¡HECHOS, NO PALABRAS!

Chiapas
Gobierno del Estado

Poder Ejecutivo

Programa Sectorial de Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos 2007 - 2012

Chiapas
Gobierno
del Estado

Poder Ejecutivo

Programa Sectorial Fomento Económico,Turístico y de Proyectos Estratégicos 2007 - 2012

I. Presentación

En Chiapas, sociedad y gobierno, tenemos un gran reto por delante: mejorar la calidad de vida de los chiapanecos y ofrecer mejores oportunidades de desarrollo. Para ello, es necesario contar con una administración pública profesional que ofrezca resultados; que cuente con un sistema integral que relacione los instrumentos de política pública desde la planeación, programación, ejecución, evaluación de desempeño y rendición de cuentas.

Con este propósito y a efecto de establecer la ruta con la que esta administración se habrá de conducir en busca del crecimiento económico y el combate a la marginación social, el 8 de junio de 2007, se presentó el Plan de Desarrollo Chiapas Solidario 2007-2012; el cual es reflejo de la unidad chiapaneca. El Plan es un ejercicio correcto de la planeación democrática que reunió la inmensa diversidad de puntos de vista, necesidades y anhelos de los chiapanecos de todas las regiones, y de todos los sectores de la población.

El Plan de Desarrollo marca las líneas generales de acción e instrumentos de política pública de las diversas áreas gubernamentales y es eje de referencia para la elaboración de los programas sectoriales, los cuales, marcan la agenda de trabajo de las dependencias y entidades con mayor profundidad.

En este contexto, se presenta el Programa Sectorial "Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos", como resultado de un arduo proceso de planeación que comenzó desde el inicio de esta administración y que es reflejo de las expectativas y propuestas de la sociedad Chiapaneca expresados en los Foros de Consulta Ciudadana, mismos que están plasmados en el Plan de Desarrollo a través del eje rector Chiapas Competitivo y Generador de Oportunidades.

El presente programa establece los objetivos, estrategias, líneas de acción y metas asociadas que permitan fomentar la generación de más y mejores empleos, como objetivo medular del Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos.

Este programa se compone de cuatro secciones, las dos primeras corresponden a esta presentación y a la introducción, la tercer parte desarrolla los ejes estratégicos a través de los objetivos generales, sectoriales, estrategias y líneas de acción, como elementos novedosos, el cuarto capítulo establece algunos indicadores de desempeño del sector. El anexo corresponde al diagnóstico sectorial.

Juan Sabines Guerrero
Gober**nador del Estado de Chiapas**

II. Introducción

Desde el inicio de está Administración, se ha planteado con claridad que el reto que tiene nuestro estado es mejorar la calidad de vida de los chiapanecos y ofrecer mejores oportunidades de desarrollo, pues aun con la instrumentación, por varios años, de una política social intensa, Chiapas sigue registrando altos niveles de marginación y pobreza. Uno de cada dos chiapanecos padece de pobreza alimentaria, y tres de cada cuatro de capacidad patrimonial. Además, la brecha económica con las regiones más prósperas continúa creciendo al registrase un crecimiento económico inferior a la media nacional.

Por ello, esta administración está convencida que sin la transformación radical de la estructura económica no habrán soluciones efectivas a problemas tan apremiantes. Esa es la lección que nos arrojan las regiones que no sólo rompieron el círculo de la pobreza, sino que además, aumentaron aceleradamente el bienestar de su población.

Como ejemplo de que es posible cambiar de manera radical la realidad, disminuir la pobreza y superar el atraso histórico para competir en el mercado global, se encuentra el caso coreano. En 1960 Ghana y Corea del Sur tenían economías eminentemente agrícolas con bajos niveles de ingreso. En la actualidad, Corea del Sur se ha convertido en un gigante industrial, sede de importantes corporaciones multinacionales, exportadoras de automóviles y equipos electrónicos, mientras Ghana sigue inmerso en la pobreza extrema.

El Salvador es otro caso a resaltar por las coincidencias que registra con la realidad chiapaneca. A partir de la definición de una estrategia para aprovechar sus ventajas comparativas ha logrado disminuir la pobreza en 50 por ciento.

Estas historias de éxito, como muchas otras, mantienen denominadores comunes en su economía:

- Atraen y retiene inversiones productivas.
- Generan valor agregado en sus sectores estratégicos y corredores económicos.
- Apuestan a la educación, al desarrollo de infraestructura, a la ciencia y la tecnología.
- Emplean y desarrollan la mano de obra local.
- Apoyan decididamente la competitividad de sus sectores económicos.
- Promueven el trabajo en equipo entre gobierno, empresarios y emprendedores, desarrollando alianzas estratégicas para incrementar la productividad de sus empresas y la oportunidad de conquistar mercados.

Si bien se advierten indicadores históricos preocupantes para la entidad, esta Administración está convencida que Chiapas cuenta con grandes potencialidades y ventajas competitivas que hacen viable su desarrollo en el actual entorno globalizado. Para lograrlo, es necesario concretar la transformación económica del estado.

Las ventajas comparativas se encuentran en la abundante disponibilidad de gas natural, petróleo y agua dulce; la capacidad de generación de energía eléctrica; y la cercanía geoestratégica al mercado centroamericano y sus 35 millones de consumidores. Las ventajas competitivas están en la conectividad con los mercados del Pacífico, mediante el sistema logístico multimodal de Puerto Chiapas; la infraestructura carretera y aeroportuaria internacional; el liderazgo a nivel nacional en productos agrícolas, cárnicos y pesqueros; el ser la entidad más segura del país con certeza y certidumbre jurídica; el contar con un gobierno aliado y promotor de la inversión; y el liderazgo de nuevas tendencias económicas de vanguardia como la bioenergía, el geoturismo y el respeto al medio ambiente.

Pero principalmente la fuerza de Chiapas está en su gente —la mayoría entre los 15 y 29 años—, y en su gran compromiso con el trabajo honesto y productivo.

Este gobierno reconoce la magnitud de los desafíos y asume con seguridad su compromiso. Para ello se ejecuta el programa sectorial de "Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégico" con visión de corto, mediano y largo plazo. En este se enumeran los objetivos, estrategias, líneas de acción e indicadores de desempeño asociados, que promueven la transformación económica y la generación de empleos de calidad, a través de siete ejes estratégicos:

I. Corredores Económicos y Atracción de Inversiones
II. Desarrollo Empresarial
III. Por un Chiapas Competitivo
IV. Turismo, clave para el desarrollo
V. Movilización para el empleo
VI. Impulso a los bioenergéticos y energías alternativas
VII. Fomento a las artesanías

El programa Sectorial Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos asume el reto de mejorar la calidad de vida de los chiapanecos con seriedad y seguridad, atacando de frente y a la raíz los problemas. Es un programa ambicioso, que a través de diagnósticos precisos y claros, cuenta con instrumentos y acciones de política pública, orientado a los resultados, a revertir la tendencia económica y a generar más y mejores empleos.

Contenido

I. Presentación **3**

II. Introducción **4**

III. Ejes Estratégicos **7**

1) Corredores Económicos y atracción de inversión 7
   - Más y mejores inversiones 7
   - Fomento a corredores económicos 7
2) Desarrollo Empresarial 10
   - Más y mejores empresas y emprendedores 10
3) Por un Chiapas competitivo 16
   - Más competitividad 16
4) Turismo, clave para el desarrollo 18
   - Más turistas y mayor derrama económica 18
5) Movilización para el empleo 22
   - Más y mejor mercado laboral 22
6) Impulso a los Bioenergéticos y energías alternativas 25
7) Fomento a Las artesanías 28

IV. Indicadores de desempeño **30**

Anexo **35**

Diagnóstico Sectorial **38**

III. EJES ESTRATÉGICOS

EJE ESTRATÉGICO 1. ATRACCIÓN DE INVERSIONES Y CORREDORES ECONÓMICOS ESTRATÉGICOS

MÁS Y MEJORES INVERSIONES

FOMENTO A CORREDORES ECONÓMICOS

En Chiapas necesitamos urgentemente revertir la tendencia desfavorable de los flujos de inversión privada hacia el estado. En 2006, únicamente se recibieron 130 millones de dólares de medianas y grandes empresas; y en los últimos seis años tan sólo se obtuvieron 22.8 millones de dólares en inversión extranjera directa; es decir, 30 veces menos que Aguascalientes y 100 menos que Tamaulipas. Aunado a ello, el estado parece encontrarse en una encrucijada histórica. Chiapas debe acelerar la transformación de su economía a cadenas de mayor valor, aprovechando la transformación industrial del norte del país.

En este sentido nos hemos propuesto hacer de Chiapas el mejor aliado de la inversión y de los empresarios. Por ello planteamos tres objetivos estratégicos: 1) Chiapas, como un paraíso de oportunidades; 2) Apuesta a la formación de corredores económicos estratégicos; y, 3) Incentivos sin precedentes a la inversión.

Objetivo General

Atraer más y mejores inversiones a la entidad, instalar empresas estratégicas de alto valor agregado y consolidar los corredores económicos en donde Chiapas cuenta con ventajas competitivas.

Objetivo Estratégico 1.1

Posicionar a Chiapas como un Paraíso de Oportunidades

En esta administración nos hemos propuesto que Chiapas deje de ser visto únicamente como un estado que necesite donativos o regalos. La ayuda es bienvenida, sin embargo, estamos transformando esa percepción porque sabemos que en el estado se pueden hacer negocios productivos y contribuir al desarrollo.

ESTRATEGIA Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Realizar una campaña promocional inteligente y útil para la toma de decisiones, mediante instrumentos de vanguardia entre inversionistas estratégicos, dando seguimiento a través de un sistema innovador a inversiones potenciales y en consolidación.

- **Carpeta multimedia de negocios y carpetas de corredores económicos,** con contenido para la toma de decisiones de los inversionistas.
- **Campaña promocional de vanguardia,** en publicaciones especializadas en negocios de primer nivel y con alta penetración entre los líderes de las empresas más importantes del país.
- **Kit de artículos promocionales.**
- **Programa Cazador de Empresas,** que identifique inversionistas mediante una base de datos. Una vez identificados los inversionistas, que por su perfil son potencialmente susceptibles de invertir en la entidad, se establecen encuentros de negocios y visitas directas.

- **Participación en ferias y eventos,** que permitan establecer contacto directo con inversionistas en sectores definidos como estratégicos, presentándoles las ventajas competitivas y los incentivos a la inversión que ofrece Chiapas.
- **Programa Promotor voluntario,** que aliente la participación de empresarios chiapanecos, funcionarios de los tres niveles de gobierno e inversionistas para que actúen como promotores de la inversión a través de sus propios casos de éxito.
- **Ficha de Impacto Económico,** que analice las inversiones estratégicas evaluando empleos y derrama económica en un formato único e institucional.
- **Elaboración de trajes a la medida,** que faciliten la instalación de nuevas empresas e inversiones.
- **Encuesta de evaluación y satisfacción a empresas instaladas,** que nos permita conocer el punto de vista de los inversionistas, para reafirmar o corregir acciones.

Objetivo Estratégico 1.2

Apuesta a la formación de corredores económicos estratégicos

Con el fin de transformar a Chiapas en un estado altamente competitivo y fuerte, nos hemos propuesto la articulación de una red de cooperación para el desarrollo y la formación de corredores económicos donde Chiapas tiene ventajas competitivas.

El objetivo es desarrollar corredores que generen economías de escala, que propicien la productividad de las empresas involucradas, que otorguen ventajas en materia de transporte, logística, proveeduría y transmisión del conocimiento; que permitan la cooperación entre agentes comprometidos con el fortalecimiento del sector, que fomenten la innovación, que desarrollen el capital humano competitivo y especializado, y que sean polos de atracción de inversiones.

Estrategia y líneas de acción

Confluir el esfuerzo multisectorial y multidisciplinario para planear corredores con tareas específicas, responsables, metas de corto, mediano y largo plazo, suma de recursos de los tres órdenes de gobierno e iniciativa privada; incentivos específicos donde participen la micro, pequeña, mediana y grande empresa, entre otros; identificándolos a través de diagnósticos claros y precisos.

- **Estudios estratégicos de corredores,** que identifiquen los factores críticos de éxito de cada corredor, elaborados por empresas de reconocido prestigio nacional e internacional, universidades y funcionarios públicos, para contar con programas y proyectos estratégicos concretos.
- **Consejos para la competitividad de corredores económicos estratégicos,** órganos colegiados para la toma decisiones, elaboración de rutas críticas y seguimiento y evaluación de metas; los cuales están integrados por representantes de los sectores público, empresarial y académico.

Objetivo Estratégico 1.3

Incentivos sin precedentes a la inversión

La competencia nacional e internacional por atraer y retener inversiones productivas es muy alta. Las regiones requieren no sólo centrarse en sus ventajas competitivas, sino contar con una canasta de incentivos competitivos. Por citar un ejemplo, El Salvador exenta a

los inversionistas el 100 por ciento de impuestos sobre la renta; a la importación de materia prima, componentes y bienes de capital; sobre ventas y la totalidad de impuestos estatales y municipales; y brinda además asesoría y apoyo logístico en su instalación.

Estrategia y líneas de acción

Ofrecer instrumentos y estímulos financieros, regulatorios, fiscales y laborales, con base en la Ley de Fomento Económico y Atracción de Inversiones, ajustándose a las necesidades concretas de cada empresa, evaluando siempre el beneficio social y económico de la inversión.

- **Fondo de Fomento Económico Chiapas Solidario (FOFOE),** primero en su tipo a nivel nacional que cuenta con un cajón financiero de atracción de inversiones estratégicas que ofrece estímulos directos e indirectos para la instalación de empresas de alto valor agregado.
- **Esquema de Inversión cien por ciento segura,** la concepción es contar con un mecanismo que otorgue certidumbre para invertir en Chiapas, ya que existe la falsa percepción de una mayor probabilidad de ocurrencia de riesgos políticos en el sureste de México que en otras regiones. Este mecanismo hace mucho sentido ya que la percepción no coincide con la realidad, puesto que somos el estado más seguro del país. Por lo que se trabaja en un esquema de seguro contra eventualidades políticas.
- **Ley de Fomento Económico y Atracción de Inversiones,** que ofrezca instrumentos y estímulos financieros, regulatorios, fiscales y laborales para constituir a Chiapas en un estado altamente atractivo para los inversionistas con elementos novedosos como:
  - ✓ Lineamientos que consideran una oferta amplia y diversificada de incentivos, estímulos y apoyos que pretenden ajustarse a las necesidades concretas de cada empresa, evaluando siempre el beneficio social y económico de la inversión.
  - ✓ Constitución de un Consejo Consultivo de Fomento Económico, integrado por representantes de los sectores público, empresarial y académico; para la toma decisiones respecto de los incentivos fiscales y no fiscales, apoyos y estímulos directos.
  - ✓ La figura de promotores económicos que busca incentivar a personas físicas y morales a gestionar inversiones estratégicas para el estado otorgando un estímulo económico a éstos, cuando logren el establecimiento formal de dichas inversiones.
- **Programa primer empleo,** impulsar ante el gobierno federal la extensión de 1 a 5 años del programa del Primer Empleo en diversos municipios de Chiapas como estímulo estratégico para la instalación de empresa con alto valor agregado.

Eje Estratégico 2. Desarrollo Empresarial

Más y mejores empresas y emprendedores

Una de las lecciones de las sociedades que han observado un importante crecimiento económico y mejorado su calidad de vida, es la productividad de sus empresas y el espíritu emprendedor de su población. Por ello, esta administración estimula el trabajo en equipo con empresarios y emprendedores para mejorar la productividad y competitividad de las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, como un elemento fundamental para transformar la realidad económica.

De esta manera enfrentamos enormes desafíos: 97 por ciento de las unidades económicas son microempresas y generan apenas 11.5 por ciento de la producción bruta; del total de empresas en el estado, sólo 0.1 por ciento son grandes y contribuyen con 72.6 por ciento de la producción; y únicamente nueve empresas cuentan con más de mil empleados. Aunado a esta realidad, regularmente los instrumentos de apoyo a empresarios y emprendedores están dispersos y son de difícil acceso.

