1 mina), cobre (1 mina), barita (1 mina) y oro (2 minas).

Hidrografía, Agricultura y Vegetación en el Estado de Chiapas

Existen tres regiones hidrológicas en el estado: Costa de Chiapas, Coatzacoalcos y Grijalva-Uzumacinta, con 4, 2 y 6 cuencas respectivamente. Son 41 los principales ríos y 9 los cuerpos de agua dentro del estado. De esta característica hidrológica depende mucho la agricultura y vegetación del Estado y como se mencionaba en un inicio, sin temor a equivocaciones, Chiapas es un Estado multicolor, que goza de una diversidad de producción agrícola.

En el estado de Chiapas el tipo de agricultura y vegetación que predomina, como se puede ver en el Cuadro 6, está compuesta por una parte destinada a la agricultura en donde encontramos productos como el maíz, frijol, plátano, cacao y café, y abarca el 17.7 % de la superficie estatal con utilidad comestible. El pastizal que es principalmente para forraje, conocido como, la estrella africana, pangola, guinea o privilegio y el sorgo ocupa un 18.2 % del total de la superficie del estado. El Bosque ocupa el 25.9 % del total de la superficie estatal se explota únicamente madera, Selva 34.0 % útil para la madera, comestible, forraje y medicinal, la Sabana ocupa un 1.2 % con fines comestibles, el Tular 0.9 % para fines domésticos, y Otro 1.8%.

Cuadro 6. AGRICULTURA Y VEGETACIÓN PREDOMINANTE EN EL ESTADO DE CHIAPAS.

AGRICULTURA Y VEGETACIÓN			
CONCEPTO	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE LOCAL	UTILIDAD
AGRICULTURA	17.72 % De La Superficie Estatal		
	<i>Zea mays</i>	Maíz	Comestible
	<i>Phaseolus vulgaris</i>	Frijol	Comestible
	<i>Musa paradisiaca</i>	Plátano	Comestible
	<i>Theobroma cacao</i>	Cacao	Comercial
	<i>Coffea arabica</i>	Café	Comercial
PASTIZAL	18.24 % De La Superficie Estatal		
	<i>Cynodon plectostachyus</i>	Estrella Africana	Forraje
	<i>Digitaria decumbens</i>	Pangola	Forraje
	<i>Panicum maximum</i>	Guinea O Privilegio	Forraje
	<i>Sorghum vulgare</i>	Sorgo	Forraje
BOSQUE	25.97 % De La Superficie Estatal		
	<i>Pinus michoacana</i>	Mococh, Pino Escobetón	Madera
	<i>Pinus oocarpa</i>	Pino Ocote, Kanta	Madera
	<i>Quercus peduncularis</i>	Roble	Madera
SELVA	34.08 % De La Superficie Estatal		
	<i>Brosimum alicastrum</i>	Ramón, Capomo, Ojoche	Comestible
	<i>Dialium guianense</i>	Guapaque	Madera

	<i>Guazuma ulmifolia</i>	Guácima	Medicinal
	<i>Bursera bipinnata</i>	Copal	Forraje
SABANA	1.22 % De La Superficie Estatal		
	<i>Byrsonima crassifolia</i>	Nanche	COMESTIBLE
TULAR	0.96 % De La Superficie Estatal		
	<i>Rhizophora mangle</i>	Mangle Rojo	Doméstico
	<i>Avicennia germinans</i>	Mangle Negro	Doméstico
OTRO	1.81 % De La Superficie Estatal		

Fuente: INEGI. Anuario Estadístico Chiapas 2005

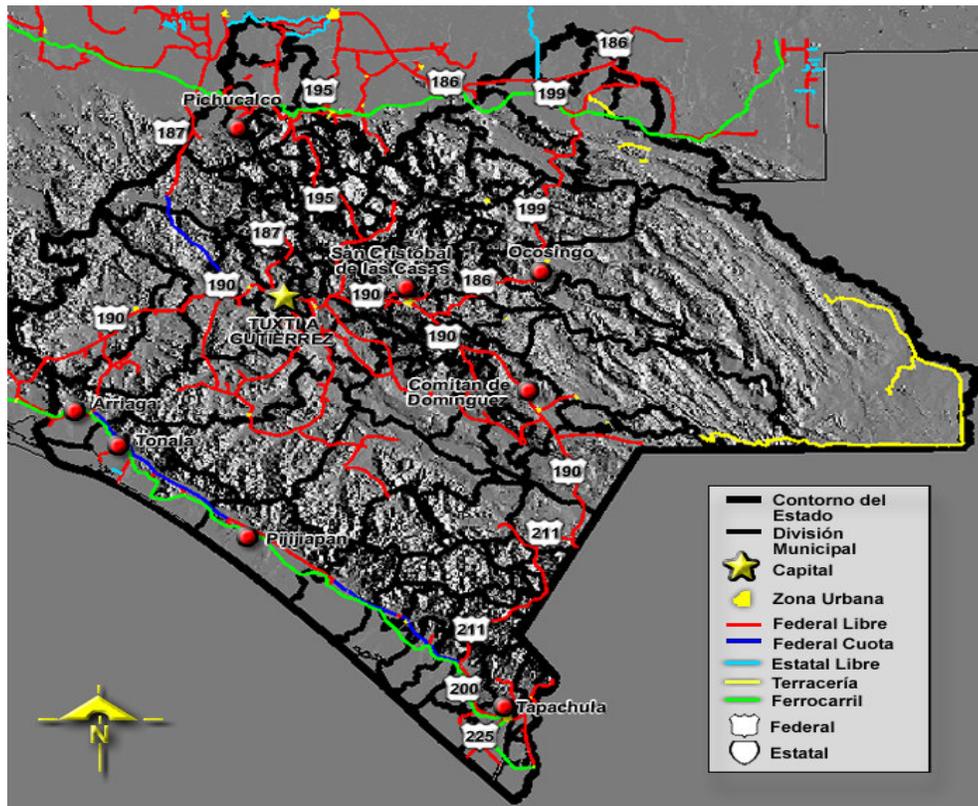
Vías de Comunicación en el Estado de Chiapas

Las vías de comunicación son de vital importancia para el desarrollo del comercio y, por supuesto, para el turismo, pues si no existieran medios fáciles de llegada al Estado, no se podría impulsar el sector, ya que el turista no contaría con medios para desplazarse en este excepcional territorio.

Dentro del Estado se puede ubicar una importante red caminera que facilita la comunicación tanto al interior como al exterior del estado, además de contar con vías férreas, puertos, aeropuertos, así como aeropistas, éstas últimas hacen posible la comunicación con localidades que no tienen acceso por vía terrestre.

La longitud de las carreteras del estado es de 20,461.47 Km., de los cuáles 10,608.16 son federales y 9,853.21 Km. son estatales. La entidad posee 547.8 Km. de vías férreas, tanto federales como estatales utilizadas en su mayoría para el transporte de productos llegando a transportar un volumen de 1,804,870 toneladas en total para el año 2004. El puerto más importante es Puerto Madero en donde se realizan actividades comerciales y pesqueras y se ubica al sur del estado. Cabe mencionar que el estado cuenta con 6,846 metros de longitud de obra portuarias de atraque y de protección así como 25,500 m destinados al almacenamiento de los productos antes o después de su transportación.

Figura 30. VÍAS DE COMUNICACIÓN EN EL ESTADO DE CHIAPAS.



Fuente: Tomado de INEGI.

Así mismo, el Estado cuenta con una red de oficinas telegráficas conformada por 62 administraciones ocupando a 334 personas.

Por último, en cuanto vías de comunicación, Chiapas cuenta con 6 aeropuertos de los cuales 5 dan servicio nacional, ubicados en los municipios de Comitán de Domínguez, Ocozocoautla de Espinosa, Palenque, San Cristóbal de las Casas y Tuxtla Gutiérrez; el aeropuerto que ofrece los servicios internacionales se encuentra en Tapachula y es en este municipio que se cuenta con 24 aeródromos, realizando a diciembre de 2004, 23,257 vuelos en total de lo cuales 21,925 fueron vuelos nacionales y 1,332 fueron vuelos internacionales.

Características Socio- Económicas en el Estado de Chiapas

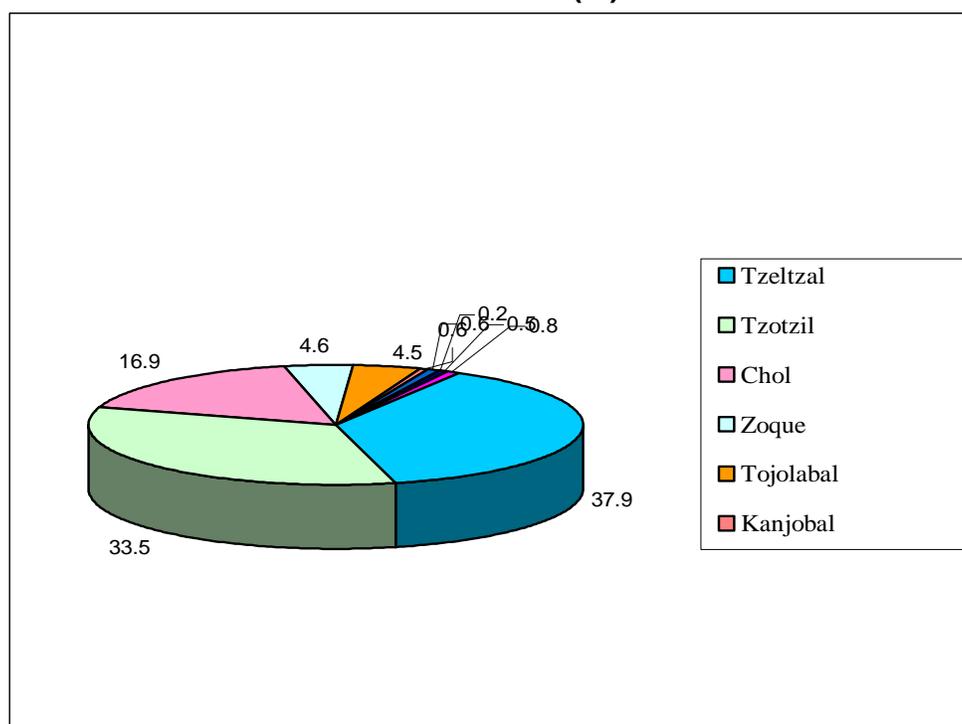
En este apartado y para efectos de este trabajo explicaremos algunas de las características socio-económicas más importantes del estado, entre ellas: población, población económicamente activa, PIB y principales actividades económicas; características que se derivan de las condiciones geográficas con las que cuenta el estado.

De acuerdo con el conteo de población y vivienda 2005 del INEGI, el estado cuenta con 4,293,459 habitantes, el 4.2% del total del país ocupando el séptimo lugar nacional, de los cuales aproximadamente 1 millón son indígenas, agrupados en 9 etnias, cada una con identidad propia; dentro de los grupos más representativos están los tzeltales, tzotziles, zoques y los lacandones.

Población Hablante de Lengua Indígena en el Estado de Chiapas

Del total de la población dentro de la entidad 957,255 personas hablan una lengua indígena, considerando que esta población es el 100%, el 73.7% habla también español, el 24.9% sólo habla su lengua y el 1.5% no especifica. Son diversas lenguas indígenas las que se hablan, las principales son: Tzeltal, Tzotzil, Chol, Zoque, Tojolabal, Kanjobal, Mame y Cluj; de estas lenguas Tzeltal es hablada por un 37.9% y Tzotzil el 33.5%². En la Figura 31 se muestra con claridad el porcentaje de las lenguas habladas dentro de la entidad incluyendo el porcentaje de la población que habla otra lengua así como parte de la población que no especifica el tipo de lengua hablante.

Figura 31. POBLACIÓN HABLANTE DE LENGUA INDÍGENA EN EL ESTADO DE CHIAPAS (%)



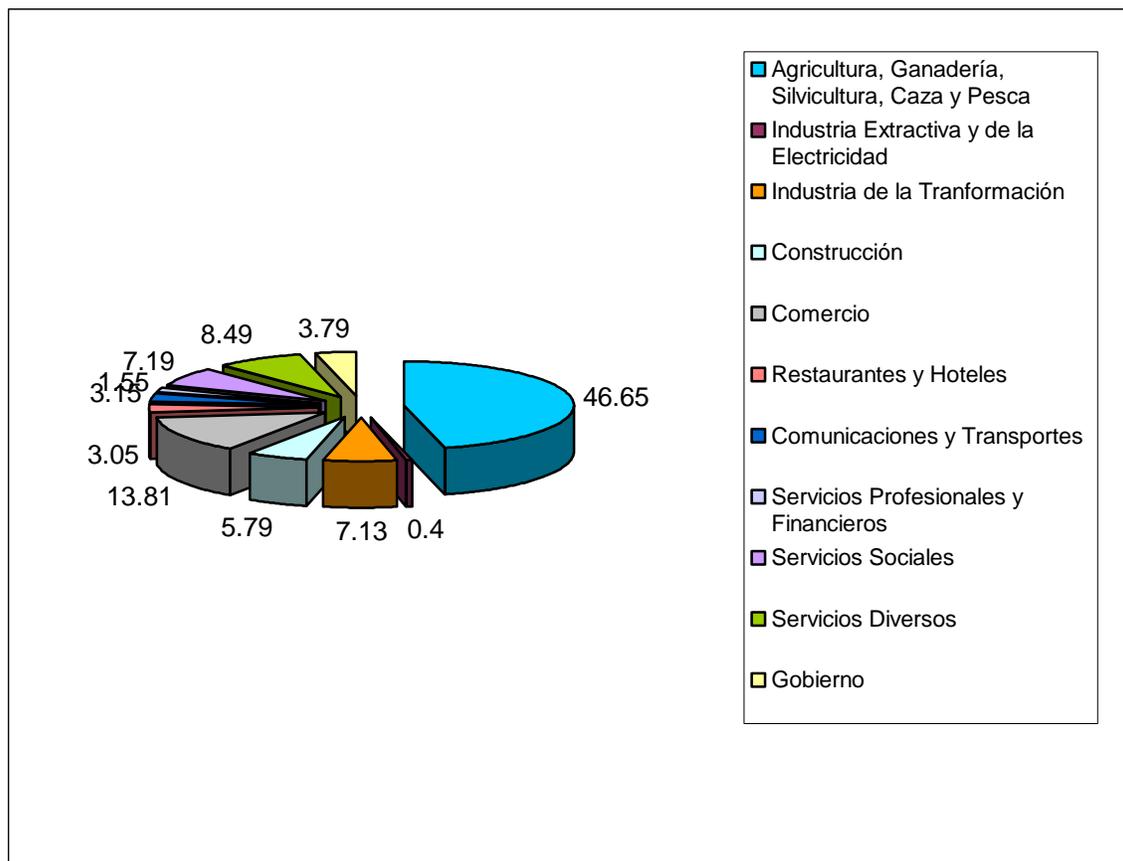
Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005

² INEGI. Anuario Estadístico Chiapas 2005

Población Ocupada en el Estado de Chiapas por Rama de Actividad Económica

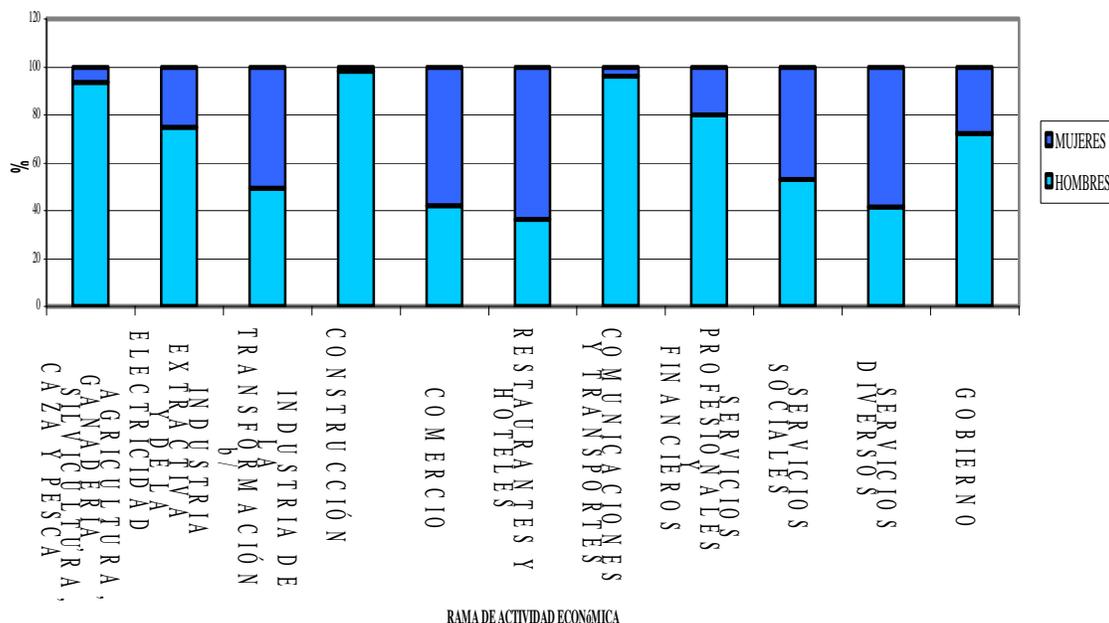
En la Figura 32, podemos distinguir la distribución de la población ocupada para diciembre de 2004. De acuerdo al sector en el que laboran, la rama de agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca, es la rama que mayor población ocupada tiene, 45.6%, siendo en su mayoría hombres, mientras que la rama de actividad económica que menor población ocupa es la rama de la industria extractiva y de la electricidad con 0.4% personas ocupadas. Por otro lado y como anteriormente mencionamos, la rama de la agricultura es una de las ramas con mayor ocupación varonil, sin embargo, la rama que tiene el primer lugar en ocupación de hombres es la rama dedicada a la construcción; mientras que la rama que ocupa más mujeres con respecto a otras ramas y no con respecto a la ocupación varonil es la rama de restaurantes y hoteles, como se aprecia en la Figura 33.

Figura 32. POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL ESTADO DE CHIAPAS (%)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005

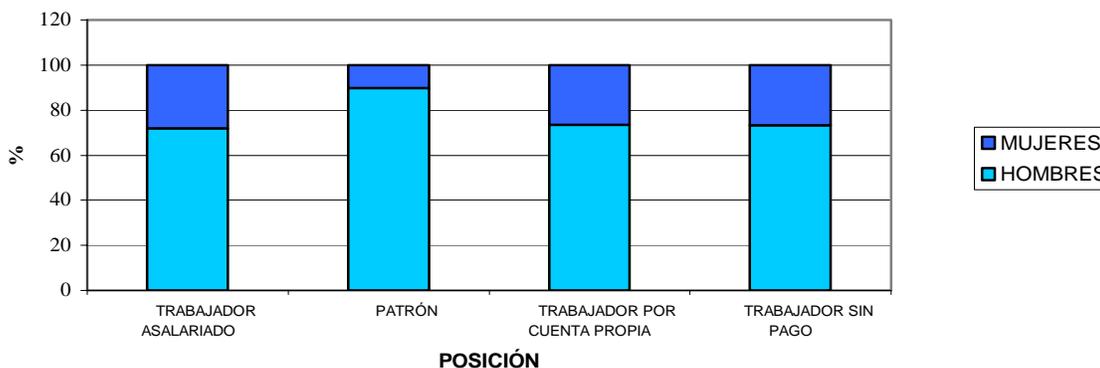
Figura 33. POBLACIÓN OCUPADA DE HOMBRES Y MUJERES POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL ESTADO DE CHIAPAS (%)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005.

Ahora bien, la condición en la que laboran cada uno de los integrantes de esta población, puede clasificarse como: trabajador asalariado, trabajador por cuenta propia, patrón y trabajador sin pago, siendo el 41.8% trabajadores asalariados, 36.9% trabajadores por cuenta propia, 16.9% otros trabajadores y solo 4.4% patrones. En la Figura 34 se muestran estas cifras incluyendo la participación porcentual tanto de hombres como de mujeres.

Figura 34. POSICIÓN EN EL TRABAJO DISTRIBUCIÓN EN PORCENTAJE HOMBRE-MUJER EN EL ESTADO DE CHIAPAS



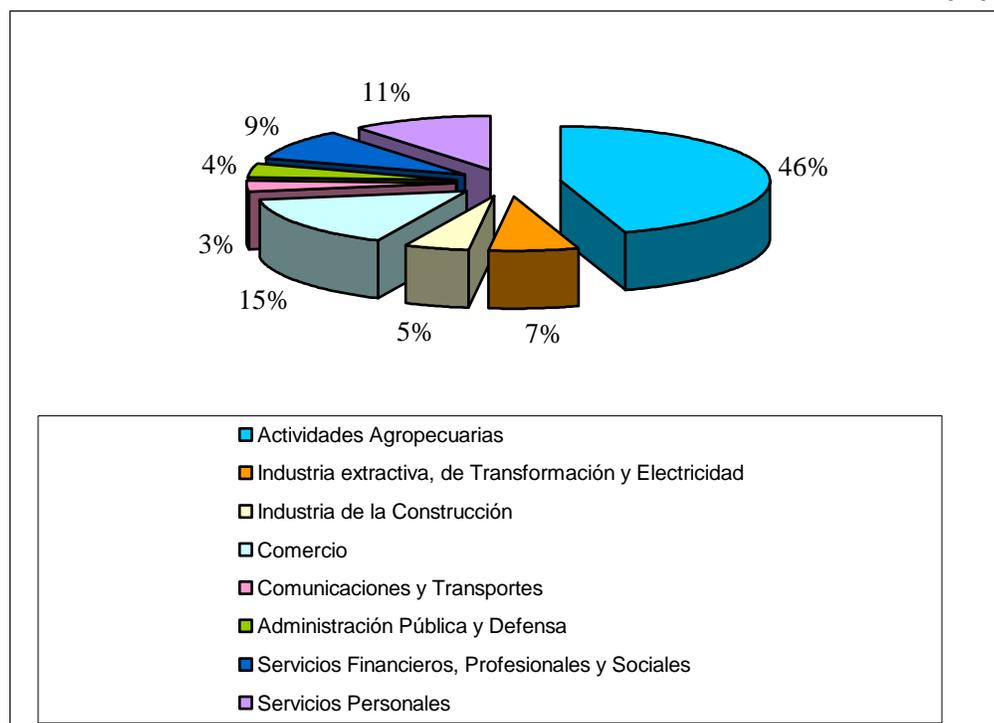
Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005

En cuanto a vivienda se refiere, en el Estado existen dos tipos de vivienda, la vivienda particular y la vivienda colectiva, son 806,131 las viviendas particulares habitadas por 3,911,529 personas, de este número de viviendas sólo 684,605 dispones de electricidad, 529,709 disponen de agua entubada, 485,016 cuentan con drenaje, y 642,621 viviendas cuentan con cocina; mientras que 9,363 personas habitan 420 viviendas colectivas.³

Población Económicamente Activa y Producto Interno Bruto en el Estado de Chiapas

De este total, la población económicamente activa (PEA, mayor a 12 años dedicada a cualquier trabajo remunerado), según el sistema de cuentas nacionales de INEGI para 2004 es de 1,586,220 habitantes de los cuales el 45.1% se dedica a actividades agropecuarias, siendo ésta la principal actividad económica del Estado, mientras que la actividad económica que menos aporta es el ramo de las Comunicaciones y Transportes con un 3.2%.

Figura 35. PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL ESTADO DE CHIAPAS (%)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Sistema de Cuentas Nacionales de INEGI.

Ahora veamos como se refleja en el Producto Interno Bruto (PIB). De acuerdo con el INEGI, para el 2004 en miles de pesos a precios de 1993 fue de 28,196,635, del

³ No se encontraron cifras que especifiquen a detalle las características de la vivienda colectiva.

cual el generado por cada una de las actividades económicas se muestra en el Cuadro 7, en el cual podemos observar que la actividad con mayor importancia dentro del estado es la actividad numero 9 que agrupa los servicios comunales, sociales y personales con 5,829,051 pesos y la actividad de menor importancia es la de otras industrias manufactureras que produjo 6,839 pesos.

Cuadro 7. PRODUCTO INTERNO BRUTO PARA EL ESTADO DE CHIAPAS POR ACTIVIDAD ECONÓMICA 2004 EN MILES DE PESOS A PRECIOS DE 1993

GRAN DIVISION	PRODUCTO INTERNO BRUTO EN EL ESTADO (Miles de pesos a precios de 1993)	PRODUCTO INTERNO BRUTO NACIONAL (Miles de pesos a precios de 1993)	PARTICIPACIÓN RESPECTO AL TOTAL NACIONAL (Porcentaje)
TOTAL	28 196 635	1 570 126 305	1.80
AGROPECUARIO, SILVICULTURA Y PESCA	4 380 549	91 043 662	4.81
MINERÍA	360 862	20 903 021	1.73
INDUSTRIA MANUFACTURERA	923 911	311 013 705	0.30
CONSTRUCCIÓN	2 886 790	66 357 192	4.35
ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	2 662 439	28 250 648	9.42
COMERCIO, RESTAURANTES Y HOTELES	3 539 097	340 379 309	1.04
TRANSPORTE, ALMACENAJE Y COMUNICACIONES	2 192 009	200 536 865	1.09
SERVICIOS FINANCIEROS, SEGUROS, ACTIVIDADES INMOBILIARIAS Y DE ALQUILER	5 683 926	270 407 585	2.10
SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	5 829 051	296 540 833	1.97
SERVICIOS BANCARIOS IMPUTADOS a/	- 261 999	- 55 306 515	0.47

Fuente INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Ahora bien, tomando en cuenta que el PIB total nacional para el mismo periodo fue de 1,570,126,305 pesos, tenemos que Chiapas aporta el 1.8% al total, mientras que ciudades grandes como el Distrito Federal, Edo. México, Nuevo León y Guadalajara aportan 20.5%, 10.3%, 7.3% y 6.4% respectivamente.

Figura 36 APORTACION AL PIB NACIONAL POR ENTIDAD FEDERATIVA EN PORCENTAJE, 2005

¡Error! Vínculo no válido.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI

El PIB per cápita de Chiapas para el año 2004 fue de 6.6 pesos por habitante, siendo el penúltimo lugar nacional únicamente por arriba de Oaxaca, mientras que el PIB per cápita nacional fue de 15.2 para el mismo periodo (Figura 36).

En cuanto a la migración de su población, Chiapas tiene el séptimo lugar en migración estatal, sin embargo su porcentaje de migración es de 2.1%, lo que significa que el 97.9% de su población no migra a ningún otro estado del país. La entidad federativa con mayor migración interna es el DF, con una tasa del 5.6%.

Chiapas ocupa el último lugar, el número 32, con el 1.5% de migrantes internacionales, es decir, aquellos habitantes que se van al extranjero. El promedio nacional es de 4.5. Los estados con más migración son los del norte del país, como Tamaulipas, San Luis y Coahuila, aunque Oaxaca también tiene altos índices de migración.

Ahora bien, el Índice de Desarrollo Humano (IDH), que no es más que un índice creado con la finalidad de clasificar a los países a partir de variables económicas, de educación y de salud y así medir el desarrollo de la calidad de vida de los habitantes de cada país. Así pues, el IDH para México es de 0.8 mientras que para el estado de Chiapas es de 0.7, que de acuerdo al criterio de clasificación a nivel nacional para el año 2004 el índice es alto mientras que para Chiapas es bajo, no así en el Distrito Federal con un índice de 0.9 y el resto de los estados de la república con un IDH de 0.8 exceptuando Oaxaca, Guerrero, Michoacán y Veracruz que comparten el mismo nivel que Chiapas.

Las cifras anteriormente mencionadas y las que arroja el sector turístico en el estado de Chiapas, para efectos de este trabajo resultan relevantes pues a partir de ellas y en base a lo que mencionaremos adelante, se reflejará la importancia de la explotación de dicho sector.

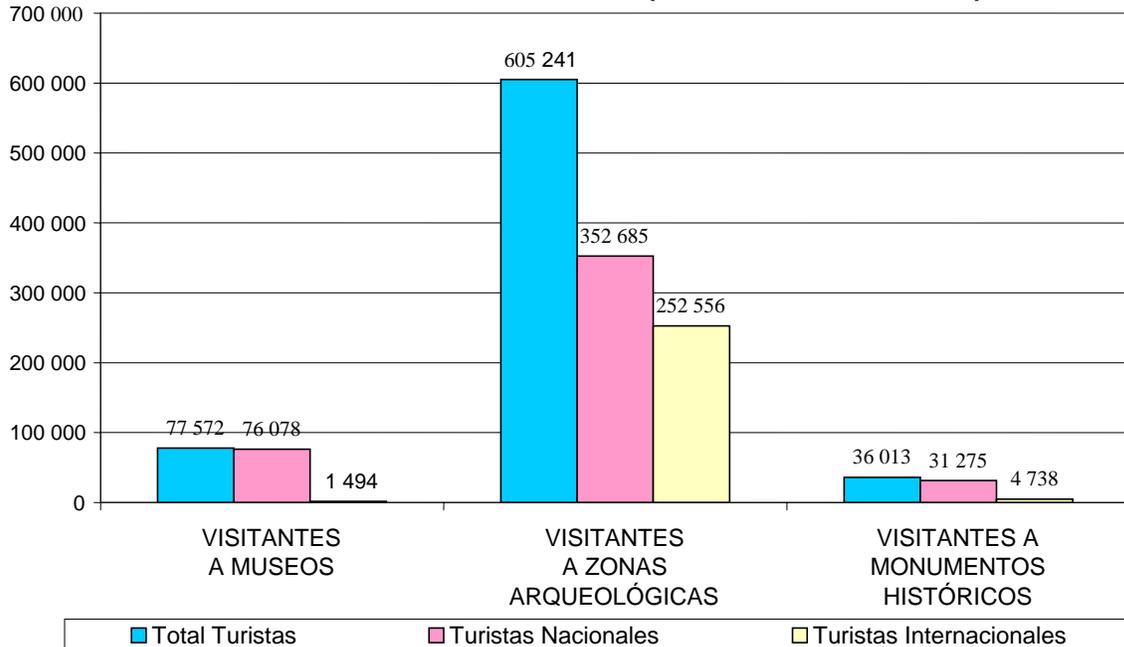
Actividad Turística en el Estado de Chiapas

Ahora bien, los principales atractivos de Chiapas no sólo constituyen playas si no también sitios de interés cultural como lo son museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos, riqueza turística característica del Estado.

Durante el año 2004, las zonas arqueológicas son las más visitadas en comparación con museos y monumentos históricos, y se refiere a centros culturales, exconventos, casas históricas, capillas y templos, durante el año pasado las visitas fueron: 605,241, 77,572 y 36,013 turistas respectivamente. De

las cuales una parte corresponden a visitas nacionales y otra a visitas internacionales, de donde podemos decir que el estado tiene mayor interés a nivel nacional y menor captación de turistas y por tanto de ingresos internacionales. En la Figura 37 se muestra el número total de visitantes y la relación con respecto al lugar que visitan.