En consecuencia, el gobierno del estado ha desplegado una política pública intensiva que busca acercar gradualmente a los empresarios y emprendedores para ofrecerles de forma integral herramientas que faciliten el incremento de su competitividad y sus márgenes de utilidad; favorezcan su permanencia en el sector; mejoren sus procesos; incursionen en más mercados, y generen oportunidades de desarrollo.

La estrategia principal de esta política consiste en incrementar y mejorar seis objetivos estratégicos a fin de brindar a empresarios y emprendedores trajes a la medida y evitar la oferta de servicios dispersos:

1) Más y mejor atención empresarial; 2) Más y mejor capacitación; 3) Más y mejor financiamiento; 4) Más y mejores productos y comercialización, 5) Más y mejores servicios integrales para el desarrollo empresarial; y, 6) Más y mejor vinculación del sector empresarial con la ciencia y la tecnología.

Objetivo General

Propiciar el desarrollo y consolidación de más y mejores empresas y emprendedores.

Objetivo Estratégico2.1

Más y Mejor Atención Empresarial.

En la actualidad, pocos empresarios y emprendedores conocen las dependencias públicas encargadas del desarrollo y fomento económico. Cuando estos las identifican ignoran los servicios que ofrecen y, en el caso de que los conozcan, la mayoría de las veces encuentran servicios dispersos y de difícil acceso. De ahí que, en primera instancia, se promuevan las herramientas y servicios que ofrecen con calidad a la empresa las diversas dependencias, de forma integral, personalizada y con una asesoría continúa.

Una atención empresarial eficiente es el punto de partida para entablar una alianza estratégica con los empresarios y emprendedores.

Estrategia y líneas de acción

Ofrecer atención integral y personalizada a empresarios y emprendedores a través de servicios competitivos e innovadores, acercando nuestros servicios a todos los empresarios del estado; y desarrollando modelos de negocios que les permita incrementar su productividad.

- **Centro de Desarrollo Empresarial y Empleo (CEDE-e),** generar CEDE-e's en los que se ofrezca, en un mismo lugar, la mayoría de los servicios empresariales, logrando una mayor eficiencia en la atención y promoviendo herramientas que faciliten el desarrollo y consolidación de negocios. Ofreciendo atención personalizada mediante ejecutivos decuenta, registro único de solicitudes, un sistema interactivo y en línea y servicios sistematizados por responsables.
- **Centro de Satisfacción Empresarial (CISE),** establecer un Centro de Satisfacción Empresarial con el fin de monitorear la calidad de los servicios para el desarrollo empresarial, recibir y darle seguimiento a solicitudes, sugerencias, quejas y denuncias, y promocionar los servicios a través de: encuestas, call center y buzón de opinión.
- **Centro de Gestión Empresarial (CEGEM),** que brinde asesoría a quienes cuentan con un negocio o están en proceso de establecerlo, para facilitar la gestión de trámites federales, estatales y municipales en temas de apertura de empresas, desarrollo de marca, derechos de autor y constitución de sociedades, entre otros.
- **Centro de Diseño de Imagen y Productos,** para empresas y emprendedores chiapanecos; apoyándolos con rediseño de marca, creación de slogan, diseño de carteles publicitarios y estrategia de marketing.
- **Brigadas Emprende Chiapas!,** impulsar un modelo novedoso de atención empresarial y de cobertura territorial en las unidades económicas a través de las Brigadas Emprende Chiapas. Con estas brigadas, se divulgan los servicios que se ofrecen a empresarios y emprendedores, se capacita en sitio, se asesora en materia de buenas prácticas empresariales y se aplica una encuesta para recabar información de las unidades económicas.
- **Relación con cámaras y organismos empresariales,** para establecer una relación permanente y productiva con cámaras y organismos empresariales, que nos permita sumar esfuerzos en el desarrollo empresarial del estado.
- **Semana PyME,** promover la asistencia al evento empresarial más importante del país, de empresarios y emprendedores, con el fin de que adquieran conocimientos a través de conferencias, seminarios y talleres; intercambien experiencias y establezcan contactos de negocios con grandes empresas y cadenas comerciales.
- **Foros PyME,** eventos de promoción y acercamiento de los servicios empresariales que brindan el sector público y privado a los empresarios chiapanecos.

Objetivo Estratégico 2.2

Más y mejor capacitación

Con relación a la capacitación, hoy se dice que ya no es el pez más grande el que se come al chico, sino el más veloz al más lento. Ello implica la necesidad de hacer un esfuerzo sin precedente para que Chiapas cuente con un sistema de capacitación continuo, actualizado y permanente que contribuya a incrementar la competitividad de su economía. Para lograrlo, es necesario romper el círculo de capacitación limitada, dispersa y no continúa ni sistematizada.

Estrategia y líneas de acción

Fomentar una cultura empresarial orientada a la competitividad y el fortalecimiento de las capacidades de empresarios, emprendedores y trabajadores, a través de cursos de alto impacto en formatos accesibles utilizando las nuevas tecnologías de información.

- **Centro Integral de Capacitación (CICAP),** establecer áreas especializadas, las cuales serán ubicadas en los CEDE-e's, con el fin de ofrecer servicios de capacitación a los diferentes sectores económicos, principalmente a las MiPyMES, con tres formatos de capacitación acordes a las necesidades de los usuarios:
  - ✓ Capacitación Democrática que se compone de productos multimedia autodidactas y un programa permanente de cursos. Los contenidos de este modelo de capacitación son genéricos y se orientan a empresarios de diferentes sectores económicos.
  - ✓ Capacitación a la Carta se integra por cursos especializados para las necesidades específicas de cada empresario mediante el desarrollo de contenidos acordes con la realidad económica de cada sector y contenidos enfocados a incrementar la competitividad de sectores específicos.

Objetivo Estratégico 2.3

Más y Mejor Financiamiento

El financiamiento es la palanca para el desarrollo económico, pero su acceso para la mayoría de las empresas es complejo y tardado. Para fomentar el acceso al crédito en condiciones accesibles y competitivas, es necesario ofrecerle a las empresas y emprendedores chiapanecos esquemas que se ajusten a sus condiciones de operación.

Estrategia y líneas de acción

Crear un fondo de financiamiento único con la flexibilidad de otorgar financiamiento en diversos esquemas, potencializando sus recursos con la participación de los tres niveles de gobierno, bajo esquemas novedosos de retorno y financiamiento de recursos, promoviendo la firma de convenios de coordinación con fondos federales.

- **Fondo de Fomento Económico Chiapas Solidario (FOFOE),** fondo de financiamiento de la micro, pequeña, mediana y grande empresa, estructurado en cajones financieros, que le permite vincular, en condiciones competitivas, los fondos federales y estatales con la actividad empresarial, con base en un marco normativo moderno, innovador y ajustado a las condiciones económicas y de negocios vigentes. El fondo cuenta con apoyos para créditos refaccionario industrial, capital de trabajo, cuenta corriente y microcréditos; apoyo a microfinancieras para la dispersión de recursos; financiamiento a emprendedores, programas especiales y franquicias empresariales; potencialización de recursos con Nafin, FIRA, FONAES, Fondo Paraguas y fondos federales.
- **Centro Integral de Financiamiento,** órgano colegiado integrado por representantes de diferentes instituciones financieras, así como de fondos federales y estatales, con el propósito de elaborar de estrategias para ofrecer financiamiento competitivo a empresarios y emprendedores, disminuir la cartera vencida de los fondos públicos y mejora sus calificaciones, entre otros.
- **Fondo PyME,** programa de financiamiento a las PyMES de sectores estratégicos, mediante una mezcla de recursos federales, estatales, municipales, privados y del sector académico

que permite potencializar recursos de sus participantes, con el fin de incrementar la competitividad y productividad de las empresas.

- **Prosoft,** Programa de Desarrollo de la Industria del Software, que otorga estímulos directos vía subsidio a empresas del sector de las tecnologías de la información apoya la consolidación de las TI en el estado, bajo un esquema de coparticipación de recursos federales, estatales, privados y de instituciones educativas.

Objetivo Estratégico 2.4

Más y mejores de productos y comercialización.

Tradicionalmente existe un círculo vicioso entre la producción y la comercialización. La comercialización de productos debe estar enfocada a contar con mercados demandantes asegurados, requiere de estrictos estándares en la calidad e innovación, asegurando el abasto suficiente de mercancías.

Estrategia y líneas de acción

Impulsar la comercialización de productos chiapanecos en mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, mediante programas para la innovación de productos y servicios. Programas para innovar productos y servicios, mediante asesorías en diseño e imagen.

- **Participación en foros,** ferias y exposiciones, a nivel local, regional, nacional e internacional, que permita a los empresarios chiapanecos, promover sus productos y establecer contactos comerciales.
- **Asesoría comercial personalizada,** brindar asesoría especializada y especializada en temas de mercados nacionales e internacionales, embalaje, mercadotecnia y exportación.
- **Censo de productos chiapanecos,** constituir una base de datos de los productos elaborados en Chiapas, que por su calidad y cantidad de producción son susceptibles de ser comercializados a nivel local, nacional e internacional, con el fin de promoverlos en diferentes medios impresos y electrónicos.
- **Enlaces comerciales,** que promuevan la promoción de productos chiapanecos ante diferentes cadenas de autoservicio y distribuidores, para su integración a los mercados locales y regionales en mejores condiciones de venta.
- **Posicionamiento del Ámbar de Chiapas,** organizar de manera anual la Expo Ámbar como el evento más importante del sector ambarero en México.

Objetivo Estratégico 2.5

Más y mejor vinculación del sector empresarial con la ciencia y la tecnología.

El incremento de la productividad y la competitividad empresarial, dependen en gran medida de la capacidad de articulación del sistema estatal de ciencia y tecnología para generar, transferir, divulgar, difundir y aplicar el conocimiento científico y tecnológico, con la realidad económica del estado.

Por ello, en esta Administración nos hemos trazado una política de desarrollo científico y tecnológico que vincule eficientemente nuestras capacidades empresariales y las demandas del sector con los avances científicos.

Estrategia y líneas de acción

Incrementar la competitividad de las empresas y la competitividad de las organizaciones productivas, mediante su vinculación con los centros de investigación y la transferencia de tecnologías.

- **Corredor de la industria de Tecnologías de la Información,** establecer un Corredor de Desarrollo de la Industria de las Tecnologías de Información, a través de acciones que permitan potencializar sus fortalezas y estimulen la instalación de empresas del sector, como motor del desarrollo económico del estado para la generación de más y mejores empleos.
- **Fondo de Jóvenes Innovadores (FOJOVI);** apoyar proyectos de innovación y desarrollo de negocios innovadores, para impulsar la creatividad de los jóvenes chiapanecos y el desarrollo tecnológico en el Estado de Chiapas,
- **Propiedad Industrial,** apoyar y promover entre los diferentes sectores, el uso del sistema de protección industrial, con el fin de promover una cultura de registro de marca y patentes.
- **Vinculación para la Competitividad,** para propiciar la relación de las actividades científicas y tecnológicas con el sector empresarial, académico, gubernamental y social.
- **Sistema Integrado de Información Científica y Tecnológica (SIICYT),** difundir, divulgar, promover y fomentar la ciencia y la tecnología en general como instrumento para desarrollar de manera armónica y sustentable, las capacidades científicas y tecnológicas del estado.
- **Fondo Solidario de Apoyo a la Innovación (FOSAI),** financiar proyectos de innovación, creación y desarrollo de negocios innovadores presentados por emprendedores y empresarios chiapanecos, haciendo accesible la tecnología y resultados de las investigaciones a uniones, cámaras y grupos.

Objetivo Estratégico 2.6

Más y mejores servicios integrales para el desarrollo empresarial.

En Chiapas existen sectores, que no obstante su alto impacto económico y social, se encuentran poco desarrollados en cuanto a su modelo de negocios y sus procesos operativos, lo que redunda en una baja competitividad y productividad. Así también, existen novedosas iniciativas de negocios que por no contar con una atención integral, que les brinde capacitación, financiamiento, ingeniería de procesos, diseño corporativo, entre otros, no logran desarrollar todo su potencial y consolidarse.

Por ello, en esta administración desarrollamos un modelo de atención integral que ofrece a empresarios y emprendedores, un portafolio de servicios encaminados a dotarlos de las herramientas necesarias para su desarrollo.

Estrategia y líneas de acción

Establecer un portafolio de servicios empresariales que generen modelos de negocios que apoyen a sectores económicos en su competitividad y productividad, se impulsen iniciativas de negocios de manera integral para el desarrollo empresarial, generando las condiciones necesarias para estimular y apoyar de manera efectiva a los emprendedores.

- **Centro Integral de Desarrollo Empresarial (CIDEM),** con el fin de asistir a los empresarios y emprendedores con una gama integral de servicios a través de un órgano colegiado compuesto por las diversas áreas del Gobierno del Estado enfocadas en el desarrollo empresarial, Delegación de Economía y empresarios, que impulsa los proyectos de empresas y emprendedores integralmente.
- **Premios Empresario del Año y Empresario Distinguido,** que reconoce a las empresarias y empresarios que se han constituido en un ejemplo para la comunidad, por sus contribuciones para mejorar el clima de negocios, fomentar las mejores prácticas empresariales y promover el respeto a los valores.
- **Emprende Chiapas-Endeavor,** que asociado a la aceleradora de negocios internacional Endeavor, ofrecerá servicios de alto valor a empresas altamente innovadoras en su giro, denominadas gacelas, para acelerar su crecimiento.
- **Sistema Estatal de Incubadoras,** contar con una política pública que permita estandarizar y ampliar los modelos de incubación de empresas en las diferentes incubadoras del estado, fomentado la creación e incorporación de nuevas a este sistema.
- **Marca Chiapas,** desarrollar una identidad del estado como distintivo de productos y servicio turísticos de alta calidad, que permita posicionar a Chiapas en los mercados nacionales e internacionales.
- **Nuevos Modelos de Negocios,** instrumentar modelos de negocios que permitan incrementar la competitividad y productividad de diversos sectores económicos como son la industria de la masa y la tortilla (MI Tortilla y Macro Tortillería), Tiendas de Abarrotes (Super Chiapas), hotelero y restaurantero. Actualmente, se ejecutan los siguiente programas:
  - ✓ **MI Tortilla,** programa integral en el que los industriales tienen acceso a capacitación, consultoría y financiamiento, en condiciones preferenciales.
  - ✓ **Macro Tortillería,** que propone habilitar fábricas de tortilla que operen con criterios de industria de gran escala, aprovechando la fuerza de ventas que representan las actuales tortillerías, para convertirse en establecimientos que ofrezcan una canasta más amplia de productos.
  - ✓ **Súper Chiapas,** que ofrece a las micro y pequeñas tiendas de abarrotes tradicionales, herramientas que les permitan incrementar su posición en el mercado, modernizarse, ofrecer una gama de productos de calidad y mejorar la experiencia de compra del consumidor a través de un modelo de negocios tipo franquicia.

Eje Estratégico 3. Por Un Chiapas Competitivo

Más competitividad

Un estado competitivo genera riqueza, favorece el crecimiento económico y propicia la creación de más y mejores empleos. La competitividad es la capacidad de mantener e incrementar sistemáticamente las ventajas que permitan alcanzar, sostener y mejorar una posición de liderazgo en el entorno nacional e internacional.

Lograr una posición competitiva significa transformar nuestros esquemas habituales de trabajo y, en consecuencia, nuestra realidad. La competitividad es el resultado de aprovechar las oportunidades, de conocer en qué somos mejores que los demás, de superar obstáculos.

En esta materia, en Chiapas tenemos un gran reto por delante: de acuerdo con el Índice Nacional de Competitividad para las Entidades Federativas, Chiapas ocupa el último lugar en esta materia. Por ello, desde el inicio de esta Administración estamos trabajando, los tres ordenes de gobierno y los sectores privado y social, estamos trabajando para incrementar nuestra competitividad como factor clave para mejorar la calidad vida de los chiapanecos.

En materia de fomento económico Chiapas se ubica en el lugar 24 en cuanto a la facilidad para hacer negocios; y el 27 en lo que se refiere al tiempo para abrir una empresa. En este último indicador, en Chiapas se requiere de 36 días, mientras que en Aguascalientes, el primer lugar, el tiempo es de 14 días. Para alcanzar nuestras metas en esta materia establecimos dos objetivos estratégicos: 1) Más y mejor información estratégica y 2) Mejora Regulatoria.

Objetivo General

Incrementar la competitividad de nuestra entidad como factor clave para mejorar la calidad vida de los chiapanecos.

Objetivo Estratégico 3.1

Más y mejor información estratégica.

Uno de los obstáculos a la competitividad es la limitada capacidad para generar y divulgar información económica y de mercados. La información es un factor clave en la competitividad del estado, porque orienta las decisiones relacionadas con proyectos productivos privados y con las políticas públicas encaminadas al desarrollo económico.

En este sentido, instrumentamos una estrategia que tiene por objetivo la generación, recopilación, divulgación y análisis de información estratégica en temas económicos y de corredores económicos, que permita a empresarios, inversionistas, emprendedores, académicos y funcionarios, fundamentar sus decisiones.

Estrategia y líneas de acción

Integrar y desarrollar servicios de información económica y de mercado; así como estudios sectoriales, regionales, económicos y de corredores económicos.

- **Sistema Data Chiapas;** diseñar y mantener un portal interactivo especializado en la recopilación y divulgación de información económica, de mercados y corredores económicos.
- **Reporte Chiapas,** documento estratégico con información económica para la toma de decisiones.

- **Guías y reportes;** desarrollar de guías empresariales y reportes de mercado, con el fin de dar a conocer los pasos y acciones para el desarrollo de actividades económicas específicas y difundir análisis de mercados seleccionados respectivamente.
- **Estudios especializados,** contratar y desarrollar estudios estratégicos para corredores económicos y proyectos específicos.
- **Programa Experto Voluntario,** establecer un programa que aliente a especialistas nacionales e internacionales en diversos campos del desarrollo sectorial y regional, para que donen tiempo y conocimiento para la elaboración de estudios enfocados al fortalecimiento de los Corredores Económicos.
- **Estudio y Plan Estatal para la Competitividad,** convenir con el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C. (IMCO), la elaboración de un estudio que permitirá identificar los factores que limitan la competitividad de Chiapas. Con base en él, se formulará el Plan Estatal para la Competitividad, identificando acciones de corto y mediano plazo para mejorar nuestra posición a nivel nacional.
- **Consejo Estatal para el Impulso de la Competitividad;** de manera conjunta con la Secretaría de Economía federal, impulsar el establecimiento del modelo de consejo estatal para el impulso a la competitividad, con el fin de promover medidas precursoras de competitividad, regulatorias y legislativas, con el fin de acelerar la competitividad de sectores altamente productivos.

Objetivo Estratégico 3.2

Mejora regulatoria

La falta de un clima negocios favorable desincentiva la apertura de empresas, inhibe a la inversión productiva y favorece la economía informal.

Por ello, es necesario desarrollar acciones encaminadas a sentar las bases para incrementar nuestra competitividad mediante un mejor clima de negocios, disminuir el tiempo para la apertura de empresas y estudios que identifiquen los obstáculos a la competitividad para trazar una ruta que nos permita mejorar nuestra posición.

Estrategia y líneas de acción

Establecer programas que coadyuven en mejorar el clima de negocios de Chiapas, a través de una mejora regulatoria.

- **Sistema de Apertura Rápida de Empresa (SARE),** en coordinación con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), promover entre los Ayuntamientos de Chiapas, el establecimiento y habilitación de Sistemas de Apertura Rápida de Empresas (SARE).
- **Estudios y asesorías,** convenir con instituciones de educación superior, organismos internacionales y consultorías, la realización de estudios especializados en mejora regulatoria, que permita la disminución de trámites a través de proceso de reingeniería.

Eje Estratégico 4. Turismo: Clave del Desarrollo Económico.

Más turistas y mayor derrama económica

La Administración del Gobernador Juan Sabines Guerrero ha puesto en marcha una política integral que alienta la vocación turística del estado, desarrolla destinos turísticos de calidad internacional y posiciona a Chiapas en el espectro de los destinos de viaje que se demandan. Como pieza clave en el desarrollo económico de Chiapas, vamos a garantizar el crecimiento del sector turístico respetando los entornos naturales, culturales y sociales. Lo vamos a hacer a través de un liderazgo respetuoso del sentir de los empresarios y atento a las demandas ciudadanas.

La decisión del Estado en materia turística, es mantener un hilo conductor a lo largo de la presente administración. Desarrollaremos una gama de nuevos productos turísticos y fomentaremos acciones tendientes a la mejora en la competitividad del producto turístico Chiapaneco a partir de planteamientos integrales, que permitan mejorar el entorno económico en el cual operan las empresas del sector y respaldar sus actividades, así como orientar inversión pública y privada tendiente a la mejoría gradual de las rutas identificadas para que operen en toda su capacidad y brinden al visitante información suficiente, experiencias de viaje, actividades recreativas y servicios de calidad. Criterio básico de la competitividad del turismo será la preservación de los ecosistemas donde se localizan los atractivos turísticos y su contribución para elevar la calidad de vida de las poblaciones residentes en las regiones con vocación turística.

Para lograr que el turismo sea en efecto una pieza clave del desarrollo económico de Chiapas y lograr la atracción de más turistas que signifiquen una mayor derrama económica para el estado, trabajamos en cuatro objetivos estratégicos: 1) Más y mejor competitividad del producto turístico chiapaneco; 2) Más y mejores opciones para el sector turístico social; 3) Mejor promoción y comercialización turística; y, 4) Más y mejores servicios de información y atención al turista.

Objetivo general

Aumentar el número de turistas en el estado, aprovechando su vocación, desarrollando destinos turísticos de calidad internacional y atraer segmentos de demanda de mayores ingresos.

Objetivo estratégico 4.1

Más y mejor competitividad del producto turístico Chiapaneco

Los actuales mercados turísticos a nivel nacional e internacional, al igual que el de productos, están inmersos en la globalización. Los turistas cuentan con una gama de información y oferta de destinos que hace que día a día estos mercados sean más competidos. No basta contar con bellezas naturales, sitios históricos y tradiciones singulares para atraer visitantes.

Requerimos generar las condiciones de competitividad en todas las actividades que componen al sector turístico para estar en posibilidades de atraer más turistas y lograr mayor derrama económica.

Estrategia y líneas de acción

Desarrollar estudios estratégicos y de mercado que vinculen a nuestra oferta turística con lo que el mercado demanda, estableciendo proyectos y programas de gran visión que permitan atraer inversiones y el desarrollo de infraestructura turística de clase mundial, mediante modelos de financiamiento participativos.

- **Estudios sectoriales estratégicos,** contratar y realizar estudios de potencialidades de desarrollo regional, para el diseño e implementación de proyectos turísticos.
- **Comités para la competitividad e innovación,** órganos colegiados integrados por representantes de los tres órdenes de gobierno, sector privado y académico que identifiquen y establezcan, con base a diagnósticos claros y estudios sectoriales, las acciones necesarias para el desarrollo de las regiones identificadas con vocación turística.
- **Atracción de inversiones,** promover la inversión pública y privada en los factores que inciden en la competitividad del sector.
- **Planes de negocios y programas de inversión,** concertar con empresarios, inversionistas, dependencias y Ayuntamientos, el desarrollo de proyectos turísticos basados en planes de negocios y programas de inversión estratégicos.
- **Fortalecimiento de productos turísticos básicos,** establecer proyectos y programas que desarrollen circuitos básicos identificados como son: cruceros, historia y cultura, naturaleza, deportes y aventura, sol y playa, ferias y fiestas y ciudades capitales. En este último se conjugan subproductos como congresos y convenciones.
- **Estudios de alto impacto,** contratar y realizar estudios de factibilidad, de negocios, de mercado, arquitectónicos y de impacto ambiental; que permitan incrementar la competitividad del sector turístico mediante el desarrollo de proyectos de gran visión.
- **Modelos de Financiamiento,** convenir con los tres niveles de gobierno, iniciativa privada y organismos multilaterales para la gestión de nueva infraestructura turística necesaria.
- **Programa de desarrollo empresarial al sector turístico**, que vincule a las empresas turísticas de Chiapas, con todos los servicios empresariales que se ofertan, con el fin de incrementar su competitividad.

Objetivo estratégico 4.2

Más y mejores opciones para el sector turístico social.

Por su extensión territorial, su ubicación geográfica, su biodiversidad y la riqueza cultural del Estado; en Chiapas existen sitios enclavados en regiones que son susceptibles de vincularse y enriquecer circuitos turísticos al tiempo de ofrecer a sus pobladores una oportunidad de mejorar sus condiciones de vida.

Actualmente se cuenta con 39 centros turísticos de naturaleza, operados por organizaciones sociales en los que se ha procurado que conserven sus condiciones auténticas, su arquitectura es normalmente de pequeña escala y armoniza con el entorno, son escenarios ideales para realizar actividades de turismo alternativo o de bajo impacto ambiental y se procura que ofrezcan un ambiente amigable, que coexiste con la diversidad y en los que se respeta a todos los seres de la especie humana. A estos centros arriban viajeros interesados en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida y por ello, mantienen contacto con los habitantes de la comunidad. De su funcionamiento se benefician económicamente las comunidades locales.

Estrategia y líneas de acción

Apoyar y promover el desarrollo turístico de las comunidades rurales e indígenas, vinculándolas con circuitos turísticos y la consolidación de servicios e infraestructura turística, con respeto al medio ambiente.

- **Inventario de atractivos turísticos,** elaborar un catálogo de lugares que por sus características históricas, naturales y culturales, sean susceptibles de incorporarse a circuitos turísticos ya desarrollados y que se encuentren en torno a los polos de desarrollo existentes en el estado.
- **Campañas de promoción de usos sustentable de los recursos,** coordinar esfuerzos interinstitucionales, para la articulación de campañas de comunicación y de manejo sustentable de los recursos naturales, dirigidas a los habitantes de los centros turísticos operados por organizaciones sociales.
- **Programas de equipamiento turístico,** realizar acciones encaminadas al equipamiento operativo, señalización e identidad turística a centros turísticos administrados por el sector social, para fortalecer la experiencia que ofrecen al segmento de turismo de naturaleza, el cual actualmente registra una demanda creciente en el mercado de viajeros nacional e internacional.

Objetivo estratégico 4.3

Mejor promoción y comercialización turística

El gobierno del estado y el sector privado realizan significativos esfuerzos para destinar recursos a la promoción turística del estado de Chiapas. Sin embargo, las acciones han carecido de articulación para que esas inversiones se reflejen consistentemente en la afluencia turística.

Por lo anterior, adoptaremos una política de promoción orientada a la identificación y conocimiento de los mercados meta mediante la investigación de mercados y estudios. La información obtenida nos permitirá conocer en dónde está el cliente, cuál es el mejor cliente para nuestras características e, incluso, saber cuál es el medio idóneo para promover nuestros atractivos turísticos.

Para fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados, se promoverán acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros. Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

Estrategia y líneas de acción

Promover a Chiapas como un destino de clase mundial y fomentar la comercialización del producto turístico chiapaneco. De acuerdo a las características de nuestra oferta turística y los requerimientos de la demanda nacional e internacional, facilitando la venta de nuestros productos turísticos, mejorando la conectividad entre los principales destinos.

- **Programas de marketing,** formular planes anuales de mercadeo e inversión de recursos en acciones de promoción, difusión y comercialización turística.
- **Convenios de coordinación,** trabajar conjuntamente con el sector público en el nivel federal, estatal y municipal así como con la iniciativa privada, para compartir las inversiones que demanda una promoción y un mercadeo profesional del destino Chiapas.

- **Promoción turística estratégica,** participar en forma creciente, en foros y eventos de promoción y comercialización turística del nivel regional, nacional e internacional; a los que se concurrirá con los empresarios de Chiapas interesados en esos mercados.
- **Promoción con tiros de precisión,** identificar nuevos colectivos de interés, para generar visitas de líderes de opinión hacia Chiapas y apoyar viajes de familiarización de periodistas y agentes de viajes.
- **Promoción del turismo de cruceros,** que identifique y contacte a los principales tour operadores de cruceros y a las líneas navieras con recorridos transcanal, a efecto de posicionar a Puerto Chiapas, como un destino de cruceros en el Pacífico Mexicano.
- **Promoción de turismo de convenciones,** que en coordinación con las dependencias, organismos y grupos sociales y privados, identifique y atraiga eventos de carácter nacional e internacional a Chiapas, con el fin de aprovechar nuestra infraestructura.
- **Promoción de nuevas rutas aéreas,** promover la conectividad aérea del destino Chiapas, a través del establecimiento de nuevas rutas y nuevas aerolíneas. Gestionar ante las instancias del sector comunicaciones y transportes, las acciones tendientes a la puesta en operación de los aeropuertos de Palenque, Comitán y San Cristóbal de las Casas.
- **Promoción de la red aeroportuaria,** desarrollar una intensa campaña dirigida a inversionistas y dependencias del sector federal y estatal para el fortalecimiento de la red aeroportuaria de Chiapas.

✓ Convenios de coordinación, suscribir acuerdos interinstitucionales con los gobiernos estatal y municipal para la concertación social, consecución de recursos y ejecución de trabajos necesarios para dar funcionalidad a la red aeroportuaria del estado.

✓ Gestión para el desarrollo, gestionar ante las instancias federales del sector comunicaciones y transportes, para que se realicen los estudios de factibilidad en la red aeroportuaria del estado para su promoción ante inversionistas.

Objetivo estratégico 4.4

Más y mejores servicios de información y atención al turista

La competitividad del producto turístico Chiapaneco, está directamente relacionado con su capacidad de ofrecer niveles de calidad de clase mundial en sus servicios, así como el suministro suficiente de información turística de utilidad en la planeación de su viaje, para el conocimiento de los sitios de interés que habrá de visitar, tales como servicios de hoteles, restaurantes, agencias de viajes, arrendadoras de autos, medios y vías de comunicación terrestre y aeroportuaria.

Estrategia y líneas de acción

Brindar servicios de información y atención al turista de clase mundial.

- **Módulos de Información turística,** ampliar la cobertura geográfica de los módulos de información turística y mejorar la calidad de los servicios de orientación y promoción que desde ahí se brindan.

- **Consolidar el sistema de información turística estatal (SITE),** consolidar los instrumentos de medición y datos de los prestadores de servicios, integrando un banco de datos que coadyuve en la planificación de los visitantes en la planeación de su viaje, el conocimiento de los lugares a visitar y los atractivos con que cuentan, trabajando en forma sistematizada con los prestadores de servicios a fin de mantener actualizada la información necesaria para medir el comportamiento del sector.
- **Certificación de Calidad,** fomentar la certificación de la calidad los servicios turísticos suministrados por la iniciativa privada, así como por las dependencias y entidades del gobierno estatal y municipal.
- **Programa de apoyo carretero,** establecer acciones de auxilio turístico carretero con métodos innovadores que modernicen los servicios y amplíen su cobertura.

Eje Estratégico 5. Movilización para el Empleo

Más y mejor mercado laboral

La generación de más y mejores empleos es el objetivo general del programa sectorial, una herramienta indispensable para lograr este objetivo es la vinculación del sector productivo con la población en edad de trabajar, tanto en lo referente a su contratación, como en lo que respecta a los conocimientos y herramientas necesarias para el trabajo.

Nuestro estado se caracteriza por tener una población joven, lo cual impone retos en materia educativa y laboral. El segmento de la población en edad de trabajar (14 años en adelante), asciende a 2 millones 851 mil 874 personas, lo que representa el 65 por ciento de la población total del estado. Cada año, se incorporan al mercado de trabajo alrededor de 30 mil personas.

Por ello, en esta administración trabajamos de manera coordinada con el sector productivo para fortalecer nuestro capital humano a través de la capacitación tecnológica y la vinculación de oferentes y demandantes de puestos de trabajo. Por esto, hemos establecido tres objetivos estratégicos: 1) Vinculación Universidad-Empleo; 2) Más y mejor capacitación para y en el trabajo; y, 3) Más y mejor vinculación laboral.

Objetivo Genera

Incrementar la competitividad de nuestro capital humano, mediante la capacitación para y en el trabajo, vinculando a la población buscadora de empleo con el sector productivo.