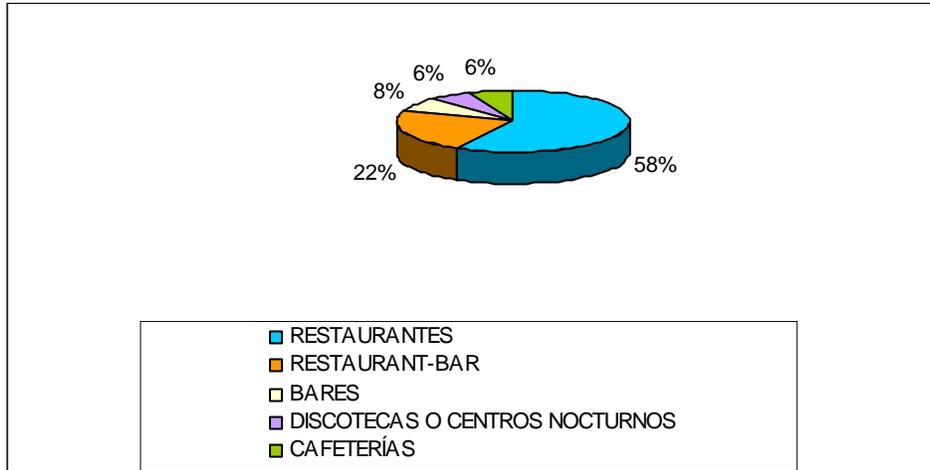
Figura 37. VISITANTES A MUSEOS, ZONAS ARQUEOLÓGICAS Y MONUMENTOS HISTÓRICOS (MILES DE TURISTAS)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005.

Los establecimientos considerados con categoría turística dedicados a la preparación y servicio de alimentos y bebidas, dentro del Estado, se dividen en cinco clases: restaurantes, restaurantes-bar, cafeterías, discotecas o centros nocturnos y bares; siendo en total 909 establecimientos, de los cuales 533 (58%) corresponden a restaurantes, 199 (8%) son restaurantes-bar, 52 (6%) cafeterías, 50 (6%) discotecas y 75 (8%) bares, los que prestan el servicio dentro de los centros turísticos anteriormente mencionados. En la Figura 38 podemos observar con mayor claridad esta distribución.

Figura 38. ESTABLECIMIENTOS EN EL ESTADO DE CHIAPAS DE PREPARACIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (%)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005.

Cabe desatacar que las agencias establecidas para una mejor prestación de servicios no sólo son de viajes, sino también de empresas arrendadoras de automóviles y agencias de guías de turistas. El total de establecimientos, hasta diciembre de 2004, que ofrecen este tipo de servicios son 209, de este total, 117 son agencias de viajes, 12 prestan el servicio renta de autos y 80 se dedican a la oferta de guías de turistas.

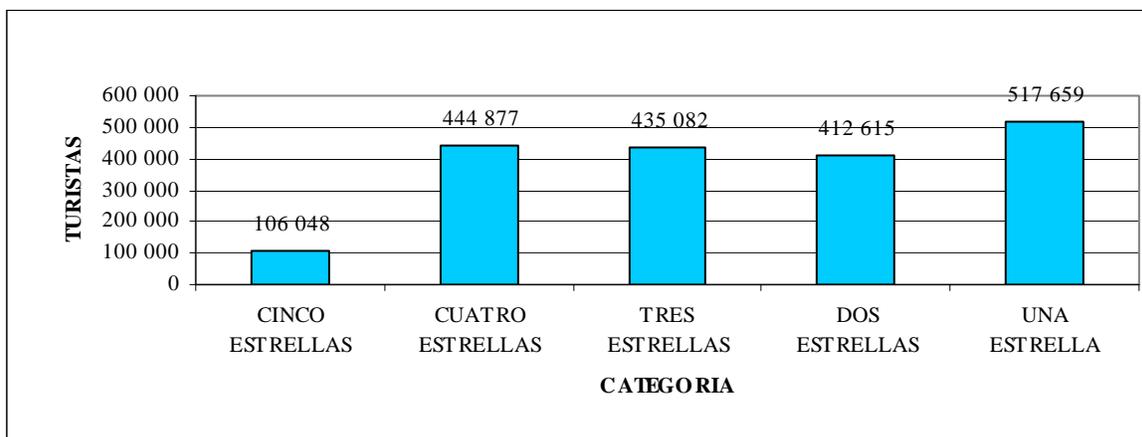
Actividad Hotelera en el Estado de Chiapas

Es importante saber la capacidad hotelera con la que cuenta Chiapas pues de esto depende el cálculo de los turistas que puede recibir.

El estado de Chiapas cuenta con una gran cantidad de hoteles, en total 562 establecimientos con 13,184 cuartos, de los cuales, 9 tiene la categoría cinco estrellas, 34 cuatro estrellas, 62 tres estrellas, 95 dos estrellas, 87 una estrellas y el resto, 275 sin categoría.

A diciembre de 2004, según datos del anuario estadístico de Chiapas 2005, los turistas que se hospedaron en hotel durante el año fueron 1,916,281, de los cuales 517,659 lo hacen en hoteles de una estrella y representa el 27.0% del total de hospedaje, siendo estos los más solicitados, mientras que el extremo es de 106 048 turistas lo hacen en hoteles cinco estrellas, el 5.6%. En las categorías restantes el 23.2% lo hace en hoteles cuatro estrellas, 22.7% en tres estrellas y el 21.5% se hospeda en hoteles dos estrellas. En la Figura 39 se muestra con mayor claridad el número de turistas hospedados en hoteles de acuerdo a su categoría.

Figura 39. TURISTAS HOSPEDADOS EN HOTELES SEGÚN CATEGORÍA (MILES DE TURISTAS)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005

La ocupación hotelera que se realiza dentro de los centros turísticos establecidos en el Estado se explica en el Cuadro 8 y con mayor claridad en la Figura 40, en donde podemos ver que en su mayoría alcanza a ocuparse el 50% de su capacidad en promedio durante el año⁴, a excepción de Palenque y Tonalá que se llena en un 30 y 20% respectivamente. Por otro lado tenemos que la estadía promedio del turista, sin excepción alguna no pasa más de dos noches en el hotel en el que se hospedan.

Cuadro 8. OCUPACIÓN HOTELERA Y ESTADÍA PROMEDIO

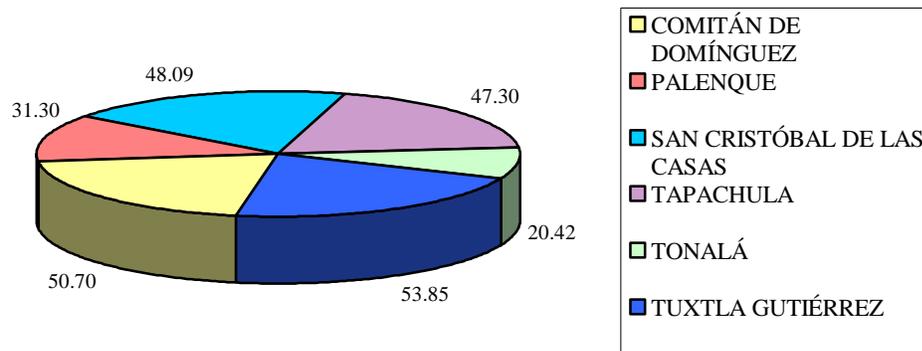
OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO

CENTRO TURÍSTICO	OCUPACIÓN HOTELERA (Porcentaje)	ESTADÍA PROMEDIO (Noches por turista)
Comitán de Domínguez	50.70	1.23
Palenque	31.30	1.32
San Cristóbal De Las Casas	48.09	1.48
Tapachula	47.30	1.74
Tonalá	20.42	1.16
Tuxtla Gutiérrez	53.85	1.43

Fuente: INEGI Anuario Estadístico Chiapas 2005

Figura 40. OCUPACIÓN HOTELERA POR CENTRO TURÍSTICO EN PORCENTAJE

⁴ Anuario Estadístico Chiapas 2005.



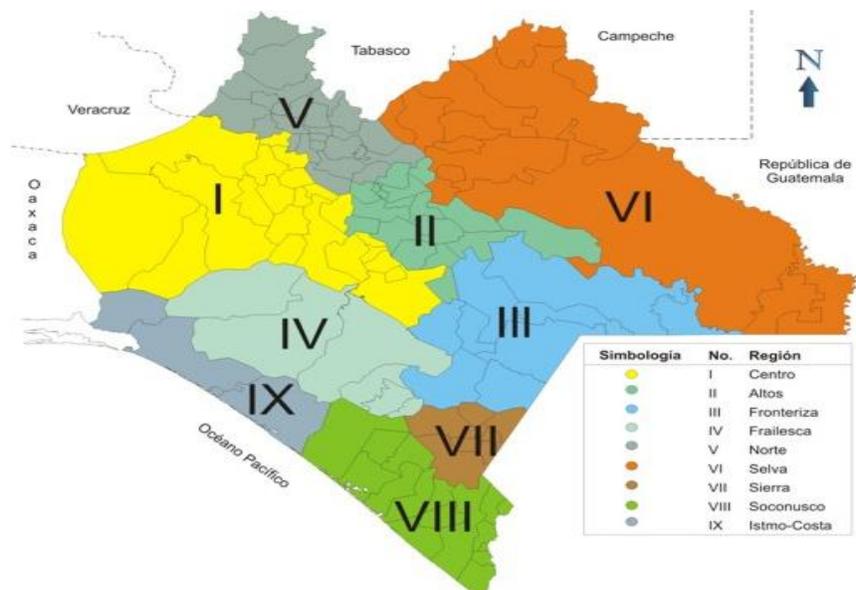
Fuente: Elaboración propia con datos tomados del Anuario Estadístico Chiapas 2005

Regiones Económicas en el Estado de Chiapas

La regionalización del estado se llevó a cabo con el fin de alcanzar un equilibrio social, económico, ambiental y demográfico, en donde a partir de políticas implementadas por el gobierno se pretende consolidar el desarrollo regional.

A partir de dicha regionalización el estado de Chiapas tiene 118 municipios integrados en nueve regiones (Figura 41): I Centro, II Altos, III Fronteriza, IV Frailesca, V Norte, VI Selva, VII Sierra, VIII Soconusco y IX Istmo-Costa, donde residen poco más de 4 millones de chiapanecos.

Figura 41. DIVISIÓN REGIONAL DEL ESTADO DE CHIAPAS



Fuente: Gobierno del Estado de Chiapas. 2005

Para efectos de dicho trabajo es necesario identificar y describir cada una de las regiones en las que se encuentra dividido el estado de Chiapas para tener una

guía en la implementación del cluster. A continuación se mencionan las características generales de las IX Regiones:

Cuadro 9. REGIÓN I CENTRO

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCION	
SUPERFICIE	Esta integrada por 22 municipios en un espacio de 12,629 km ² equivalente al 16.7% del territorio estatal, siendo esta una de las más extensas del estado. La cabecera regional es la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.	
POBLACIÓN	Según las proyecciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO) tiene una población aproximada de 1'100,000 habitantes, que representa el 23.9 por ciento del total del estado; es decir, que uno de cada cuatro chiapanecos reside en alguno de los 22 municipios de esta región.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 310, 634 personas, de las cuales el 26.9% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 18.2% se dedica al sector secundario y 54.9% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Cañón del sumidero, Zoológico, Cascadas del Chorreadero, cascadas del aguacero, arquitectura colonial zona arqueológica, ex convento de santo domingo de Chiapa de corzo, ex convento de Copainala y Tecpatan, río la venta, la cima de las cotorras, baños del carmen de aguas azufradas.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Existen 159 clínicas de consulta externa y 7 de hospitalización general para dar cobertura de salud.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 2,670 escuelas y 12,708 personas dedicadas
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 108 hoteles, de los cuales 2 son categoría cinco estrellas, 5 son cuatro estrellas, 9 son categoría tres estrellas, 29 son categoría dos estrellas, 18 categoría una estrella y 45 sin categoría.
	CARRETERAS	Cuenta con 3,416.2 km. de carretera federal y estatal, las cuales comunican con el resto del estado a través de la carretera Panamericana y sus ramales.
	AEROPUERTOS	Dispone de 2 aeropuertos de servicio nacional
	OFICINAS POSTALES	182 oficinas postales, de las cuales 10 son administraciones, 7 sucursales, 37 agencias y 126

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 10. REGIÓN II LOS ALTOS

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
SUPERFICIE	Es una de las regiones más pequeñas y accidentadas de Chiapas. Conformada por 18 municipios, su extensión territorial es de 4,734 km ² , dicho espacio equivale al 6.5 % de la superficie estatal. La cabecera regional es la ciudad de San Cristobal de las Casa	
POBLACIÓN	Según las proyecciones del CONAPO, esta región tiene una población aproximada de 5,500 habitantes que representan el 12.4 por ciento del total estatal. Seis de cada diez habitantes son indígenas, principalmente de las etnias tzeltzal y tzotzin.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	Las principales actividades productivas son la agricultura, aunque la mayoría es de autoconsumo y la producción artesanal de tejidos, bordados, alfarería en barro y talabartería. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 147,691 personas, de las cuales el 56.0% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 14.3% se dedica al sector secundario y 29.6% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Las Cascadas del río Mendoza,	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Cuenta con 138 clínicas de consulta externa y 5 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 1,748 escuelas y 6,348 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 179 hoteles, de los cuales 5 son categoría cinco estrellas, 14 son cuatro estrellas, 24 son categoría tres estrellas, 22 son categoría dos estrellas, 27 categoría una estrella y 87 sin categoría.
	CARRETERAS	Se comunica con el resto del estado a través de la carretera Panamericana y sus ramales con un total de 2,189 km federales y estatales.
	AEROPUERTOS	Cuenta con un aeropuerto de servicio nacional ubicado en San Cristobal de las Casas.
	OFICINAS POSTALES	

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 11. REGIÓN III FRONTERIZA

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
SUPERFICIE	La región fronteriza, esta integrada por 9 municipios en un espacio de 9,546 km ² , representa el 13 % de la superficie estatal, es la tercera región más grande de Chiapas. Forma parte de la frontera sur con la República de Guatemala, la cabecera se localí	
POBLACIÓN	En esta región habitan aproximadamente 451 mil habitantes, el 10.2 % del total estatal; es decir que uno de cada 10 chiapanecos reside en alguno de los 9 municipios que conforman esta región.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	En esta región predominan las actividades agropecuarias y los servicios de hospedaje y alimentación. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 125,289 personas, de las cuales el 58.4% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 12.5% se dedica al sector secundario y 29.1% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Lagos de Montebello y los de Colón.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Cuenta con 122 clínicas de consulta externa y 6 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 1,707 escuelas y 5,140 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 37 hoteles, de los cuales 2 son cuatro estrellas, 6 son categoría tres estrellas, 3 son categoría dos estrellas, 11 categoría una estrella y 15 sin categoría.
	CARRETERAS	La región es cubierta por la carretera Panamericana y ramales que la comunican con el resto del estado a través de 2,892.8 km. federales y estatales.
	AEROPUERTOS	Cuenta con un aeropuerto de servicio nacional.
	OFICINAS POSTALES	87 oficinas postales.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 12. REGIÓN IV FROILESCA

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCION	
SUPERFICIE	Esta región esta integrada por 5 municipios en un espacio de 7,987 km ² , es una de las regiones más chicas de Chiapas, ocupa el 10.9 % de la superficie estatal. La cabecera se localiza en la ciudad de Villaflores.	
POBLACIÓN	Cuenta con una población aproximada de 250,000 habitantes que representa el 5.6 % del total del estado.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	Las principales actividades económicas son la producción de maíz y las actividades pecuarias, vocación que ha llevado a Chiapas a ubicarse entre los primeros lugares nacionales en esta producción. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 69,548 personas, de las cuales el 60.6% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 10.6% se dedica al sector secundario y 28.8% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Reserva Biosfera "El Triunfo", vestigios arqueológicos y Grutas Las Guaymas.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Cuenta con 29 clínicas de consulta externa y 2 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 1,150 escuelas y 3,172 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 3 hoteles, de los cuales 1 es categoría cinco estrellas, 1 una estrella y 1 sin categoría.
	CARRETERAS	En transporte la región Frailesca cuenta con 1,749.2 Km de infraestructura carretera estatal y federal.
	AEROPUERTOS	Ninguno
	OFICINAS POSTALES	97 oficinas postales de las cuales 3 son administraciones, 1 sucursal, 10 agencias y 83 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

CARACTERISTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCION	
SUPERFICIE	En la ciudad de Pichucalco se localiza la sede administrativa de la región V Norte, que está integrada por 23 municipios. Su extensión territorial es de 5,649 km ² equivalente al 7.7 por ciento de la superficie estatal.	
POBLACIÓN	Según las proyecciones del CONAPO, tiene una población aproximada de 370,000 de habitantes que representa el 8.3 por ciento total del estado.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 90,719 personas, de las cuales el 62.2% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 11.9% se dedica al sector secundario y 25.9% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario. Las actividades económicas predominantes están relacionadas con la producción del petróleo y gas natural.	
ATRACTIVOS TURÍSTICOS	Haciendas e iglesias coloniales, ríos y la cascada El chorro.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Se disponen de 128 clínicas de consulta externa y 3 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 2,036 escuelas y 5,264 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 15 hoteles, de los cuales 7 son categoría dos estrellas, 3 categoría una estrella y 5 sin categoría.
	CARRETERAS	En transportes la región cuenta con 2,186.8 km. de infraestructura carretera federal y estatal hasta el límite con el Estado de Tabasco, de gran importancia es la línea del Ferrocarril del Sureste que comunica al estado con el centro y sureste del país.
	AEROPUERTOS	Ninguno
	OFICINAS POSTALES	Cuenta con 87 oficinas postales, 4 administraciones, 12 agencias, 2 sucursales y 69 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 14. REGIÓN VI SELVA

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCION	
SUPERFICIE	Es la región más grande del estado, su extensión territorial de 20,219 km ² , equivale a más de una cuarta parte de la superficie estatal. Integrada por 14 municipios. La cabecera se localiza en la ciudad de Palenque	
POBLACIÓN	La Región Selva cuenta con una población de 644,978 habitantes, que representa el 15.0% de la población total del estado de Chiapas, distribuidos de manera muy desigual entre los 14 municipios que conforma la región.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	La economía regional se basa principalmente en actividades agrícolas, ganaderas y forestales, además de las orientadas a los servicios de hospedaje, alimentación y artesanías. Para el año 2000, en la region el 72.6% de la población ocupada realiza actividades agropecuarias. El 6.0% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, y el 19.2% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Zona Arqueológica de Palenque. Zona Arqueológica de Yaxchilán. Zona Arqueológica de Bonampak. Zona Arqueológica de Toniná. Cascadas de Agua Azul. Cascadas Agua Clara Cascadas Misol-Há. Cascadas Catazajá. Río Jataté. Río Usumacinta.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Existen 180 clínicas de consulta externa y 6 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 3,190 escuelas y 8,391 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 110 hoteles, de los cuales 1 es categoría cinco estrellas, 8 son cuatro estrellas, 11 son categoría tres estrellas, 16 son categoría dos estrellas, 15 categoría una estrella y 59 sin categoría.
	CARRETERAS	La región VI Selva consta de 3,976.0 km. de infraestructura de carretera tanto federal como estatal, el ferrocarril del sureste recorre algunos de los municipios de esta región.
	AEROPUERTOS	Dispone de un aeropuerto ubicado en Palenque, inactivo.
	OFICINAS POSTALES	260 oficinas postales que comprenden 4 administraciones, 1 sucursal, 17 agencias y 238 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 15. REGIÓN VII SIERRA

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
SUPERFICIE	Su extensión territorial es de 2,277 km ² , equivalente al 3.1 % de la superficie estatal, siendo la región más pequeña de Chiapas. Motozintla de Mendoza lleva a cabo las labores administrativas de la región que está integrada por 8 municipios.	
POBLACIÓN	Cuenta, tiene una población aproximada de 190,000 habitantes que representa el 4.3 % del total.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	Sus principales actividades económicas son el cultivo de café, haciendo que Chiapas sea primer productor nacional, además de poseer el primer lugar en la producción y exportación mundial de café orgánico. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 44,885 personas, de las cuales el 75.1% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 6.6% se dedica al sector secundario y 18.3% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRACTIVOS TURÍSTICOS	Los principales atractivos turísticos son: la Cascada Llano Grande o El Chorro y el Cenote Miramar.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Cuenta con 103 clínicas de consulta externa y 1 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Para satisfacer la demanda educativa en la región se disponen de 1,067 escuelas y 2,556 personas dedicadas a la
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 7 hoteles, de los cuales 1 es categoría dos estrellas, 2 categoría una estrellas y 4 sin categoría.
	CARRETERAS	En transportes cuenta con 1,129.2 Km de carretera federal y estatal.
	AEROPUERTOS	Ninguno
	OFICINAS POSTALES	Se ubican 87 oficinas postales en la región, de éstas 6 son agencias, 1 administración, 1 sucursal y 79 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 16. REGIÓN VIII SOCONUSCO

CARACTERÍSTICAS		
CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
SUPERFICIE	Con una extensión de 5,803 km ² , equivalente al 7.9 % de la superficie estatal, esta región se conforma por 16 municipios. La cabecera se localiza en la ciudad de Tapachula de Córdova y Ordoñez.	
POBLACIÓN	Tiene una población aproximada de 750,000 habitantes, el 16.8 % del total del estado.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	La economía del Soconusco se sustenta en las grandes plantaciones, en donde se destaca la producción de mango, café y plátano; además de la producción pecuaria. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 199,741 personas, de las cuales el 36.4% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 14.4% se dedica al sector secundario y 49.3% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	El Parque Central Miguel Hidalgo, Plaza de Armas, el Museo Arqueológico el Soconusco, Puerto Madero y Las Escolleras.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	La cobertura de salud la proporcionan 151 clínicas de consulta externa y 7 de hospitalización general.
	ESCUELAS	La región se disponen de 1,927 escuelas y 9,197 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 103 hoteles, de los cuales 1 es categoría cinco estrellas, 7 son cuatro estrellas, 14 son categoría tres estrellas, 18 son categoría dos estrellas, 15 categoría una estrellas y 49 sin categoría.
	CARRETERAS	Cuenta con 3,294.4 km de carretera tanto federal como estatal.
	AEROPUERTOS	Un aeropuerto internacional
	OFICINAS POSTALES	Dispone de 335 oficinas postales de los cuales 6 son administraciones, 10 sucursales, 24 agencias y 295 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Cuadro 17. REGIÓN IX ISTMO COSTA

CONCEPTO	DESCRIPCIÓN	
SUPERFICIE	La región Istmo-Costa esta integrada por 3 municipios en un espacio de 4,172 km ² es su extensión territorial esto equivale al 5.7% de la superficie total del estado. La cabecera regional se localiza en la ciudad de Tonalá.	
POBLACIÓN	Tiene una población aproximada de 180,000 habitantes que representa el 4 % del total.	
INFORMACIÓN ECONÓMICA	Las principales actividades económicas son las agropecuarias y pesqueras. La población económicamente activa de la región para el año 2000 asciende a 50,292 personas, de las cuales el 42.3% se dedica a actividades del sector primario, mientras que el 15.3% se dedica al sector secundario y 42.4% se dedica a actividades correspondientes al sector terciario.	
ATRATIVOS TURÍSTICOS	Laguna Boca de Cielo, Bahía Paredon, Estero Costa Azul y las playas Santa Brigada, Punta Flor y la Gloria.	
INFRAESTRUCTURA	UNIDADES MÉDICAS	Los servicios de salud en la región lo proporcionan 56 clínicas de consulta externa y 3 de hospitalización general.
	ESCUELAS	Disponen de 619 escuelas y 2,572 personas dedicadas a la docencia.
	HOSPEDAJE	El estado cuenta con 34 hoteles, de los cuales 1 es categoría cuatro estrellas, 2 son categoría tres estrellas, 6 son categoría dos estrellas, 7 categoría una estrellas y 18 sin categoría.
	CARRETERAS	Existen 1,240.9 Km. de carretera federal y estatal, comunicándose al centro del estado a por medio de la carretera Panamericana y hacia la costa del estado por la carretera costera y el ferrocarril.
	AEROPUERTOS	Ninguno
	OFICINAS POSTALES	130 oficinas postales de las cuales 3 son administraciones, 1 sucursal, 14 agencias y 112 expendios ubicados en pequeños comercios y locales de instituciones públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de la Secretaría de Finanzas, 2000.

Hasta el momento se han mencionado las características geográficas y socioeconómicas generales del Estado. A lo largo de la investigación se aprecia un panorama turístico muy rico y debido a que el territorio cuenta con casi todos los climas, paisajes, así como diversos atractivos, el Estado se ha dividido en regiones para un mejor análisis y estudio, con el objeto de consolidar el desarrollo regional. Esta regionalización es la misma que maneja el gobierno del Estado y que se describe a continuación.

Rutas Turísticas dentro del Estado de Chiapas

Es necesario identificar y describir cada uno de las rutas turísticas dentro del estado, es decir, los lugares que son turísticamente atractivos en el Estado de Chiapas, con el fin de conocer los diferentes lugares que se pueden visitar y de ahí partir para elegir la región sobre la cual se realizara el cluster turístico en el estado.

Los principales atractivos turísticos se encuentran conformados por siete rutas:

Cuadro 18. RUTAS TURÍSTICAS EN EL ESTADO DE CHIAPAS

Ruta Turística	Zonas
Ruta Maya	Zona Arqueológica de Palenque Cascadas de Agua Azul Zona Arqueológica de Toniná Bonampak Zona Arqueológica de Yaxchilán Las Guacamayas
Ruta Zoques	Coapilla Copainalá Tecpatán
Ruta Culturas Vivas	San Cristóbal de las Casas. Sus principales atractivos son: la Catedral construida en el siglo XVII con una gran fachada barroca; el Templo y Exconvento Santo Domingo con bellos
Ruta Dos Chiapas	El Parque Nacional Cañón del Sumidero Chiapa de Corzo
Ruta Costa Soconusco	Puerto Arista Boca el Cielo La Encrucijada Volcán Tacaná
Ruta Valles	Cima de las Cotorras Cañón Río La Venta Cascada El Aguacero Grutas de Guaymas
Ruta Camino Real	Amatenango del Valle Parque Nacional Lagunas de Montebello Comitán de Domínguez Cascada el Chiflón Lagos de Colón

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 42 se pueden apreciar con claridad cada una de las rutas ya establecidas dentro del estado.

Figura 42. RUTAS TURÍSTICAS DEL ESTADO DE CHIAPAS



Fuente: Tomado del Colegio Mexsur.

Región VI Selva en Chiapas

La Región VI Selva, como su nombre lo indica, se caracteriza porque gran parte de su territorio está compuesto por la Selva Lacandona, atractivo natural tanto para turistas nacionales como extranjeros por su gran riqueza de flora y fauna así como impresionantes zonas arqueológicas.

El relieve tan variado que presenta la región Selva Lacandona ha provocado que sea el destino de distintos intereses, tanto de carácter económico, como político y migratorio, entre otros. Esto ha contribuido a que, más allá de la biodiversidad presente en la región, exista una gran diversidad cultural, compuesta por distintos pueblos indígenas y no indígenas. Estas virtudes brindan una alternativa para la formación de un cluster turístico, es pues, en la Región VI donde se propone la implementación del cluster turístico.

Situada en el sureste de la República Mexicana, esta región se encuentra conformada por 14 municipios: Catazajá, Benemérito de las Américas, Chilón, La Libertad, Ocosingo, Sabanilla, Sitila, Marques de Comillas, Palenque, Salto de Agua, Tila, Yajalón, San Juan Cancuc y Tumbala; todos ellos bajo la administración delegacional de turismo en Palenque.

Figura 43. REGIÓN VI SELVA

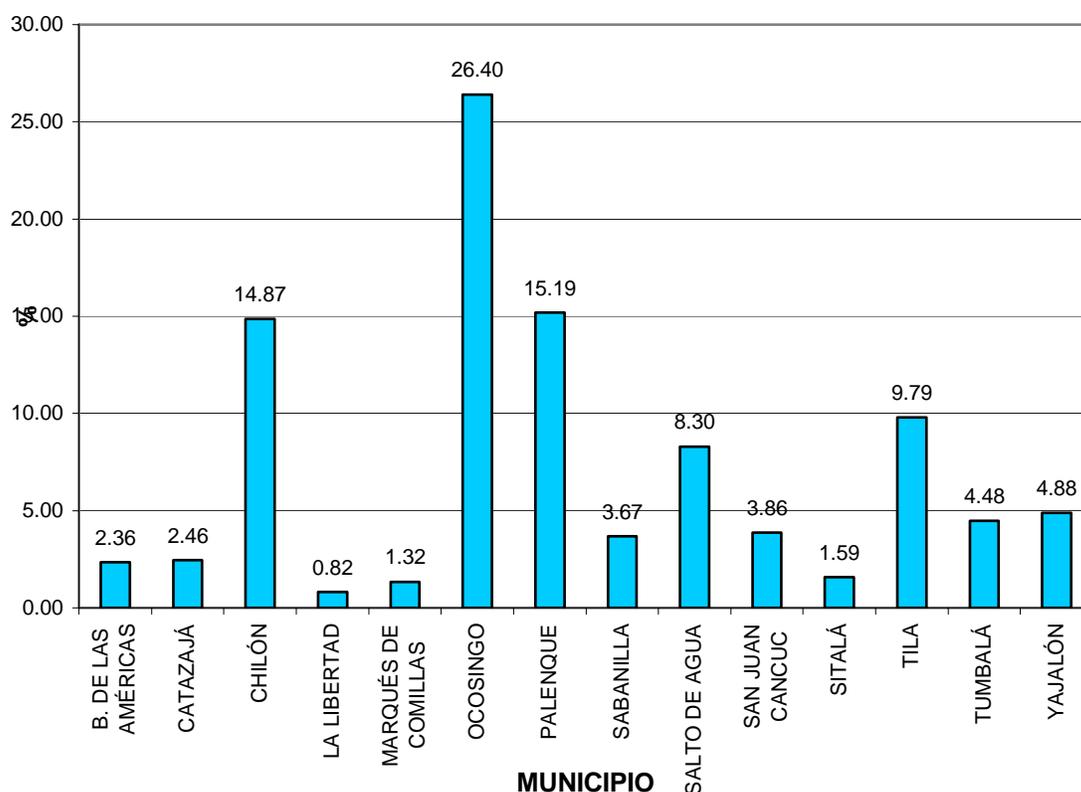


Fuente: Elaboración propia con imágenes tomadas de INEGI.

Población en la Región VI Selva.

La Región Selva cuenta con una población de 644,978 habitantes, que representa el 15.0% de la población total del estado de Chiapas, distribuidos de manera muy desigual entre los 14 municipios que conforma la región (Figura 44), siendo el de mayor población el municipio de Ocosingo con 170 280 habitantes, es decir el 26.4%, seguido por el municipio de Palenque con 97 991 habitantes que representan 15.1% del total de la región, y los municipios de menor población La Libertad y Marques de Comillas con 0.8% y 1.3% respectivamente.