Objetivo Estratégico 5.1

Vinculación Universidad Empleo

Cada año egresan de instituciones públicas y privadas profesionistas con la intención de incorporarse a un empleo; sin embargo, las condiciones del mercado laboral no son óptimas en función de que la cantidad de vacantes de la planta laboral es mínima y las que existen, requieren de experiencia laboral, aun cuando los sueldos que ofrecen son bajos.

Tal situación requiere de la inmediata atención institucional, dado que el número de profesionistas aumenta progresivamente. Por ello, se requiere generar entre los profesionistas recién egresados y próximos a egresar, conciencia de las oportunidades de empleo que ofrece el aparato productivo y de la mayor exigencia de experiencia laboral.

Estrategia y líneas de acción

Incorporar al mercado laboral a profesionistas recién egresados, mediante un esquema de capacitación en la práctica laboral, para adquirir la experiencia requerida en los espacios de trabajo del sector.

- **Vinculación Universidad - Empleo,** otorgar apoyo en becas de capacitación en la práctica laboral a los jóvenes profesionistas recién egresados de las universidades, con la finalidad de que obtengan experiencia laboral y sean contratados.

Objetivo estratégico 5.2

Más y mejor capacitación para y en el trabajo.

Si bien, la generación de empleos de calidad es fundamental para incrementar el bienestar de la población, esto implica un enorme reto: preparar a nuestro capital humano para acceder a puestos de trabajo especializado y mejor remunerados, brindando capacitación tecnológica a la planta productiva y preparando a los buscadores de empleo para su inserción al mercado laboral en mejor tiempo.

Estrategia y líneas de acción

Instrumentar programas de capacitación tecnológica e incrementar la cobertura de estos servicios, vinculando el sector productivo en los procesos de capacitación, con el fin de incrementar las destrezas y habilidades laborales de la población desocupada y la planta productiva.

- **Unidades de Capacitación,** a través de planteles educativos del Instituto de Capacitación y Vinculación Tecnológica del Estado de Chiapas se ofrecerán cursos de capacitación en las especialidades de operación de microcomputadoras, confección industrial de ropa, inglés, servicios de belleza, carpintería, artesanías de precisión y preparación y conservación de alimentos.
- **Programa de Capacitación de "Integración Textil",** que integre a pequeñas empresas textiles que empleen mujeres de zonas rurales marginadas o dispersas, con el propósito de elevar sus ingresos y calidad de vida a través de la elaboración y venta directa de prendas tejidas.
- **Programa de Capacitación de "Personas con Capacidades Diferentes",** que proporcione a las personas con capacidades diferentes, cursos que les permitan integrarse productivamente a la sociedad, involucrando a su familia, así como de darles los conocimientos y herramientas necesarias para emplearse o autoemplearse.
- **Programa de Capacitación de "Familia de Migrantes",** que brinde a los integrantes de familia de emigrantes capacitación como una herramienta para integrarse al campo laboral, que les permita generar ingresos reforzando los valores y el vínculo familiar.
- **Programa de Capacitación para "Jóvenes",** ofrecer a los jóvenes chiapanecos a través de la capacitación para el trabajo, habilidades para incrementar sus capacidades y destrezas que le permitan su desarrollo personal y la inserción al mercado laboral en mejores condiciones de competencia, promoviendo una formación integral.
- **Programa de "Capacitación Turística",** garantizar la integración y fortalecimiento de la actividad económica motora del turismo, a través de la capacitación al personal administrativo y operativo de las empresas de este sector, otorgándoles con ello la oportunidad de

ampliar sus conocimientos y desarrollar nuevas habilidades que lo conduzcan a incrementar los niveles de productividad y calidad de los servicios que ofrecen sus empresas.

- **Convenios de coordinación interinstitucionales con el sector empresarial,** productivo, social y educativo para brindar capacitación especializada a la planta laboral y a la población desocupada.
- **Construcción y equipamiento de Unidades de Capacitación,** con el propósito de ampliar la cobertura del ICATECH para brindar capacitación de calidad acorde a los requerimientos de cada región y municipio.
- **Equipamiento de Unidades y Acciones Móviles de Capacitación,** con el fin de acercar los servicios de capacitación laboral a regiones que no cuentan con una unidad operativa y que por sus características requieren de servicios especializados.
- **Construcción de Oficinas Centrales del ICATECH,** para contar con espacios administrativos acordes a los requerimientos del instituto.
- **Capacitación a población desempleada,** que atiende a la población con mayores dificultades para incorporarse a las oportunidades de empleo en sus diferentes esquemas de capacitación a través de becas y cursos de capacitación.

Objetivo estratégico 5.3

Más y mejor vinculación laboral

Un factor clave en el desarrollo de nuestro capital humano, es su vinculación con el sector productivo de manera eficiente; el tiempo de espera para la reinserción de los trabajadores desocupados al mercado laboral en condiciones favorables además de generar desaliento, los desactualiza en proceso productivos; por ello es indispensable generar acciones que permitan colocar en el menor tiempo posible a las personas desempleadas, ofreciéndoles alternativas de ocupación y capacitación para su actualización.

Estrategia y líneas de acción

Establecer programas de vinculación que apoyen a los buscadores de empleo y faciliten su inserción al sector productivo, a través del empleo y el autoempleo.

- **Proyectos Productivos,** que fomente el autoempleo, mediante apoyo en especie de maquinaría y equipo para transformación de materia prima, a personas en condiciones de desventaja económica con interés de desarrollar un proyecto productivo.
- **Empleo formal,** que brinde ayuda económica, por una vez en el año, a la población desempleada en el proceso de búsqueda de empleo y estimulando al beneficiario para llevar a cabo acciones para su reinserción en el mercado de trabajo.
- **CHAMBATEL,** servicio gratuito de información vía telefónica que oferta puestos de empleos que se generan en el sector productivo, en todo Chiapas.
- **CHAMBANET,** servicio gratuito de bolsa de trabajo en Internet mediante la página www.chambanet.gob.mx que la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) ha puesto a disposición de los empresarios y buscadores de empleo del país.
- **Bolsa de trabajo,** servicio que promociona a buscadores de empleo entre los empresarios, para incrementar las oportunidades de empleo.

- **Talleres para buscadores de empleo,** servicio dirigido a personas sin empleo que cuentan con la calificación y experiencia adecuadas para su incorporación al mercado laboral, en donde se les proporciona las herramientas y técnicas necesarias que les permitan ampliar sus posibilidades de obtener un empleo.
- **Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales México-Canadá,** que brinde una alternativa de ocupación a trabajadores agrícolas mexicanos con conocimientos de siembra y cosecha de cereales, vegetales, flores, frutas, fresas, y tabaco, en invernaderos o viveros.
- **Ferias de empleo,** organizar evento que concentren, en un mismo lugar, a empresa que requieren personal para cubrir sus vacantes. En estas Ferias, los interesados solicitan trabajo directamente a las empresas participantes, lo cual les genera un gran ahorro en tiempo y dinero, al poder registrar su solicitud de empleo en varias empresas en un mismo día y lugar.
- **Microferias del empleo,** organizar eventos en las instalaciones de empresas o lugares públicos, en los que se les brinda a los buscadores de empleo una oportunidad de trabajo inmediata, mediante el contacto directo con empresas que requieren cubrir vacantes de manera urgente.

Eje Estratégico 6. Impulso a los bioenergéticos y energías alternativas

El cambio climático, provocado por la emisión de gases de efecto invernadero y la reducción en la producción, con el consecuente incremento en los precios de los combustibles fósiles, ha tenido como consecuencia, que cada día sean más los países que adopten políticas de conservación ambiental a través del uso de biocombustibles.

Chiapas tiene un gran potencial energético para la producción de energía renovable. El estado es el primer productor de palma de aceite en el país, con los mejores rendimientos de producción tanto a nivel nacional como internacional. Es además el noveno productor de caña de azúcar en México, ocupando el séptimo lugar en rendimiento por unidad de superficie, con un potencial de alrededor de 800 mil hectáreas para el establecimiento de cultivos de piñón e higuerilla. Estas condiciones agroecológicas permiten la producción de biodiesel, bioetanol y lubricantes.

Adicional a lo anterior, en Chiapas existen condiciones hidrológicas y eólicas que permiten el establecimiento de proyectos de energía alternativa. Para lograr que Chiapas aproveche plenamente sus ventajas en la producción de energía renovable hemos trazado una política que tiene como objetivos estratégicos: 1) Adecuar el marco jurídico para el desarrollo del sector de los bioenergéticos; 2) Establecimiento de módulos de producción bioenergética; 3) Producción y uso de energías alternativas; y, 4) Desarrollo de energías alternativas.

Objetivo General

Atraer y generar inversiones productivas y crear nuevos puestos de trabajo en el sector primario y secundario, aprovechando las tendencias mundiales en el uso de energías renovables.

Objetivo Estratégico 6.1

Adecuar el marco jurídico para el desarrollo del sector de los bioenergéticos

No obstante que Chiapas tiene una gran oportunidad para producir bioenergéticos, su producción no está regulada, así mismo, no se cuenta con instrumentos que permitan aprovechar los mecanismos de desarrollo limpio.

Los bonos de carbono son un mecanismo internacional de descontaminación para reducir las emisiones contaminantes al medio ambiente, que propician la conservación de nuestros bosques y selvas.

Estrategia y líneas de acción

Presentar al Poder Legislativo, un marco jurídico que promueva el desarrollo de módulos de producción bioenergética; aprovechando los mecanismos los mecanismos de desarrollo limpio a nivel mundial.

- **Ley Estatal de bioenergéticos y energías alternativas,** que establezca mecanismo e incentivos para el desarrollo de módulos para la producción de bioenergéticos.
- **Comisión Estatal de mecanismos de desarrollo limpio;** órgano colegiado que regule y canalice a la Comisión Intersecretarial de Cambio Climático Federal, proyectos que nos permitan ingresar al mercado de bonos de carbono.

Objetivo Estratégico 6.2

Establecimiento de módulos de producción bioenergética

De manera tradicional, las actividades agropecuarias cubren las funciones de seguridad alimentaria, ambiental, económica - producción y social. Sin embargo, en Chiapas, existen grandes extensiones de tierra que se encuentran subutilizadas por el cultivo de productos poco rentables o debajo rendimiento. Por ello, es importante que las actividades agropecuarias vayan más allá de la producción de alimentos. Es necesario desarrollar su potencial de función energética al generar energías que satisfagan las necesidades de la población, propiciando la investigación de cultivos propicios para la producción de biocombustibles.

Estrategia y líneas de acción

Establecer acciones de promoción para la integración de módulos de producción bioenergética que incluya áreas de producción; organización de productores; plantas de procesamiento; inversionistas privados y/o sociales en asociación; y mercado seguro de productos y coproductos bioenergéticos.

- **Estudios especializados,** contratar y desarrollar estudios especializados para identificar los cultivos y las áreas idóneas para la siembra de productos agrícolas orientados a la producción de biocombustibles.
- **Campaña de promoción,** que difunda y promueva las ventajas de la siembra de cultivos orientados a la producción de bioenergéticos.
- **Organización para la producción,** que impulse la organización de productores enfocados al establecimiento de bioenergéticos.
- **Programas de capacitación y asistencia técnica,** que ofrezcan servicios y paquetes de insumos a agricultores interesados en el establecimiento de cultivos para la producción de bioenergéticos.
- **Figuras asociativas,** fomento la integración de los productores en figuras asociativas para el cultivo y producción de bioenergéticos.
- **Módulos de producción,** que brinde apoyos para el establecimiento de cultivos con vocación para la producción de biodiesel y bioetanol.
- **Plantas de producción de bioenergéticos,** promover y concertar con inversionistas el establecimiento de plantas para la producción de bioenergéticos.

- **Programas de capacitación y difusión,** para fomentar el desarrollo sustentable y el aprovechamiento de energía renovable.
- **Foro Consultivo Multidisciplinario de Bioenergía Ambiental,** promover la integración de Instituciones de educación superior, sector público y sector privado a un órgano colegiado que recabe, analice y difunda información y recomendaciones para hacer más competitivo al sector de los biocombustibles en Chiapas.
- **Financiamiento para la investigación,** impulsar la investigación sobre los cultivos locales y exóticos, con la participación de los tres órdenes de gobierno, la iniciativa privada y e sector académico.

Objetivo Estratégico 6.3

Producción y uso de energías alternativas.

La utilización de biocombustibles en México y en Chiapas en particular está poco difundida, La educación y la sensibilización de la sociedad desempeñan un papel muy importante en la reducción de los riesgos que supone el cambio climático, particularmente en aquellos sectores de la población que son más vulnerables a sus efectos. Se requiere desarrollar recursos educativos destinados a una amplia gama de usuarios, así como proporcionar capacitación a diversos actores sociales a fin de que puedan enfrentar los efectos del calentamiento global.

Estrategia y líneas de acción

Realizar una intensa campaña que promueva el uso de los biocombustibles como una buena alternativa para sustituir a los combustibles fósiles.

- **Campaña de promoción,** para promover el uso de biocombustibles, así como de tecnologías y productos limpios no contaminantes y de impacto positivo en el medio climático mundial y fomentar actitudes y valores que privilegien el aprovechamiento de los recursos naturales renovables.
- **Convenios de coordinación,** con instituciones de educación superior pública y privada, que sienten las bases para el uso de bioenergéticos.
- **Oferta productos competitivos,** con los precios inferiores al de los combustibles de origen fósil.

Objetivo Estratégico 6.4

Desarrollo de energías alternativas

Uno de los ejes centrales de las políticas públicas de México es el desarrollo sustentable. Para ello, se propone impulsar el uso eficiente de la energía, así como la utilización de tecnologías que permitan disminuir el impacto ambiental generado por los combustibles fósiles tradicionales. De esta forma, se pretende conciliar las necesidades de consumo de energía de la sociedad con el cuidado de los recursos naturales. México cuenta con un importante potencial en energías renovables, por lo que se buscará su aprovechamiento integral, incluyendo a los biocombustibles.

Chiapas, además de contar con un potencial bioenergético extraordinario, cuenta con capacidad ambiental para producir energía solar, hidráulica, eólica y marítima, que requiere de su exploración y aprovechamiento con el concurso de los sectores público, social y privado.

Estrategia y líneas de acción

Establecer programas y proyectos para el aprovechamiento de energías alternativas con la participación del sector público, privado y social, que desarrolle y conserve las fuentes de energías alternativas.

- **Estudios estratégicos,** contratar y desarrollar estudios para el aprovechamiento de energía solar, hidráulica, eólica, marítima entre otras, existentes en la entidad.
- **Plan estratégico**. para el aprovechamiento de energías alternativas con la participación del sector público, privado y social.
- **Alianzas estratégicas,** con empresas de clase mundial para el desarrollo de proyectos de energía eléctrica basados en recursos hidráulicos, energía eólica, energía solar, energía marítima entre otros.
- **Convenios de coordinación,** para concertar la producción y usos de energías alternativas con instituciones de educación superior pública y privada.
- **Mini Hidroeléctricas,** aprovechar los recursos hidráulicos de la entidad para desarrollar mini hidroeléctricas en municipios de bajos ingresos y en las Ciudades Rurales.
- **Módulos de Energía eólica,** desarrollar estudios especializados y promover ante inversionistas el aprovechamiento de la energía eólica en las regiones susceptibles de su uso.

Eje Estratégico 7. Fomento a las Artesanías

El sector artesanal es un importante elemento en las comunidades indígenas y rurales, ya que constituye un ingreso adicional a la economía familiar, que en esas comunidades es sinónimo de un incremento en el bienestar de su población.

Si bien es cierto, que al sector artesanal se le ha brindado apoyo en los últimos años, este ha sido insuficiente, la realidad nos indica que más artesanos y artesanas han renunciado a esta práctica ancestral y no sólo esto, sino sus condiciones de vida los han hecho abandonar sus lugares de origen y emigrar a otros lugares del Estado o fuera del país.

Es por ello que este eje cobra un mayor valor, ya que implica redoblar esfuerzos para que nuestras artesanas y artesanos logren rescatar y preservar esta tradición milenaria, que permita incrementar sus ingresos, elevando sus condiciones de vida. Para lograrlo, implementamos dos objetivos estratégicos; 1) Más y mejor financiamiento y capacitación artesanas; y 2) Más y mejor promoción y comercialización artesanal.

Objetivo General

Incrementar el ingreso de los artesanos y las artesanas, derivado de la venta de artesanías en más y mejores mercados.

Objetivo estratégico 7.1

Más y mejor financiamiento y capacitación artesanal

El sector artesanal constituye uno de los grupos vulnerables del estado, debido a la discriminación acentuada en las regiones indígenas, a la falta de

apoyos, el desinterés y la desvaloración de la artesanía chiapaneca, aunado a la invasión de productos artesanales de otros países, orillando a muchos artesanos a dejar esta actividad, generando con esto la pérdida de costumbres y de identidad en el estado chiapaneco.

Por ello, este programa propone el fortalecimiento de la producción artesanal mediante el impulso de proyectos productivos y microcréditos que permitan reactivar la actividad artesanal y la capacitación artesanal.

Estrategia y líneas de acción

Establecer programas de financiamiento y capacitación artesanal; apoyando a los artesanos a través de microcréditos y proyectos productivos que les permita incrementar su productividad.

- **Diagnósticos productivos,** para establecer la viabilidad social, económica y productiva, para el desarrollo de proyectos productivos.
- **Capacitación artesanal,** que facilite la adopción de nuevas tecnologías en los procesos operativos, acompañada de la supervisión correspondiente, con el fin de mejorar la calidad de sus productos.
- **Microcréditos artesanales,** Que brinden apoyos en efectivo o en materias primas de acuerdo a la rama artesanal.
- **Proyectos productivos,** esquemas integrales de atención a artesanos y artesanas, mediante el desarrollo de proyectos de capacitación y financiamiento con el fin de incrementar su productividad.

Objetivo estratégico 7.2

Más y mejor promoción y comercialización artesanal

La actividad artesanal se ha visto limitada y devaluada por la escasa promoción y difusión de la cultura popular chiapaneca; revertir lo anterior equivale a canalizar una atención étnica y reconocer a los pueblos indios y a las mujeres artesanas de Chiapas como ejemplo de producción colectiva permanente. Esto implica bajos niveles de venta y de precios.

Por ello, esta administración enfrenta este reto con una mayor promoción y comercialización artesanal, que permita incrementar las ventas de productos artesanales.

Estrategia y líneas de acción

Realizar una campaña promocional que permita elevar la comercialización de los productos artesanales.

- **Eventos de promoción artesanal,** que permita revalorar la artesanía chiapaneca mediante la promoción en expo-ventas, ferias y concursos estatales y nacionales, enfocándose a dar a conocer las características de la artesanía y a enseñar el valor histórico, cultural y de elaboración que conlleva.
- **Acopio y Distribución,** posicionar en nuevos mercados nacionales e internacionales la artesanía chiapaneca, así como establecer programas de acopio en las distintas regiones económicas del estado a fin de favorecer a los artesanos chiapanecos.

IV. Indicadores de Desempeño

IV.1 Indicadores de desempeño

La presente Administración estatal se ha comprometido con la conformación de un gobierno que brinde resultados concretos para la sociedad. Por ello, en los diversos ámbitos de acción de la Administración Pública Estatal y especialmente en el tema de Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos, el gobierno del estado ha identificado los indicadores desempeño que permitirán medir el grado en que se cumplen cada uno de los objetivos establecidos.

En contraste con los sistemas tradicionales de evaluación del desempeño gubernamental, los cuales se concentran en medir actividades, esfuerzos e insumos "y no logros", el gobierno del estado de Chiapas ha adoptado un sistema de planeación y evaluación orientado a la medición de los resultados de las políticas, programas y proyectos de la Administración Pública Estatal. El propósito es medir y evaluar el impacto de la acción del gobierno estatal.

Para tal efecto, se han identificado dos tipos de indicadores de desempeño: indicadores de impacto e indicadores estratégicos.

Los primeros miden el efecto último que las políticas públicas tienen en la sociedad. Para ello, en el caso del presente Programa Sectorial del Gobierno del Estado, se han establecido dos indicadores de impacto: creación de empleos; y crecimiento del Producto Interno Bruto.

Estos indicadores reflejan logros derivados de la política macroeconómica y de la acción gubernamental, y permiten, medir cuantitativamente el grado de cumplimiento del objetivo general del presente programa.

Por su parte, los indicadores estratégicos están asociados al logro de un objetivo específico en un área o tema que se considera de primordial importancia. Para efectos del presente programa, se han identificado uno o varios indicadores de este tipo, por cada objetivo estratégico incluido en este Programa.

Cada secretaría y organismo público genera sus indicadores y metas conforme sus programas anuales y sexenales. En esta sección, se establece una línea base de indicadores de desempeño, que al igual que el presente documento, es dinámica; por lo que estos indicadores son enunciativos, más no limitativos, puesto que conforme se alcancen resultados y evolucionen e implementen las políticas públicas, estos serán reformulados.

Indicadores de impacto

Objetivo general: Más y mejores empleos

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Creación de empleos	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).	Número de empleos formales acumulados en el periodo
Porcentaje de crecimiento de Producto Interno Bruto	Se cuantifica el crecimiento del PIB a precios constantes para determinar el porcentaje de crecimiento.	

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 1: Atracción de inversiones y corredores económicos

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Crecimiento de la producción.	El crecimiento de la producción se estimará a partir de la construcción de indicadores adelantados elaborados a partir de encuestas con representantes de los sectores productivo.	Crecimiento porcentual de la producción.
Monto de la inversión.	Los flujos de inversión al estado se calculan con base en información desarrollada por la Secretaría de Economía y las Secretarías de Economía y de Turismo y Proyectos Estratégicos del Gobierno Estatal.	Dólares.
Creación de empleos.	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).	Número de empleos formales acumulados en el periodo.

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 2: Desarrollo empresarial

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Empresas atendidas por el Centro de Desarrollo Empresarial y Empleo (CEDE-e)	Empresas atendidas en el periodo 2006-2012	Número de empresas
Empresas financiadas	Número de empresas que han recibido financiamiento en el periodo 2007-2012	Número de empresas
Apoyos Fondo PyME	El monto de apoyos otorgados en el periodo 2007-2012 se calcula a partir de las cédulas PyME de los proyectos aprobados.	Monto acumulado de apoyos en pesos
Creación de empleos	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).	Número de empleos formales acumulados en el periodo

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 3: Por un Chiapas competitivo

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Índice de competitividad para las entidades federativas	El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO)	Indicador
Apertura Rápida de Empresas (SARE)	Convenios Federación-Estado-Municipios para implementar el SARE	Módulos del SARE aperturados
Creación de empleos	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).	Número de empleos formales acumulados en el periodo
Creación de empleos	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).	Número de empleos formales acumulados en el periodo

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 4: Turismo, clave para el desarrollo

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Llegada de visitantes por motivo de viaje (ocio, negocios)	El número de visitantes que acuden a nuestro estado se calcula con base en datos del Instituto Nacional e Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Sistema de Información Turística Estatal	Número de visitantes
Empleos generados en el sector turístico	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	Número de empleos formales acumulados en el periodo
Derrama económica	El gasto que los turistas efectúan se estima con base en el Sistema de Información Turística Estatal	Monto global que los visitantes nacionales y extranjeros gastan en el estado
Inversiones	Pendiente	Pendiente
Certificación turística	Con base en las auditorias para evaluar el grado de calidad en servicios de atención turística se	Porcentaje de calidad en atención turística

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 5: Movilización para el empleo

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Porcentaje Personas con capacitación tecnológica certificadas	Personas certificadas entre quienes tomaron un curso de capacitación tecnológica	Personas certificadas
Reingreso al mercado laboral	Se cuantifican las personas que se han vuelto a ocupar en una actividad formal, mediante las Microferias y ferias, así como los programas de Trabajadores Agrícolas Temporales México-Canadá, Apoyo a desempleados, Autoempleo y UNE.	Número de personas que reingresan al mercado laboral

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 6: Impulso a los bioenergéticos y energías alternativas

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Posición a nivel nacional (cultivo)	Superficie destinada a cultivos para la producción de biocombustibles	Hectáreas
Posición a nivel nacional (producción)	Producción de biocombustibles	Volumen
Empleos	Se cuantifican los empleos formales creados en el periodo 2006-2012, con base en las estadísticas del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) y del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)	Número de empleos acumulados en el periodo

Algunos indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 7: Fomento a las artesanías

Nombre del indicador	Fórmula del indicador	Unidad de medida
Incremento del ingreso de artesanos y artesanas	Incremento en los ingresos familiares de los artesanos y artesanas.	Porcentaje

ANEXO

PROGRAMA SECTORIAL FOMENTO ECONÓMICO, TURÍSMO Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS.

DIAGNÓSTICO SECTORIAL

Programa Sectorial Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos

Diagnóstico Sectorial

Contenido

I. Perfil Económico.
- Eje Estratégico 1.Corredores Económicos y Atracción de Inversiones.
- Eje Estratégico 2. Desarrollo Empresarial.
- Eje Estratégico 3. Por un Chiapas Competitivo.

II. Eje Estratégico 4. Turismo, clave para el desarrollo:

III. Eje Estratégico 5. Movilización para el empleo.

IV. Eje Estratégico 6. Impulso a los bioenergético y energías alternativas.

V. Eje Estratégico 7. Fomento a las artesanías.

I. Perfíl Económico

Eje Estratégico 1. Corredores Económicos y Atracción de Inversiones.

Eje Estratégico 2. Desarrollo Empresarial

Eje Estratégico 3. Por un Chiapas Competitivo

Chiapas es un estado de grandes contrastes; se puede observar una agricultura altamente tecnificada en unidades de producción de la región Soconusco y una de subsistencia en las regiones Altos y Sierra; ciudades concentradoras de grandes centros comerciales y comunidades de no más de 20 familias con difícil acceso a los satisfactores básicos, esto es Chiapas.

Chiapas cuenta con una superficie territorial de 75,634 Km^2; el 79.2 por ciento de su territorio es montañoso, el 6.3 por ciento es lomerío suave y 14.5 por ciento es plano. En cuanto a sus principales usos de suelo, el 30 por ciento es selva, 26.2 por ciento está dedicado a la agricultura y ganadería, 15.6 por ciento son bosques y 1.6 por ciento son superficies de agua. En cuanto al clima podemos encontrar que el 6.3 por ciento es templado, 19.6 por ciento es semicálido y el 74.1 por ciento es cálido.

El II Conteo de Población y Vivienda del INEGI reporta en Chiapas, para el año 2005, una población de 4 millones 293 mil 459 personas, y esto es 4.2 por ciento de la población nacional, que lo ubica en el séptimo lugar a nivel nacional.

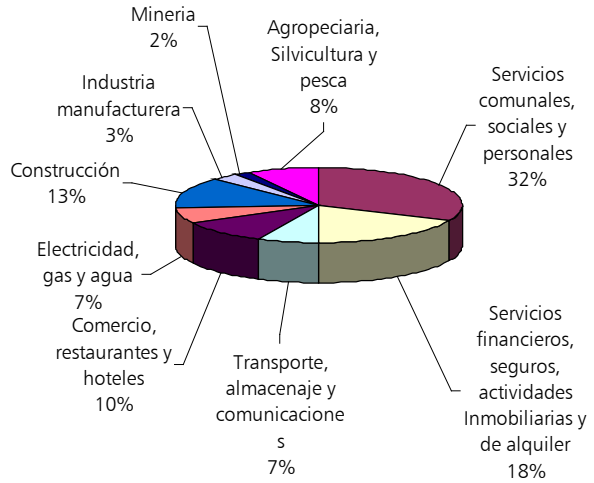
El grupo de edad que presenta el mayor aumento es el se ubica en el rango de población en edad de trabajar (13.6 por ciento), contrastando con la población menor de 15 años, que se incrementó en 3.3 por ciento durante el mismo período. Tuxtla Gutiérrez, Tapachula,

Ocosingo y San Cristóbal concentran el 26.2 por ciento de los habitantes. El 52.2 por ciento de los chiapanecos vive en localidades de menos de 2,500 habitantes, mientras que el 19.2 por ciento lo hace en poblaciones de más de 100 mil habitantes.

La economía de Chiapas observa en el período 2001-2004 un crecimiento promedio de 3 por ciento en el Producto Interno Bruto, como resultado de la reactivación de la industria de la construcción en un 42 por ciento; en tanto que el sector primario creció 3.1 por ciento, y los servicios financieros, seguros inmobiliarios y de alquiler 3.1 por ciento. En el mismo período el PIB nacional creció 2.3 por ciento.

De acuerdo al Sistema de Cuentas Nacionales del INEGI, en 2004 la estructura del PIB el sector de los servicios comunales, sociales y personales, y el de servicios financieros inmobiliarios y de alquiler, representan el 50 por ciento del PIB con el 32 por ciento y 18 por ciento, respectivamente.

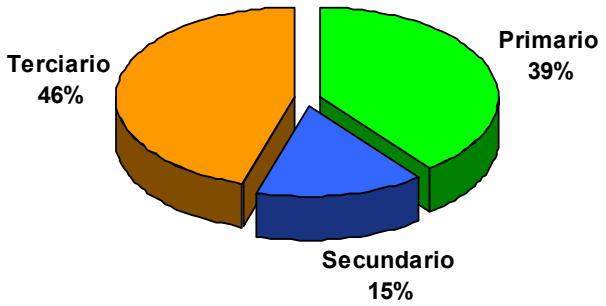
Producto Interno Bruto por sector de actividad, 2004



Fuente: Sistema de Cuentas Nacionales, INEGI.

Al tercer trimestre la Población Económicamente Activa chiapaneca se constituía por 1 millón 608 mil 239 personas. De este total, El 39 por ciento de la PEA ocupada estaba ligada al sector primario, el 46 por ciento al secundario y el 15 por ciento al comercio y los servicios.

Población economicamente activa ocupada según sector de actividad



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Y Ocupación; INEGI. Recuperado de www.inegi.gob.mx, el 15 de noviembre de 2007.

Al tercer trimestre la Población Económicamente Activa chiapaneca se constituía por 1 millón 608 mil 239 personas; el 1.9 por ciento de ella se encontraba desocupada, es decir 30 mil 735 personas. El 40.7 por ciento de la PEA ocupada estaba ligada al sector primario, el 15.9 por ciento al secundario y el 43.4 por ciento al y los servicios.

Si bien, el 40.7 por ciento de la PEA del estado se dedica a las actividades del sector primario, ésta contribuye solo con el 8 por ciento del PIB, reflejando grandes desequilibrios e inequidades en el sector donde el 60 por ciento de la población ocupada gana menos de 2 salarios mínimos y el 15.6 por ciento no percibe ingresos; solo el 24.4 por ciento gana más de dos salarios mínimos.

El 45 por ciento de la PEA está constituido por empleados subordinados, 33.6 por ciento por trabajadores por cuenta propia, 14.9 por ciento son trabajadores no remunerados y 6.5 por ciento son empleadores.

Corredores Económicos y Atracción de Inversiones

A nivel nacional Chiapas no se ha caracterizado por ser una entidad ideal para la instalación de inversiones. La instalación de nuevas empresas en Chiapas, tanto locales, nacionales e internacionales, es fundamental para el desarrollo de nuevas oportunidades de empleo y para la reactivación económica de la entidad, así como la apreciación de la producción primaria.

El potencial de atracción depende de factores como las ventajas competitivas, las características de la empresa o industria, su grado de movilidad, la oferta del estado y las negociaciones y gestiones exitosas, algunos de los factores mas importantes son:

- ✓ La presencia de ventajas competitivas específicas del estado.
- ✓ La existencia de ventajas de localización de la empresa en el estado.
- ✓ La existencia de empresas proveedoras y la posibilidad de desarrollo de proveeduría local.
- ✓ El desarrollo de proyectos público-privados.
- ✓ La existencia de oportunidades de negocios en alianza pública-privada.
- ✓ La presencia de sistemas de financiamiento eficientes.
- ✓ Un mercado eficiente de factores (suelos, mano de obra, mercado de capitales).
- ✓ Incentivos a la inversión.

Actualmente Chiapas está inmerso en un cambio estructural propiciado por la inercia económica estatal y nacional, motivado por: el desarrollo de infraestructura básica en comunicaciones, tecnología y servicios; la visión del desarrollo Mesoamericano a través de la integración con Centroamérica en el marco del Plan Puebla Panamá; y la gran competencia nacional e internacional en la atracción de inversiones.