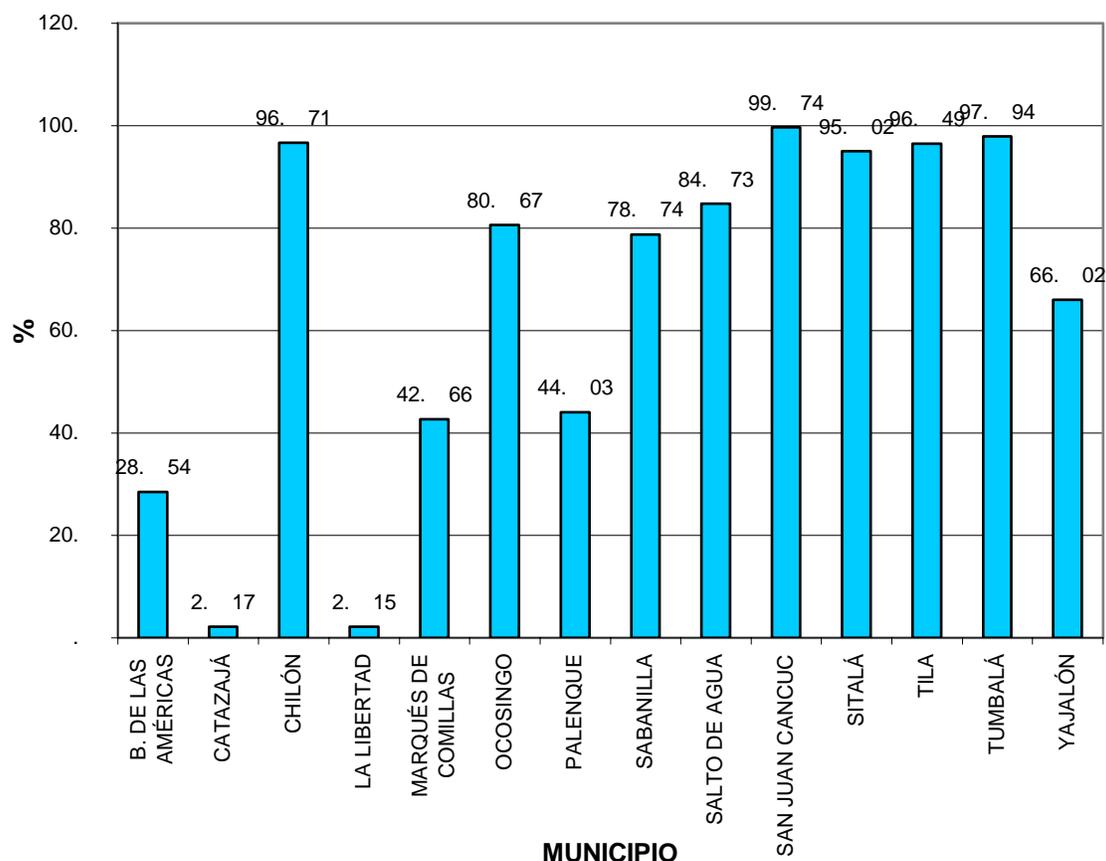
Figura 44. POBLACIÓN TOTAL POR MUNICIPIO DE LA REGIÓN VI SELVA (PORCENTAJE)



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI. II Censo Población y Vivienda 2005

La población cuenta con gran diversidad, en la región se hablan más de diez lenguas indígenas; sin embargo por el número de hablantes se destacan el tzeltal, el tzotzil, el chol, el tojolabal, el zoque y el mame. En la Figura 45 se expresa con mayor claridad el porcentaje correspondiente a cada municipio perteneciente a la región, en donde podemos observar que en siete de los catorce municipios más del 80% de la población habla una lengua indígena y en dos (Catazajá y La Libertad) el porcentaje se encuentra por debajo del 2.5%.

Figura 45. POBLACIÓN 5 AÑOS Y MÁS HABLANTE DE LENGUA INDÍGENA POR MUNICIPIO DE LA REGION (PORCENTAJE)



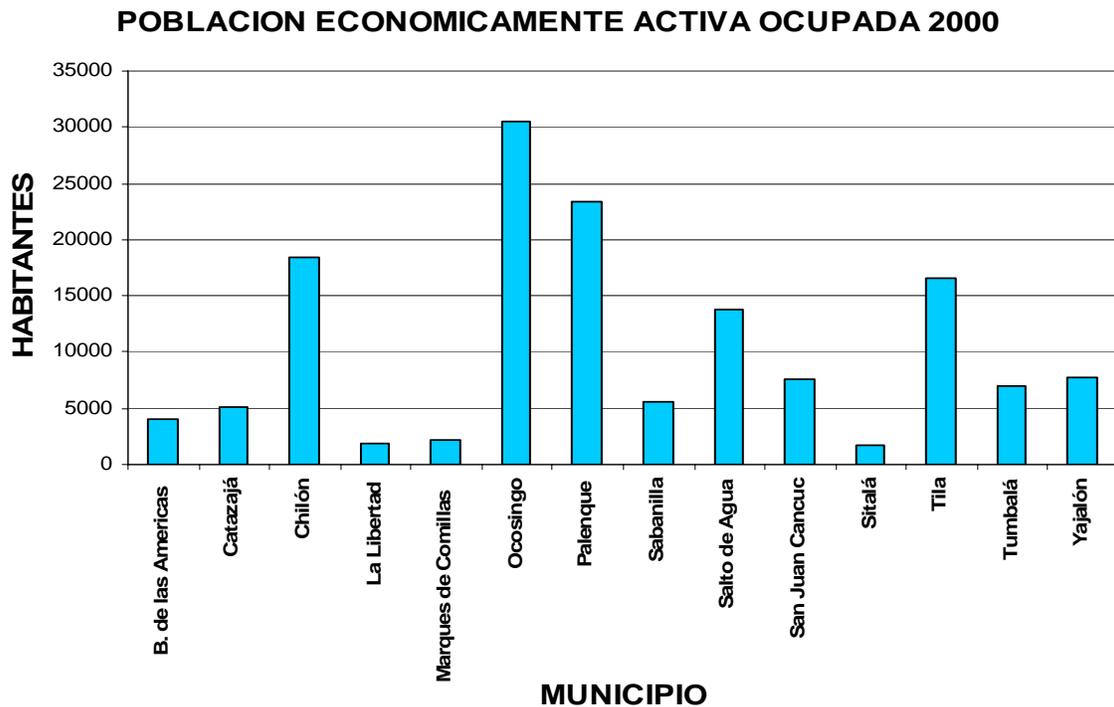
Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI. II Censo Población y Vivienda 2005.

Para el año 2000, la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada de la región fue de 145,366 habitantes, aproximadamente un poco más del 20% del total de población de la región, distribuyéndose por sector, de la siguiente manera:

El 72.6% realiza actividades agropecuarias. El 6.0% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, y el 19.2% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

En la Figura 46 podemos observar que el municipio con mayor población económicamente activa es el municipio de Ocosingo con 30,482 habitantes, seguido por Palenque con 23,324 habitantes, mientras que los municipios de La Libertad y Sitalá son más rezagados con respecto a este rubro, es decir, los que menor PEA tienen contando con 1,800 y 1,702 habitantes respectivamente.

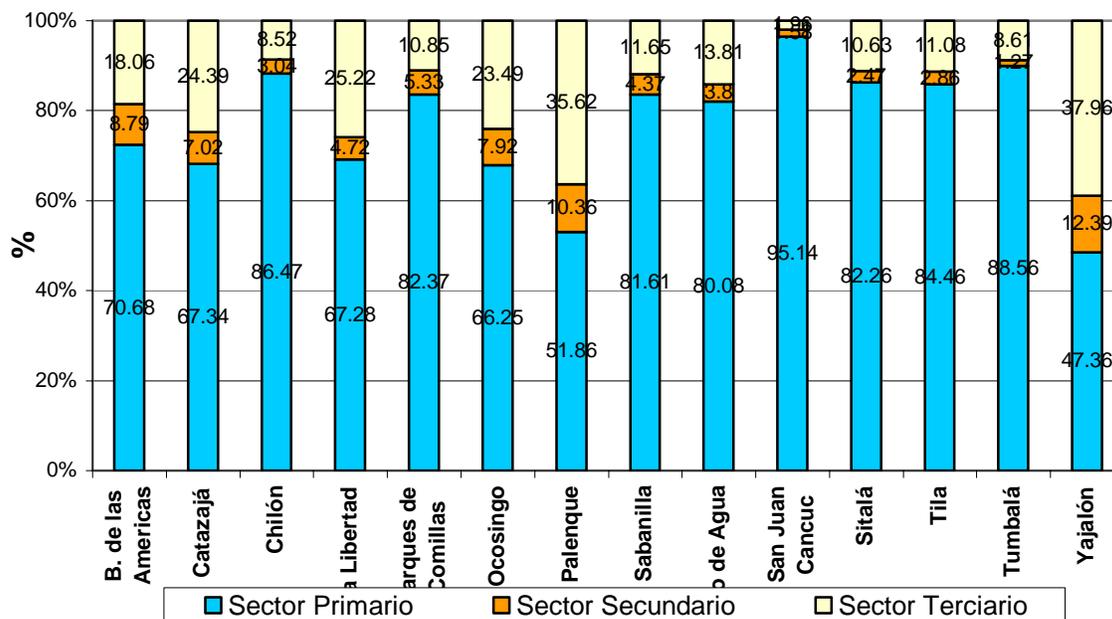
Figura 46



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI. XII Censo Población y Vivienda 2000.

Ahora bien, cuando observamos la distribución por sector (Figura 47) en cada uno de los municipios, notamos que la principal actividad económica dentro de la región, como a nivel estatal es la actividad agropecuaria, pues en trece de los catorce municipios de la región esta actividad ocupa a más del 60% de la población, mientras que en el sector manufacturero el municipio con menor actividad ocupa a 1.2% de su población mientras que el municipio con mayor actividad ocupa al 12.3% de su población, y para el sector servicios los municipios con mayor población ocupada en dicha actividad son Yajalón y Palenque con 37.9% y 35.6% respectivamente.

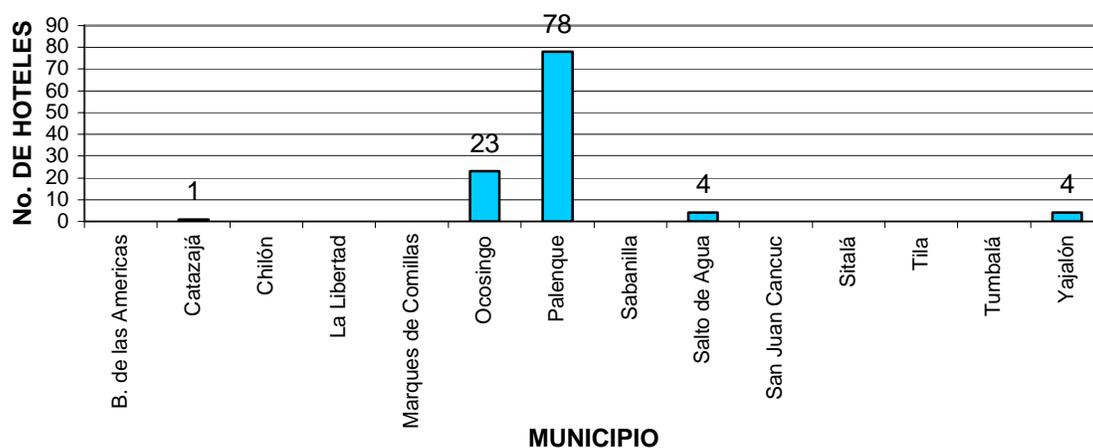
Figura 47. DISTRIBUCIÓN EN % POR SECTOR DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA OCUPADA 2000 POR MUNICIPIO DE LA REGIÓN VI



Fuente: Elaboración propia con datos tomados de INEGI. XII Censo Población y Vivienda 2000

Referente al tema de turismo en la Región VI de acuerdo con información de la Secretaría de Turismo, y la Delegación de Turismo en el Municipio de Palenque, la infraestructura turística existente en la Región VI, a enero de 2007 habían 110 hoteles con 2,633 habitaciones, distribuidos de la siguiente manera: Palenque 78 hoteles, Ocosingo 23, Yajalón 4 y Catazajá 1. (Figura 48). El resto de los municipios que conforman la región no cuentan con ningún tipo de hospedaje

Figura 48. TOTAL HOTELES POR MUNICIPIO EN LA REGIÓN VI 2007

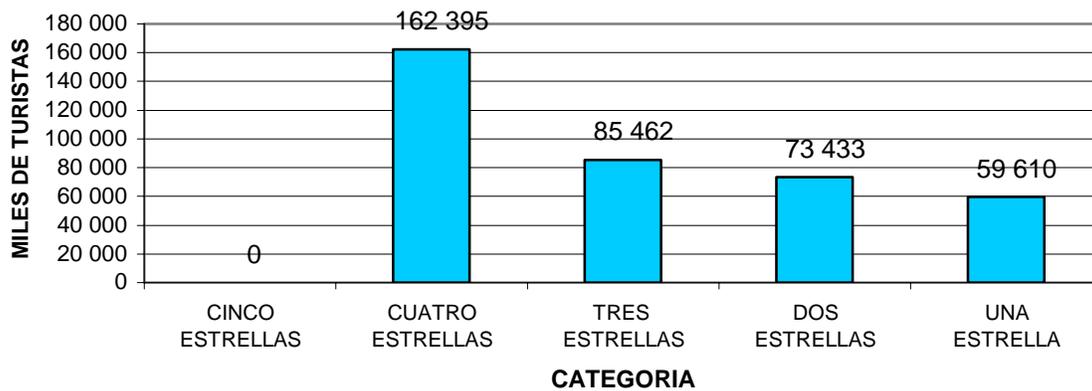


Fuente: Elaboración propia con datos a partir de la práctica de campo.

Palenque resulta ser una ciudad muy importante ubicada en un entorno selvático. Debido a que es una ciudad que alberga zonas arqueológicas muy importantes, así como lagos y cascadas cuya atracción está en sus impresionantes tonos azules, verdes y cristalinos de sus aguas, Palenque se convierte en el destino de llegada para la visita de estos sitios.

Los datos registrados por la Secretaría de Turismo indican que para enero de 2007, contemplando turistas nacionales y extranjeros, mostraron una preferencia en hospedarse en hoteles cuatro estrellas con un total de 162,395 de un total de 380,900 de turistas que visitaron Palenque. Cabe destacar que en la ciudad se encuentra un sólo hotel de categoría 5 estrellas (Hotel Misión Palenque) que cuenta con 156 habitaciones.

Figura 49. NÚMERO DE TURISTAS HOSPEDADOS EN PALENQUE POR CATEGORÍA DE HOTEL 2007



Fuente: Elaboración propia con datos a partir de la realización de práctica de campo.

La investigación de campo revela los cuartos promedio que tienen los hoteles dependiendo de su categoría, como indica el Cuadro 19, en donde podemos observar que el número de habitaciones depende en gran medida de los servicios que ofrecen, entonces, el tamaño del hotel es mayor entre más servicios proporcione.

Cuadro 19. HABITACIONES PROMEDIO POR CLASIFICACIÓN DE HOTELES EN LA REGIÓN VI 2007

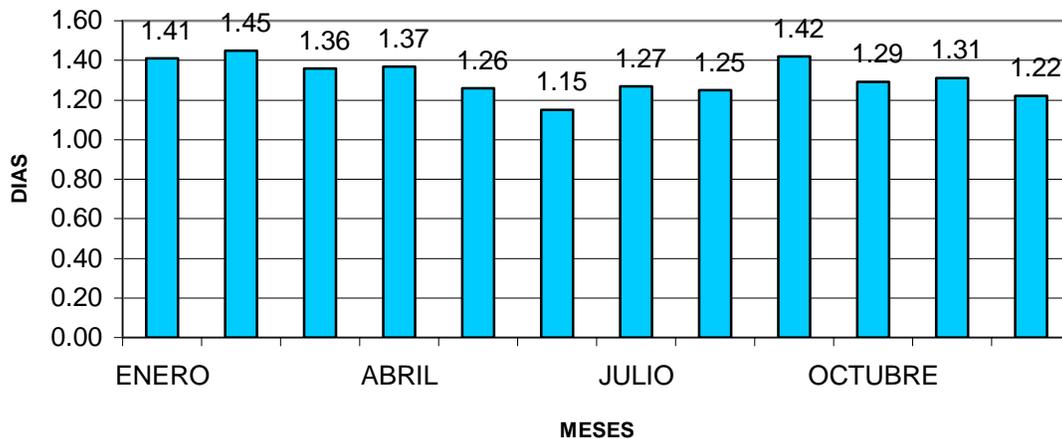
Clasificación	Habitaciones Promedio
Hotel ★	17
Hotel ★★	28
Hotel ★★★	34
Hotel ★★★★	67
Hotel ★★★★★	156

Fuente: Elaboración propia con datos a partir de la realización de práctica de campo.

Aunque, hasta aquí se ha tratado con especial atención a los hoteles, sería un error ignorar la existencia de posadas en la ciudad. El número de posadas se ha venido acrecentando debido a que la afluencia de turistas es significativa y por tanto representa para los habitantes una oportunidad de ingresos. El número de posadas no se encuentran registrados específicamente en la Secretaría de Turismo de Palenque pues están legalizadas, pero se consideran que son igual de significativas en número que los hoteles.

Sin embargo, los hoteles registrados indican que en promedio la estadía por noche de un turista es de 1 día y medio. Esto no significa necesariamente que el turista visite el Estado durante ese periodo. Generalmente la estadía del turista nacional es corta comparada con la estadía del turista extranjero, ya que el turista extranjero recorre el estado aproximadamente entre 10 y 15 días mientras que el turista nacional visita por región específica entre 3 y 5 días. De ahí que la estadía promedio solo en Palenque sea de 1 día y medio pues es desde este punto donde parte para recorrer la Región.

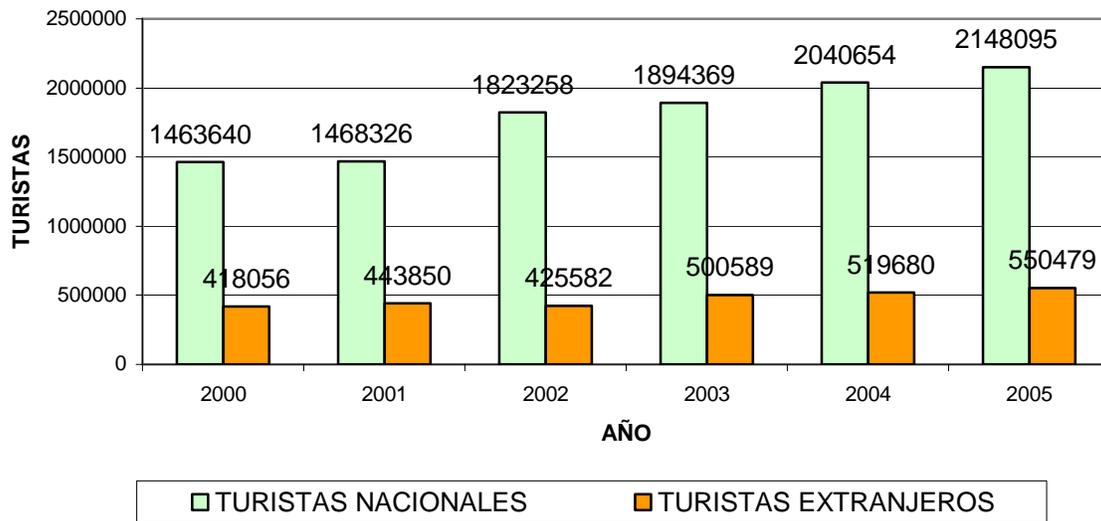
Figura 50. ESTADÍA PROMEDIO NOCHES/TURISTAS EN CENTRO TURÍSTICO PALENQUE 2007



Fuente: Elaboración propia con datos a partir de la realización de práctica de campo.

Según estadísticas del Datatur, es mayor el arribo de turistas nacionales que de extranjeros dentro de la Región. De 2000 a 2005, como se muestra en la Figura 51, el arribo de turistas ha ido incrementando con el paso del tiempo, en gran medida por el turismo nacional, ya que el turismo extranjero se encuentra relativamente constante durante este periodo, no así el turismo nacional; por lo que podemos decir que la oferta de servicios de 2000 2005 dentro de la región se ha vuelto más atractiva para el turismo nacional.

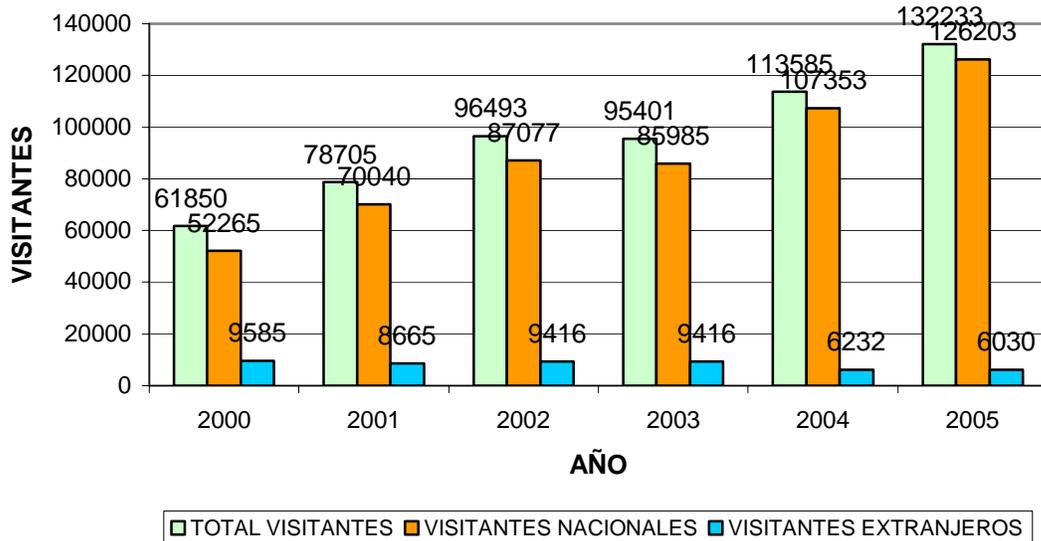
Figura 51. ARRIBO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS A LA REGIÓN VI 2000-2005



Fuente: SECTUR con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)- Sistemas de Información Turística Estatal (SITE).

En este número importante de visitantes podemos ubicar a aquellos que realizan actividades culturales, que como observamos en la Figura 52, existe un aumento por parte del turismo nacional, no así por parte del turista extranjero.

Figura 52. VISITANTES A MUSEOS EN LA REGIÓN VI 2000-2005

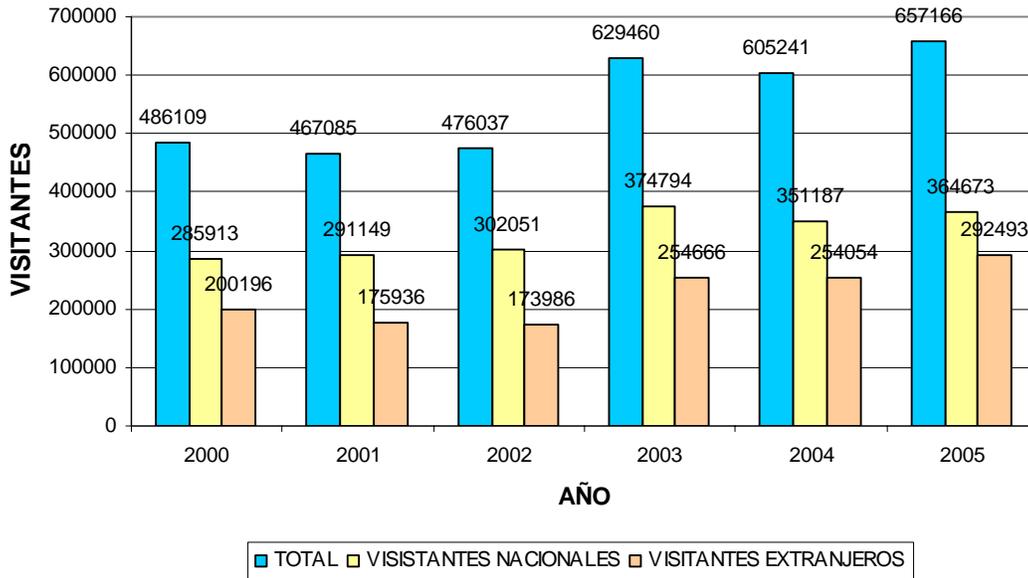


Fuente: SECTUR con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)- Sistemas de Información Turística Estatal (SITE).

En comparación con el registro de visitantes a museos resulta más significativa la visita a las zonas arqueológicas, esta cuestión resulta natural debido a que las

monumentales construcciones en piedra son realmente imponentes que junto con los murales y estelas localizados en estos lugares hacen que hasta en el más indiferente turista provoque admiración.

Figura 53. VISITANTES A ZONAS ARQUEOLÓGICAS EN LA REGIÓN VI 2000-2005



Fuente: Dirección de Desarrollo Institucional Instituto Nacional de Antropología e Historia (I.N.A.H).

Las zonas arqueológicas que destacan en la Región Selva son:

- Zona Arqueológica de Palenque.
- Zona Arqueológica de Yaxchilán.
- Zona Arqueológica de Bonampak.
- Zona Arqueológica de Toniná.

Otra posibilidad que encuentra el turista durante su recorrido es el encuentro con grandes ríos, lagunas y cascadas. El paisaje lacustre viene acompañado por la belleza de sus bosques y selvas que, por sus características, hace que estos paisajes sean difíciles de encontrar en otro Estado. La Región VI cuenta con varios puntos en que los ríos, lagunas y cascadas presentan características difíciles de describir y una de las experiencias más gratificantes, entre ellas se encuentran:

- Cascadas de Agua Azul.
- Cascadas Agua Clara
- Cascadas Misol-Há
- Cascadas Catazajá
- Río Jataté.
- Río Usumacinta.

A continuación se presenta el atractivo turístico por municipio:

Cuadro 20. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LOS MUNICIPIOS DE LA REGION VI SELVA

Municipio	Atractivos Turísticos
Benemérito de las Américas	
Catazajá	La Laguna de Catazajá.
Chilón	La Cascada Las Delicias, vestigios Arqueológicos de las ruinas de Naj-Tentzun y Naj-Choj.
La Libertad	Lagunas de Saquila, Chincil y los ríos Chacamax y Chuyipa.
Marqués de Comillas	Las Guacamayas.
Ocosingo	Zona Arqueológica de Toniná y río Jataté.
Palenque	Zona Arqueológica de Palenque.
Sabanilla	La cascada denominada La Campana, Abundantes ríos, bosques y fauna, además de iglesias coloniales en los Moyos y Sabanilla.
Salto de Agua	Cascadas Misol-Ha, Centro Ecoturístico Agua Clara.
San Juan Cancuc	
Sitila	Templo católico de San Pedro y San Pablo, Ruinas Mayas de Copatil y La Ceiba.
Tila	Templo del Cristo Negro de Esquipulas.
Tumbalá	Cascadas de Agua Azul.
Yajalón	El atractivo natural del municipio es la propia conformación de la ciudad, pues la población está asentada en cerros de diferentes alturas llenas de vegetación.

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de www.turismochiapas.gob.mx y con datos a partir de la realización de práctica de campo.

Como se puede apreciar en la Región VI Selva se puede disfrutar de sus tradiciones, sus fiestas populares, su naturaleza, sus sitios arqueológicos, sus ciudades coloniales, sus centros ecoturísticos, etc. La preservación de los recursos naturales en la conformación del cluster no se puede dejar de lado, es por ello que el ecoturismo dentro de este estudio juega un papel importante.

La Unión Mundial para la Naturaleza (UICN, por sus siglas en Inglés), define al ecoturismo como "aquella modalidad turística ambientalmente responsable,

consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbios con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres), de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado), que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. Además propone la explotación racional de los recursos naturales que debe presentarse para el beneficio de futuras generaciones.

Con esto, no sólo se propone el desarrollo turístico con enfoque económico de la Región, también se trata de minimizar los impactos ambientales negativos que el turismo pueda acarrear propiciando una valorización de los ecosistemas en la mente y actitud del turista, así como la creación de medidas de conservación concretas por parte del Gobierno.

Diagnóstico Específico de la Región VI

A continuación se muestra a detalle la información de los catorce municipios que conforman la Región VI Selva como es su población, ecosistema, características económicas, atractivos turísticos de cada uno de ellos.

Municipio de Benemérito de las Américas

Generalidades

Se ubica en las Montañas del Oriente, la mayor parte de su territorio es montañoso, su extensión territorial es de 979.20 km², lo que representa el 4.9 % de la superficie de la región Selva y el 1.2% de la superficie estatal, limita al norte, este y sur con la República de Guatemala y al oeste con Marqués de Comillas y Ocosingo. Su clima varía con la altitud, predominando el cálido húmedo. La vegetación original es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman principalmente el río Usumacinta que le sirve como límite con Guatemala, siendo su principal afluente en territorio chiapaneco el río Lacantún al que fluyen los ríos Jataté, Tzendales, Perlas y Lacanjá.

Clima y Principales Ecosistemas

Su clima varía con la altitud, predominando el cálido húmedo. La vegetación original es de selva alta.

Población y Grupos Étnicos

De acuerdo a los resultados que presentó el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 11,731 personas que hablan alguna lengua indígena.

La población total del municipio es de 14,436 habitantes, representa 2.5% de la regional y 0.3% de la estatal. En Chiapas la población indígena representa el 24.9% de la totalidad del Estado. En el municipio el 32.9% de sus habitantes son indígenas, de los cuales 3.1% son monolingües; la etnia predominante es la Tzeltal y Chol.

Características Económicas

El 70.6% realiza actividades agropecuarias. El 8.7% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente. El 18.0% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

En la percepción de ingresos, en el municipio, se tienen los siguientes resultados: el 48.0% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y sólo 0.6% reciben más de cinco salarios. En el sector secundario, 7.9% no perciben salario alguno, mientras que 3.6% reciben más de cinco. En el terciario, 15.8% no reciben ingresos y el 8.1% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.

En este mismo rubro la región reporta los siguientes datos: 47.6% de la PEA ocupada en el sector primario no recibe salario alguno y 0.8% recibe más de cinco salarios. En el sector secundario, 12.3% no percibe ingresos por su actividad, mientras que sólo 2.6% percibe más de cinco salarios. En el terciario, 10.3% no recibe ingresos y 9.8% más de cinco salarios mínimos mensuales de ingreso, por su actividad⁵

Municipio de Chilón

Generalidades

Chilón significa en tzeltal, "Tierra de Pitas". Fue el resultado de la unión de dos pueblos Chilón y Ostuta, ya que se le conoce como Chilostuta en documentos de los siglos XVI y XVII.

⁵ Fuente: INEGI; Resultados Definitivos, Chiapas XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Se localiza en los límites de las Montañas de Oriente, siendo montañoso el terreno. Limita al norte con Tumbalá, Yajalón, Tila, Salto de Agua y Palenque, al este y al sur con Ocosingo, y al oeste con Sitalá, San Juan Cancuc, Pantelhó y Simojovel de Allende. El clima predominante es cálido húmedo y en altitudes superiores a los 1,000 metro semicálido húmedo. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman básicamente los Ríos Cantela, Paxilhá, Tulijá, Sola.

Clima

El clima predominante es cálido húmedo y en altitudes superiores a los 1,000 metros semicálido húmedo, con una precipitación de 1,630 milímetros anuales.

Principales Ecosistemas

La flora del municipio es vegetación de selva alta en donde se encuentra una gran variedad de especies de las que destacan las siguientes: Amate, caoba, cedro, ceiba, chicozapote, hule y jimba.

En lo relativo fauna, existe en el municipio una gran variedad de especies de las que destacan las siguientes: boa, coral, iguana, tortuga plana y zopilote rey.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 77,686 habitantes, representa 13.7% de la regional y 1.9% de la estatal. La población del municipio se distribuye de la siguiente manera: 9.8% vive en 2 localidades urbanas, mientras que el 90.1% restante reside en 487 localidades rurales que representan 99.5% del total de las localidades que conforman el municipio.

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 76,827 personas que hablan alguna lengua indígena.

Turismo en la región Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

Chiapas posee una gran variedad de recursos naturales, desafortunadamente su explotación ha devastado extensas áreas de bosques y selvas, provocando la pérdida de especies de flora y fauna. El municipio abarca parte del Área de Protección de Flora y Fauna Cascadas de Agua Azul.

En el municipio se pueden admirar varios sitios de interés turístico como La Cascada Las Delicias formada en el río Las Palomas, además los bosques y la irrigación de aguas de coloración azul; existen también cuatro túneles que no han sido explorados, así como vestigios arqueológicos de las ruinas de Naj-Tentzun y Naj-Choj.

◆ Recursos Culturales

Respecto a monumentos coloniales se pueden admirar las iglesias de Bachajón y Chilón. Las celebraciones más importantes son: Santa Cruz y Virgen de Guadalupe.