Nuestra entidad ha sido considerado históricamente como un estado cuya actividad económica se sustenta en la agricultura y la ganadería, sin ser vista como una opción para la industria y agroindustria. De igual forma, no se contaba con un marco jurídico que garantizará el otorgamiento de incentivos y estímulos a los inversionistas; así también es necesario brindar al inversionista certeza en la protección de su inversión para contrarrestar la percepción de falta de seguridad jurídica y política.

En cuestión de infraestructura, la falta de ella limita las posibilidades del desarrollo económico. Ante la urgente necesidad de interconectar las principales zonas productivas, se deben instrumentar políticas públicas en concordancia con los intereses estratégicos de la entidad y al mismo tiempo, generar estas obras de infraestructura que sean una ventaja más para la atracción de inversiones. En los últimos años hubo un avance en la materia éste no ha sido suficiente, necesitamos más y mejor infraestructura logística multimodal y de producción con novedosos esquemas de inversiones con la participación pública y privada.

La inversión captada representa aproximadamente 500 millones de dólares. Considerando que Chiapas atrajo 0.87 por ciento del total nacional, y que 78.33 por ciento de dicha captación se dirigió al comercio y servicios, se concluye la urgente necesidad de crear polos o corredores detonantes del desarrollo para fluir a favor de la corriente de industrialización sobre la cual va el país.

En materia de inversión extranjera directa Chiapas no se caracteriza por ser un estado importante por el volumen de captación, actualmente la IED acumulada es de 22.8 millones de pesos. Estas inversiones se concentran principalmente en el sector comercial con el 54.3 por ciento, seguido del manufacturero con un 41.0 por ciento y proviene de los siguientes países:

	Países	Miles de dólares	Part. %
1	Bahamas	8,489.0	37.2
2	Costa Rica	6,433.4	28.2
3	Estados Unidos	2,516.7	11.0
4	Colombia	2,318.4	10.2
5	Reino Unido	1,544.3	6.8
6	Mauricio	603.1	2.6
7	Italia	532.9	2.3
8	Guatemala	402.9	1.8
9	Suiza	299.1	1.3
10	Panamá	46.2	0.2
11	España	35.6	0.2
12	El Salvador	28.1	0.1
	Otros	-442.0	-2.1
	Total	**22,807.8**	**100.0**

Localizándose en los municipios de:

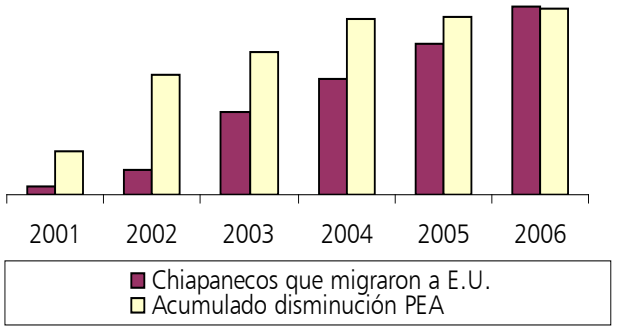
Municipio	Empresas	Part. %
Tapachula	20	40.8
Tuxtla Gutiérrez	17	34.7
Comitán de Domínguez	2	4.1
Palenque	2	4.1
San Cristóbal de las Casas	2	4.1
Otros	6	12.0
Total	**49**	**100.0**

La mayor cantidad de empresas extranjeras se ubican en Tapachula, debido a su cercanía con Centroamérica, seguida por Tuxtla Gutiérrez.

Una parte medular de la promoción para la atracción de inversiones, es contar con las herramientas adecuadas que impulsen la instalación de más y mejores empresas. Esto resulta de manera urgente, debido a que por nuestra ubicación geográfica competimos con los países de Centroamérica y con los estados del Sureste de la República Mexicana, todos ellos con una serie de incentivos a la inversión que opacan las ofertas que Chiapas puede realizar.

La dispersión de la población en las localidades rurales provoca marginación y rezago sociodemográfico que induce el estancamiento productivo y pobreza, estimulando la migración a zonas urbanas, otras entidades y Estados Unidos. Esto se refleja en el hecho que de 2001 a 2006 la PEA estatal disminuyó en 191 mil 514 trabajadores, mientras que los chiapanecos que emigraron hacia Estados Unidos fueron 193 mil 398.

Migrantes chiapanecos a Estados Unidos y Variación de la PEA 2001-2006



Año	Chiapanecos que migraron a E.U.	Acumulado disminución PEA
2001	7,897	43,862
2002	24,747	124,696
2003	84,907	146,629
2004	118,771	182,287
2005	156,425	183,551
2006	193,398	191,514

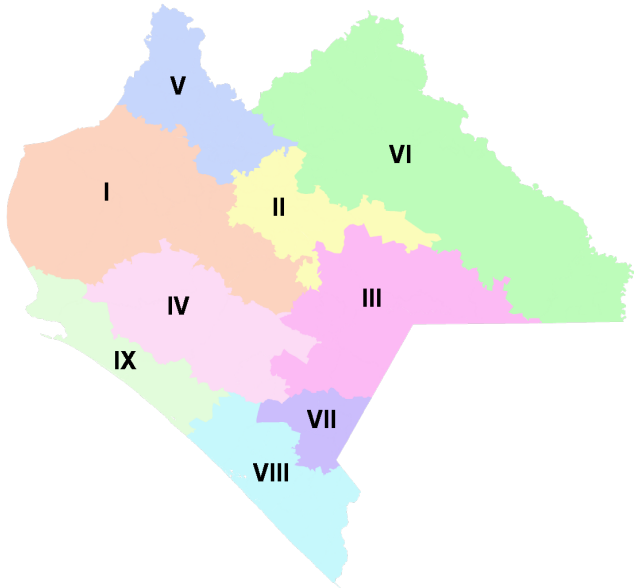
Fuente: Encuesta sobre migración en la Frontera Norte de México (EMIF); Secretaría del Trabajo y Previsión Social y Colegio de la Frontera Norte; Recuperado el 15 de marzo de 2007 de www.conapo.gob.mx. 2005 y 2006 cifras estimadas por la Secretaría de Fomento Económico (SEFOE) con datos del Banco de México y la EMIF.

La estructura del PIB estatal por región refleja la disparidad en el desarrollo económico, las regiones Centro y Soconusco 63.33 por ciento de la actividad económica, mientras que el la región Sierra, Frailesca e Istmo Costa aportan el 8.4 por ciento del PIB.

Región	Participación Estatal (%)
I Centro	33.67
II Altos	6.98
III Fronteriza	7.12
IV Frailesca	3.75
V Norte	7.00
VI Selva	7.21
VII Sierra	0.47
VIII Soconusco	29.65
IX Istmo - Costa	4.11

Fuente: Programa Visión 2020 con datos del SIREM.

De acuerdo al Plan Chiapas Visión 2020 las actividades potenciales más importantes de nuestro estado son las relacionadas con el sector agropecuario, la agroindustria y el turismo; de acuerdo a las características geográficas, climáticas, la vocación de uso de suelo y la actividad de la PEA por región.



I. Centro: Construcción y materiales, turismo de negocios, agroindustria: frutas tropicales y granos, servicios comerciales y educativos. PIB Estatal: 33.67 por ciento.

II. Altos: Turismo de negocios, colonial y de aventura, ecoturismo, producción de hortalizas y flores, construcción y materiales. PIB

III. Fronteriza: Ecoturismo, turismo colonial y de aventura, producción de hortalizas y flores, industria ganadera, servicios comerciales. PIB Estatal: 7.12 por ciento.

IV. Frailesca: Agroindustria: frutas tropicales y hortalizas, ecoturismo, turismo rural y de aventura, industria ganadera, industria forestal. PIB Estatal: 3.75 por ciento.

V. Norte: Industria ganadera, ecoturismo, café y servicios educativos. PIB Estatal: 7 por ciento.

VI. Selva: Industria ganadera, turismo de aventura y ecoturismo, agroindustria de hortalizas y palma de aceite, servicios comerciales. PIB Estatal: 7.21 por ciento.

VII. Sierra: Agroindustria: frutas y hortalizas, industria del café y sus derivados, ecoturismo. PIB Estatal: 0.47 por ciento.

VIII. Soconusco: Agroindustria: frutas tropicales, café, pescados y mariscos, ecoturismo, fabricación de envases, empaques y embalajes, industria del reciclaje, aceite de palma. PIB Estatal: 29.65 por ciento.

IX. Istmo-Costa: Ecoturismo, agroindustria: frutas tropicales y miel, pescados y mariscos, Industria ganadera, miel. PIB Estatal: 4.11 por ciento.

Este mapa representa las regiones y sectores donde Chiapas tiene ventajas comparativas respecto al resto de México, esto es, son lugares naturales para el desarrollo de corredores económicos.

Desarrollo Empresarial

De acuerdo al último Censo Económico, en Chiapas existen 94,021 Unidades Económicas las cuales se distribuyen, primordialmente, en las actividades del Sector comercio con el 56.14 por ciento, Servicios con el 31.36 por ciento e Industria Manufactura con el 10.21 por ciento.

Unidades Económicas, según sector	Total	%
Comercio	52,785	56.14
*Servicios	29,484	31.36
Industria Manufacturera	9,601	10.21
Transporte, correos y almacenamiento	933	0.99
Pesca y acuacultura animal	634	0.67
Construcción	377	0.40
Electricidad, agua y gas	111	0.12
Total	**94,021**	**100**

Fuente: Censo Económico 2004

Las unidades económicas no agropecuarias se clasifican en micro, pequeñas, medianas y grandes de acuerdo a la actividad económica que realizan y al número de empleados.

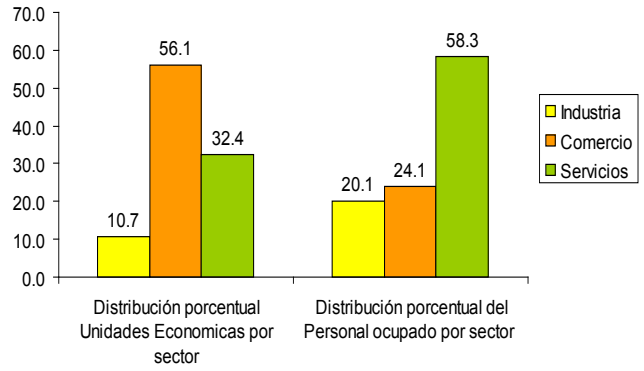
Tamaño de Empresa	Industria	Servicios	Comercio
Microempresa	0-30	0-5	0-20
Pequeña empresa	31-100	6-20	21-50
Mediana empresa	101-500	21-100	51-100
Gran empresa	501 o más	101 y más	101 y más

Acuerdo de estratificación de empresas micro, pequeñas y medianas.

Diario Oficial, Martes 30 de marzo de 1999

Como resultado del Censo Económico 2004, las MiPyMES en el Estado representan el 99.8 por ciento del total de empresas constituidas, mientras que a nivel nacional estas representan un 95 por ciento.

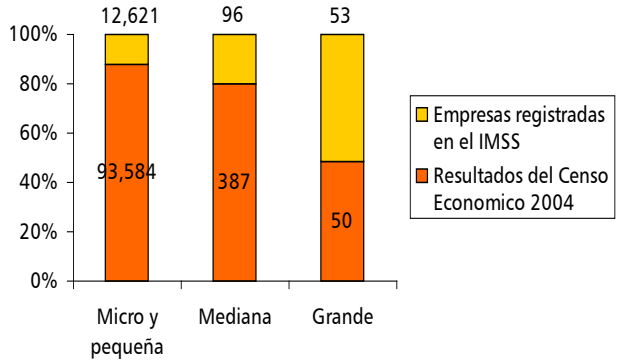
Las empresas establecidas en Chiapas por sector revelan que existe un mayor número de empresas en el sector Comercio con 52,785, mientras que el sector industria es el que tiene el menor número de empresas con 10,089.



Fuente: Censo Económico 2004, INEGI.

De las 94,021 empresas establecidas en la entidad, solo se encuentran registradas en el IMSS el 13.58 por ciento; la estrategia general para realizar el censo fue un recorrido completo y exhaustivo puerta a puerta, el resultado arrojó información que de cada 100 unidades económicas censadas, 21 eran tiendas de abarrotes, esto explica en parte, el bajo número de empresas micro, pequeña y mediana registradas en el IMSS.

Comparativo de las empresas en el Estado



Fuente: Bancomer con datos del IMSS al mes de enero 2004, Censo Economico 2004, INEGI junio 2003.

Con el 99.8 por ciento de la unidades económicas en Chiapas, las MiPyMES emplean el 89.5 por ciento de la población económicamente activa (PEA), mientras que las empresas grandes que representan 0.1 por ciento de las empresas, ocupan el 10.5 por ciento de la PEA.

La producción bruta total en el estado fue de 119,380 millones de pesos y no obstante que el 99.8 por ciento de las unidades económicas en el estado son MiPyMES, estas contribuyen con solo el 27.4 por ciento de la producción bruta total.

Unidades económicas por estrato	producción bruta total(miles de pesos)	%
Micro	13,653,265.0	11.4
Pequeña	8,844,972.0	7.4
Mediana	10,185,189.0	8.5
Grande	86,696,752.0	72.6
Total	**119,380,178.0**	**100.0**

De acuerdo a lo anterior, tan solo las 50 grandes empresas existentes en 2004, generaron el 72.6 por ciento de la producción bruta total del estado.

Los municipios que agrupan a la mayoría de las empresas son Tuxtla Gutiérrez con el 20.9 por ciento, Tapachula con el 10.4 por ciento y San Cristóbal de las Casas con el 8.6 por ciento; prácticamente el 40 por ciento de las unidades económicas de Chiapas.

En lo que respecta a personal ocupado, Tuxtla Gutiérrez reportó los porcentajes más altos en personal ocupado con el 29.8 por ciento; Tapachula con el 12.1 por ciento y San Cristóbal de la Casas con el 8,1 por ciento; que en conjunto equivalen al 50 por ciento del total de personal empleado.

Cabe resaltar que el municipio de Reforma ocupa el décimo lugar en unidades económicas y personal ocupado con el 1 por ciento y 3 por ciento respectivamente; sin embargo su producción bruta total equivale al 63.2 por ciento; lo que se explica por la actividad petrolera del municipio.

Características de la empresas por municipio

MUNICIPIOS	Unidades Económicas		Personal Ocupado total		Producción bruta total	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total Chiapas	94,021	100	302,120	100	119,380,178.0	100
Tuxtla Gutiérrez	19,680	20.9	89,884	29.8	13,458,713.0	11.3
Tapachula	9,791	10.4	36,560	12.1	5,760,797.0	4.8
San Cristóbal de las Casas	8,126	8.6	24,479	8.1	8,828,099.0	7.4
Comitán de Domínguez	6,844	7.3	16,262	5.4	1,381,711.0	1.2
Tonalá	2,737	2.9	9,645	3.2	533,786.0	0.4
Villaflores	2,461	2.6	8,025	2.7	2,130,359.0	1.8
Huixtla	2,102	2.2	6,024	2.0	1,096,054.0	0.9
Palenque	1,859	2.o	6,005	2.0	566,641.0	0.5
Arriaga	1,522	1.6	5,235	1.7	460,236.0	0.4
Reforma	922	1.0	8,985	3.0	75,434,745.0	63.2

La suma de los porcentajes puede no coincidir con el total debido al redondeo.

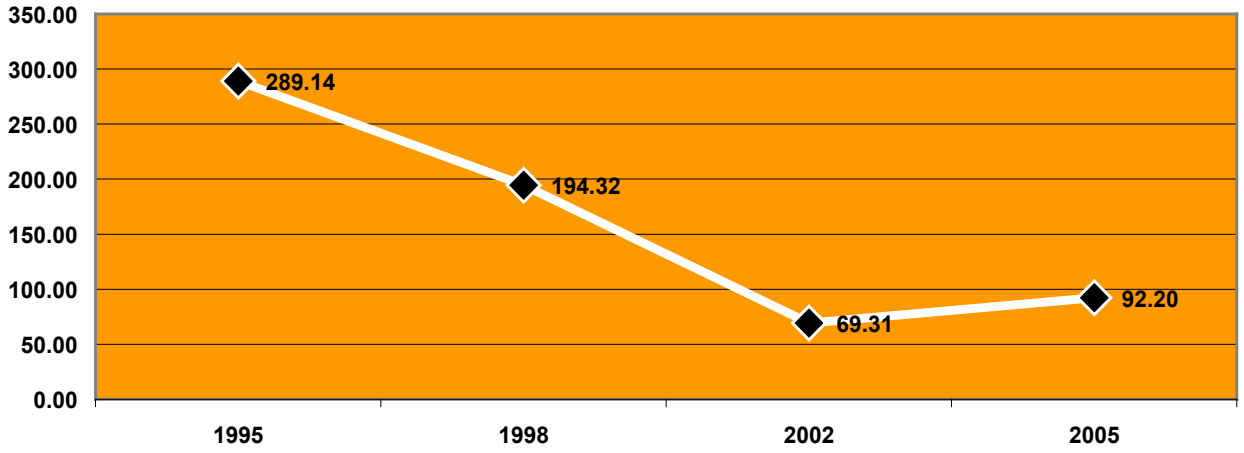
Fuente: Censo Económico 2004, INEGI.

Nuestro país ha adquirido una importante posición como actor comercial a nivel mundial; es el octavo exportador de bienes y servicios a nivel mundial, y la segunda mayor economía de América Latina solo superada por Brasil, de acuerdo al Banco mundial Junio del 2006. Es el único país del mundo en contar con acceso preferencial a los mercados de Norteamérica, Europa Occidental y Latinoamérica.

La falta de conocimiento de la MiPyMEs en el estado sobre las ventajas que existen con los tratados de libre comercio hace que su participación sea escasa; a la fecha México ha negociado un total de 11 tratados de libre comercio (TLCs) con 40 países de América del Norte, Europa, América Latina y Asia, y ha participado activamente en la negociaciones de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Exportaciones de Chiapas

(Cifras expresadas en millones de dólares)

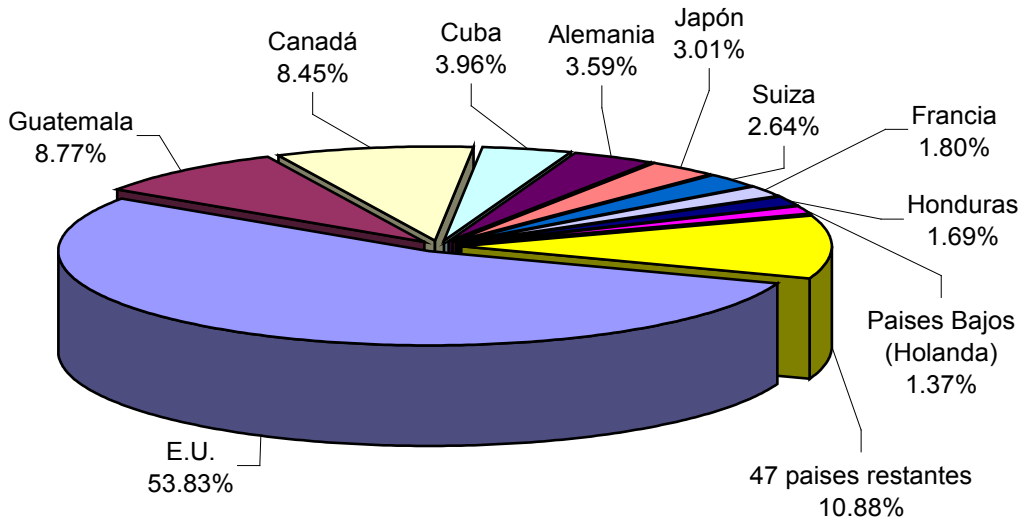


De las 94,021 empresas en el estado, solo 207 empresas, equivalente al 0.22 por ciento, tuvieron actividad en el comercio exterior el 2005, de las cuales 69 fueron las que exportaron.

La suma total de las exportaciones del estado en el 2005 fue de 92,20 millones de dólares siendo el mayor producto exportado el café con el 49.64 millones de pesos, seguido de abarrotes con 18.60 millones de dólares, mango con 6.9 millones de dólares y plátano con 3 millones de dólares.

El principal destino de las exportaciones chiapanecas fue Estados Unidos con el 53.8 por ciento, seguido por Guatemala y Canadá con el 8.7 por ciento y 8.4 por ciento respectivamente; cabe señalar que 10 países son el destino de prácticamente el 90 por ciento de nuestras exportaciones.

Destino de las exportaciones del Estado



Derivado de las importaciones y exportaciones definitivas de Chiapas, el saldo de su balanza comercial es deficitario en 46.2 millones de dólares.

En la actualidad, pocos empresarios y emprendedores conocen las dependencias públicas encargadas del desarrollo y fomento económico. Cuando estos las identifican ignoran los servicios que ofrecen y, en el caso de que los conozcan, la mayoría de las veces encuentran servicios dispersos y de difícil acceso. De ahí que, en primera instancia, se promuevan las herramientas y servicios que ofrecen con calidad a la empresa las diversas dependencias, de forma integral, personalizada y con una asesoría continúa.

En consecuencia, el Gobierno del Estado desplegará una política pública intensiva que acerque gradualmente a los empresarios y emprendedores para ofrecerles de forma integral herramientas que faciliten el incremento de su competitividad y sus márgenes de utilidad; favorezcan su permanencia en el sector; mejoren sus procesos; incursionen en más mercados, y generen oportunidades de desarrollo.

Por un Chiapas Competitivo

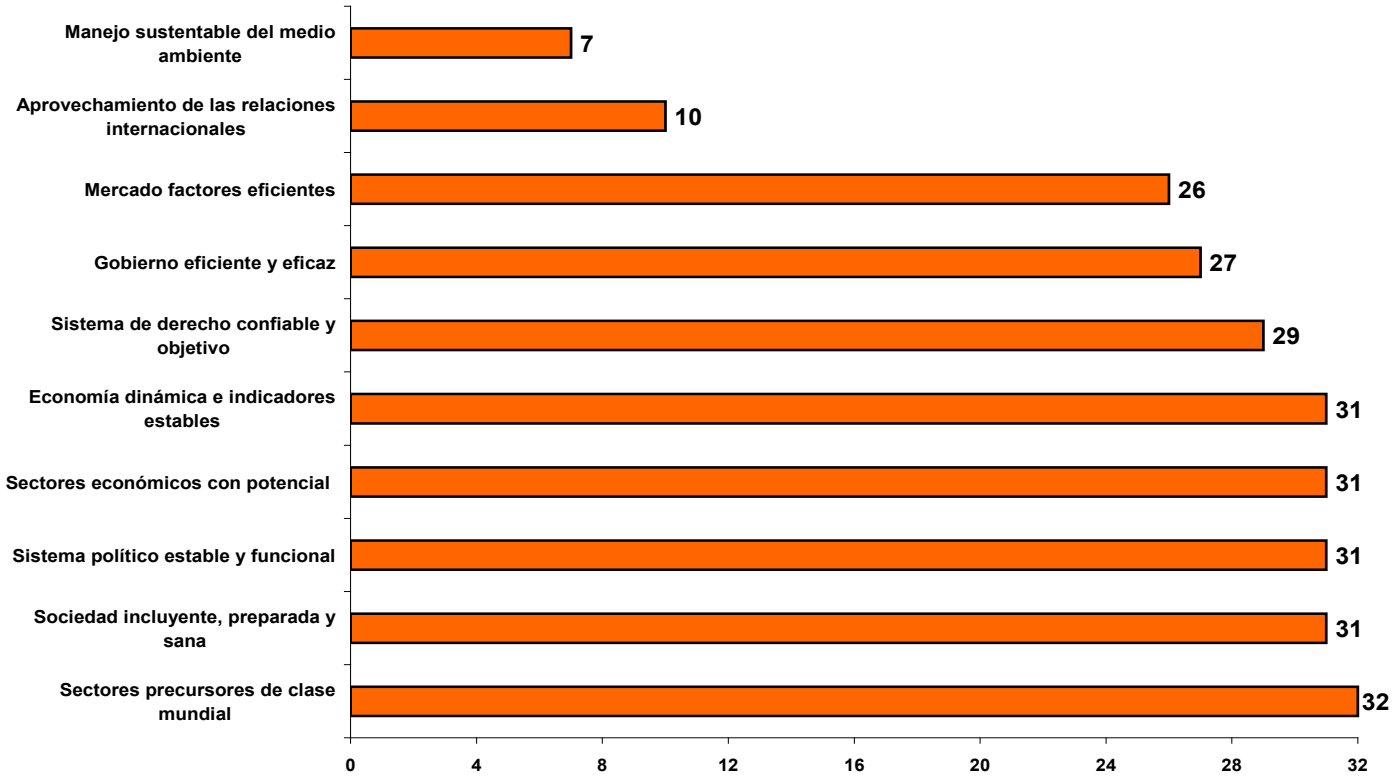
Chiapas es un estado con grandes potencialidades en todos los sectores económicos; sus microclimas y riquezas naturales le dan grandes ventajas comparativas respecto al resto del país; tiene una posición geográfica privilegiada al ser puerta de entrada de Centro y Sudamérica al Norte del continente y la infraestructura desarrollada y la que se encuentra en proceso incrementará su ventaja competitiva. No obstante lo anterior, nuestro estado no ha logrado detonar su económica, debido su falta de competitividad, que le impide detonar sectores donde nuestro estado es competitivo respecto al resto de México y del mundo

Lograr una posición competitiva significa transformar nuestros esquemas habituales de trabajo y, en consecuencia, nuestra realidad. La competitividad es el resultado de aprovechar las oportunidades, de conocer en qué somos mejores que los demás, de superar obstáculos, ofreciendo condiciones integrales aceptables internacionalmente

De acuerdo al Índice General de Competitividad Estatal, Chiapas ocupa la posición 32 para el conjunto de las entidades federativas, siendo las más competitivas el Distrito Federal y Aguascalientes. Esta falta de competitividad está condicionada por los 10 factores que construyen el Índice General de Competitividad Estatal, a través de los cuales, se mide el grado de atracción de nuevas inversiones, la permanencia de las mismas y el desarrollo de inversiones locales.

Cabe resaltar que Chiapas se encuentra por encima de la media nacional en manejo sustentable del medio ambiente ocupando la posición séptima y de aprovechamiento de las relaciones internacionales en el décimo; en el resto de los factores ocupamos lugares muy por debajo del promedio del país.

Posición de Chiapas por factor del Índice General de Competitividad Estatal



Fuente: Competitividad Estatal de México 2006; Instituto Mexicano de la Competitividad A.C. y Escuela de Graduados en Políticas Públicas y Administración Pública del ITESM.

En una encuesta nacional a organismos empresariales y empresarios, en la que se les solicitó clasificar en orden de importancia los indicadores antes señalados y determinar los factores que influyen en la localización de inversiones, Chiapas apareció en el último lugar para todos los sectores analizados.

Principales agentes que determinan la ubicación de las inversiones en México

Factores	Agropecuario, alimentos, bebidas y tabaco	Textil	Farmaceútico y de alta tecnología	Manufacturas	Turismo, comercio y hotelería
Sistema de derecho confiable y objetivo		■	■		
Alta seguridad ciudadana				■	■
Manejo sustentable del medio ambiente		■			■
Sociedad incluyente (mujer y/o población minoritaria en la fuerza laboral)					
Sociedad preparada			■		
Sociedad sana	■				
Economía dinámica y estable		■			■
Sistema político estable y funcional					■
Mercado de mano de obra eficiente	■	■		■	
Mercado de energía eficiente		■		■	
Mercado de capitales eficiente		■		■	
Mercado de suelos eficiente	■	■		■	
Sector telecomunicaciones de clase mundial		■			■
Sector logístico de clase mundial		■			■
Sector financiero de clase mundial	■	■	■	■	■
Gobiernos eficientes y eficaces					
Turismo y flujo comercial o de inversiones derivado de los acuerdos comerciales con México	■				■
Empresas de éxito en la entidad					■
Activos humanos y no humanos en la investigación y el desarrollo			■		

Fuente: Competitividad Estatal de México 2006; Instituto Mexicano de la Competitividad A. C. y Escuela de Graduados en Políticas Públicas y Administración Pública del ITESM.

Cabe destacar que el estudio concluye que el incremento de la competitividad de un estado, le permite atraer a todos los sectores y por tanto seleccionar el que más le convenga de acuerdo a sus potencialidades y las prioridades en la generación de empleo.

Otro punto importante en la competitividad estatal es el clima de negocios que prevalece. De acuerdo al estudio realizado por el Banco Mundial, Chiapas ocupa el vigésimo cuarto lugar respecto a la facilidad para hacer negocios y el vigésimo séptimo en facilidades para abrir una empresa. El tiempo para abrir una empresa es de 34 días y se realizan 9 trámites para lograrlo, mientras que en Aguascalientes el tiempo es de 12 días con 8 trámites.

Trámites para la apertura de empresas

No.	Trámite	Tiempo de gestión (días)	Costo (pesos)
1	Autorización del nombre de la compañía por la Secretaría de Relaciones Exteriores	1-2	565.0
2	Notarización de la escritura constitutiva	5	8,500.0
3	Inscripción de la escritura constitutiva en el Registro Público de Comercio	7	916.0
4	Inscripción en el Registro Público de Contribuyentes	15	Sin costo
5	Obtención de licencia de funcionamiento	3	Sin costo
6	Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social *	1	Sin costo
7	Registro de compañía para el Impuesto Sobre Nómina *	1	Sin costo
8	Inscripción al Sistema de Información Empresarial *	1	385.00
9	Registro al Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática *	1	Sin costo
	Total	**34**	**10,366**

* Estos trámites se pueden hacer simultáneamente

Fuente: Doing Bussines en México 2007; Banco Mundial y Corporación Financiera Internacional de Proyectos; Noviembre de 2006.

En la facilidad para el registro de propiedad, la entidad ocupa el séptimo lugar en México, con 36 días de registro; en primer lugar se encuentra el estado de Aguascalientes con 20 días.

Trámites para el Registro de propiedad

No.	Trámite	Tiempo de gestión (días)	Costo
1	Obtención del certificado de libertad o gravamen	7	8 salarios mínimos
2	Avalúo catastral del inmueble	7	60 salarios mínimos
3	Cédula y plano catastral	3	$137.00
4	Trámites notariales	5	De 6 a 20 mil pesos y el impuesto es 1.26% del valor de la propiedad
5	Inscripción de la escritura pública en el registro de la propiedad	23	6 al millar sobre el valor del inmueble.
	Total	36	10,366

Fuente: Doing Bussines en México 2007, comparando la regulación en los 31 estados de México y el Distrito Federal; Banco Mundial y Corporación Financiera Internacional de Proyectos; Noviembre de 2006.

A nivel municipal, los trámites para la apertura de empresas no son homogéneos, por lo que de un municipio a otro presentan grandes variaciones tanto en su número como en su duración. Hasta el 2006, en Chiapas solo Tapachula y Tuxtla Gutiérrez contaban con el Sistema de Apertura Rápida de Empresas, lo que significa que la tramitología municipal aún es factor determinante en el tiempo y dificultad al iniciar un negocio en el resto del estado.

La falta de capacidad en la integración y generación de información estratégica para la toma de decisiones es otro obstáculo en la competitividad del estado. Hasta hace seis años no existía un organismo que se especializará en recabar información económica de Chiapas; los datos se localizaban de manera dispersa.

Asimismo, la falta de estudios e investigación económica de los sectores y ramas del estado, que permita identificar nuestras potencialidades productivas y la infraestructura requerida para el desarrollo económico del estado.

II. Eje Estratégico 4. Turismo: clave del desarrollo económico.

El conjunto de servicios que ofrecen los países y ciudades para satisfacer las necesidades del viajero en su arribo a lugares distintos a los de su entorno habitual, es una forma de conceptualizar el turismo, que se convierte en sustentable cuando se diseña para el desarrollo económico y el progreso social y cultural de la población ajustándose al entorno natural y a las necesidades presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

El entorno mundial

El turismo en el siglo XXI se perfila como la actividad económica más importante en el mundo. Destaca entre las cinco categorías superiores de las exportaciones en 83 por ciento de los países y es la fuente más importante para al menos 38 por ciento de ellos (*) El turismo mundial en los últimos tres años ha registrado un crecimiento sostenido del 29.4 por ciento, ubicándose en 840 millones de turistas. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) esta tendencia de crecimiento continuará al menos hasta el año 2020. Los ingresos del sector a nivel mundial alcanzan los 759 mil millones de dólares, siendo el sector número uno mundial en ganancias por exportación, por delante de productos automotores, productos químicos, petróleo y alimentos.