Características Económicas

El 86.4% de la población realiza actividades agropecuarias.

El 3.0% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación. El 8.5% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

En la percepción de ingresos, en el municipio la región reporta los siguientes datos: 47.6% de la PEA ocupada en el sector primario no recibe salario alguno y 0.8% recibe más de cinco salarios. En el sector secundario, 12.3% no percibe ingresos por su actividad, mientras que sólo 2.6% percibe más de cinco salarios. En el terciario, 10.3% no recibe ingresos y 9.8% más de cinco salarios mínimos mensuales de ingreso, por su actividad.

Municipio Marqués de Comillas

Generalidades

Colinda al noroeste con el municipio de Ocosingo, al noreste con el de Benemérito de las Américas y al Sur con la República de Guatemala.

Cuenta con una superficie de 933 km² que representan el 1.2% de la superficie del estado.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 8,580 habitantes, representa 1.52% de la regional y 0.2% de la estatal; el 51.8% son hombres y 48.1% mujeres.

La población del municipio se distribuye de la siguiente manera el 20.7% vive en una localidad urbana y el 79.2% en 23 localidades rurales que representan el 95.83% del total de las localidades que conforman el municipio.

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 3,078 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

Las Guacamayas. Este centro turístico de contacto con la naturaleza ofrece la grandiosa oportunidad de internarse durante su estancia en la zona en un majestuoso paraje selvático de inigualable valor, ubicado en el nuevo municipio de Marqués de Comillas, cuyas características bioclimáticas la hacen ser una de las más importantes del mundo. Las Guacamayas es fruto del interés de la sociedad cooperativa “Ara Macao”, asentada en la comunidad de Reforma Agraria, por preservar esa ave exótica a través de un programa que facilita su anidación en las altas copas de los árboles. Es el sitio ideal para observadores de aves y estudiosos de la flora y fauna que existe en la selva tropical. También es un destino de aventura que permite conocer, a lo largo de un recorrido por una reserva de 1,200 hectáreas, animales como el tucán, el gavián nevado, el mono saraguato, el tejón, y el armadillo, entre muchos más.

Es un sitio ideal para practicar safaris fotográficos. Todo sin afectar el entorno de la naturaleza. Además, durante su estancia el visitante tiene la posibilidad de participar en los talleres de conservación de especies en peligro de extinción, fundamentalmente de la guacamaya roja.

◆ Recursos Culturales

Zona Arqueológica Toniná. A mitad del camino entre San Cristóbal de las Casas y Palenque, por la carretera 199 se llega a Ocosingo, pintoresca Ciudad famosa por sus quesos de bola, a 11 kilómetros de distancia se encuentra la zona arqueológica de Toniná. Toniná significa “casas grandes de piedra”. El apogeo de esta zona arqueológica Maya data de finales del siglo VI a principios del X D.C., de tal forma que hacia el año 900 se convirtió en la acrópolis de mayores dimensiones del México neolítico. El espacio sagrado de Toniná, en las montañas de Chiapas, es uno de los lugares donde se manifiestan los efectos del poder de una manera espectacular.

Sobre una estructura piramidal que se montó sobre el remate de una cordillera que serpentea por el norte del Valle de Ocosingo. Aquí se formó un enorme

laberinto de épocas, templos, palacios y escalinatas que se fueron encimando durante más de mil años de actividad constructiva.

Características Económicas

El 82.3% de la población realiza actividades agropecuarias.

El 5.3% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente. El 10.8% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio Salto de Agua

Generalidades

Se localiza en los límites de las Montañas del Norte y de la Llanura Costera del Golfo, por lo que representa un relieve muy variado. Su extensión territorial es de 1,289.20 km², que representan el 6.5% de la superficie de la región Selva y el 1.7% de la superficie estatal, su altitud es de 20 m.

Limita al norte con el municipio de Palenque y el Estado de Tabasco, al este con Palenque, al sur con Chilón y Tumbalá, al oeste con Tila. El clima es cálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman los ríos Tulijá y sus afluentes Michol, Bascán, Misoljá.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es cálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de selva alta.

En cuanto a su vegetación, existe una flora constituida por diversas especies como la aceituna, aguacatillo, árnica, begonia, chicozapote colorado, bambú, copal y la chincuya silvestre entre otras. En relación a la fauna existen especies como el venado cola blanca, armadillo, tepezcuintle, tejón, mapache, lagarto, tortuga de río e iguana; además de aves limnícolas y migratorias. Se pueden realizar actividades acuáticas como la natación y el canotaje, paseos a caballo, caminatas e investigaciones sobre los recursos biológicos.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 49,300 habitantes, representa 8.7% de la regional y 1.2% de la estatal; el 50.1% son hombres y 49.9% mujeres.

De acuerdo a los resultados del II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 39,151 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

Chiapas posee una gran variedad de recursos naturales, desafortunadamente su explotación irracional ha devastado extensas áreas de bosques y selvas, provocando la pérdida de especies de flora y fauna silvestre. El municipio abarca una parte del Área de Protección de Flora y Fauna Cascadas de Agua Azul.

Misol-ha proviene del vocablo chol que significa "barrida de agua". Esta cascada se encuentra en el Municipio de Salto de Agua y por su belleza cada vez más se ha incrementado el número de sus visitantes nacionales y extranjeros. Como resultado de la precipitación del Río Tzaconejá (unión de ríos en tzeltal) por un cantil de rocas calcáreas, se encuentra esta hermosa cascada de aproximadamente 30 metros de altura, que al caer, forma una amplia poza en la que es posible, con precaución, practicar la natación. Este refrescante y hermoso paraje, se encuentra en un típico ejemplo de la selva tropical alta de la sierra chiapaneca y en medio de una rica vegetación compuesta por altos ejemplares de caoba, chicozapote y palo de agua. El lugar funciona como Centro Turístico Ejidal y cuenta con discretos servicios, entre ellos, el de hospedaje en agradables cabañas rústicas, y la alimentación en un muy completo restaurante.

Centro Ecoturístico Agua Clara. Se localiza hacia el Suroeste de la Ciudad de Palenque, vía carretera federal 199 Palenque-Ocosingo, en el kilómetro 46 se toma el desvío que conduce a la localidad de Agua Clara después de dos kilómetros. El nombre del centro turístico deriva de su ubicación en la localidad de Agua Clara. Este atractivo cuenta con las instalaciones necesarias para disfrutar del entorno natural. Por este Centro Turístico hace su recorrido el río Tulijá, teniendo como afluentes al Michol, Bascám, Misol-Há y Shumuljá; el clima es cálido húmedo con lluvias abundantes en verano.

◆ Recursos Culturales

Las celebraciones más importantes son: La Trinidad, Virgen de la Concepción, Sagrada Familia y La Virgen de Guadalupe.

Características Económicas

El 80.0% realiza actividades agropecuarias.

El 3.8% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente. El 13.8% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio de Tila

Generalidades

Este es un pueblo prehispánico asentado sobre los picachos de un cerro sobre las Montañas del Norte.

Se localiza en los límites de las Montañas del Norte y de la Llanura Costera del Golfo, predominando el relieve montañoso, Limita al norte con Tabasco y Salto de Agua, al este con Salto de Agua y Tumbalá, al sur con Yajalon, Chilón y Simojovel, al oeste con Sabanilla.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima varía con la altitud: cálido húmedo con lluvias todo el año, y semicálido húmedo por arriba de los 1,000 m. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman el río Chinal y el grande de Petalcingo.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 58,153 habitantes, representa 10.3% de la regional y 1.4% de la estatal;

La población del municipio se distribuye de la siguiente manera: 29.7% vive en 4 localidades urbanas mayores de 2,500 habitantes, mientras que el 70.2% restante reside en 137 localidades rurales, que representan 97.1% del total de las localidades que conforman el municipio.⁶

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 52,214 personas que hablan alguna lengua indígena.

⁶ Fuente: INEGI; Resultados Definitivos, Chiapas XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Culturales

Templo del Cristo Negro de Esquipulas. Data del siglo XVIII; lo antecede un amplio atrio con barda y tres entradas. Presenta en su portada principal el acceso con arco de medio punto flanqueado por nichos vacíos, a la altura del coro un óculo ciego y finalmente el remate de forma semicircular coronada por un elemento a manera de espadaña. Los campanarios de ambos lados son de planta cuadrada y constan de dos cuerpos con arcos de medio punto en sus cuatro costados; las cúpulas gallonadas que las cubren sustentan una pequeña cruz en su cúspide. La portada lateral carece de decoración únicamente muestra el vano de acceso con arco de medio punto. El interior es de una sola nave con techumbre de madera (alfarje) y cúpula gallonada en el presbiterio. Destaca el arco triunfal soportado por columnas libres pareadas de fuste liso y capitel dórico. Como imagen principal se halla el Cristo negro de Esquipulas, mismo que probablemente sustituyó a alguna deidad relacionada con el Tezcatlipoca Negro, señor de la noche y las tinieblas, que extendió su culto por toda Mesoamérica. En el muro izquierdo de la nave se abre una pequeña capilla cubierta con bóveda de cañón corrido, que alberga a la santísima trinidad.

Las celebraciones más importantes son: Señor de Tila, San Mateo el patrono y La Sagrada Familia.

Características Económicas

El 84.4% realiza actividades agropecuarias.

El 2.8% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación.

El 11.0% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

Municipio de Yajalón

Generalidades

Se encuentra asentado en las Montañas del Norte, predominando el relieve montañoso. Su extensión territorial es de 109.30 km², lo que representa el 0.5 % de la superficie de la región Selva y el 0.1 % de la superficie estatal

Limita al norte con Tumbalá y Tila, al este con Chilón, al sur con Chilón y al oeste con Tila. El clima varía con la altitud, pudiendo ser semicálido húmedo y templado húmedo. La vegetación es de bosque de encino-pino.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima varía con la altitud, pudiendo ser semicálido húmedo y templado húmedo. La vegetación es de bosque de encino-pino. Los recursos hidrológicos los conforman el río Yajalón y los arroyos el Azufre y Sacnu-Tilá.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 26,044 habitantes, representa 4.6% de la regional y 0.6% de la estatal.

La población del municipio se distribuye de la siguiente manera: 52.2% vive en una localidad urbana, mientras que el 47.7% restante reside en 194 localidades rurales, que representan 99.4% del total de las localidades que conforman el municipio.

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 17,681 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

El atractivo natural del municipio es la propia conformación de la ciudad, pues la población está asentada en claro rodeado de cerros diferentes alturas llenas de vegetación de colorido verde esmeralda.

◆ Recursos Culturales

Las celebraciones más importantes son: Santiago Apóstol, Virgen del Rosario y La Virgen de Guadalupe.

Características Económicas

El 47.3% realiza actividades agropecuarias.

El 12.3% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente.

El 37.9% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio de Catazajá

Generalidades

Catazajá es una palabra maya que significa “Valle cubierto de agua”, o bien “Agua tendida”, de “kaa” valle; “tasal” tendido; y “ja” agua.

Se ubica en la Llanura Costera del Golfo, siendo terreno uniformemente plano, Su extensión territorial es de 621.00 km² que representa el 3.1% de la superficie de la región selva y el 0.8% de la superficie estatal, su altitud es de 10 m. Limita al norte este y oeste con el Estado Tabasco y al sur con Palenque.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es cálido húmedo con abundantes lluvias en verano. La vegetación original es de selva mediana. Los recursos hidrológicos lo conforman básicamente, los ríos Usumacinta, Tres Ríos, San Antonio y Chico. Existen varios arroyos de caudal permanente como El Cárdenas, Cacahuasté, Ciego, Zapote, Jamoncillo, existen varias lagunas como la Catazajá, Jabalí, Chachalacas, Pedernal, Agua Fría, San Juanito y La Herradura.

La vegetación original es de selva mediana, en donde existe una gran variedad de especies de las que destacan las siguientes: amate, caoba, ceiba y hule entre otras.

La fauna característica del municipio la componen una gran variedad de especies, siendo las más importantes las siguientes: boa, coral, iguana de ribera, tortuga plana, cocodrilo, zopilote, armadillo y jabalí, entre otras.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 15,709 habitantes, representa el 2.7% de la regional y 0.4% de la estatal.

La población total del municipio se distribuye de la siguiente manera: 18.9% vive en la cabecera municipal, mientras que el 81.0% restante reside en 173 localidades rurales, que representan 99.4% del total de las localidades que conforman el municipio.

De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 314 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

El municipio abarca parte del Área de Protección de Flora y Fauna en las Lagunas de Catazajá.

Cuadro 21. ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS, MUNICIPIO DE CATAZAJÁ. AÑO 2000

ÁREA NATURAL	LOCALIZACIÓN	SUPERFICIE (Has.)	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Lagunas de Catazajá (decreto municipal de acuerdo de cabidos).	Región fisiográfica Llanura Costera del Golfo. Municipio Playas de Catazajá.	30,000.00	Sistema lagunar protegido denominado Santuario del Manatí, Administración a cargo del Municipio de Catazajá.

Fuente: Instituto de Historia Natural. Departamento de Información para la Conservación.

La laguna de Catazajá se a 321 km de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez. En este lugar existe una gran variedad de especies acuáticas, siendo los más importantes: los manatíes, nutrias. Róbalos, carpas, tenhuyacas, guabinas, langostinos, tortugas y una especie sin igual llamada pejelagarto; y a sus alrededores pueden verse gran cantidad de iguanas. Agua Azul se propone crear un centro integralmente planeado, en una superficie aproximada de 1,500 Has., en donde con un horizonte de planeación de 10 años, se prevé alcanzar una oferta turística de 2,500 cuartos de hotel, desarrollados de tal forma que se respeten las limitantes de carácter cultural y ambiental de la zona y que considere la situación urbana y el futuro crecimiento del poblado de Palenque Pakal-Na, así como el reordenamiento de asentamientos irregulares y actividades comerciales del Parque Nacional Cascadas de Agua Azul.

◆ Recursos Culturales

Las celebraciones más importantes son: San José patrono del pueblo.

Características Económicas

El 67.3% realiza actividades agropecuarias.

El 7.0% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente.

El 24.3% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

En la percepción de ingresos, en el municipio, se tienen los siguientes resultados: el 46.7% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y 0.4% recibe más de cinco salarios. En el sector secundario, 7.3% no perciben salario alguno, mientras que 3.6% reciben más de cinco. En el terciario, 13.1% no reciben ingresos y el 11.4% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.⁷

Municipio de Ocosingo

Generalidades

Ocosingo es una voz náhuatl que significa: “Lugar del señor negro”. Se localiza en las Montañas del Oriente, por lo que la mayor parte de su territorio es montañoso.

Limita al norte con el municipio de Palenque, al este y al sur con la República de Guatemala, al suroeste con las Margaritas y al noroeste con Chilón, Oxchuc, Altamirano y San Juan Cancuc. Su clima varía con la altitud, predominando el cálido húmedo. La vegetación es de selva alta.

Clima y Principales Ecosistemas

La red hidrológica es densa, y está integrada básicamente por los ríos Usumacinta, Lacantún, Jataté, Tzendales, Perlas y Lacanjá entre otros. Por otra parte, el municipio es rico en lagos como el Miramar, Ocotál, Lacanjá, Anaite, Orizaba, Maroma, Suspiro, Ojos Azules entre otros.

El clima del municipio varía con la altitud, predominando el cálido húmedo, en la cabecera municipal la temperatura media anual es de 24.3° C con una precipitación pluvial de 1,804 milímetros anuales.

En el municipio la vegetación es de selva alta, la flora del municipio está integrada por una gran variedad de especies de las cuales predominan las siguientes: paloma, coroso, roble, cedro, caoba, hormiguillo, chicozapote, hule, pino, ciprés, romerillo, sabino, manzanilla, amate, ceiba, guarumbo y jimba.

La fauna del municipio está compuesta por una gran variedad de especies de las que destacan las siguientes: culebra ocotera, nayuca de frío, gavián golondrino, picamadero ocotero, ardilla voladora, jabalí, murciélago, venado de campo, zorrillo aspalda blanca, puma, dragoncito labios rojos, culebra cincuate, azulejo ocotero, coyote, boa, cocodrilo de río, cocodrilo de pantano, coral, iguana de ribera, nauyaca cornuda, nauyaca saltadora, nauyaca real, tortuga plana, tortuga cocodrilo, águila arpía, guacamayo rojo, ocofaisán, pava, pavo ocelado, tucan

⁷ Fuente: INEGI; Resultados Definitivos, Chiapas XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

cuello amarillo, zopilote rey, armadillo, jaguar manatí, mapache, mico de noche, mono araña, mono saraguato, nutria, ocelote, puerco espín, tamborcillo tigrillo y venado cabrío.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 146,696 habitantes, representa 26.0% de la regional y 3.7% de la estatal

En el municipio habitan un total de 101,617 personas que hablan alguna lengua indígena, de acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

Dentro del municipio se encuentran las siguientes áreas naturales: Reserva de la Biosfera Lacan-tun, área de Protección de Flora y Fauna Chan-kin, Monumento Natural Yaxchilán, Área de protección de Flora y Fauna Silvestre Nahá, Monumento Arqueológico Tónina, y parte de la Zona Sujeta a Conservación Ecológica Metzabok y de la Reserva Integral de la Biosfera Montes Azules.

Cuadro 22. Áreas Naturales Protegidas, Municipio de Ocosingo, 2000.

CAPÍTULO 4. Implementación de un Cluster Turístico en el Estado de Chiapas

ÁREA NATURAL	LOCALIZACIÓN	SUPERFICIE (Has.)	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Montes Azules (Reserva Integral de la Biosfera). Decreto: 12 enero de 1978.	Se localiza en la región Noreste (Montañas de oriente) del Estado, en la Selva Lacandona, Municipio de Ocosingo y Las Margaritas, (paralelos 16°03' y 16°57', de Latitud Norte y meridianos 90°45' y 90°30' de longitud Oeste	331,200.00	Dentro de una topografía accidentado, la reserva comprende en su extensión ecosistemas tropicales, terrestres y dulceacuicolas, representativos de Mesoamérica; en la Selva Lacandona se encuentra selva alta tropical perennifolia, considerada como una de las más ricas y complejas comunidades vegetales del mundo. Montes Azules forma parte de la región hidrológica más grande del país, denominada Grijalva-Usumacinta. Existe una enorme diversidad de especies de flora y fauna endémicas. Administración a cargo de INE-SEMARNAP. Forma parte del programa MAB (Man & Biosphere) de la UNESCO.
Bonampak (Monumento Natural). Decreto: 21 de agosto de 1992.	Dentro de la región fisiográfica Montañas de Oriente, en el Municipio de Ocosingo. Coordenadas geográficas: 16°42' de latitud Norte y 91°04' de longitud Oeste.	4,357.40	Zona de la Selva Lacandona Integrada por ecosistemas de selva tropical alta perennifolia en la que se encuentran especies de animales y vegetales únicas en el mundo, algunas de ellas amenazadas o en peligro de extinción. Presenta notables vestigios arqueológicos de la Cultura Maya. es una zona de gran importancia desde los puntos de vista científicos, educativos, arqueológico, histórico y escénico. se encuentra dentro de la reserva Montes Azules. en los alrededores de este lugar se tienen reportadas 128 especies de orquídeas. Administración a cargo del INAH.
Lacan - Tun (Reserva de la Biosfera). Decreto: 21 de agosto de 1992.	Dentro de la región fisiográfica Montañas de Oriente, en el Municipio de Ocosingo. Sus coordenadas son 16°23', 16°43' latitud Norte y 90°42', 91°0 longitud Oeste.	61,873.96	Forma parte de la Selva Lacandona integrada por ecosistemas representados de una gran diversidad y riqueza biológicas como las selvas alta y mediana perennifolias. Es importante por los servicios ambientales que provee, como la captura de Carbono y la captación de agua y por proteger especies amenazadas o en peligro de extinción. es una de las tres reservas de la biosfera decretadas para Chiapas, junto con la reserva de Montes Azules protegen la mayor extensión de selva mediana y alta perennifolia, sirviendo como refugio para una gran variedad de flora y fauna silvestre. Esta área sirve como corredor biológico entre la reserva El Petén en Guatemala y Montes Azules en Chiapas. Administración a cargo de CONANP.
Yaxchilán (Monumento Natural). Decreto: 24 de agosto de 1992.	Dentro de la región fisiográfica Montañas de Oriente, en el municipio de Ocosingo, en la línea fronteriza con Guatemala en los márgenes del río Usumacinta. Coordenadas geográficas 16°54'16" latitud Norte y 91°00'11" longitud Oeste.	2,621.25	esta belleza natural y cultural ha sido considerada históricamente como uno de los símbolos representativos del Estado y del País. Posee ecosistemas de selva tropical alta perennifolia, sabana y vegetación secundaria. Presenta especies vegetales como orquídeas, palmas y helechos únicos en el mundo, así como fauna amenazada y en peligro de extinción. administración a cargo del INAH.
Chan - Kin (Área de Protección de Flora y Fauna). Decreto: 21 de agosto de 1992.	Dentro de la región fisiográfica Montañas de Oriente, en el Municipio de Ocosingo. Coordenadas geográficas 16°38'09" latitud Norte y 19°42'07" longitud Oeste.	12,184.98	Forma parte de la Selva Lacandona; en ella se representa principalmente selva alta perennifolia. Se encuentran especies endémicas y en peligro de extinción. Administración a cargo del CONANP.
Toniná (Monumento Arqueológico). Decreto: 17 de febrero de 1994.	Dentro de la región fisiográfica Montañas de Oriente, en el Municipio de Ocosingo. Coordenadas geográficas 16°55'00" latitud Norte y 92°02'00" longitud Oeste.	57.20	Zona arqueológica donde está representada la cultura Maya. Este lugar cuenta con una "Acrópolis" cuyos edificios poseen murales monumentales. Administración a cargo del INAH.
Lago Miramar (Área Natural y Típica) Parque Estatal en Proyecto.	Montañas de Oriente, en los Municipios de Ocosingo y Las Margaritas.	15,000.00	Selva alta perennifolia, existe una amplia variedad de flora y fauna en este sitio propuesta para su conservación. Se encuentra dentro de la Reserva de la Biosfera Montes Azules.
Santa Felicitas (Reserva Ecológica). Decreto: 1976.	En las Montañas de Oriente. Municipio de Ocosingo.	1.00	Se ubica dentro de la Reserva de la Biosfera "Montes Azules".
Benito Juárez (Reserva Ecológica). Decreto: 1972.	En la Región de las Montañas de Oriente. Municipio de Ocosingo y Las Margaritas.	4,313.00	Región comprendida dentro de la Reserva de la Biosfera "Montes Azules".

Fuente: Instituto de Historia Natural. Departamento de Información para la Conservación.

◆ **Recursos Culturales**

Zona Arqueológica de Toniná. A mitad del camino entre San Cristóbal de las Casas y Palenque, por la carretera 199 se llega a Ocosingo, pintoresca Ciudad famosa por sus quesos de bola, a 11 kilómetros de distancia se encuentra la zona arqueológica de Toniná.

Toniná significa “casas grandes de piedra”. El apogeo de esta zona arqueológica Maya data de finales del siglo VI a principios del X D.C., de tal forma que hacia el año 900 se convirtió en la acrópolis de mayores dimensiones del México neolítico. El espacio sagrado de Toniná, en las montañas de Chiapas, es uno de los lugares donde se manifiestan los efectos del poder de una manera espectacular. Sobre una estructura piramidal que se montó sobre el remate de una cordillera que serpentea por el norte del Valle de Ocosingo. Aquí se formó un enorme laberinto de épocas, templos, palacios y escalinatas que se fueron encimando durante más de mil años de actividad constructiva. El rasgo principal de importancia de este sitio, es que en el punto más elevado del conjunto, se convierte en el más alto de Mesoamérica. De las siete plataformas que constituyen la gran pirámide, sobresalen la tercera en la que se encuentra El Palacio del Inframundo, y la cuarta en la que se halla El Palacio de las Grecas y la Guerra. En la sexta se ubica el Mural de los Cuatro Soles, una especie de códice hecho de estuco que representa el mito de las cuatro eras cosmogónicas. Por último la séptima, en la que se levantan los Templos de los Prisioneros y el del Espejo Humeante.

Zona Arqueológica de Bonampak. Bonampak tuvo su gran esplendor a finales del período Clásico Maya. Abandonada alrededor del año 800 d.C., fue descubierta en la década de los 40.s. Su nombre en vocablo maya significa: “Muros Pintados”, y es justamente a lo que debe su fama este sitio, debido a que uno de sus edificios tiene en sus tres recintos, pinturas en sus muros de una calidad indiscutible. No es posible referirse a Bonampak sin hacer mención de su entorno natural, en el cual los mayas lograron vivir en armonía y aprovechar sus recursos. Es uno de los lugares más impresionantes, complejos y bellos que puedan localizarse en la América Septentrional. Del conjunto enclavado en el corazón de la Selva Lacandona, solamente la Gran Plaza y la Acrópolis están exploradas. En la primera se levanta la magnífica Estela 1, que muestra a Chaan Muan II vestido con gran lujo para celebrar su quinto año de gobierno. Sobre la Acrópolis, que sigue los desniveles del terreno, se construyó el edificio de las pinturas. Este posee tres cámaras. En la primera se muestra la ceremonia de presentación por parte de la familia gobernante; en ese mismo cuarto se encuentra la escena de la procesión de los músicos. La cámara dos es la de la batalla y la posterior presentación y suplicio de los prisioneros. Por último, la tercera cámara exhibe la suntuosa ceremonia de celebración del triunfo. El descubrimiento de Bonampak, una de las grandes historias de la exploración arqueológica en Chiapas, permitió conocer uno de los mayores testimonios de la cultura maya y la extraordinaria concepción de color y línea de sus pintores.

Yaxchilán es el prototipo de una ciudad perdida en la jungla; localizada en la margen izquierda de un caprichoso meandro del Usumacinta, se encuentra

elevada a más de diez metros sobre el nivel medio del río, ocupando una posición central en la Selva Lacandona. Su origen se remonta a unos dos mil años, cuando un grupo de hombres se establecieron formando una aldea que, al paso de los siglos, transformaron en una de las ciudades más bellas y poderosas de la Cuenca del Usumacinta, y que tuvo su máximo esplendor entre los años 550 - 900 d.C. correspondiente al Período Clásico Tardío. La superficie de la ciudad es muy extensa, pero su visita se restringe actualmente a parte de La Gran Plaza, La Gran Acrópolis, La Acrópolis Pequeña y La Acrópolis Sur. A La Gran Plaza se accede a través del Edificio 19, conocido también como El Laberinto, a causa de la compleja distribución de sus cuartos. En varias de las construcciones se encuentran todavía los dinteles que narran la historia dinástica de la ciudad. Sobresalen los de los Edificios 12 y 22.

La emoción acompaña el ascenso por la escalinata que comunica a La Plaza con la Gran Acrópolis, presidida por el magnífico Edificio 33, el más soberbio de la ciudad. La crestería, su escalera glífica, los dinteles y la escultura decapitada del Pájaro Jaguar IV en su interior, son sus características más sobresalientes. Por senderos cortados a través de la selva, se llega a La Acrópolis Sur y a La Pequeña. En la primera, dentro del Edificio 40, hay restos de pintura mural. Dos plazas integran La Acrópolis Pequeña, entre las que destacan por sus inscripciones, los Edificios 42 y 44.

La Reserva de la Biosfera “Montes Azules”, se localiza entre los meridianos 90°45 y 90°30 de longitud Oeste y los paralelos 16°03 y 16° 57 de latitud Norte. Tiene una forma alargada, dispuesta en dirección noroeste-sureste, de aproximadamente 100 km de largo y de 15 a 55 km de ancho; cubre una superficie de 331,200 hectáreas. Desde el punto de vista fisiográfico, esta reserva forma parte de la región denominada Sierra de los Lacandones, con una altura máxima en el Norte de 1600 m., y de 200 m. sobre los márgenes del Río Lacantún, en el Sur. Laguna Miramar. Se encuentra situada al noreste del Estado, en el valle de San Quintín, formado por las serranías de la colmena, mono blanco y caribe. Dentro de los límites de la reserva de la biosfera “Montes Azules”, la cual fue decretada el 12 de Diciembre de 1977. Se considera un cuerpo de agua oligotrófico pues el material de arrastre por sus pequeños afluentes es mínimo, así como la cantidad de materiales de suspensión. Su zona fótica alcanza hasta 40 km de extensión por lo que es la laguna más grande de la selva lacandona. Por la cantidad de sales minerales que contiene se catalogan como Aguas Duras siendo la sedimentación la causante de la gran cantidad de arrecifes calcáreos que se encuentran distribuidos a lo largo de toda la zona litoral. Inclusive algunas islas e islotes se formaron de la misma manera, ya que aun en este tiempo siguen creciendo y algunos en proceso de formación. En algunas partes sus orillas son abruptas y montañosas y en otras son playas blancas; el color de sus aguas varía del azul índigo al verde esmeralda.

Las celebraciones más importantes son: Fiesta de la Candelaria. Feria comercial y la fiesta del patrono que se celebra del 13 al 15 de agosto.

Características Económicas

El 66.2% realiza actividades agropecuarias.

El 7.9% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, El 23.4% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad el 41.8% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y sólo 0.8% reciben más de cinco salarios. En el sector secundario, 9.3% no perciben salario alguno, mientras que 2.9% reciben más de cinco. En el terciario, 8.0% no reciben ingresos y el 9.8% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.

Municipio de San Juan Cancuc

Generalidades

Se ubica en las montañas del norte, predominando el relieve montañoso. Limita al norte con el municipio de Chilón y Sitalá, al este con Chilón y Ocosingo, al sur con Oxchuc y al oeste con Tenejapa, Chenalhó y Pantelhó.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es semicálido húmedo con abundantes lluvias en verano. La vegetación corresponde al tipo selva mediana. Los ríos Chactú y el Rosario integran la red hidrológica. La vegetación corresponde al tipo selva mediana.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 20,688 habitantes, representa 3.6% de la regional y

0.5% de la estatal. En el municipio habitan un total de 19,067 personas que hablan alguna lengua indígena⁸.

Características Económicas

El 95.1% realiza actividades agropecuarias.

El 1.5% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación.

El 1.9% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

⁸ II Censo de Población y Vivienda 2005

En la percepción de ingresos, en el municipio, se tienen los siguientes resultados: el 57.5% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y sólo 3.4% reciben más de cinco salarios. En el sector secundario, 80.17% no perciben salario alguno, mientras que nadie recibe más de cinco. En el terciario, 44.0% no reciben ingresos y el 7.3% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.⁹

Municipio de Tumbalá

Generalidades

Tumbalá quiere decir “Palo torneado”. Existen numerosos vestigios arqueológicos dentro del Municipio que atestiguan la presencia del hombre en épocas remotas. En la época de la Independencia de Chiapas, las encomiendas habían desaparecido y los indígenas ya habitaban en tierras comunales que habían sido reconocidas por la Corona española.

Se localiza en las Montañas del Norte, presentando una topografía muy accidentada, Limita al norte con Salto de Agua, al este con Salto de Agua y Chilón, al sur con Chilón y Yajalón, al oeste con Tila. El clima predominante es semicálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de bosque de encino-pino. Los recursos hidrológicos los conforman básicamente los ríos Hidalgo, Agua Azul, Ishtiljá y Sumuljá y los arroyos Naranjil, Cuctiepa, Benito Juárez, Cacahuatal, Emiliano Zapata, Joloniel y Mariscal Yehuitz.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima predominante es semicálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de bosque de encino-Pino.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 26,866 habitantes, representa 4.7% de la regional y 0.6% de la estatal. De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 23,984 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

⁹ INEGI; Resultados Definitivos, Chiapas XII Censo General de Población y Vivienda 2000.

Cascadas de Agua Azul a 54 km de Palenque, tomando la carretera 199 que va a Ocosingo y San Cristóbal de las Casas; desviación a la derecha, de 4 km. El intenso color azul turquesa que poseen, lo cual en parte las ha hecho famosas, se debe en gran medida al lecho calizo del río. Esta coloración, aunada al intenso verde de la vegetación, a la brisa constante y al sonido acuático inagotable, contribuye a hacer de este sitio, sin duda alguna, uno de los más hermosos e inolvidables espectáculos naturales de la República Mexicana. Para aquellos que gustan de la aventura, pueden alcanzar con la ayuda de guías locales, otras cascadas todavía más espectaculares, pues la escalera continúa aguas abajo hasta que el río se precipita al Tulijá, formando una de las más bellas cortinas de agua. Una vez descubiertas las cascadas y observando el creciente número de visitantes, fue necesario, con la finalidad de resguardar el área, declararla en 1980 Zona de Protección Forestal y Refugio de Fauna Silvestre. Esta impresionante serie de bellísimas cascadas se forma al descender el Río Agua Azul o Yax - Ha (en tzeltal) de manera escalonada, creando una serie de estanques o albercas naturales que son contenidos por diques calcáreos; los llamados "tours" en la terminología geológica.

El municipio abarca parte del Área de Protección de Flora y Fauna Cascadas de Agua Azul.

CUADRO 23. Áreas Naturales Protegidas, Municipio de Tumbala, Año 2000.

ÁREA NATURAL	LOCALIZACIÓN	SUPERFICIE (Has.)	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Cascadas de Agua Azul (Área de Protección de flora y fauna). Decreto: 7 de junio del 2000.	Se localiza en las Montañas del Norte, en los Municipios de Tumbalá, (coordenadas 17°20'40'' latitud Norte y 92°06'45'' longitud Oeste).	2,580.00	Está representada la selva alta perennifolia, pino-encino, liquidámbar y vegetación secundaria. Son riqueza naturales su fauna silvestre y sus hermosos paisajes formados por una serie de cascadas que tienen un intenso color azul, formadas por los ríos Shumujá y Tulijá. Administración a cargo del CONANP.

Fuente: Instituto de Historia Natural. Departamento de Información para a la Conservación.

◆ **Recursos Culturales**

Las celebraciones más importantes son: Virgen de la Candelaria, Señor del Pozo, San Miguel Arcángel, La Santa Cruz.

Características Económicas

El 88.5% realiza actividades agropecuarias. El 1.2% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, El 8.6% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad.

En la percepción de ingresos, en el municipio, se tienen los siguientes resultados: el 56.9% de los ocupados en el sector primario no perciben ingresos y 0.4% recibe

más de cinco salarios. En el sector secundario, 25.8% no perciben salario alguno, mientras que casi nadie recibe más de cinco. En el terciario, 12.4% no reciben ingresos y el 11.4% obtienen más de cinco salarios mínimos de ingreso mensual.

Municipio de La Libertad

Generalidades

Se encuentra enclavado en la Llanura Costera del Golfo predominando el terreno plano. Limita al norte y este con el Estado de Tabasco y al sur y oeste con el municipio de Palenque.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es cálido húmedo con abundantes lluvias en verano. La vegetación original es de selva baja. Los recursos hidrológicos están representados por el Río Chacamax. Hay varios arroyos de caudal permanente; El Chichil, el Juil, El Baño, Chuyipa, Chuyipaito, el Tecalate, Jijiapa, Arroyo Hondo, y también lagunas como las Saquilá, Chinchil, Santumpá y Chuyipá.

Su flora está compuesta por una gran cantidad de especies de las cuales predominan las siguientes: amate, caoba, cedro, ceiba, chicozapote, guarumbo, hule y jimba.

La fauna del municipio está compuesta por una gran variedad de especies de las cuales sobresalen las siguientes: boa, caracol, iguana de ribera, tortuga plana, tortuga cocodrilo, zopilote rey, armadillo, jabalí, mapache, murciélago, puerco espín, tamborcillo, tejón, nutria, tigrillo, tlacuache, cabrito y viejo de monte.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 5,288 habitantes, representa 0.9% de la regional y 0.1% de la estatal.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

El municipio ofrece al turismo nacional e internacional sitios de paisajes destacados como las lagunas de Saquila, Chinchil y en el río Chacamax, Chuyipa, donde se puede observar aves migratorias y realizar paseos en lanchas o cayucos.

◆ Recursos Culturales

Las celebraciones más importantes son: Señor de Tila y Virgen de Guadalupe.

Características Económicas

El 67.2% realiza actividades agropecuarias.

El 4.7% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente. El 25.2% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio de Palenque

Generalidades

Palenque fue el centro más importante de la Cultura Maya, nos referimos al antiguo pueblo, y era tan grande (7 kilómetros de longitud de Este a Oeste) que todavía no ha sido explorado totalmente.

Se ubica en los límites de las Montañas del Oriente, Montañas del Norte y en su mayoría en la Llanura Costera del Golfo, resultando un relieve muy variado

Limita al norte con el municipio de Catazajá, al este con La Libertad, el Estado de Tabasco y la República de Guatemala, al sur con Ocosingo y Chilón, al oeste con Salto de Agua y el Estado de Tabasco.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima predominante es cálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos lo conforman los ríos Usumacinta y sus afluentes Chamacax, Chancalá y Chocoljaito, además el Bascán, Michol, San Simón, Trapiche, existen varios lagos destacando por su tamaño el Lago Metzaboc.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 85,464 habitantes, representa 15.1% de la regional y 2.1% de la estatal. De acuerdo a los resultados que presento el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 37,032 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Culturales

Dentro de su territorio se encuentra el Parque Nacional Palenque y abarca parte de la Zona Sujeta a Conservación Ecológica Metzabok.

Cuadro 24

Áreas naturales protegidas, municipio de Palenque. Año 2000.

ÁREA NATURAL	LOCALIZACIÓN	SUPERFICIE (Has.)	PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
Palenque (Parque Nacional) Decreto: 24 de agosto de 1981.	Se localiza al Norte del Estado y está situado sobre las últimas estribaciones de las Montañas del Norte y los límites de la Planicie Costera del Golfo, en el Municipio de Palenque. Sus coordenadas son: 17°25'52" y 17°30'10" de latitud Norte y 92°01'48" y 92°05'04" de longitud Oeste.	1 771.95	La selva alta perennifolia que circunda esta área es un ecosistema considerado en peligro de desaparecer, existen además numerosas especies de animales en peligro de extinción; en este sitio se encuentra la zona arqueológica representante del Clásico Maya, donde el máximo espectáculo es el Templo de las Inscripciones y el palacio con una torre de cuatro pisos. El parque es considerado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Administración a cargo del CONANP-INAH.
Metzabok (Zona Sujeta a Conservación Ecológica) Decreto: 18 de diciembre de 1996	En la Región fisiográfica Montañas de Oriente. Municipios de Ocosingo y Palenque.	3 337.80	Ecosistemas de alta diversidad y fragilidad. Selva alta perennifolia, selva mediana subperennifolia; bosque mesófilo de montaña, áreas de vegetación secundaria con diversos grados de desarrollo. Administración a cargo de SERNYP y SEMARNAP-INE.

Fuente: Instituto de Historia Natural. Departamento de Información para la Conservación.

El principal atractivo es la Zona Arqueológica de Palenque. Se localiza a 7 km al Este de la ciudad. El horario de visita es de 8:00 a 17:00 horas y el acceso al Templo de las Inscripciones de 10:00 a 16:00 horas. La Zona Arqueológica de Palenque, descubierta en el siglo XVIII, forma parte de la porción central del área maya, la que tuvo un notable desarrollo cultural hasta finales del Período Clásico. En el conjunto central de la zona arqueológica se pueden apreciar dentro de sus edificios principales el Templo de las Inscripciones y El Palacio. El primero es el más importante por su tamaño, situación y significación. Debe su nombre a grandes tableros esculpidos que contienen una de las más largas inscripciones glíficas mayas. En él, se encuentra el sorprendente mausoleo en cuyo centro está un sarcófago monolítico que guardaba los restos del Rey Pakal. Su descubrimiento ha sido uno de los más importantes hallazgos arqueológicos de los últimos tiempos. Es evidente que primero se construyó la tumba y posteriormente la pirámide, dado que las dimensiones del sarcófago y la lápida, también monolítica, son mayores que la puerta de acceso a la cámara mortuoria.

El Palacio es la obra arquitectónica más grande de todo Palenque y es de una belleza incomparable. Su elemento más notable es la torre de 4 lados y parece ser la única del Período Clásico en el área maya. Otras edificaciones importantes para visitarse son el Templo de la Reina Roja, el Templo de la Cruz Foliada y el Templo

del Sol. A través de la imagen de esta ciudad, que fue abandonada y luego destruida y a la vez protegida por la selva, se pone de manifiesto el hecho de que, antes de cualquier contacto con el mundo occidental, los indígenas mesoamericanos crearon grandes civilizaciones organizadas política y socialmente y sostenidas por altos valores religiosos, humanísticos, artísticos y científicos. Museo de Sitio. Se encuentra dentro de la Zona Arqueológica de Palenque. En la planta alta se presenta una reciente construcción, inaugurada en 1995. Su creación se originó a raíz de los hallazgos logrados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) entre 1990 y 1994. Cuenta con dos salas de exhibición permanente, una temporal, un auditorio, un expendio de publicaciones y réplicas, y una tienda de artesanías.

También en la planta alta se encuentra la sala de exposiciones temporales en la que se exhiben piezas traídas de otros museos y que hablan de distintas expresiones de la cultura maya. En la planta baja se encuentra la Sala Palenque, en la que se describe la historia prehispánica de este importante asentamiento maya y se presentan las mejores piezas recuperadas entre 1990 y 1995 en las excavaciones del arqueólogo mexicano Arnoldo González Cruz, coordinador del proyecto y actual director del museo. También existen piezas recuperadas en los 40's por arqueólogos extranjeros. En una museografía de alta calidad se presentan en total más de 300 piezas, entre las que destacan los cilindros portaincensarios provenientes del Templo de la Cruz, la lápida del señor Chakhaal; las joyas en jade, concha y cristal recuperadas de las tumbas de los altos dignatarios palencanos del Templo XIII – también llamado Tumba de la Reina Roja-, del Templo de la Calavera y del Templo de la Cruz. El horario de acceso al público es de 9:00 a 17:00 hrs., de martes a domingo.

Las celebraciones más importantes son: Santo Domingo de Guzmán, San Francisco de Asís.

Características Económicas

El 51.8% realiza actividades agropecuarias.

El 10.3% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente.

El 35.6% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio de Sabanilla

Generalidades

Se ubica en las Montañas del Norte, predominando el relieve montañoso. Limita al norte con el municipio de Tila y el Estado de Tabasco, al este con Tila, al sur con Simojovel y al oeste con Huitiupán y el Estado de Tabasco. El clima es cálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman los ríos Sabanilla, Nava, Agua Blanca, Jubatiún, Morelia y Mazatán.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es cálido húmedo con lluvias todo el año. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman los ríos Sabanilla, Nava, Agua Blanca, Jubatiún, Morelia y Mazatán.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 21,156 habitantes, representa 3.7% de la regional y 0.5% de la estatal. De acuerdo con el II Censo de Población y Vivienda en el 2005, en el municipio habitan un total de 15,876 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Naturales

Los principales atractivos turísticos son: La cascada denominada, La Campana, Abundantes ríos, bosques y fauna.

◆ Recursos Culturales

Iglesias coloniales en los Moyos y Sabanilla. Las celebraciones más importantes son: Señor de Esquipulas, San Sebastián, San Juan, Señor de la Misericordia y San Miguel Arcángel.

Características Económicas

El 81.6% realiza actividades agropecuarias. El 4.3% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente.

El 11.6% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Municipio de Sitalá

Generalidades

El nombre de Sitalá es una versión mexicanizada de Xitalhá. Se localiza en las Montañas del Norte, siendo montañoso en su totalidad. Limita al norte, este y oeste con Chilón y al sur con San Juan Cancuc. El clima es cálido húmedo con abundantes lluvias en verano. La vegetación es de selva alta. Los recursos hidrológicos los conforman los ríos Chencán, Chacté, Santa Elisea, Jahuala, El Chorro, Mazané, Naltesha, Chutel, Cacate y Sumidero.

Clima y Principales Ecosistemas

El clima es cálido húmedo con abundantes lluvias en verano. La vegetación es de selva alta.

Población y Grupos Étnicos

La población total del municipio es de 7,987 habitantes, representa 1.4% de la regional y 0.2% de la estatal, en el municipio habitan un total de 7,959 personas que hablan alguna lengua indígena.

Atractivos Turísticos

◆ Recursos Culturales

El municipio cuenta con monumentos arquitectónicos como el templo católico de San Pedro y San Pablo apóstoles que data del año 1960 y las ruinas mayas de Copatil y la Ceiba, mismas que requieren de un estudio antropológico.

Las celebraciones más importantes son: Cristo Rey, San Pedro, San Pablo, Virgen del Rosario, El Carnaval Indígena, Jesús de la Buena Esperanza.

Características Económicas

En el año 2000, la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada fue de 1,702 habitantes.

El 82.2% realiza actividades agropecuarias.

El 2.4% de la PEA ocupada laboraba en la industria de la transformación, mientras que en los niveles regional y estatal los porcentajes fueron de 6.0% y 13.2% respectivamente.

El 10.6% de la PEA ocupada se emplea en actividades relacionadas con el comercio o la oferta de servicios a la comunidad, mientras que en los niveles regional y estatal el comportamiento fue de 19.2% y 37.3% respectivamente.

Matriz FODA

El siguiente es un análisis resumen tanto de las fortalezas y debilidades como de las oportunidades y amenazas de la región en conjunto, formado a partir de la investigación realizada tanto teórica como práctica que pretende mostrar un diagnóstico preciso que permita en función de lo planteado tomar decisiones de acuerdo con el fin último, que es la implementación del cluster.

Cuadro 25. MATRIZ FODA

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> • Extensa variedad de recursos y atractivos tanto naturales como culturales en la mayoría de sus municipios. • Carácter turístico propio. • La mezcla de atractivos culturales y naturales es excelente turísticamente. • Destino ya conocido. • Hidrología turística atractiva. Cascadas y lagunas abundantes. • Vinculación terrestre con la selva Lacandona. • Cuenta con una zona dentro de la selva lacandona importante para realizar ecoturismo. • Infraestructura básica suficiente: vías de comunicación, restaurantes, balnearios, farmacias, bancos, hospitales y centros comerciales. • Oferta hotelera alta y diversificada. • Acceso a toda la región 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuficiente oferta de restaurantes con calidad turística. Específicamente de comida típica. • Lejanía entre los municipios de la región y por tanto de los productos turísticos. Más de cuatro horas de recorrido al punto más lejano en Ocosingo, así como mantenimiento de caminos y carreteras. • Uno de los municipios integrantes de la región no cuentan con ningún atractivo turístico. • Falta de capacitación en cuanto al idioma inglés. Los prestadores de servicios turísticos hablan únicamente español o lengua indígena. • Falta de calidad en los cursos de atención al turista. • Cambios climáticos drásticos. Por la mañana y tarde un excesivo calor y por las noches lluvia. • Falta de atención por parte del INAH hacia el mantenimiento de las zonas arqueológicas.

<p>tomando como punto de partida a Palenque.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos bajos para el turismo extranjero. 	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con un aeropuerto en Palenque que de ser habilitado comunicaría de mejor manera a la región turística. • Demanda creciente de actividades de aventura y deportivas ligadas a la naturaleza por parte del turismo extranjero, principalmente del turismo europeo. • Aumento del flujo turístico estadounidense. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de esquemas turísticos para el diseño, desarrollo y comercialización de los productos turísticos de la región. • Crecimiento en las exigencias, por aparte del turismo tanto nacional como extranjero, de los productos turísticos.

Fuente: Elaboración propia con información tomada a partir de la practica de campo.

El análisis de fuerzas y debilidades, por una parte, y de Oportunidades y Amenazas, por la otra, muestra las siguientes potencialidades y vulnerabilidades del Sistema Turístico de la Región VI Selva de Chiapas.

Cuadro 26. POTENCIALIDADES Y VULNERABILIDADES

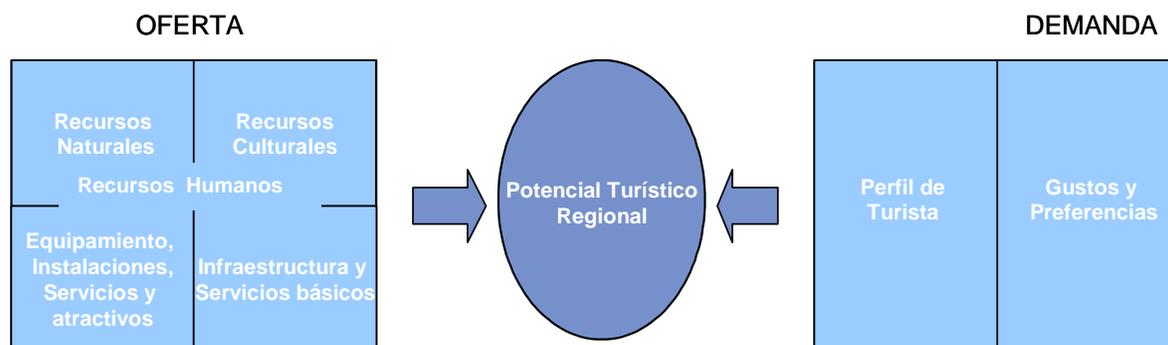
POTENCIALIDADES	VULNERABILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La riqueza y variedad de los recursos naturales permite el diseño y desarrollo de productos especialmente atractivos para los mercados demandantes de atractivos en el turismo ecológico, cultural, de aventura, y observación de aves. • El poder posicionarse en corto plazo como una región característica de turismo alternativo para los flujos turísticos nacionales e internacionales llegando desde Palenque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carencia de cultura turística, pudiendo con esto llegar a no desarrollar un esfuerzo serio para el desarrollo de esta actividad económica en la región. • Dependencia vía aérea de San Cristóbal de las Casas mayormente por parte del turismo extranjero.

Fuente Elaboración propia con información tomada a partir de la práctica de campo.

Desarrollo del Cluster Turístico en el Estado de Chiapas

Ahora bien, todos los aspectos anteriores que se han estudiado alrededor de la Región VI no fueron más que para determinar los factores determinantes del potencial turístico determinados por la oferta y la demanda.

Figura 54. FACTORES DETERMINANTES DEL POTENCIAL TURÍSTICO



Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, la determinación del potencial se fundamenta en las condiciones de la Región para desarrollar productos turísticos con la finalidad de satisfacer la demanda de los turistas. Por ello, se han considerado cuatro componentes que son: 1) Descripción de la Región VI, 2) Diagnóstico de la Región VI, 3) Evaluación del potencial y 4) Determinación de potencialidades turísticas.

Figura 55. DETERMINACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO



Fuente: Elaboración propia.

Estos cuatros componentes servirán de herramienta para el objetivo planteado y sirven de guía para la toma de decisión en el momento de la conformación del cluster.

En el siguiente cuadro se puede apreciar con claridad la oferta turística de la región, clasificada de acuerdo al tipo de actividad y por municipio.

Cuadro 27. COMPOSICIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y CULTURAL.

CONCEPTO	MUNICIPIOS DE LA REGION VI SELVA DE CHIAPAS													
	Benemérito de las Ameritas	Catazaja	Chillón	La Libertad	Marques de Comillas	Ocosingo	Palenque	Sabanilla	Salto de Agua	San Juan Cancuc	Sitila	Tila	Tumbala	Yajalon
Actividades Aéreas														
Aeropuerto							X							
Actividades Terrestres														
Campamentos	X		X		X	X								
Actividades Acuáticas														
Lagunas		X		X										
Cascadas			X					X	X				X	
Paseos en Lancha (Río y/o Laguna)		X		X										
Ciclismo Acuático (Río)		X												
Centro Piscícola		X												
Reserva Ecológica	X	X			X	X								
Centro Eco turístico		X				X			X					
Centro Turístico					X	X	X		X				X	
Pesca Deportiva		X												
Oferta Cultural														
Museos							X							
Patrimonio Arquitectónico			X		X	X	X				X			
Monumentos Históricos			X			X		X		X	X			
Fiestas Populares	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Ferias y Mercados						X	X				X			
Oferta Comercial														
Antigüedades							X							
Artesanías							X							
Compras Gastronómicas		X					X							
Restaurantes		X				X	X		X					X
Hoteles		X				X	X		X					X
Discotecas						X	X							
Balnearios				X			X							

Fuente: Elaboración propia con datos proporcionados por la Secretaría de Turismo en Chiapas.

A continuación se presenta la estructura en forma teórica del cluster a implementar en la región VI Selva de Chiapas, cluster donde el enlace fuerte estará dado entre los atractivos turísticos; en este caso atractivos tanto naturales como culturales, y la infraestructura de la región. El enlace débil se realizará con la participación del gobierno al relacionarse con la infraestructura y los atractivos turísticos.

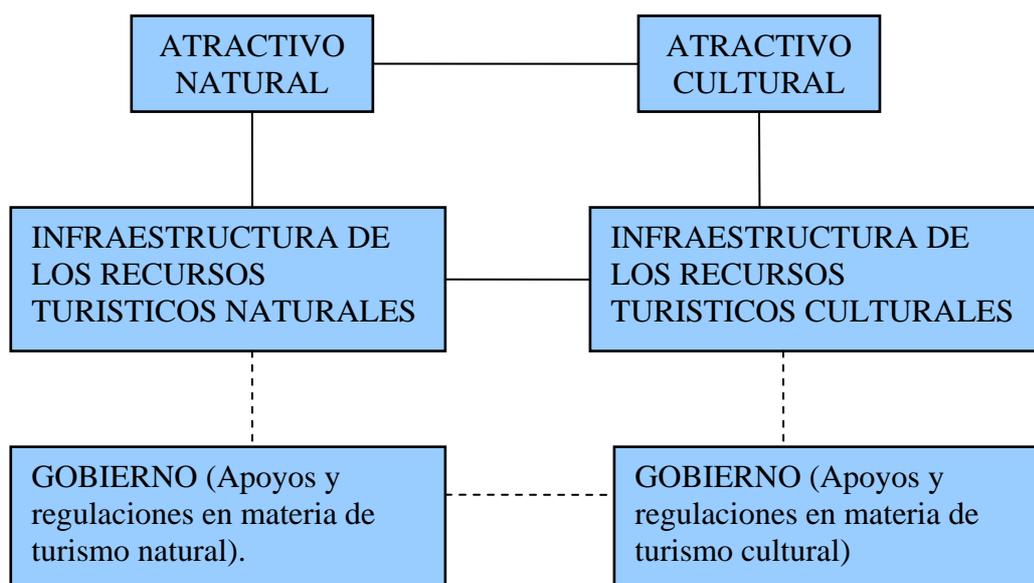
Es importante mencionar, como anteriormente se hizo en el Capítulo 1, que el enlace fuerte es aquel que se da entre empresas que pueden subsistir con o sin la integración al cluster; sin embargo, los beneficios alcanzados en la interacción del mismo son mayores, es decir, el enlace fuerte incluye aquellas empresas que no dependen una de la otra para poder existir.

El enlace débil se refiere a las relaciones entre empresas que se encuentran alejadas del espacio geográfico donde se pretende implementar el cluster; sin embargo, pudieran llegar a beneficiarse con la derrama económica propiciada por el mismo.

El servicio conexas, es aquel proporcionado en determinado momento por el gobierno y que de no ser así, la implementación del cluster no se vería afectada pues si de él no obtiene los recursos necesarios, la llegada de los mismos por parte de otros Estados o países, será inminente.

Ahora bien, en teoría, el cluster propuesto esta integrado por un enlace fuerte entre las relaciones sociales de producción entre los atractivos turísticos y la infraestructura del estado para su realización. En este caso no existe enlace débil, siendo el servicio conexas el ultimo eslabón dentro de estas relaciones sociales.

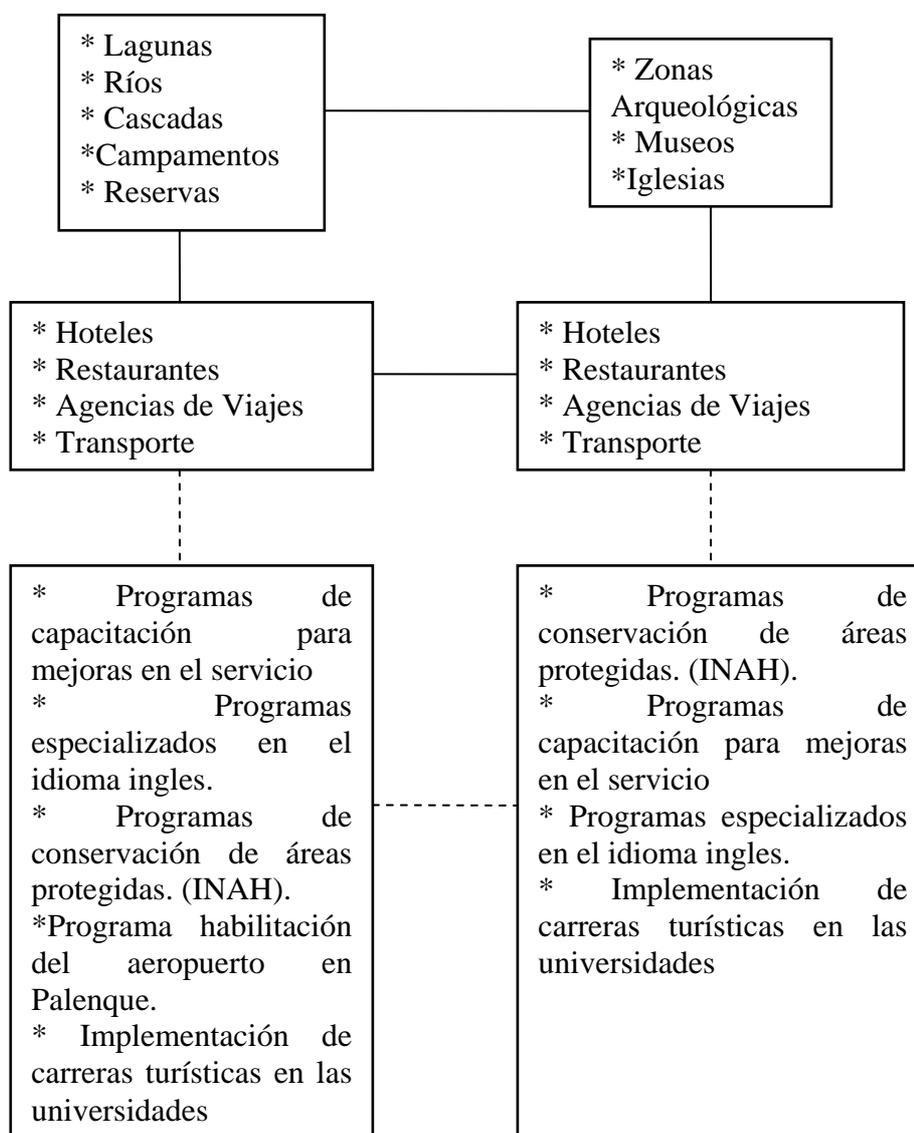
Figura 56 ANÁLISIS CLUSTER TURÍSTICO PARA LA REGIÓN VI SELVA DEL ESTADO DE CHIAPAS.



Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, en el siguiente esquema se muestran de forma desglosada los elementos de cada uno de los eslabones dentro del cluster.

Figura 57 CLUSTER TURÍSTICO PARA LA REGIÓN VI SELVA DEL ESTADO DE CHIAPAS.



Fuente: Elaboración propia.

A continuación se exponen dos ejemplos del tipo de cluster turístico que se propone: uno para el turismo nacional y otro para el turismo internacional. Cabe mencionar que los costos que se manejan son en pesos mexicanos.

Cuadro 28. PAQUETE TURISMO NACIONAL

Paquete Turismo Nacional			
Atractivo		Descripción	
Zona Arqueológica de Palenque		La evolución arquitectónica de Palenque, la vasta red comercial que la vinculaba con el área maya y con otras distantes regiones de Mesoamérica, hacen de este lugar uno de los más importantes del mundo maya.	
Zona Arqueológica de Bonampak		Sitio prehispánico maya enclavado en el Corazón de la Selva Lacandona.	
Zona Arqueológica de Yaxchilán		Un espléndido escenario de selvas altas siempre verdes cobija a este magnífico sitio arqueológico, famoso por su arte escultórico patente en estelas y dinteles.	
Cascada Misol-Ha		La precipitación del río Tzaconejá por un cantil de rocas calcáreas crea una de las cascadas más bellas de Chiapas	
Cascadas de Agua Clara		Agua Clara se encuentra en Agua Azul y Palenque, es un centro eco turístico en donde se pueden apreciar hermosas aguas color turquesa del río Shumulja en donde se puede navegar en kayak además de observar grandes árboles de selva tropical y escuchar murmullos de animales presentes en esta jungla.	
Cascadas de Agua Azul		Cascadas de belleza majestuosa, consideradas uno de los paisajes más impresionantes del mundo	
Transporte			
Vía de Transporte		Costo	
CD. México- Palenque-CD. México vía autobús		\$1 600 viaje redondo.	
CD. México- Tuxtla Gutiérrez-CD. México vía aérea		\$3 200 viaje redondo.	
Alojamiento			
Categorías	Hotel	Costo	
3 ☆	Chah-Kah	\$468 noche \$1404 estancia 3 días	
4 ☆	Maya Tulipanes	\$695 noche \$2085 estancia 3 días	
5 ☆	Misión Palenque	\$1365 noche \$4095 estancia 3 días	
Actividades			
# Días	Nombre del Atractivo	Descripción	Costos
1 Día	Zona Arqueológica de Palenque	Visita a los vestigios arqueológicos, al museo de sitio y observación de paisajes.	\$38

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 28. PAQUETE TURISMO NACIONAL (continuación)

2 Día	Zona Arqueológica de Bonampak	Visita a los vestigios arqueológicos, senderismo, observación de flora y fauna. Además de recorrer parte del río Usumacinta durante el trayecto a Bonampak	\$33
	Zona Arqueológica de Yaxchilán	Visita a los vestigios arqueológicos, senderismo y observación de flora y fauna.	\$33
3 Día	Cascada Misol-Ha	Natación, observación de paisaje y campismo	\$25
	Cascadas de Agua Clara	Kayak, observación de flora y fauna.	\$25
	Cascadas de Agua Azul	Natación, observación de flora y fauna, observación de paisaje y campismo.	\$25
Propuesta			
Esta propuesta se escoge a partir de lo observado y las conclusiones a las que se llegaron durante la práctica de campo son las siguientes: se observó que el turismo nacional muestra interés por conocer los paisajes naturales del país, así como las diversas zonas arqueológicas, sin embargo no se toma el tiempo, ya sea por falta del mismo o por falta recursos monetarios, para poder explorar a fondo las riquezas tanto naturales como culturales con las que cuenta Chiapas. Por ello, el paquete destinado para el turismo nacional es un tanto superficial y económico.			
Precio Total \$ \$1508			
Observaciones			
El costo del hospedaje incluye desayuno americano, los costos de las actividades solo incluyen la entrada. No se incluyen guías, gastos personales, comida ni cena, así como traslado entre una actividad y otra. El costo total del paquete contempla hospedaje en hotel 3 estrellas en habitación doble.			

Fuente: Elaboración propia.

Este cluster queda plasmado en mapa de la siguiente forma:

Figura 58. CLUSTER EN EL ESTADO DE CHIAPAS REGIÓN VI PARA EL TURISTA NACIONAL



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 29. PAQUETE TURISMO INTERNACIONAL

Paquete Turismo Internacional		
Atractivo		Descripción
Centro eco turístico Las Guacamayas		En él se lleva a cabo la investigación, conservación y reproducción de la guacamaya roja, una de las especies en peligro de extinción.
Nueva Palestina		Exuberante vegetación, el canto de las aves y el rugido de los monos.
Zona Arqueológica de Palenque		La evolución arquitectónica de Palenque, la vasta red comercial que la vinculaba con el área maya y con otras distantes regiones de Mesoamérica, hacen de este lugar uno de los más importantes del mundo maya.
Zona Arqueológica de Toniná		Ciudad prehispánica cuyo significado es "Casa Grande de Piedra"
Zona Arqueológica de Bonampak		Sitio prehispánico maya enclavado en el Corazón de la Selva Lacandona
Zona Arqueológica de Yaxchilán		Un espléndido escenario de selvas altas siempre verdes cobija a este magnífico sitio arqueológico, famoso por su arte escultórico patente en estelas y dinteles.
Cascada Misol-Ha		La precipitación del río Tzaconejá por un cantil de rocas calcáreas crea una de las cascadas más bellas de Chiapas.
Cascadas de Agua Azul		Cascadas de belleza majestuosa, consideradas uno de los paisajes más impresionantes del mundo.
Cascadas de Agua Clara		Agua Clara se encuentra en Agua Azul y Palenque, es un centro eco turístico en donde se pueden apreciar hermosas aguas color turquesa del río Shumulja en donde se puede navegar en kayak además de observar grandes árboles de selva tropical y escuchar murmullos de animales presentes en esta jungla.
Campamento Lacan-ha Chansayab		Situado en Lacan-ha Chansayab, la convivencia con nativos lacandones sumerge al turista en sus costumbres y tradiciones.
Transporte		
Vía de Transporte		Costo
CD. México- Palenque-CD. México vía autobús.		\$1 600 viaje redondo.
CD. México- Tuxtla Gutiérrez-CD. México vía aérea.		\$3 200 viaje redondo.
Alojamiento		
Categoría	Hotel	Costo
☆ 4	Maya Tulipanes	\$695 noche \$3475 estancia 5 días
☆ 5	Misión Palenque	\$1365 noche \$ 6825 estancia 5 días

Cuadro 29. PAQUETE TURISMO INTERNACIONAL (Continuación)

Actividades			
# Días	Nombre del Atractivo	Descripción	Costos
1 Día	Zona Arqueológica de Palenque	Visita a los vestigios arqueológicos, al museo de sitio y observación de paisajes.	\$38
2 Día	Zona Arqueológica de Toniná	Visita a los vestigios arqueológicos y observación de paisajes. Podrá combinar el interés arqueológico con actividades ecoturísticas y fotográficas, dentro de un espléndido escenario natural	\$33
3 Día	Nueva Palestina	Descenso en la cascada Yochib-Já, espeleismo en la cueva del Murciélago, kayaks inflables en la poza Pop Chan	
4 Día	Cascada Misol-Ha	Natación, observación de paisaje y campismo	\$25
	Cascadas de Agua Azul	Natación, observación de flora y fauna, observación de paisaje y campismo.	\$25
	Cascadas de Agua Clara	Kayak, observación de flora y fauna.	\$25
5 Día	Zona Arqueológica de Bonampak	Visita a los vestigios arqueológicos, senderismo, observación de flora y fauna. Además de recorrer parte del río Usumacinta durante el trayecto a Bonampak	\$33
	Zona Arqueológica de Yaxchilán	Visita a los vestigios arqueológicos, senderismo y observación de flora y fauna.	\$33
6-7 Día	Campamento Lacan-ha Chansayab	Tiro con arco, sedentarismo, plataforma de observación y bici de montaña, natación así como la oportunidad de adentrarse en la selva lacandona.	\$250
8-9 Día	Centro ecoturístico Las Guacamayas	El principal atractivo del Centro Ecoturístico lo constituyen: el área de conservación selvática, donde se realiza un recorrido por un sendero de tres kilómetros, el recorrido en lancha por el río Lacantun a la Reserva Integral de la Biosfera de Montes Azules y la vista al área de anidación de la guacamaya, visita al venadero y al mono saraguato y al orquideario. Algunas de estas visitas se pueden realizar a caballo y en conjunto forman un centro de contacto con la naturaleza.	\$600
10 Día	Regreso a Palenque	Regreso a Palenque al medio día para después tener la oportunidad de comprar algún recuerdo antes de partir a la Cd. De México.	

Cuadro 29. PAQUETE TURISMO INTERNACIONAL (Continuación)

Propuesta
Este paquete se forma con la finalidad de que el turista extranjero cuente con la oportunidad de conocer a fondo las riquezas naturales y culturales presentes en Chiapas, la existencia de campamentos dentro de este paquete así como la extensión del mismo se debe a la disponibilidad por parte del turista de conocer a fondo la cultura y a su gente, sus costumbres y tradiciones, de ahí que el costo de este paquete sea mas elevado.
Precio Total \$ 6170
Observaciones
El costo del hospedaje incluye desayuno americano, los costos de las actividades sólo incluyen la entrada. No se incluyen guías, gastos personales, comida ni cena, así como traslado entre una actividad y otra. En el costo total del paquete se toma en cuenta hospedaje en hotel 4 estrellas en habitación doble y en los campamentos el costo es por persona. Del mismo modo, no se toma en cuenta el costo del transporte de su país de origen a México ni de México a su país de origen.

Fuente: Elaboración propia.

Este cluster lo podemos visualizar en mapa:

Figura 59. CLUSTER EN EL ESTADO DE CHIAPAS REGIÓN VI PARA EL TURISTA EXTRANJERO



Fuente: Elaboración propia.

Las bases sobre las cuales tendrá que operar el cluster serán los siguientes aspectos:

- Impulso y Visión del Cluster Turístico.
- Liderando el Desempeño.
- Trabajar con Otros.
- Decisión sobre el Cluster.
- Empuje, Compromiso y Desarrollo Personal

- Enfoque al Turista.

Estos puntos quedan especificados en el Cuadro 30.

CUADRO 30. BASES DE OPERACIÓN DEL CLUSTER

Cluster	Definición	Competencia	Definición
Impulso y Visión del Cluster Turístico	Crea una visión para los negocios, que asegura el futuro crecimiento y sostenimiento. Diseña estrategias alineadas con estrategia del Cluster Turístico y dirige cambios para diferenciar al Cluster de los competidores.	Pensamiento visionario.	Expresa una visión coherente del futuro del Cluster dentro de conjunto de servicios turísticos.
		Diferenciación del Cluster Turístico.	Posiciona y diferencia al Cluster Turístico sus productos y servicios.
		Pensamiento estratégico.	Diseña estrategias alineadas con la estrategia del Cluster Turístico.
		Promoción del cambio e innovación.	Es innovador y estimula a la innovación, lo que resulta en un rendimiento comercial más elevado.
Liderando el Desempeño	Guía, inspira y desarrolla a los demás para cumplir con el desempeño laboral. Infunde confianza en cada una de las empresas.	Inspira confianza.	Demuestra altos niveles de integridad e inspira confianza.
		Dirige la ejecución y el desempeño.	Alcanza los objetivos de negocio, asegurando planeación, administración del desempeño y uso de recursos.
		Inspira y desarrolla a los demás.	Inspira y desarrolla a los demás para alcanzar metas individuales y de conjunto.
Trabajar con Otros	Trabaja en colaboración y se comunica contantemente, resaltando el trabajo en equipo, la diversidad y el compartir conocimiento en el ámbito del Cluster Turístico.	Establecer relaciones y escuchar a los demás.	Establece y mantiene relaciones positivas de trabajo internas del Cluster Turístico.
		Valor de la diversidad.	Apoya, valora e impulsa la diversidad.
		Influencia sobre los demás.	Proyecta una imagen de credibilidad. Propone ideas de forma clara, racional y convincente. Enfrenta los retos y cuestionamientos de manera positiva.
		Administración colectiva.	Fomenta la colaboración y el trabajo en equipo en su negocio local y toma decisiones colectivas.
		Compartiendo conocimiento y promoviendo comunicación abierta.	Creación de una cultura de intercambio de conocimiento y provee a tiempo, acceso a la información.
Decisión sobre el Cluster	Comprende e interpreta datos complejos y toma de decisiones de alta calidad en los momentos más oportunos, dentro de un contexto comercial local. Aplica el pensamiento empresarial y comercial para obtener incrementos en los ingresos, control de gastos y gestión de riesgos.	Pensamiento empresarial y de negocio.	Analiza y usa información financiera para tomar decisiones de negocio, rentabilidad, costo y riesgo.
		Juicio y toma de decisiones.	Toma decisiones de alta calidad alineadas al negocio local y en tiempos oportunos, haciendo un análisis detallado apropiado.

CUADRO 30. BASES DE OPERACIÓN DEL CLUSTER (Continuación)

Cluster	Definición	Competencia	Definición
Empuje, Compromiso y Desarrollo Personal	Demuestra un alto grado de compromiso con el Cluster Turístico y se estimula a sí mismo para alcanzar sus metas individuales y de conjunto, superando los obstáculos que se presenten.	Aprendizaje continuo.	Adquiere responsabilidad sobre su propio desarrollo.
		Empuje para establecer las metas colectivas.	Se conduce a sí mismo para alcanzar metas personales y de conjunto. Está comprometido con el Cluster Turístico.
		Adaptabilidad	Es flexible y adaptable cuando se trata de situaciones ambigüedad y presión.

Cluster	Definición	Competencia	Definición
Enfoque al Turista	Encabeza un grupo que ofrece servicio sobresaliente a los turistas. Genera relaciones nuevas y duraderas con los ellos.	Dirige una organización enfocada al cliente	Construye una organización y cultura comprometida a ofrecer notables servicios a los turistas para fomentar su lealtad y satisfacción.
		Adquisición de nuevos clientes	Trabaja en colaboración con sus colegas para ganar nuevos turistas y preservar a los existentes.

Fuente: Elaboración propia con información

Conclusiones

El esfuerzo realizado para llegar a esta conclusión vale la pena al llegar a la afirmación de que la implementación de un cluster turístico en el Estado de Chiapas en la Región VI Selva es viable.

En esta región se descubrió una vocación meramente cultural y ecológica a diferencia de muchos centros turísticos exitosos que se encuentran en diferentes puntos del territorio mexicano.

Una vocación cultural porque, específicamente la Región VI, se encuentran grandes legados de la cultura maya como son Palenque, Yaxchilán y Toniná, por citar sólo algunas zonas arqueológicas. En medio de la selva, en medio de las montañas los mayas dejan testimonio de una arquitectura, escultura y cerámica monumental que asombra. No menos importante están sus diversas lenguas, innumerables ferias y fiestas que se celebran en el transcurso de todo el año, sus danzas y muchos rituales prehispánicos que aun asocian a las tareas agrícolas.

La elaboración de sus artesanías (arte manal), no sólo destaca e identifica a la comunidad, sino también responde a sus costumbres, su ubicación geográfica y su contexto económico.

La comida también posee rasgos que la distinguen de otras comidas regionales. El pozol, consumo que fue considerado como bebida ritual, es ejemplo de la distinción de su gama gastronómica que imprime a la gente identidad propia.

La Región VI muestra también su vocación ecológica al mostrarnos hermosos paisajes formados por la mano de la naturaleza, cascadas que poseen un intenso azul turquesa que pareciera que sólo existen para el deleite del turista y de las comunidades ubicadas a sus alrededores; enormes ríos como el Grijalva, el Usumacinta y el Lacanjá.

La exposición de una exuberante vegetación que nace de entre la selva y de los manglares, deja a la vista árboles de tamaño sumamente impresionante, así como una vegetación sin igual, que muchas de estas conformaciones fueran declaradas como reservas ecológicas.

La vegetación va de la mano de la fauna predominante de la Región VI, que es otro elemento característico conformado por grandes felinos, reptiles e innumerables especies de insectos y arácnidos, así como diversas aves que plasman un cuadro espectacular junto con la flora.

El turista no puede menos que quedar maravillado y atraído por la sorprendente gama de climas y hábitats. Hay que mencionar que el turista que visita la región va al encuentro de la naturaleza y la cultura y no de la diversión que proporciona una playa o de un centro nocturno. Mas no quiere decir que no existan actividades para el entretenimiento, muy por el contrario, existen actividades que invitan al turista a la aventura y dejarlo vivir una experiencia placentera.

La conformación del cluster turístico resulta un éxito no sólo por las condiciones antes descritas, existe el conocimiento por parte de los lugareños (dueños de restaurantes, hoteles) que la actividad representa una oportunidad para expandir sus empresas y por ello toman decisiones que los lleve al crecimiento de su negocio, como es el formar parte de un cluster. La visión que tienen al respecto garantiza su participación.

Se tiene la plena convicción que la implementación de un cluster turístico en el Estado de Chiapas en la Región VI Selva será exitoso, ya que existen los elementos fundamentales para su puesta en marcha.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES

México ha dependido por muchos años de la industria de la transformación la cual sufre de diversos estragos causados por el ritmo que marcan las grandes empresas multinacionales que trabajan con tecnología de punta, organización laboral, grandes estándares de calidad en sus productos, lo que conlleva al reconocimiento de su marca. Sin embargo, el problema de fondo se encuentra en la carencia que tienen las empresas nacionales para obtener créditos, sufren de una escasa cultura tecnológica, tienen limitantes a la exportación, entre muchos otros obstáculos.

Una alternativa para el crecimiento y desarrollo del país se presenta en la actividad turística; a lo largo del territorio mexicano se puede encontrar atractivos de playa, ciudades coloniales, centros arqueológicos, folklore, reservas naturales, etc. Las grandes expectativas que se pueden tener del turismo son muchas, es por ello que se pensó en crear un cluster turístico tomando como base el cluster diseñado para la industria de la transformación.

Al seleccionar al Estado de Chiapas para el desarrollo de este proyecto se sabía de antemano el gran reto que significaría tanto por su extensión como por su basta riqueza. Simplemente dentro del estudio general del Estado se puede detectar los muchos y variados recursos de los que se puede echar mano. Por lo que es evidente que Chiapas es una potencia turística no sólo de interés nacional sino también mundial que tiene a desarrollar grandes posibilidades.

La selección de la Región VI Selva es la diferencia de los atractivos a los que un turista puede estar acostumbrado, como son las playas o centros nocturnos, a cambio del encuentro con la cultura y la naturaleza. La belleza natural con la cuenta representa un atractivo que se encuentra firmemente relacionado con su gente y que significa una plataforma muy importante para el desarrollo de su economía, pues se ha adoptado al ecoturismo de bajo impacto como una alternativa sustentable para impulsar no sólo programas de conservación de flora y fauna silvestre tropical sino también el crecimiento y desarrollo económico del Estado en un principio y del país como consecuencia.

Un significativo número de turistas reconocen estar interesados por el patrimonio cultural del Estado, aunque su viaje no haya sido por motivos culturales. La satisfacción que deja al turista la experiencia del recorrido es muy importante para el mantenimiento del cluster.

El cluster en la Región VI Selva, tiene la intención de dinamizar el turismo, generando reconocimiento y sentimiento de orgullo comunitario, además de servir de divulgador del patrimonio. Genera recursos para la conservación y beneficia a las comunidades participantes, las motiva en la gestión de su patrimonio y transmite una conciencia de valor hacia los patrimonios entre los turistas. Así también, el cluster fomenta el mercado laboral en lo referente a los servicios turísticos.

Una cuestión que es muy importante para el proyecto es reconocer que el cluster responde a las tendencias, a las corrientes y a las necesidades de las condiciones actuales. Esta propuesta es coherente y cubre una necesidad del país de encontrar una actividad que promueva el desarrollo sustentable.

Por lo tanto, la hipótesis planteada en un principio en donde se observa que la implementación de clusters ha estado enfocada en la industria de la transformación provocando beneficios en producción, competitividad, mayores ingresos, etc., y trasladar la idea sector servicio para generar mayores ingresos, competitividad, mayor oferta de empleo y un mejor desempeño para mantener y mejorar la actividad económica del sector resulta viable.

La implementación de un cluster turístico en el Estado de Chiapas en la Región VI, es una herramienta que clarifica el rumbo, marca organización, colaboración y da seguridad en materia turística.

Hay que reconocer que los elementos existentes del cluster se deben fortalecer a partir de las siguientes recomendaciones:

Recomendaciones

- El gobierno debe impulsar acciones de restauración y mejoramiento de las ciudades y de los poblados tradicionales para favorecer al cluster turístico.
- El gobierno debe destinar mayores recursos para financiar programas que renueven e impulsen el turismo ya establecido en la región.
- El Instituto Nacional de la Antropología e Historia (INAH) realmente debe de garantizar la conservación y protección del patrimonio arqueológico y antropológico de la región.
- Es importante que se de un aprovechamiento de la ubicación geográfica y de las características de la región para lograr una mejora en la inclusión de la región dentro de las grandes rutas turísticas.
- Aumentar la cobertura, así como el mantenimiento de la infraestructura carretera y aeroportuaria, servicios de auxilio, información y seguridad para los turistas. En este punto es importante recalcar que dentro de la región existe un aeropuerto sin funcionamiento, en Palenque específicamente, que de ser rehabilitado incrementaría aun mas el turismo en el Estado.
- Implementar acciones para la promoción y comercialización de los atractivos turísticos.

- Plantear de manera estratégica un programa de promoción que incremente la visita de los turistas nacionales y extranjeros.
- Crear una cultura de excelencia en el servicio para los que se encuentran al frente de las empresas que participan en la actividad turística, implementando más y mejores cursos de capacitación a micro, pequeñas y medianas empresas involucradas en el sector.
- Fomentar una cultura ecológica para reconocer la importancia que tiene la naturaleza y así respetarla, protegerla y mantenerla.
- Crear estrategias que aumenten la oferta turística a través de nuevos productos, y mejores servicios. Y finalmente:
- Detectar las zonas de los sitios de menor explotación y con potencial turístico con el fin de mejorar y desarrollar nuevos atractivos turísticos que puedan incorporarse a las rutas que se ofrecen a los turistas, para de tal modo lograr mayor diversidad.

ANEXO

EXPORTACIONES TOTALES POR ORIGEN DE LOS BIENES PETROLERAS Y NO PETROLERAS, VALORES ABSOLUTOS EN MILLONES DE DOLARES 1980							
Periodo	Total Petroleras	Total No Petroleras	Agropecuarias	Extractivas	Total Manufactureras	Maquiladoras	Resto
1980/01	616.32	446.30	189.30	31.70	225.30	38.30	31.54
1980/02	592.29	428.90	180.20	37.30	211.40	35.94	29.60
1980/03	693.38	502.10	227.20	44.50	230.40	39.17	32.26
1980/04	663.13	480.20	183.80	36.20	260.20	44.23	36.43
1980/05	529.32	383.30	136.80	65.30	181.20	30.80	25.37
1980/06	483.06	349.80	79.50	38.90	231.40	39.34	32.40
1980/07	527.66	382.10	62.50	25.10	294.50	50.07	41.23
1980/08	590.08	427.30	76.60	32.00	318.70	54.18	44.62
1980/09	484.58	350.90	71.10	48.30	231.50	39.36	32.41
1980/10	596.99	432.30	86.00	59.00	287.30	48.84	40.22
1980/11	581.38	421.00	111.90	36.90	272.20	46.27	38.11
1980/12	644.49	466.70	122.90	57.40	286.40	48.69	40.10
TOTAL	583.56	422.58	127.32	42.72	252.54	42.93	35.36
%	58	42	8	3	31	17	14

Fuente: INEGI Indicadores Económicos de Coyuntura, Balanza Comercial, Exportaciones Totales por Origen de los Bienes

EXPORTACIONES TOTALES POR ORIGEN DE LOS BIENES PETROLERAS Y NO PETROLERAS, VALORES ABSOLUTOS EN MILLONES DE DOLARES 1980								
Periodo	Total	Total Petroleras	Total No Petroleras	Agropecuarias	Extractivas	Total Manufactureras	Maquiladoras	Resto
1998/01	8547.7	598.3	7744.1	501.4	31.0	7211.8	3452.8	3759.0
1998/02	8909.0	623.6	8340.3	478.1	26.6	7835.6	3984.9	3850.7
1998/03	10649.5	745.5	10023.0	541.5	43.2	9438.2	4682.6	4755.6
1998/04	9792.8	685.5	9142.8	482.8	38.7	8621.3	4054.4	4566.9
1998/05	9772.4	684.1	9097.7	388.4	36.9	8672.5	4278.0	4394.5
1998/06	10306.3	721.4	9713.8	350.3	36.3	9327.1	4652.3	4674.8
1998/07	9126.2	638.8	8549.1	231.3	53.8	8264.0	4051.1	4212.9
1998/08	9236.8	646.6	8682.2	198.7	24.5	8458.9	4380.3	4078.7
1998/09	10223.6	715.7	9614.5	183.5	43.8	9387.2	4906.7	4480.5
1998/10	10338.7	723.7	9755.0	254.2	48.4	9452.4	4768.5	4683.9
1998/11	10266.3	718.6	9695.9	345.2	37.2	9313.5	5034.6	4279.0
1998/12	10370.0	725.9	9874.0	380.1	27.2	9466.7	4836.9	4629.8
1999/01	8663.4	606.4	8158.4	448.5	26.0	7684.0	3956.0	3727.9
1999/02	9613.2	672.9	9157.4	504.8	30.9	8621.7	4298.7	4322.9
1999/03	11663.7	816.5	11039.0	528.0	32.9	10478.1	5354.0	5124.1
1999/04	10533.4	737.3	9845.1	409.1	32.9	9403.1	4817.8	4585.3
1999/05	11069.0	774.8	10337.1	401.8	31.3	9904.0	5159.2	4744.8
1999/06	12038.7	842.7	11305.0	358.8	38.4	10907.8	5712.8	5195.0
1999/07	11050.3	773.5	10175.3	237.3	37.4	9900.7	5071.3	4829.4
1999/08	12285.0	860.0	11294.4	212.5	41.4	11040.4	6053.9	4986.5
1999/09	11957.7	837.0	10906.2	228.5	33.9	10643.8	5511.8	5132.0
1999/10	12329.2	863.0	11280.1	293.1	46.3	10940.7	5727.1	5213.6
1999/11	12994.3	909.6	11904.8	418.4	30.7	11455.7	6538.9	4916.8
1999/12	12163.9	851.5	10988.9	415.2	39.1	10534.6	5651.9	4882.7
TOTAL	10579.2	740.5	9859.3	366.3	36.2	9456.8	4872.4	4584.5
%	100	7	93	3	0		46	43

Fuente: INEGI Indicadores Económicos de Coyuntura, Balanza Comercial, Exportaciones Totales por Origen de los Bienes

PRODUCTO INTERNO BRUTO Y TURÍSTICO A PRECIOS CORRIENTES (1993-2004) Millones de Pesos												
CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
P.I.B. Total (precios corrientes)	1,155,132.19	1,306,301.57	1,678,834.83	2,296,674.53	2,873,272.99	3,517,781.86	4,206,742.89	4,983,517.68	5,269,653.64	5,734,645.82	6,244,985.44	6,921,157.14
P.I.B. Turístico (precios corrientes)	93,318.25	106,995.54	141,015.01	188,603.72	236,608.41	291,594.16	355,143.85	419,206.95	444,902.66	461,152.65	493,722.15	532,929.10
Participación Del PIB Turístico En El PIB Total (%)	8.1	8.2	8.4	8.2	8.2	8.3	8.4	8.4	8.4	8	7.9	7.7

Fuente: INEGI

ESTADÍSTICAS DE CONTABILIDAD NACIONAL CUENTAS SATÉLITE DE TURISMO VALORES RELATIVOS COMPOSICIÓN DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS SERVICIOS %								
Periodo	Total Servicios a/	Alojamiento	Transporte	Restaurantes y bares	Otros servicios	Otros bienes y servicios N.C.O.P.	Total Bienes	Artesanías
1996	82.9	12.0	29.9	23.3	17.7	3.9	13.1	11.6
1997	85.3	12.7	32.4	23.7	16.5	2.6	12.2	10.8
1998	86.0	13.2	33.2	23.8	15.9	2.2	11.8	10.4
1999	88.0	14.1	35.5	22.9	15.4	1.1	10.9	9.5
2000	89.2	14.7	34.7	23.2	16.5	0.6	10.2	8.9
2001	89.5	14.9	34.3	23.8	16.5	0.6	9.9	8.7
2002	89.2	14.9	33.4	24.0	16.8	0.9	9.9	8.8
2003	88.7	14.8	33.1	23.6	17.3	1.3	10.0	8.9
2004	88.8	14.9	33.3	23.3	17.2	1.5	9.7	8.6

Fuente: INEGI, Cuenta Satélite de Turismo de México

CONSUMO TURÍSTICO POR FORMAS Y MOTIVOS DEL VIAJE (Miles de pesos corrientes, precios comprador)									
Concepto	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Consumo turístico	304,194,527	375,586,491	462,498,809	560,338,951	660,032,237	697,850,678	726,552,748	779,160,709	856,190,847
Doméstico	237,286,360	298,358,250	371,243,626	462,082,009	549,884,549	586,904,160	608,962,416	643,053,537	697,009,548
Negocios	36,885,131	46,964,322	58,756,486	74,018,270	88,438,561	94,394,261	97,985,659	103,999,610	113,242,953
Vacaciones	104,138,719	131,292,763	163,604,681	204,602,501	245,037,470	262,426,726	272,708,474	287,328,534	311,223,161
Otros	77,168,583	95,916,974	118,570,755	145,005,056	171,218,421	182,038,093	188,916,027	200,304,500	217,105,286
Excursionistas	19,093,927	24,184,191	30,311,704	38,456,182	45,190,097	48,045,080	49,352,256	51,420,893	55,438,148
Receptivo	57,282,684	64,856,464	75,656,451	77,890,149	86,372,416	85,935,443	92,064,569	108,557,043	130,382,177
Negocios	4,744,569	4,444,898	3,226,889	3,174,921	3,895,368	4,475,326	4,889,832	4,810,346	5,994,787
Vacaciones	31,555,863	34,625,809	44,673,835	46,586,468	49,909,140	45,501,381	45,906,376	56,400,552	70,564,554
Otros	8,459,657	11,179,457	10,765,003	11,713,264	14,999,512	18,556,811	20,642,638	24,551,035	27,076,737
Excursionistas	12,522,595	14,606,300	16,990,724	16,415,496	17,568,396	17,401,925	20,625,723	22,795,110	26,746,099
Egresivo	9,625,483	12,371,777	15,598,732	20,366,793	23,775,272	25,011,075	25,525,763	27,550,129	28,799,122

FUENTE: Banco de México

PRINCIPALES INDICADORES DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO DE 1980 A 2005

Concepto	Total	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Balanza Turística (Millones de dólares)	43,284.03	138.7	-723.49	435.18	1,168.56	1,151.17	690.33	848.53	1,180.18	847.32
Número (miles de personas)										
Visitantes Internacionales a México	2,158,265.90	65,531.25	67,834.43	65,705.60	66,326.14	70,094.12	65,156.39	67,490.96	68,320.24	71,630.12
Turistas Internacionales	438,349.19	12,965.25	13,189.43	12,633.60	13,552.14	12,646.12	12,850.39	12,257.96	14,361.24	14,140.12
Turistas Receptivos	191,998.77	4,144.25	4,031.43	3,767.60	4,749.14	4,654.12	4,207.39	4,624.96	5,407.24	5,692.12
Receptivos Vía Aérea	143,497.31	2,470.25	2,334.59	2,172.34	2,991.36	3,002.22	2,694.19	2,950.37	3,635.06	3,667.12
Receptivos Vía Terrestre	58,854.66	1,674.00	1,696.84	1,595.26	1,757.79	1,651.90	1,513.20	1,674.59	1,772.18	2,025.00
Turistas Fronterizos	246,350.23	8,821.00	9,158.00	8,866.00	8,803.00	7,992.00	8,643.00	7,633.00	8,954.00	8,448.00
Turistas Fronterizos Peatones	17,990.20	ND								
Turistas Fronterizos Automovilistas	142,264.03	ND								
Excursionistas Internacionales	1,719,914.74	52,566.00	54,645.00	53,072.00	52,774.00	57,448.00	52,306.00	55,233.00	53,959.00	57,490.00
Excursionistas Fronterizos	1,666,857.12	52,423.00	54,428.00	52,691.00	52,321.00	56,809.00	51,533.00	54,520.00	53,230.00	56,674.00
Excursionistas Fronterizos Peatones	212,724.82	ND								
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	911,383.30	ND								
Pasajeros en Crucero	53,057.62	143	217	381	453	639	773	713	729	816
Gasto (millones de dólares)										
Visitantes Internacionales a México	156,239.38	3,201.25	3,332.64	2,642.87	2,761.47	3,319.73	2,948.66	3,025.73	3,545.40	4,048.07
Turistas Internacionales	116,359.16	2,065.25	2,163.64	1,726.87	1,921.47	2,311.73	2,019.66	2,116.73	2,593.40	2,902.17
Turistas Receptivos	103,687.12	1,671.25	1,759.64	1,405.87	1,635.47	1,952.73	1,719.66	1,791.73	2,274.40	2,544.27
Receptivos Vía Aérea	95,245.15	1,320.04	1,369.79	1,122.27	1,404.93	1,632.52	1,435.31	1,479.27	1,886.30	2,037.63
Receptivos Vía Terrestre	15,515.66	351.21	389.85	283.6	230.53	320.22	284.35	312.46	388.09	506.64
Turistas Fronterizos	12,672.13	394	404	321	286	359	300	325	319	357.9
Turistas Fronterizos Peatones	899.01	ND								
Turistas Fronterizos Automovilistas	8,277.87	ND								
Excursionistas Internacionales	39,880.18	1,136.00	1,169.00	916	840	1,008.00	929	909	952	1,145.90
Excursionistas Fronterizos	36,747.89	1,126.00	1,155.00	899	818	967	881	871	912	1,098.00
Excursionistas Fronterizos Peatones	5,304.65	ND								
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	21,337.69	ND								
Pasajeros en Crucero	3,132.22	10	14	17	22	41	48	38	40	47.9
Gasto Medio (dólares)										
Visitantes Internacionales a México	72.39	48.85	49.13	40.22	41.63	47.36	45.26	44.83	51.89	56.51
Turistas Internacionales	265.45	159.29	164.04	136.69	141.78	182.8	157.17	172.68	180.58	205.24
Turistas Receptivos	540.04	403.27	436.48	373.15	344.37	419.57	408.72	387.4	420.62	446.98
Receptivos Vía Aérea	663.74	534.38	586.74	516.62	469.66	543.77	532.74	501.38	518.92	555.65
Receptivos Vía Terrestre	263.63	209.8	229.75	177.78	131.15	193.85	187.92	186.59	218.99	250.19

Turistas Fronterizos	51.44	44.67	44.11	36.21	32.49	44.92	34.71	42.58	35.63	42.37
Turistas Fronterizos Peatones	49.97	ND								
Turistas Fronterizos Automovilistas	58.19	ND								
Excursionistas Internacionales	23.19	21.61	21.39	17.26	15.92	17.55	17.76	16.46	17.64	19.93
Excursionistas Fronterizos	22.05	21.48	21.22	17.06	15.63	17.02	17.1	15.98	17.13	19.37
Excursionistas Fronterizos Peatones	24.94	ND								
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	23.41	ND								
Pasajeros en Crucero	59.03	69.93	64.52	44.62	48.57	64.16	62.1	53.3	54.87	58.7

PRINCIPALES INDICADORES DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO DE 1980 A 2005

Concepto	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Número (miles de personas)										
Visitantes Internacionales a México	74,001.09	82,099.65	80,138.74	84,060.32	83,016.03	82,944.00	85,446.00	90,393.67	92,915.03	95,214.13
Turistas Internacionales	14,964.09	17,171.65	16,066.74	17,146.32	16,440.03	17,182.00	20,241.00	21,394.67	19,351.03	19,392.01
Turistas Receptivos	6,186.09	6,392.65	6,371.74	6,352.32	6,625.03	7,134.97	7,784.00	8,981.67	9,794.03	9,774.78
Receptivos Vía Aérea	3,843.89	4,312.68	4,501.28	4,683.01	4,709.20	5,011.43	5,626.37	6,316.65	6,977.76	7,085.63
Receptivos Vía Terrestre	2,342.20	2,079.97	1,870.46	1,669.31	1,915.83	2,123.58	2,157.51	2,664.87	2,816.27	2,689.15
Turistas Fronterizos	8,778.00	10,779.00	9,695.00	10,794.00	9,815.00	10,047.00	12,457.00	12,413.00	9,557.00	9,617.23
Turistas Fronterizos Peatones	ND	1,115.00	1,291.00	1,328.00	1,362.00	1,210.00	1,057.00	1,094.00	1,060.00	1,097.20
Turistas Fronterizos Automovilistas	ND	9,664.00	8,404.00	9,466.00	8,453.00	8,837.00	11,400.00	11,319.00	8,497.00	8,520.03
Excursionistas Internacionales	59,037.00	64,928.00	64,072.00	66,914.00	66,576.00	65,762.00	65,205.00	68,999.00	73,564.00	75,822.12
Excursionistas Fronterizos	58,120.00	64,038.00	62,878.00	65,511.00	65,089.00	64,192.00	63,508.00	66,857.00	71,311.00	73,576.12
Excursionistas Fronterizos Peatones	ND	12,701.00	12,707.00	13,228.00	12,034.00	11,294.00	10,652.00	11,893.00	12,478.00	12,763.82
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	ND	51,337.00	50,171.00	52,283.00	53,055.00	52,898.00	52,856.00	54,964.00	58,833.00	60,812.30
Pasajeros en Crucero	917	890	1,194.00	1,403.00	1,487.00	1,570.00	1,697.00	2,142.00	2,253.00	2,246.00
Gasto (millones de dólares)										
Visitantes Internacionales a México	4,821.80	5,526.38	5,959.01	6,084.79	6,167.01	6,363.00	6,179.50	6,756.17	7,376.19	7,493.13
Turistas Internacionales	3,387.50	3,933.78	4,339.28	4,471.09	4,564.10	4,854.00	4,689.48	5,110.17	5,530.97	5,633.34
Turistas Receptivos	2,954.00	3,400.88	3,783.66	3,867.79	4,019.26	4,254.00	4,052.91	4,470.00	5,086.00	5,134.50
Receptivos Vía Aérea	2,302.46	2,816.20	3,194.18	3,274.09	3,309.54	3,470.68	3,537.08	4,094.83	4,598.37	4,470.23
Receptivos Vía Terrestre	651.53	584.68	589.48	593.71	709.73	783.76	513.96	553.57	704.24	664.28
Turistas Fronterizos	433.5	532.9	555.62	603.3	544.83	600	636.57	640.17	444.97	498.84
Turistas Fronterizos Peatones	ND	51.26	78.19	78.19	68.5	58	43.53	39.4	43.88	54.3
Turistas Fronterizos Automovilistas	ND	481.62	477.43	529.5	476.1	542	593.04	600.76	401.09	444.54
Excursionistas Internacionales	1,434.30	1,592.60	1,619.73	1,613.70	1,602.91	1,509.00	1,490.02	1,646.00	1,845.22	1,859.79
Excursionistas Fronterizos	1,378.70	1,533.20	1,543.43	1,525.60	1,514.41	1,424.00	1,382.66	1,532.60	1,722.52	1,737.85
Excursionistas Fronterizos Peatones	ND	303.68	301.79	316.91	298.1	265	256.2	301.9	318.67	307.71
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	ND	1,229.50	1,241.65	1,208.73	1,216.40	1,159.00	1,126.46	1,230.70	1,403.85	1,430.13
Pasajeros en Crucero	55.6	59.4	76.3	88.1	88.5	85	107.36	113.4	122.7	121.94

Gasto Medio (dólares)										
Visitantes Internacionales a México	65.16	67.31	74.36	72.39	74.29	76.71	72.32	74.74	79.39	78.7
Turistas Internacionales	226.38	229.09	270.08	260.76	277.62	282.5	231.68	238.85	285.82	290.5
Turistas Receptivos	477.52	532	593.82	608.88	606.68	596.22	520.67	497.68	519.3	525.28
Receptivos Vía Aérea	598.99	653	709.62	699.14	702.78	692.55	628.66	648.26	659	630.89
Receptivos Vía Terrestre	278.17	281.1	315.15	355.66	370.45	369.07	238.22	207.73	250.06	247.02
Turistas Fronterizos	49.38	49.44	57.31	55.89	55.51	59.72	51.1	51.57	46.56	51.87
Turistas Fronterizos Peatones	ND	45.98	60.57	58.88	50.29	47.93	41.18	36.02	41.39	49.49
Turistas Fronterizos Automovilistas	ND	49.84	56.81	55.94	56.32	61.33	52.02	53.08	47.2	52.18
Excursionistas Internacionales	24.29	24.53	25.28	24.12	24.08	22.95	22.85	23.86	25.08	24.53
Excursionistas Fronterizos	23.72	23.94	24.55	23.29	23.27	22.18	21.77	22.92	24.16	23.62
Excursionistas Fronterizos Peatones	ND	23.91	23.75	23.96	24.77	23.46	24.05	25.38	25.54	24.11
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	ND	23.95	24.75	23.12	22.93	21.91	21.31	22.39	23.86	23.52
Pasajeros en Crucero	60.63	66.74	63.9	62.79	59.52	54.14	63.26	52.94	54.46	54.29

PRINCIPALES INDICADORES DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO DE 1980 A 2005

Concepto	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Número (miles de personas)							
Visitantes Internacionales a México	99,868.70	105,673.52	100,718.84	100,153.19	92,329.85	98,659.08	102,544.81
Turistas Internacionales	19,042.73	20,641.52	19,810.46	19,666.68	18,665.40	20,617.74	21,958.87
Turistas Receptivos	10,213.73	10,591.36	10,151.46	9,882.68	10,353.40	11,552.74	12,577.87
Receptivos Vía Aérea	7,300.88	7,972.69	7,662.39	7,333.82	7,696.20	8,869.63	9,980.10
Receptivos Vía Terrestre	2,912.85	2,618.69	2,489.07	2,548.86	2,657.18	2,683.11	2,597.80
Turistas Fronterizos	8,829.00	10,050.00	9,659.00	9,784.00	8,312.00	9,065.00	9,381.00
Turistas Fronterizos Peatones	936	878	980	1,085.00	949	1,236.00	1,312.00
Turistas Fronterizos Automovilistas	7,893.00	9,172.00	8,679.00	8,699.00	7,363.00	7,829.00	8,069.00
Excursionistas Internacionales	80,826.00	85,032.00	80,908.38	80,484.51	73,664.45	78,041.31	80,585.97
Excursionistas Fronterizos	77,778.00	81,565.00	77,103.00	75,349.00	68,690.00	72,139.00	74,524.00
Excursionistas Fronterizos Peatones	14,521.00	15,405.00	14,663.00	14,850.00	13,561.00	14,771.00	15,203.00
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	63,257.00	66,160.00	62,440.00	60,499.00	55,129.00	57,368.00	59,321.00
Pasajeros en Crucero	3,048.00	3,467.00	3,805.38	5,135.51	4,974.45	5,902.31	6,061.97
Gasto (millones de dólares)							
Visitantes Internacionales a México	7,222.90	8,295.03	8,400.60	8,857.99	9,361.73	10,753.19	11,795.14
Turistas Internacionales	5,505.70	6,435.83	6,538.37	6,724.66	7,251.73	8,382.23	9,186.01
Turistas Receptivos	5,061.75	5,816.53	5,941.38	6,083.74	6,680.12	7,783.47	8,542.11
Receptivos Vía Aérea	4,414.84	5,227.08	5,219.56	5,286.61	5,830.89	6,943.87	7,735.70
Receptivos Vía Terrestre	646.91	589.45	721.82	797.12	849.24	839.58	806.4
Turistas Fronterizos	444	619.3	596.99	640.92	571.58	598.79	643.95

Turistas Fronterizos Peatones	39.3	44.4	48.78	46.46	55.34	71.11	78.37
Turistas Fronterizos Automovilistas	404.7	574.9	548.21	594.46	516.26	527.69	565.57
Excursionistas Internacionales	1,717.20	1,859.20	1,862.23	2,133.33	2,110.03	2,370.95	2,609.07
Excursionistas Fronterizos	1,551.70	1,657.90	1,646.94	1,850.88	1,821.50	1,992.53	2,204.47
Excursionistas Fronterizos Peatones	303.2	335.2	341.38	386.56	381.81	429.17	457.37
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	1,248.50	1,322.70	1,305.56	1,464.32	1,439.71	1,563.35	1,747.13
Pasajeros en Crucero	165.4	201.3	215.29	282.45	288.52	378.44	404.62
Gasto Medio (dólares)							
Visitantes Internacionales a México	72.3	78.5	83.41	88.44	101.39	108.99	115.02
Turistas Internacionales	289.1	311.79	330.05	341.93	388.51	406.55	418.33
Turistas Receptivos	495.58	549.18	585.27	615.6	645.21	673.73	679.14
Receptivos Vía Aérea	604.7	655.62	681.19	720.85	757.63	782.88	775.1
Receptivos Vía Terrestre	222.09	225.09	289.9	312.74	319.6	312.91	310.4
Turistas Fronterizos	50.3	61.62	61.81	65.51	68.77	66.06	68.64
Turistas Fronterizos Peatones	41.98	50.57	49.78	42.82	58.32	57.53	59.73
Turistas Fronterizos Automovilistas	51.27	62.68	63.16	68.34	70.11	67.4	70.09
Excursionistas Internacionales	21.2	21.86	23.02	26.51	28.64	30.38	32.38
Excursionistas Fronterizos	20	20.33	21.36	24.56	26.52	27.62	29.58
Excursionistas Fronterizos Peatones	20.88	21.76	23.28	26.03	28.15	29.06	30.08
Excursionistas Fronterizos Automovilistas	19.74	19.99	20.91	24.2	26.12	27.25	29.45
Pasajeros en Crucero	54.3	58.06	56.58	55	58	64.12	66.75

FUENTE: Banco De México

México: Balanza de Pagos, 1980-2005 (Millones de Dolares)										
Concepto	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
Saldo de la Balanza Comercial	-3,058.3	-3,876.9	7,044.6	14,104.9	13,184.2	8,398.2	5,019.7	8,787.1	2,609.5	405.1
Balanza de la Industria Maquiladora	771.7	976.3	851.3	818.4	1,155.3	1,267.5	1,294.5	1,598.1	2,337.4	3,000.8
Exportación de mercancías*	18,031.0	23,307.3	24,055.2	25,953.1	29,100.4	26,757.3	21,803.6	27,599.5	30,691.5	35,171.0
Petroleras	10,441.3	14,573.1	16,477.2	16,017.2	16,601.3	14,766.7	6,307.2	8,629.8	6,711.2	7,876.0
Petróleo Crudo	9,448.8	13,305.2	15,622.7	14,793.1	14,967.5	13,308.8	5,580.2	7,877.0	5,883.5	7,291.8
Otros	992.5	1,268.0	854.5	1,224.0	1,633.8	1,457.9	727.0	752.8	827.7	584.2
No Petroleras	7,589.7	8,734.2	7,578.0	9,936.0	12,499.0	11,990.6	15,496.4	18,969.7	23,980.3	27,295.1
Agropecuarias	1,527.9	1,482.4	1,233.3	1,188.5	1,460.8	1,408.9	2,098.4	1,543.0	1,670.3	1,753.9
Extractivas	512.5	686.0	501.6	523.7	539.1	510.3	509.7	576.0	660.3	604.8
Manufacturas	5,549.3	6,565.8	5,843.1	8,223.8	10,499.1	10,071.5	12,888.3	16,850.7	21,649.7	24,936.4
Maquiladoras	2,519.2	3,205.3	2,825.5	3,641.1	4,904.3	5,093.5	5,645.9	7,105.0	10,145.7	12,328.9
Resto	3,030.1	3,360.5	3,017.6	4,582.7	5,594.8	4,978.0	7,242.4	9,745.7	11,504.0	12,607.5
Importación de mercancías*	21,089.4	27,184.2	17,010.6	11,848.3	15,916.2	18,359.1	16,783.9	18,812.4	28,082.0	34,766.0
Bienes de consume	2,448.5	2,808.4	1,516.8	613.8	848.1	1,081.7	846.4	767.6	1,921.6	3,498.6
Bienes intermedios	13,467.3	16,801.5	10,991.4	9,037.8	12,495.3	14,112.6	12,983.4	15,414.1	22,133.6	26,498.8

Maquiladoras	1,747.5	2,229.0	1,974.3	2,822.7	3,749.0	3,826.0	4,351.3	5,507.0	7,808.3	9,328.1
Resto	11,719.8	14,572.5	9,017.1	6,215.1	8,746.3	10,286.6	8,632.0	9,907.2	14,325.3	17,170.7
Bienes de capital	5,173.5	7,574.3	4,502.5	2,196.7	2,572.8	3,164.8	2,954.1	2,630.6	4,026.8	4,768.7
Saldo de la Balanza de Servicios	-8,209.0	-13,384.1	-13,977.4	-9,418.0	-10,362.1	-9,584.0	-7,968.5	-6,467.2	-7,241.8	-8,770.4
Balanza de servicios no Factoriales	-1,771.6	-3,269.3	-1,716.1	-294.7	-285.7	-587.4	-448.9	334.0	4.2	-468.2
Ingresos por servicios no factoriales	4,569.0	4,947.5	4,113.8	4,073.5	4,825.9	4,794.4	4,572.5	5,415.8	6,068.4	7,191.4
Transportes diversos	445.5	476.1	426.0	471.1	570.0	577.2	545.1	664.5	689.5	691.5
Turistas	2,065.3	2,163.6	1,726.6	1,910.6	2,312.2	2,019.4	2,116.7	2,593.1	2,902.2	3,387.5
Excursionistas	1,135.8	1,168.8	933.2	840.4	1,010.3	929.2	910.5	946.5	1,145.9	1,434.4
Fronterizos	1,126.2	1,154.6	916.4	818.2	969.5	880.9	873.0	906.4	1,098.0	1,378.7
De crucero	9.6	14.2	16.8	22.2	40.8	48.3	37.6	40.0	47.9	55.6
Otros servicios	922.4	1,138.9	1,028.0	851.3	933.4	1,268.6	1,000.2	1,211.8	1,330.8	1,678.1
Egresos por servicios no factoriales	6,340.6	8,216.8	5,829.9	4,368.1	5,111.6	5,381.9	5,021.4	5,081.8	6,064.2	7,659.6
Fletes y Seguros	950.3	1,118.5	619.7	454.9	533.9	550.3	485.8	537.9	821.9	1,158.6
Transportes diversos	981.9	1,265.1	1,108.9	823.0	854.2	842.4	811.6	800.0	743.7	915.0
Turistas	1,176.2	1,734.5	881.1	516.4	811.5	768.6	787.7	888.3	1,323.2	1,749.7
Excursionistas	1,885.9	2,329.1	1,327.2	1,066.7	1,357.1	1,490.2	1,390.5	1,477.4	1,878.3	2,497.5
Otros servicios	1,346.3	1,769.6	1,893.0	1,507.2	1,555.0	1,730.4	1,545.9	1,378.1	1,297.2	1,338.8
Concepto	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Saldo de la Balanza Comercial	-882.3	-7,279.0	-15,933.7	-13,480.6	-18,463.7	7,088.5	6,531.0	623.6	-7,833.8	-5,613.0
Balanza de la Industria Maquiladora	3,551.2	4,050.6	4,743.3	5,410.1	5,803.1	4,924.5	6,415.6	8,833.5	10,526.4	13,444.3
Exportación de mercancías*	40,710.9	42,687.5	46,195.6	51,886.0	60,882.2	79,541.6	95,999.7	110,431.4	117,539.3	136,361.8
Petroleras	10,103.7	8,166.4	8,306.6	7,418.4	7,445.0	8,422.6	11,653.7	11,323.2	7,214.1	9,898.9
Petróleo Crudo	8,920.7	7,264.8	7,419.5	6,485.3	6,624.1	7,419.6	10,705.3	10,333.8	6,447.7	8,829.5
Otros	1,183.0	901.6	887.1	933.1	820.9	1,003.0	948.4	989.4	766.4	1,069.4
No Petroleras	30,607.3	34,521.1	37,889.0	44,467.6	53,437.2	71,119.0	84,346.0	99,108.2	110,325.2	126,462.9
Agropecuarias	2,162.4	2,372.5	2,112.4	2,504.2	2,678.4	4,016.2	3,592.3	3,828.1	3,796.7	3,925.9
Extractivas	616.9	546.8	356.2	278.3	356.7	545.0	449.2	477.9	466.2	452.5
Manufacturas	27,827.9	31,601.8	35,420.5	41,685.1	50,402.1	66,557.9	80,304.6	94,802.2	106,062.3	122,084.5
Maquiladoras	13,872.5	15,833.1	18,680.1	21,853.0	26,269.2	31,103.3	36,920.3	45,165.6	53,083.1	63,853.6
Resto	13,955.4	15,768.8	16,740.4	19,832.1	24,132.8	35,454.6	43,384.3	49,636.6	52,979.2	58,231.0
Importación de mercancías*	41,593.3	49,966.6	62,129.4	65,366.5	79,345.9	72,453.1	89,468.8	109,807.8	125,373.1	141,974.8
Bienes de consume	5,098.6	5,834.3	7,744.1	7,842.4	9,510.4	5,334.7	6,656.8	9,326.0	11,108.5	12,175.0
Bienes intermedios	29,705.1	35,544.7	42,829.6	46,468.3	56,513.7	58,421.1	71,889.6	85,365.7	96,935.2	109,269.6
Maquiladoras	10,321.4	11,782.4	13,936.7	16,443.0	20,466.2	26,178.8	30,504.7	36,332.1	42,556.7	50,409.3
Resto	19,383.8	23,762.3	28,892.8	30,025.3	36,047.6	32,242.3	41,384.9	49,033.6	54,378.5	58,860.3
Bienes de capital	6,789.6	8,587.5	11,555.7	11,055.9	13,321.7	8,697.3	10,922.4	15,116.1	17,329.4	20,530.1
Saldo de la Balanza de Servicios	-10,547.0	-10,358.9	-11,891.1	-13,559.0	-14,980.1	-12,625.1	-13,569.6	-13,536.0	-14,171.3	-14,616.3
Balanza de servicios no Factoriales	-1,921.1	-1,750.9	-2,296.2	-2,129.9	-1,968.3	664.5	370.7	-746.5	-904.9	-1,798.7
Ingresos por servicios no factoriales	8,021.0	8,790.1	9,191.8	9,419.2	10,301.4	9,665.1	10,601.6	11,053.5	11,522.6	11,692.0

Transportes diversos	892.9	900.7	980.7	937.9	1,066.4	1,164.4	1,412.0	1,416.9	1,433.1	1,342.6
Turistas	3,933.8	4,339.3	4,471.1	4,564.1	4,854.5	4,688.0	5,110.2	5,531.0	5,633.3	5,505.7
Excursionistas	1,592.6	1,619.8	1,613.7	1,602.9	1,508.9	1,490.8	1,646.0	1,845.0	1,859.8	1,717.2
Fronterizos	1,533.2	1,543.4	1,525.6	1,514.4	1,424.6	1,383.4	1,532.6	1,722.5	1,737.8	1,551.7
De crucero	59.4	76.3	88.1	88.5	84.3	107.4	113.4	122.5	121.9	165.4
Otros servicios	1,601.8	1,930.3	2,126.2	2,314.3	2,871.5	2,321.9	2,433.5	2,260.6	2,596.4	3,126.5
Egresos por servicios no factoriales	9,942.2	10,541.0	11,488.1	11,549.1	12,269.7	9,000.6	10,230.9	11,800.0	12,427.5	13,490.6
Fletes y Seguros	1,530.8	1,758.0	2,084.0	2,180.7	2,639.8	1,974.5	2,510.0	3,312.4	3,699.1	4,109.2
Transportes diversos	1,132.5	1,270.6	1,350.1	1,360.1	1,646.0	1,449.0	1,668.9	1,694.6	1,602.8	1,664.9
Turistas	2,171.5	2,149.8	2,541.7	2,416.6	2,444.2	1,240.4	1,536.4	1,821.2	2,001.9	1,950.4
Excursionistas	3,347.2	3,663.1	3,565.8	3,145.2	2,893.5	1,930.1	1,850.8	2,070.7	2,207.2	2,590.9
Otros servicios	1,760.1	1,699.5	1,946.5	2,446.6	2,646.1	2,406.5	2,664.9	2,901.1	2,916.4	3,175.3
Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005				
Saldo de la Balanza Comercial	-8,337.1	-9,616.7	-7,632.9	-5,779.4	-8,811.1	-7,558.4				
Balanza de la Industria Maquiladora	17,758.6	19,282.4	18,802.1	18,410.0	19,209.4	21,642.1				
Exportación de mercancías*	166,120.7	158,779.7	161,046.0	164,766.4	187,998.5	213,711.2				
Petroleras	16,134.8	13,199.4	14,829.8	18,602.4	23,666.6	31,828.5				
Petróleo Crudo	14,552.9	11,927.7	13,392.2	16,676.3	21,257.8	28,334.0				
Otros	1,581.9	1,271.7	1,437.6	1,926.1	2,408.8	3,494.5				
No Petroleras	149,986.0	145,580.3	146,216.2	146,164.1	164,332.0	182,067.5				
Agropecuarias	4,765.5	4,446.3	4,214.5	5,035.6	5,683.9	6,260.3				
Extractivas	495.8	385.5	367.1	496.3	900.8	1,167.7				
Manufacturas	144,724.7	140,748.5	141,634.5	140,632.1	157,747.3	174,639.1				
Maquiladoras	79,467.4	76,880.9	78,098.1	77,467.1	86,951.7	96,771.1				
Resto	65,257.3	63,867.6	63,536.4	63,165.0	70,795.6	77,868.1				
Importación de mercancías*	174,457.8	168,396.5	168,678.9	170,545.8	196,809.6	221,269.8				
Bienes de consume	16,690.5	19,752.0	21,178.4	21,509.0	25,409.0	31,512.5				
Bienes intermedios	133,637.3	126,148.8	126,508.1	128,831.5	148,803.7	163,641.2				
Maquiladoras	61,708.8	57,598.5	59,296.0	59,057.2	67,742.2	75,129.0				
Resto	71,928.5	68,550.2	67,212.0	69,774.3	81,061.5	88,512.2				
Bienes de capital	24,129.9	22,495.7	20,992.5	20,205.3	22,597.0	26,215.7				
Saldo de la Balanza de Servicios	-17,284.9	-17,365.9	-16,160.1	-16,699.7	-15,412.1	-18,633.9				
Balanza de servicios no Factoriales	-2,323.4	-3,557.6	-4,048.2	-4,600.7	-4,649.2	-5,231.3				
Ingresos por servicios no factoriales	13,712.3	12,660.3	12,691.6	12,532.9	13,912.7	15,577.7				
Transportes diversos	1,369.3	1,282.1	1,142.5	1,112.6	1,361.9	1,750.5				
Turistas	6,435.4	6,538.4	6,724.7	7,251.7	8,382.2	9,186.0				
Excursionistas	1,858.8	1,862.2	2,133.3	2,110.0	2,370.9	2,609.1				
Fronterizos	1,657.7	1,646.9	1,850.9	1,821.5	1,992.5	2,204.5				
De crucero	201.1	215.3	282.5	288.5	378.4	404.6				
Otros servicios	4,048.8	2,977.6	2,691.0	2,058.6	1,797.6	2,032.0				

Egresos por servicios no factoriales	16,035.7	16,217.9	16,739.7	17,133.7	18,561.9	20,809.1
Fletes y Seguros	5,006.4	4,643.1	4,407.8	4,492.9	5,450.2	6,494.0
Transportes diversos	1,983.1	2,105.5	1,989.8	1,930.2	2,127.2	2,715.9
Turistas	2,444.9	2,767.5	2,777.6	2,835.0	3,227.3	3,320.5
Excursionistas	3,054.2	2,934.4	3,282.0	3,418.3	3,731.7	3,946.9
Otros servicios	3,547.0	3,767.4	4,282.5	4,457.2	4,025.5	3,992.1

Fuente: Elaborado por el Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la Honorable Cámara de Diputados con base a datos del Banco de México. Última actualización 2 de marzo de 2005.

PRINCIPALES INDICADORES EN HOTELES Y MOTELÉS DE 1980 A 2004						
Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Cuartos registrados fin período	227264	216365	221242	224226	110718	80658
Cuartos disponibles promedio	179625	214698	217975	220354	108585	63511
Cuartos disponibles	82689921	78259582	79561315	81650008	39698314	27365312
Cuartos ocupados	45490888	41593084	39585012	39556344	22098951	16466270
Cuartos ocupados nacionales	28702277	21257529	27517530	27455070	13317460	8851617
Cuartos ocupados extranjeros	14668177	11236106	12067482	12101274	8781492	7614653
Llegadas de turistas (personas)	39734740	38074957	36743290	38502311	21798172	16057422
Llegadas de turistas nacionales (personas)	29927860	28710129	28907210	29985692	15398204	10485853
Llegadas de turistas extranjeros (personas)	9806879	9364828	7836080	8516619	6399968	5571569
Turistas noche (noches)	90747988	85715509	80888140	83135967	51511894	40616881
Turistas noche nacionales (noches)	56863239	56117561	55666749	57187044	31224968	22484435
Turistas noche extranjeros (noches)	33884750	29597947	25221391	25948923	20286926	18132446
Porcentaje de ocupación	55.01	53.14	49.75	48.44	55.66	60.17
Porcentaje de ocupación nacionales	34.71	27.16	34.58	33.62	33.54	32.34
Porcentaje de ocupación extranjeros	17.73	14.35	15.16	14.82	22.12	27.82
Estadía promedio (noches)	2.28	2.25	2.2	2.15	2.36	2.52
Estadía promedio nacionales (noches)	1.9	1.95	1.92	1.9	2.02	2.14
Estadía promedio extranjeros (noches)	3.45	3.16	3.21	3.04	3.17	3.25
Densidad de ocupación (personas)	1.99	2.06	2.04	2.1	2.33	2.46
Densidad de ocupación nacionales (personas)	1.98	2.64	2.02	2.08	2.34	2.54
Densidad de ocupación extranjeros (personas)	2.31	2.63	2.09	2.14	2.31	2.38

FUENTE: SECTUR con base en información generada a través del Sistema Nacional de Información Turística (SNIT)- Sistemas de Información Turística Estatal (SITE).

PERSONAL OCUPADO (MILES DE PERSONAS) 1993-2004

CONCEPTO	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Personal Ocupado (miles de personas)	27,467	28,166	27,347	28,270	29,347	30,635	31,364	32,009	31,827	31,552	31,681	ND
Personal Ocupado Del País	1,612	1,684	1,712	1,690	1,698	1,751	1,729	1,753	1,740	1,713	1,732	1,759
Personal Ocupado En El Sector Turismo	5.87	5.98	6.26	5.98	5.79	5.72	5.51	5.48	5.47	5.43	5.47	0
Participación Del Sector Turismo (%)	94.13	94.02	93.74	94.02	94.21	94.28	94.49	94.52	94.53	94.57	94.53	100

FUENTE: Banco de México

REMUNERACIONES 1993-2004 A PRECIOS DE 1993 Miles de Pesos

Concepto	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total bienes y servicios	148,074,046	156,855,508	150,416,451	153,833,870	160,434,905	165,615,628	168,357,838	175,599,679	171,550,336	169,235,917	171,159,571	177,676,433
Bienes y servicios	145,074,137	153,736,834	147,483,251	150,971,749	157,519,207	162,764,425	165,550,006	172,852,038	168,831,788	166,454,239	168,370,987	174,819,134
Otras industrias turísticas	2,999,909	3,118,674	2,933,200	2,862,121	2,915,698	2,851,203	2,807,832	2,747,641	2,718,548	2,781,678	2,788,584	2,857,299

FUENTE: INEGI Variables Macroeconómicas de las Cuentas de Producción del Turismo.

POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA Y POSICIÓN DE TRABAJO

CONCEPTO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	% TOTAL	% H	% M
POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE Act. Eco.	1 563 499	1 148 728	414 771			
AGRICULTURA, GANADERÍA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	713 762	667 657	46 105	45.6515802	93.5405639	6.45943606
INDUSTRIA EXTRACTIVA Y DE LA ELECTRICIDAD	6 209	4 630	1 579	0.3971221	74.5691738	25.4308262
INDUSTRIA DE LA TRANSFORMACIÓN b/	111 530	55 272	56 258	7.13335922	49.5579665	50.4420335
CONSTRUCCIÓN	90 599	88 772	1 827	5.79463114	97.9834215	2.01657855
COMERCIO	215 886	90 441	125 445	13.8078758	41.8929435	58.1070565
RESTAURANTES Y HOTELES	47 735	17 294	30 441	3.05308798	36.2291819	63.7708181
COMUNICACIONES Y TRANSPORTES	49 235	47 385	1 850	3.14902664	96.2425104	3.75748959
SERVICIOS PROFESIONALES Y FINAN.	24 215	19 364	4 851	1.54876978	79.9669626	20.0330374
SERVICIOS SOCIALES	112 358	59 700	52 658	7.18631736	53.1337332	46.8662668
SERVICIOS DIVERSOS	132 721	55 486	77 235	8.48871665	41.8064963	58.1935037
GOBIERNO	59 249	42 727	16 522	3.78951314	72.1142973	27.8857027
NO ESPECIFICADA	0	0	0			
POBLACIÓN OCUPADA POR POSICIÓN EN EL TRABAJO	1 563 499	1 148 728	414 771			
TRABAJADOR ASALARIADO	654 917	470 469	184 448	41.8879065	71.8364312	28.1635688
PATRÓN	70 241	63 100	7 141	4.49255164	89.833573	10.166427
TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA	573 656	421 341	152 315	36.6905255	73.4483732	26.5516268
TRABAJADOR SIN PAGO	264 685	193 818	70 867	16.9290163	73.22591	26.77409
OTROS TRABAJADORES	0	0	0	100		

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

**TURISTAS QUE SE HOSPEDARON EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR MUNICIPIO SEGÚN CLASE ESTADÍSTICA DEL ESTABLECIMIENTO
ESTADÍSTICA DEL ESTABLECIMIENTO 2004**

MUNICIPIO	TOTAL	CINCO ESTRELLAS	CUATRO ESTRELLAS	TRES ESTRELLAS	DOS ESTRELLAS	UNA ESTRELLA
ESTADO a/	1 916 281	106 048	444 877	435 082	412 615	517 659
COMITÁN DE DOMÍNGUEZ	127 463	NA	NA	51 945	27 290	48 228
PALENQUE	362 473	ND	167 196	92 773	74 248	28 256
SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS b/	504 812	ND	178 511	155 343	68 514	102 444
TAPACHULA	262 306	14 729	45 407	31 807	57 850	112 513
TONALÁ	48 114	NA	6 175	12 768	20 456	8 715
TUXTLA GUTIÉRREZ b/	611 113	91 319	47 588	90 446	164 257	217 503

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

VISITANTES A MUSEOS, A ZONAS ARQUEOLÓGICAS Y A MONUMENTOS HISTÓRICOS ADMINISTRADOS POR EL INAH POR RESIDENCIA 2004

RESIDENCIA	VISITANTES A MUSEOS	VISITANTES A ZONAS ARQUEOLÓGICAS	VISITANTES A MONUMENTOS HISTÓRICOS
TOTAL	77 572	605 241	36 013
NACIONALES b/	76 078	352 685	31 275
EXTRANJEROS c/	1 494	252 556	4 738

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

ESTABLECIMIENTOS DE PREPARACIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y/O DE BEBIDAS CON CATEGORÍA TURÍSTICA POR CLASE DEL ESTABLECIMIENTO Al 31 de diciembre de 2004

CLASE DEL ESTABLECIMIENTO	ESTABLECIMIENTOS
TOTAL	909
RESTAURANTES	533
RESTAURANTES-BAR	199
CAFETERÍAS	52
DISCOTECAS O CENTROS NOCTURNOS b/	50
BARES	75

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO			OCUPACION HOTELERA Y ESTADIA PROMEDIO		
CENTRO TURISTICO	OCUPACIÓN HOTELERA (Porcentaje)	ESTADÍA PROMEDIO (Noches por turista)	CENTRO TURISTICO	OCUPACIÓN HOTELERA (Porcentaje)	ESTADÍA PROMEDIO (Noches por turista)
COMITAN DE DOMINGUEZ	50.70	1.23	TAPACHULA	47.30	1.74
ENERO	42.78	1.07	ENERO	52.19	1.87
FEBRERO	47.99	1.05	FEBRERO	45.35	1.75
MARZO	51.09	1.06	MARZO	52.61	2.02
ABRIL	59.51	1.05	ABRIL	54.67	2.15
MAYO	42.49	1.29	MAYO	40.02	1.59
JUNIO	41.90	1.24	JUNIO	39.11	1.62
JULIO	72.47	1.29	JULIO	33.11	1.88
AGOSTO	52.98	1.30	AGOSTO	52.90	1.67
SEPTIEMBRE	47.92	1.36	SEPTIEMBRE	59.85	1.73
OCTUBRE	43.92	1.33	OCTUBRE	30.77	1.66
NOVIEMBRE	47.19	1.36	NOVIEMBRE	50.83	1.26
DICIEMBRE	58.11	1.38	DICIEMBRE	56.21	1.66
PALENQUE	31.30	1.32	TONALÁ	20.42	1.16
ENERO	30.76	1.43	ENERO	16.83	1.10
FEBRERO	31.80	1.23	FEBRERO	16.73	1.41
MARZO	28.64	1.41	MARZO	17.65	1.18
ABRIL	35.82	1.28	ABRIL	26.64	1.31
MAYO	25.19	1.35	MAYO	18.98	1.11
JUNIO	20.94	1.33	JUNIO	21.97	1.11
JULIO	47.39	1.30	JULIO	25.07	1.11
AGOSTO	39.13	1.25	AGOSTO	17.36	1.09
SEPTIEMBRE	23.10	1.35	SEPTIEMBRE	13.78	1.12
OCTUBRE	23.55	1.26	OCTUBRE	17.83	1.13
NOVIEMBRE	29.43	1.37	NOVIEMBRE	22.61	1.15
DICIEMBRE	39.88	1.31	DICIEMBRE	29.57	1.14
SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS	48.09	1.48	TUXTLA GUTIÉRREZ	53.85	1.43
ENERO	35.88	1.45	ENERO	47.77	1.38
FEBRERO	41.53	1.45	FEBRERO	48.27	1.40
MARZO	42.85	1.39	MARZO	52.28	1.50
ABRIL	55.50	1.38	ABRIL	60.03	1.47
MAYO	36.85	1.44	MAYO	51.65	1.45
JUNIO	36.42	1.50	JUNIO	50.06	1.42
JULIO	70.76	1.41	JULIO	71.46	1.50
AGOSTO	61.10	1.50	AGOSTO	57.70	1.47
SEPTIEMBRE	38.62	1.53	SEPTIEMBRE	46.49	1.38
OCTUBRE	49.81	1.56	OCTUBRE	50.56	1.41
NOVIEMBRE	55.29	1.62	NOVIEMBRE	53.96	1.42
DICIEMBRE	51.60	1.53	DICIEMBRE	55.25	1.39

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

HOMBRES-MUJERES POR MUNICIPIO Al 17 de octubre de 2005				
MUNICIPIO	POBLACIÓN TOTAL a/			
	%	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
ESTADO	100	4 293 459	2 108 830	2 184 629
REGION	15.02	644 978	321 518	323 460
B. DE LAS AMÉRICAS	2.36	15 213	7 695	7 518
CATAZAJÁ	2.46	15 876	8 114	7 762
CHILÓN	14.87	95 907	47 838	48 069
LA LIBERTAD	0.82	5 286	2 616	2 670
MARQUÉS DE COMILLAS	1.32	8 538	4 377	4 161
OCOSINGO	26.40	170 280	85 082	85 198
PALENQUE	15.19	97 991	48 373	49 618
SABANILLA	3.67	23 675	11 888	11 787
SALTO DE AGUA	8.30	53 547	26 695	26 852
SAN JUAN CANCUC	3.86	24 906	12 306	12 600
SITALÁ	1.59	10 246	5 173	5 073
TILA	9.79	63 172	31 678	31 494
TUMBALÁ	4.48	28 884	14 190	14 694
YAJALÓN	4.88	31 457	15 493	15 964

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

TOTAL DE HOTELES POR MUNICIPIO EN EL REGION						
MUNICIPIO	HOTELES	1 ESTRELLA	2 ESTRELLAS ESTRELLAS	3 ESTRELLAS	4 ESTRELLAS	5 ESTRELLAS
B. de las Americas						
Catazajá	1	1				
Chilón						
La Libertad						
Marques de Comillas						
Ocosingo	23	13	3	7		
Palenque	78	46	12	11	8	1
Sabanilla						
Salto de Agua	4	4				
San Juan Cancuc						
Sitalá						
Tila						
Tumbalá						
Yajalón	4	3	1			

FUENTE: Elaboración propia con datos a partir de la práctica de campo.

POBLACIÓN DE 5 Y MAS POR REGION Y MUNICIPIO SEGÚN CONDICIÓN DE HABLA INDÍGENA AI 17 de octubre de 2005

MUNICIPIO	TOTAL	TOTAL HABLA LENGUA INDIGENA	%	HABLA LENGUA INDÍGENA						NO HABLA LENGUA INDÍGENA	NO ESPECIFICADO
				HABLA ESPAÑOL	%	NO HABLA ESPAÑOL	%	NO ESPECIFICADO	%		
ESTADO	3 677 979	957 255	26.03	705 169	73.67	238 154	24.88	13 932	1.46	2 707 443	13 281
REGION	528 345	398 639	75.45	286 286	71.82	108 380	27.19	3 973	.9966	128 142	1 564
B. DE LAS AMÉRICAS	13 085	3 735	28.54	2 944	1.03	641	.59	150	3.78	9 247	103
CATAZAJÁ	14 448	314	2.17	276	.1	26	.02	12	.3	14 049	85
CHILÓN	79 439	76 827	96.71	49 160	17.17	27 251	25.14	416	10.47	2 483	129
LA LIBERTAD	4 828	104	2.15	98	.03	0	.	6	.15	4 715	9
MARQUÉS DE COMILLAS	7 216	3 078	42.66	2 586	.9	286	.6	206	5.18	4 074	64
OCOSINGO	125 974	101 617	80.67	76 033	26.56	24 300	22.42	1 284	32.32	23 932	425
PALENQUE	84 107	37 032	44.03	31 236	10.91	5 138	4.74	658	16.56	46 817	258
SABANILLA	20 162	15 876	78.74	13 756	4.8	2 047	1.89	73	1.84	4 272	14
SALTO DE AGUA	46 207	39 151	84.73	28 932	10.11	9 604	8.86	615	15.48	6 767	289
SAN JUAN CANCUC	19 117	19 067	99.74	10 147	3.54	8 874	8.19	46	1.16	20	30
SITALÁ	8 376	7 959	95.02	4 138	1.45	3 794	3.5	27	.68	406	11
TILA	54 115	52 214	96.49	38 049	13.29	14 056	12.97	109	2.74	1 844	57
TUMBALÁ	24 489	23 984	97.94	15 538	5.43	8 303	7.66	143	3.6	443	62
YAJALÓN	26 782	17 681	66.02	13 393	4.68	4 060	3.75	228	5.74	9 073	28

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA OCUPADA DE LA REGION Y SU DISTRIBUCION POR SECTOR 2000

MUNICIPIO	PEA ocupada	Sector Primario	Sector Secundario	Sector Terciario	Sector Primario %	Sector Secundario%	Sector Terciario%
B. de las Americas	4014	2837.0952	352.8306	724.9284	70.68	8.79	18.06
Catazajá	5043	3395.9562	354.0186	1229.9877	67.34	7.02	24.39
Chilón	18360	15875.892	558.144	1564.272	86.47	3.04	8.52
La Libertad	1800	1211.04	84.96	453.96	67.28	4.72	25.22
Marques de Comillas	2156	1775.8972	114.9148	233.926	82.37	5.33	10.85
Ocosingo	30482	20194.325	2414.1744	7160.2218	66.25	7.92	23.49
Palenque	23324	12095.826	2416.3664	8308.0088	51.86	10.36	35.62
Sabanilla	5607	4575.8727	245.0259	653.2155	81.61	4.37	11.65
Salto de Agua	13802	11052.642	524.476	1906.0562	80.08	3.8	13.81
San Juan Cancuc	7636	7264.8904	120.6488	149.6656	95.14	1.58	1.96
Sitalá	1702	1400.0652	42.0394	180.9226	82.26	2.47	10.63
Tila	16639	14053.299	475.8754	1843.6012	84.46	2.86	11.08
Tumbalá	6990	6190.344	88.773	601.839	88.56	1.27	8.61
Yajalón	7811	3699.2896	967.7829	2965.0556	47.36	12.39	37.96

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

TURISTAS QUE SE HOSPEDARON EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR MUNICIPIOS SEGÚN CLASE ESTADÍSTICA DEL ESTABLECIMIENTO 2005

MUNICIPIO	TOTAL	CINCO ESTRELLAS	CUATRO ESTRELLAS	TRES ESTRELLAS	DOS ESTRELLAS	UNA ESTRELLA	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS
ESTADO	1 147 332	40 891	330776	238344	241102	296219	1147332	864 550	282 782
PALENQUE	380 900	ND	162 395	85 462	73 433	59 610	380900	254 879	126 021
RESTO DE MUNICIPIOS	766 432	40 891	168 381	152 882	167 669	236 609	766432	609 671	156 761

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

OCUPACIÓN HOTELERA Y ESTADÍA PROMEDIO MENSUAL 2005

MES	OCUPACIÓN HOTELERA (Porcentaje)	ESTADÍA PROMEDIO (Noches por turista)
PALENQUE	32.64	1.31
ENERO	25.72	1.41
FEBRERO	31.13	1.45
MARZO	38.18	1.36
ABRIL	25.41	1.37
MAYO	27.11	1.26
JUNIO	25.25	1.15
JULIO	56.24	1.27
AGOSTO	45.34	1.25
SEPTIEMBRE	24.83	1.42
OCTUBRE	25.69	1.29
NOVIEMBRE	33.61	1.31
DICIEMBRE	33.17	1.22

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

ARRIBO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS PALENQUE 2000-2005

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	1881696	1912176	2248840	2394958	2560334	2698574
Llegadas de turistas nacionales (personas)	1463640	1468326	1823258	1894369	2040654	2148095
Llegadas de turistas extranjeros (personas)	418056	443850	425582	500589	519680	550479

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

VISITANTES A MUSEOS PALENQUE 2000-2005

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	61850	78705	96493	95401	113585	132233
Visitantes Nacionales	52265	70040	87077	85985	107353	126203
Visitantes Extranjeros	9585	8665	9416	9416	6232	6030

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

VISITANTES A ZONAS ARQUEOLÓGICAS PALENQUE 2000-2005

Concepto	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Total	486109	467085	476037	629460	605241	657166
Visitantes Nacionales	285913	291149	302051	374794	351187	364673
Visitantes Extranjeros	200196	175936	173986	254666	254054	292493

FUENTE: Anuario Estadístico Chiapas 2005

ENCUESTA DE RECONOCIMIENTO PARA TURISTAS

1.-SU VISITA AL ESTADO DE CHIAPAS ES POR MOTIVOS DE:

- a) Vacaciones____ b) Negocios____

2.- ¿SU LUGAR DE PROCEDENCIA ES?

- a) Del extranjero____ b) De la República Mexicana____
País____ Estado____

3.- ¿CUÁL ES EL ATRACTIVO TURÍSTICO QUE MÁS LE GUSTA?

- a) Playa____ b) Sitios Culturales____ c) Sitios Naturales____

4.- ¿CUÁL ES EL ATRACTIVO TURÍSTICO QUE MENOS LE GUSTA?

- a) Playa____ b) Culturales____ c) Naturales____

5.- ¿CUÁNTAS VECES AL AÑO VISITA EL ESTADO?

- a) Una vez____ b) Dos veces____ c) Tres veces____ d) Más de tres veces____

6.- CUANDO VISITA EL ESTADO ¿DURANTE CUÁNTO TIEMPO LO HACE?

- a) 1Día____ b) 2Días____ c) 3Días____ d) 1Semana____ e) Más de una semana____

7.- ¿EN QUÉ TEMPORADA PREFERE VISITAR EL ESTADO?

- a) Primavera____ b) Verano____ c) Otoño____ e) Invierno____

8.- ¿CUAL ES EL MEDIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA PARA VIAJAR AL ESTADO?

- a) Avión____ b) Autobús____ c) Ferrocarril____ d) Otro____

9.- ¿EN QUÉ CATEGORÍA DE HOTEL PREFERE HOSPEDARSE?

- a) 1Estrella____ b) 2Estrellas____ c) 3Estrellas____ d) 4Estrellas____ e) 5Estrellas____

10.- ¿CUÁL ES EL LUGAR DONDE PREFEREN COMER?

- a) Hotel____ b) Restaurante____ c) Mercado____

11.- LOS RECUERDOS O SOUVENIRS QUE COMPRAN SON:

- a) Hechas por Artesanos____ b) Recuerdos Serigrafiados____ c) Otro____
(playeras, ceniceros, tarros, llaveros)

12.- ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR PERSONA QUE REALIZA DURANTE EL VIAJE?

- a) \$0 a \$3,000____ b) \$3,001 a \$ 5,000____ c) \$5,001 a \$10,000____ d) Más de \$10,000____

ENCUESTA DE RECONOCIMIENTO PARA EMPRESAS HOTELERAS

<p>1.- ¿ALREDEDOR DE CUÁNTAS PERSONAS HOSPEDAN EN EL HOTEL AL AÑO?</p> <p>a) 0 a 500 personas___ b) 500 a 1000 personas___ c) 1000 a 2000 personas___ d) 2000 a 4000 personas___ e) 4000 a 5000 personas___ f) 5000 a 10000 personas___ g) Más de 10000 personas___</p> <p>2.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO HAY MÁS AFLUENCIA DE PERSONAS?</p> <p>a) Primavera___ b) Verano___ c) Otoño___ e) Invierno___</p> <p>3.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO TIENE MENOR AFLUENCIA DE PERSONAS?</p> <p>a) Primavera___ b) Verano___ c) Otoño___ e) Invierno___</p> <p>4.- LOS TURISTAS VIENEN POR MOTIVOS DE:</p> <p>a) Vacaciones___ b) Negocios___</p> <p>5.- ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR TURISTA (noche/turista)?</p> <p>a) \$0 a \$500___ b) \$501 a \$1,000___ c) \$1,001 a \$1,500___ d) \$1,501 a \$2,000___ e) Más \$2,000___</p> <p>6.- ¿CUÁL ES EL PERIODO DE TIEMPO QUE LOS TURISTAS UTILIZAN SU SERVICIO?</p> <p>a) 1 Día___ b) 2 Días___ c) 3 Días___ c) 1 Semana___ d) Más de una semana___</p> <p>7.- ¿A LOS EMPLEADOS SE LES OTORGA CAPACITACION?</p> <p>a) Si___ b) No___</p> <p>8.- ¿QUÉ CLASE DE CAPACITACION SE LES DA?</p> <p>a) Atención a clientes___ b) Cursos administrativos___</p> <p>9.- ¿ACTUALMENTE OFRECE ALGÚN TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO?</p> <p>a) Si___ b) No___</p> <p>10.- ¿TIENE ALIANZAS CON ALGÚN TIPO DE EMPRESAS PARA OFRECER ESTOS PAQUETES? ¿CON QUÉ TIPO DE EMPRESAS?</p> <p>a) Transportes___ b) Guías turísticas___ c) Restaurantes___ d) Museos___ e) Otro___</p> <p>11.- ¿QUÉ BENEFICIOS OBTIENE SU EMPRESA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTAS ALIANZAS?</p> <p>a) > Turismo___ b) < Costos___ c) > Garantía___</p> <p>12.- ¿ES CONVENIENTE PARA LA EMPRESA QUE EXISTAN ESTE TIPO DE PAQUETES? ES DECIR, ¿LA EMPRESA HA INCREMENTADO LAS VENTAS DE SU SERVICIO A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACION DEL PAQUETE?</p>
--

ENCUESTA DE RECONOCIMIENTO PARA EMPRESAS RESTAURANTERAS

1.- ¿ALREDEDOR DE CUANTAS PERSONAS UTILIZAN SUS SERVICIOS AL AÑO? a) 0 a 500 personas____ b) 500 a 1000 personas____ c) 1000 a 2000 personas____ d) 2000 a 4000 personas____ e) 4000 a 5000 personas____ f) 5000 a 10000 personas____ g) Más de 10000 personas____
2.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO TIENE MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS? a) Primavera____ b) Verano____ c) Otoño____ e) Invierno____
3.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO TIENE MENOR AFLUENCIA DE TURISTAS? a) Primavera____ b) Verano____ c) Otoño____ e) Invierno____
4.- LOS TURISTAS UTILIZAN ESTE SERVICIO EN MAYOR MEDIDA PARA: a) Desayunar____ b) Comer____ c) Cenar____ d) Otro____
5.- ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR TURISTA? a) Desayuno____ b) Comida____ c) Cena____ d) Otro____
6.- ¿A LOS EMPLEADOS SE LES OTORGA CAPACITACION? a) Si____ b) No____
7.- ¿QUÉ CLASE DE CAPACITACION SE LES DA? a) Atención a clientes____ b)
8.- ¿ACTUALMENTE OFRECE ALGÚN TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO? a) Si____ b) No____
9.- ¿TIENE ALIANZAS CON ALGÚN TIPO DE EMPRESAS PARA OFRECER ESTOS PAQUETES? ¿CON QUÉ TIPO DE EMPRESAS? a) Transportes____ b) Guías turísticas____ c) Restaurantes____ d) Museos____ e) Otro____
10.- ¿QUÉ BENEFICIOS OBTIENE SU EMPRESA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTAS ALIANZAS? a) > Turismo____ b) < Costos____ c) > Ganancia____
11.- ¿ES CONVENIENTE PARA LA EMPRESA QUE EXISTAN ESTE TIPO DE PAQUETES? ES DECIR, ¿LA EMPRESA HA INCREMENTADO LAS VENTAS DE SU SERVICIO A TRAVÉS DEL PAQUETE?

ENCUESTA DE RECONOCIMIENTO PARA EMPRESAS CULTURALES

1.- ¿ALREDEDOR DE CUÁNTAS PERSONAS HOSPEDAN EN EL HOTEL AL AÑO?

- a) 0 a 100 personas___ b) 100 a 200 personas___ c) 200 a 300 personas___
d) 300 a 400 personas___ e) 400 a 500 personas___ f) 500 a 1000 personas___
g) Más de 1000 personas___

2.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO TIENE MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS?

- a) Primavera___ b) Verano___ c) Otoño___ e) Invierno___

3.- ¿EN QUÉ TEMPORADA DEL AÑO TIENE MENOR AFLUENCIA DE TURISTAS?

- a) Primavera___ b) Verano___ c) Otoño___ e) Invierno___

4.- ¿CUÁL ES EL GASTO PROMEDIO POR TURISTA?

5.- ¿A LOS EMPLEADOS SE LES OTORGA CAPACITACIÓN?

- a) Sí___ b) No___

6.- ¿QUÉ CLASE DE CAPACITACION SE LES DA?

- a) Atención a clientes___ b)

7.- ¿ACTUALMENTE OFRECE ALGÚN TIPO DE PAQUETE TURÍSTICO?

- a) Sí___ b) No___

8.- ¿TIENE ALIANZAS CON ALGÚN TIPO DE EMPRESAS PARA OFRECER ESTOS PAQUETES?
¿CON QUÉ TIPO DE EMPRESAS?

- a) Transportes___ b) Guías turísticas___ c) Restaurantes___ d) Museos___ e) Otro___

9.- ¿QUÉ BENEFICIOS OBTIENE SU EMPRESA CON LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTAS ALIANZAS?

- a) > Turismo___ b) < Costos___ c) > Ganancia___

10.- ¿ES CONVENIENTE PARA LA EMPRESA QUE EXISTAN ESTE TIPO DE PAQUETES? ES DECIR, ¿LA EMPRESA HA INCREMENTADO LAS VENTAS DE SU SERVICIO A TRAVEZ DEL PAQUETE?

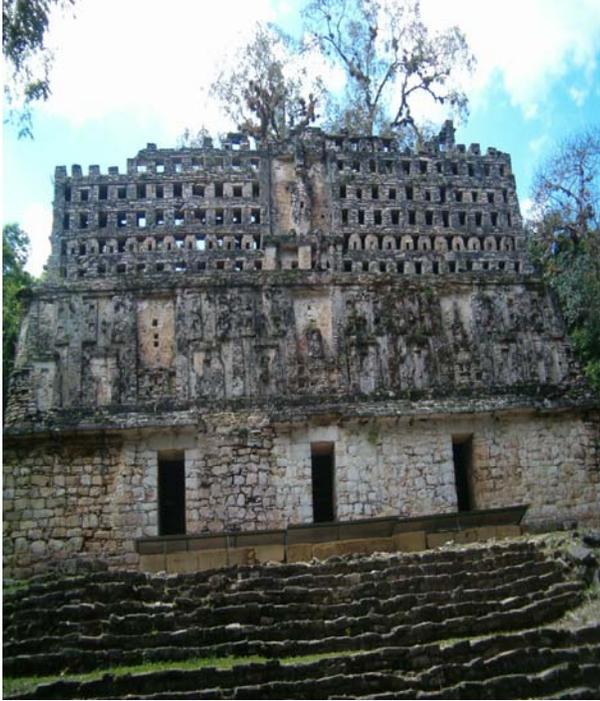


Foto: Templo 33, Yaxchilán.



Foto: Cascada Agua Azul.



Foto: Lacandones.



Foto: Tamal chiapaneco.

Bibliografía:

1. Arrillaga, José Ignacio. "Sistema de Política Turística"., Ed. Aguilar Madrid, 1995. pp. 441.
2. Bassols Batalla, Ángel. "La costa de Chiapas: Un estudio económico regional". México: UNAM, 1974, pp. 163.
3. Bazdresch, Carlos y Levy, Santiago. El populismo y la política económica en México en Dornbusch, Rudiger y Edwards, Sebastián "Macroeconomía del populismo en América Latina" ed. FCE. México 1992,
4. Berry, Albert. "Global Development fifty years after Bretton Woods: essays in honour of Gerald K Helleiner", ed. Culpeper, New York, 1997, 317 pp.
5. Cárdenas, Fabio. Comercialización del Turismo, México 1999, 109pp.
6. Clavijo Quiroga, Fernando y Casar José. La industria mexicana en el mercado mundial: Elementos para una política industrial. México. Fondo de Cultura Económica, 1994, 387 pp
7. Clavijo Quiroga, Fernando [et al.]. "La política industrial en México. México: Secretaria de comercio y fomento industrial, 1994, 233pp.
8. CONCAMIN, Política industrial 2000-2006: Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, 2000.
9. Córdoba Gutiérrez, Alberto. "La globalización de la economía: De la formación de bienes económicos a la internacionalización de la economía mexicana". 119pp.
10. Cuervo, Raimundo. "El turismo como medio de comunicación humana". Departamento de Turismo de México, 1967. México. Pág
11. Dahda, Jorge. "Elementos del Turismo". Ed. EDAMEX, México, 1993. 150pp.
12. Delgado Trejo, Celene. "Integración de cadenas productivas en México; una alternativa de política industrial". 2002, pág. 25
13. Dussel Peters, Enrique y Clemente Ruiz Duran Pensar globalmente y actuar regionalmente: hacia un nuevo paradigma industrial para el siglo XXI. México: UNAM, 1997.
14. García Castro y Velázquez García. "La reestructuración productiva de la economía mexicana de los años 90". México, UAM Atzacapotzalco, 2003, 366pp.
15. Gonzáles Marín, María. La industrialización en México. México: UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas: M. A. Porrua, 2002, 80pp.
16. Hernández Laos, Enrique, La competitividad industrial en México. México, UAM, 2000, 402pp.
17. Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús. Turismo: estructura y desarrollo: la estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México: Desarrollo histórico, 1945-1990. México: McGraw-Hill, 1993, 487pp.

18. Leiper, Neil. "Tourism Management". Tafe Publications. Victoria. NZ. Pág.
19. Marshall, Alfred. "Principios de Economía : Introducción al estudio de esta ciencia" Editorial El Consultor Bibliográfico, Barcelona, España, 1954, pág. 348
20. Marta Novick y Maria A. Gallart, Competitividad, redes productivas y competencias laborales: ¿homogeneidad o segmentación? México, 1997, 394pp.
21. Martínez del Campo, Manuel. "Industrialización en México". Colegio de México, México, 1985, 493pp.
22. Molina, Sergio. "Conceptualización del Turismo". Limusa, 1991, México. 114pp.
23. Morales Quintero, Alejandro. La nueva industrialización regional en México, una aproximación de distritos industriales. El caso de la industria del calzado en el municipio de Guadalajara; en "Dinámica regional competitividad industrial. Edit. Jus, México, 1999, pág. 194.
24. Novick Marta y Gallart María A. Competitividad, redes productivas y competencias laborales. Cinterfor, 1997. 394pp.
25. Porter, Michael E. Competition in global industries. Boston, Harvard business school, 1986, 581pp.
26. Porter, Michael E. Ventaja Competitiva. creacion y Sostenimiento de un Desempeño Superior. Compañ Editorial Continental S.A. de C.V. 1987, 545pp.
27. Ramirez, Manuel. "Deontología y Conciencia Turística". Ed. Diana, México, 1994. p. 40
28. Ramírez, María y Bruce, Robert. Competitividad, producción y ventaja competitiva. Investigación económica, vol. LVII:225, jul-sep 1998.
29. Rabelotti, Roberta. "PYMES, Distritos Industriales y Cadenas de Valor." Universidad de Piemonte Orientale, Italia. Curso Primavera 2003. 210pp.
30. Rueda, Isabel. "México Crisis, reestructuración económica, social y política" ed. Siglo XXI, México, 1998.
31. Ruiz Durán, Clemente y Dussel Peters. "Dinámica regional y Competitividad Industrial". Ed Jus, México, 1999, 286 pp.
32. Sanchez Arciniega, Jesús. "Ensayo sobre Clusters", FE, UNAM, 2006
33. Sánchez Ugarte, Fernando, "La política industrial ante la apertura", México, SECOFI, 1994, 318pp.
34. Schmitz, Hubert. "Collective efficiency and increasing returns". Cambridge Journal of Economics, 1999, pág. 632pp.
35. Schmitz, Hubert. "¿Tiene importancia la cooperación local? Experiencias de clusters industriales en el sur de Asia y América Latina" en El Mercado de Valores, México No. 9/Septiembre, Nacional Financiera, pág. 7

36. SECOFI-COESA. “Diagnóstico y desarrollo de planes estratégicos y de acción para la promoción de agrupamientos industriales del sector de la industria textil en el DF”, 1998, 113pp.
37. Smith, Adam. “Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones”, México, FCE, 1994, 918pp.

Hemerografía:

38. Aguilar Martínez, Silvia. “El papel de la política industrial en México, en un contexto de apertura comercial 1986-1997”. México: El autor, 2001 Tesis Licenciatura UNAM, Facultad de Economía, 116 p.
39. Carlota Pérez, Revista de la CEPAL, no. 75, diciembre 2001.
40. Cunha Barbosa, Maria Alice y Aricó Zamboni, Roberto. “La formación de un cluster en torno al turismo de naturaleza sustentable en Bonito, Brasil”. CEPAL, Serie de Desarrollo Productivo, Noviembre de 2001, No.83, 56pp.
41. Condensado. Discurso del Secretario de la Industria y Comercio, 29 de abril de 1976, en Comercio Exterior, julio de 1976.
42. Delgado Trejo, Celene. “Integración de cadenas productivas en México: una alternativa de política industrial”. México: El autor, 2002, Tesis Licenciatura UNAM, Facultad de Economía, 237 p.
43. Evaluación del Sector Industrial, Secretaría del Patrimonio y Fomento Industrial, diciembre de 1977.
44. Juárez Monter, José Anselmo. “Agrupamientos industriales en la industria textil el caso del sector textil-confecciones en el estado de Querétaro 1997-1999”, México: El autor, 2002, Tesis Licenciatura, UNAM, Facultad de Economía, 127pp.
45. López Victoriano, David. “Determinantes de la integración nacional de la cadena productiva textil”.
46. Mejía Sánchez, Araceli, Olivia. “La cadena productiva del chile seco en México, capacidades de desarrollo en Queréndaro, Michoacán”. México: El autor, 2003, UNAM, Facultad de Economía, 140pp.
47. Montero, Cecilia. “Formación y desarrollo de un cluster globalizado: el caso de la industria del salmón en Chile”, CEPAL N° 145 Serie Desarrollo Productivo, 2004, 75 pp.
48. Secretaría de Turismo. “Hechos y Tendencias del Turismo”. Boletín 43, Mayo, 2005.
49. Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana 1991-1994, Secofi, México, 1991, pp. 11-12
50. Programa de Desarrollo Empresarial 2001-2006, PND, México 2001, pp. 13-60
51. “Chiapas es cultura”, Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas. 1ª ed., 2004.

52. “Chiapas, auténtico por naturaleza”, Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas. 1ª ed., 2004.

Tesis

53. Rivera Castro, Delia Iveth, “El Turismo: Opción Viable Para el Desarrollo de México”, México, 2003, Pp 4-9.

Páginas de Internet:

http://datatur.sectur.gob.mx/jsp/consulta_tema.jsp?cves_estados=7&origen=estado

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/wb2/sectur/sect_Centros_de_Playa

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Estadisticas_del_Sector

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/español/rutinas/ept.asp?t=epib01&c=4746&e=07>

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/aee04/estatal/chs/index.htm>

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/NIVA05010000250005#ARBOL>

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/NIVA050010001000100010#ARBOL>

<http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/NIVM1002300050#ARBOL>

<http://www.inegi.gob.mx/inegi/default.aspx?s=geo&c=&e=07>

<http://www.banxico.org.mx/tipo/estadisticas/index.html>

http://www.finanzaschiapas.gob.mx/Contenido/Planeacion/Informacion/Geografia_y_Estadistica/productos/Atlas2005/atlas2005.html

<http://www.chiapas.gob.mx/portada/>

http://www.finanzaschiapas.gob.mx/Contenido/Planeacion/Informacion/Geografia_y_Estadistica/productos/Perfiles/Perfiles.html