El desarrollo acelerado del turismo a nivel mundial se debe, entre otras razones al incremento de la población pensionada en los países industrializados; e implica que la demanda por servicios turísticos se incrementará en forma importante.

El turismo surge como actividad económica diferenciada en el siglo diecinueve, junto a la consolidación de medios de transporte de funcionamiento regular, como la navegación a vapor y los ferrocarriles.

Desde el principio uno de sus pilares fundamentales han sido los ecosistemas, las grandes metrópolis con sus edificios antiguos y sus museos y los sitios de interés histórico y cultural. Uno de los antecedentes más importantes de la búsqueda de sitios naturales espectaculares, lo tenemos en los Alpes Suizos, en donde se construyeron las primeras instalaciones turísticas modernas (chalets, restaurantes y hoteles).

El modelo de desarrollo privilegió el uso de las instalaciones sin ponderar las actividades a realizar. Se dejaba así de lado el contacto con la naturaleza y elementos étnicos y culturales. Como resultado, la experiencia que se obtenía de la visita a diferentes centros era muy parecida, pues se hacía uso de las mismas instalaciones en un esquema de comodidad y facilidades. A este modelo de desarrollo se le llamó turismo convencional.

Esta estandarización marcó la pauta para la aparición del turismo alternativo o especializado El turismo alternativo propone un modelo abierto del viaje, en el que las emociones se suceden una a otra a medida que pasan bajo un esquema de riesgo controlado y en el

que lo más importante es la experiencia que se pueda obtener. Bajo este nuevo modelo de desarrollo turístico, surgen y cobran gran fuerza al final del siglo veinte, el turismo de contacto con la naturaleza, el de aventura y el ecoturismo en el mundo y se abre para Chiapas una oportunidad fundamental para su desarrollo económico, que tenemos prisa por aprovechar.

Durante los primeros cuatro meses de 2007 se destaca que las legadas de turistas internacionales crecieron en todo el mundo un 6 por ciento, hasta cifrarse en 252 millones (15 millones más que en el mismo período anterior) En el barómetro OMT del Turismo Mundial, América Latina empezó el año duplicando los resultados globales del año anterior. Además a lo largo de los cuatro primeros meses del año, la región experimentó un crecimiento del 8 por ciento con respecto al mismo período de 2006.

Uno de los mensajes más importantes que transmite la Organización Mundial de Turismo, es que los años subsecuentes traerán consigo incertidumbres y desafíos. El crecimiento continuará, señala, pero a un ritmo más lento. Para mantener la tendencia anual a corto y largo plazo se identifican incertidumbres que podrían constituirse en frenos a la positiva inercia en el 2006: el terrorismo, el aumento en los precios de la energía, de la inflación, de los tipos de interés y la gripe aviar.

Al cierre del año 2006 la tendencia en el mundo apunta a la innovación y la espectacularidad para captar la atención del visitante; ejemplo de ello son los eventos que se registran como el árbol de navidad flotante más grande del mundo en Brasil, un nuevo parque temático dedicado a Bruce Lee en China, la icebergmanía en Nueva Zelanda donde una nueva atracción turística es sobrevolar en helicóptero los icebergs.

El turismo en México

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 continúa ubicando al turismo como prioridad nacional y como uno de los ejes del desarrollo económico del país; reconoce al sector su importancia como motor de crecimiento destacando su elevada productividad y su capacidad de generar empleo bien remunerado, así como el hecho de que brinda opciones en regiones de menor desarrollo económico.

El surgimiento de la aldea global en la que la población mundial se integra cada día más, aunado a la riqueza cultural y natural del país, implica que México hoy en día se encuentra en una situación de enorme potencial para que el desarrollo exitoso del sector turismo se vuelva en uno de los ejes de desarrollo del país.

El Plan Nacional de Desarrollo se ha propuesto aumentar, para 2012, en un 35 por ciento el número de turistas internacionales poniendo en marcha estrategias que en síntesis, persiguen el objetivo de hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.

En México, la afluencia de turistas extranjeros ocupa el octavo lugar a nivel mundial y el primero en América latina, sin embargo en lo respectivo a la captación de ingresos se posiciona en el lugar número 15. El turismo en nuestro país representa la tercera fuente de captación de divisas, después del petróleo y de las actividades manufactureras, generando así un 8.9 por ciento del PIB nacional en el año 2000, siendo el comportamiento del PIB Turístico muy semejante al crecimiento del PIB Nacional.

La revisión de datos correspondientes al año 2005, nos permite conocer que durante ese período arribaron a México 103 millones 146 visitantes internacionales, generando una derrama de 11 mil ochocientos millones de dólares y un gasto promedio de 114.4 dólares/día. La balanza turística para ese período deja un saldo de 4 mil doscientos tres millones de dólares al país con una variación porcentual en relación a 2004 de 9.6 por ciento.

La ocupación hotelera reportada para centros de playa es de 60.79 por ciento y para ciudades del interior del país, 48.47 por ciento.

México en el 2006 ocupó la séptima posición a nivel mundial en cuanto a visitantes con 97 millones de turistas, de los cuales 51 por ciento fueron turistas internacionales y 49 por ciento nacionales; cuya derrama económica fue del orden de los 12,176 millones de dólares con un gasto promedio de 124.9 dólares/día. En la balanza turística se reporta como saldo 4 mil sesenta y ocho millones de dólares y una variación respecto a 2005 de -3.2 por ciento.

América del Norte, Europa, América Latina y El Caribe son los países que en su conjunto, aportan 90 por ciento de turismo de internación a las diferentes regiones de México; de donde provienen 11 millones trescientos mil turistas.

El reporte de tendencias publicado al cierre del año 2006 (Datatur, México SECTUR 2006) que el mercado de cruceros crecerá a un 200 por ciento en cinco años convirtiéndose en uno de los segmentos de más rápido crecimiento en la industria.

Evolución del Turismo en Chiapas

Aún cuando los viajes hacia Chiapas se remontan a la primera mitad del siglo veinte, es hasta los años cincuentas cuando el Gobierno del Estado reconoce en la actividad turística su creciente importancia e impacto significativo en la economía estatal.

El esfuerzo de los chiapanecos involucrados en esta actividad, cristaliza uno de sus logros en la creación, en 1994 y con fundamento en la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Chiapas y el decreto oficial, de la Secretaría de Desarrollo Turístico.

Contribuyeron a este hecho, factores como la descentralización de funciones de la Secretaría de Turismo en el ámbito nacional a partir de que el Gobierno Federal reconoce e impulsa el desenvolvimiento pleno y autónomo de las entidades federativas para atender sus rezagos y carencias, dando paso a las propuestas para el desarrollo integral de cada región y al aprovechamiento del potencial conformado por sus recursos naturales.

A pesar de ser Chiapas un Estado poseedor de un sinnúmero de sitios naturales y culturales inexplorados y hasta desconocidos; la oferta era limitada y se basaba en sus principales Ciudades como Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Comitán y Palenque así como en centros culturales y artesanales sobre todo de carácter étnico.

La dinámica en la captación de afluencia procedente del país y del extranjero que venía registrando la actividad turística, se vio relativamente interrumpida por las circunstancias políticas del país, que dieron origen a un conflicto en Chiapas en el año de 1994. No obstante, para 2007 el Turismo se manifiesta en el estado como una actividad capaz de generar empleos de manera rápida y permanente.

En México, nos ubicamos como el séptimo estado en llegada de turistas nacionales y somos el octavo en afluencia de visitantes extranjeros.

Geográficamente, sumando el Distrito Federal con el Estado de México, tenemos que la Ciudad de México genera 40 por ciento de la afluencia hacia Chiapas, seguido de Veracruz con 11 por ciento, Tabasco con 8 por ciento y Puebla con 5 por ciento.

Entidad federativa	Participación %
Distrito Federal	30.78
Estado de México	8.66
Veracruz	10.95
Tabasco	7.45
Chiapas	5.94
Puebla	5.28
Resto de la República	30.94

A diferencia de otros sectores, en el turismo los beneficios de la inversión se perciben de manera inmediata, ya que impacta favorablemente en los diversos estratos socioeconómicos. La tendencia de los ingresos por turismo se ha comportado a una tasa media de crecimiento anual (tmca) de 14.9 por ciento durante el periodo 2000-2005, al pasar de mil 678.7 a 3 mil 358.1 millones de pesos. Para el cierre de 2006 se incrementa a 3 mil 611.1 millones.

Recursos Turísticos

Chiapas se percibe como un destino para turismo cultural, de naturaleza y aventura debido a sus extraordinarios y variados recursos naturales y la magnífica diversidad étnica y cultural que armoniza con el testimonio vivo de antiguas civilizaciones y con la fuerza de caudalosos ríos convertidos en energía para el progreso de Chiapas y de México, colocando a nuestro estado como una entidad privilegiada por la naturaleza.

El sector turismo en Chiapas ha cobrado vital importancia en los últimos años gracias al enorme potencial y se posiciona notablemente en el ámbito económico del Estado. Sin embargo, Chiapas también ofrece oportunidades para desarrollar, fomentar y promover nuevas atracciones turísticas como el turismo de negocios y el de cruceros, así como oportunidades para crecer y desarrollar nuevos centros integralmente planeados como el que se propone en la región de la selva teniendo como polo de desarrollo a Palenque.

Puerta de entrada del sureste mexicano, es mosaico multicolor matizado con el folklor ancestral de sus pueblos y culturas que coexisten en extravagantes paisajes, ríos, lagos, cascadas, bosques, selvas y montañas. Octavo estado más grande la república mexicana en sus 75.634 kilómetros cuadrados, representa 3.8 por ciento de la superficie del país con clima predominantemente cálido subhúmedo, 118 municipios que se distribuyen en nueve regiones socioeconómicas. Sus principales ciudades son Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Tapachula, Palenque, Comitán y Chiapa de Corzo.

En Chiapas se reconocen 9 de los 62 pueblos indios que existen en México, cuya diversidad étnica constituye uno de los principales recursos turísticos de Chiapas, en la expresión de sus pueblos tseltal, tzotzil, ch'ol, tojol-ab'al, zoque, mam, mochó, cakchiquel y lacandón.

Chiapas tiene un gran potencial turístico por su diversidad cultural, climática y de recursos naturales. Nuestro estado cuenta con destinos turísticos de gran potencial como son:

Arqueológicos:	Culturas vivas:	Turismo de naturaleza:
• Palenque • Bonampak • Toniná • Yaxchilán • Chincuiltic • Tenam Puente • Izapa	• San Cristóbal de las Casas • Chiapa de Corzo • San Juan Chamula • Amatenango del Valle • Zinacantán	• Las Guacamayas • Sima de las cotorras • Cañón del sumidero • Cañón de la venta • Biosfera Montes Azules • Agua Azul • Playas de Catazajá • Lagunas de Montebello • Lagos de Colón • Agua Clara

III. Eje Estratégico 5. Movilización para el empleo

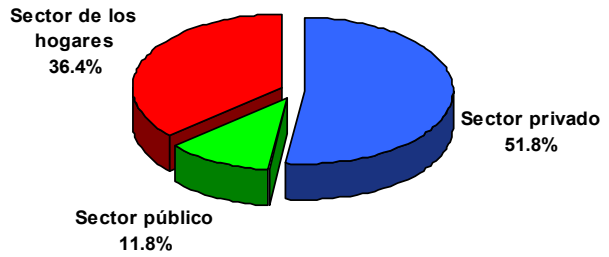
De acuerdo a la Encuesta Nacional Ocupación y Empleo, al tercer trimestre de 2007, la población en edad de trabajar era de 2 millones 914 mil personas, de las cuales 55.2 por ciento correspondían a la Población Económicamente Activa (PEA), esto es un millón 608 mil personas y 44.8 por ciento a la Población económicamente activa. Del total de la PEA, 97.8 por ciento se encuentra ocupada, mientras que 2.2 por ciento se encuentra buscando empleo.

Por posición en el trabajo, la PEA ocupada se distribuye en 45 por ciento trabajadores subordinados y remunerados, 33.6 por ciento laboran por cuenta propia, 14.9 por ciento son trabajadores no remunerados y 6.5 por ciento son empleadores.

Población ocupada por posición en el trabajo

Por ámbito laboral, 51.8 por ciento de la PEA ocupada trabaja en el sector privado, 36.4 por ciento en hogares y 11.8 por ciento en el sector público. En lo que respecta al sector de los hogares 68.1 por ciento está en el sector informal, 22.2 por ciento en la agricultura de subsistencia y 9.7 por ciento en trabajos domésticos remunerados.

Distribución de la PEA ocupada por ámbito laboral



En lo que respecta a la población desocupada, el 43.7 por ciento dejó su trabajo anterior por insatisfacción, 33.9 por ciento perdió o terminó su empleo, el 14.4 por ciento esta en búsqueda de su primer empleo.

Población desocupada según motivo de desempleo

Es indudable que el crecimiento económico del Estado, deberá concretarse con la creación de nuevas fuentes de empleos para satisfacer la demanda existente, pero no podemos dejar de visualizar a los que ya poseen un empleo seguro, y que les es necesario contar con capacitación integral que los ayude a ser más productivos y con esto, más seguros en su empleo.

Lo anterior abre un extenso abanico de oportunidades y responsabilidades para las instituciones capacitadoras y relacionadas con el empleo y el trabajo, enfocadas en dos vertientes:

La Capacitación para el Trabajo, tiene la finalidad de atender la capacitación para el trabajo productivo. Su mercado meta son las personas desempleadas que buscan una colocación al trabajo formal, es decir, integrarlos al mundo laboral.

La Capacitación en el Trabajo, cuyo objetivo general es crear las condiciones necesarias para que los trabajadores en activo y empleadores de micros, pequeñas y medianas empresas puedan desarrollar.

En lo que respecta a centros de formación para el trabajo, en Chiapas existen 421 escuelas, de las cuales, 416 son particulares, 6 son del gobierno del estado y 3 del gobierno federal, correspondientes a los Centros de Capacitación Industrial.

En cuanto al número de alumnos inscritos, el 78.9 por ciento corresponde a escuelas particulares, el 16.9 por ciento a instituciones federales y el 6.2 por ciento a estatales. En lo que corresponde a la tasa de aprobación, se observa que el 84 por ciento de los alumnos inscritos en los centros estatales concluyeron satisfactoriamente el período, mientras que en las escuelas particulares tan solo lo hizo el 43 por ciento. Cuadro 2.

Número de escuelas por modalidad y alumnos en centros de formación para el trabajo

Período 2005-2006

Modalidada	Escuelas	Inscritos	Alumnos Existentes	Acreditados
Federales	3	6,042	4,875	4,692
Estatales	6	2,493	2,103	2,103
Particulares	412	31,907	24,641	13,916
Total	**421**	**40,442**	**31,619**	**20,711**

Fuente: Estadística Básica del Sistema Educativo Nacional; recuperado el 15 de marzo de 2005 en www.sep.gob.mx.

IV. Eje Estratégico 6. Impulso a los bioenergéticos y energías alternativas

El uso intensivo de la atmósfera terrestre, como vertedero de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), constituye uno de los factores de mayor peso en la presión que ejerce la humanidad sobre los servicios ambientales de la biosfera. Se trata de un problema global que afecta a todas las localidades del mundo. Durante los últimos 250 años, el uso intensivo de carbón y combustibles fósiles, como principal fuente de energía para el proceso de industrialización, emitió a la atmósfera poco más de un billón de toneladas de CO2 (bióxido de carbono, principal GEI,).

La utilización de las energías renovables en México se da en una proporción muy inferior a su potencial; como lo indican las cifras del Balance Nacional de Energía 2002, solamente el 11.6 por ciento de la oferta bruta de energía primaria proviene de fuentes renovables de energía, lo que se compara con el uso de hidrocarburos, cuya participación en la oferta interna bruta de energía primaria fue de 86.4 por ciento.

De acuerdo con el Centro de Investigación en Energía de la Universidad Nacional Autónoma de México, nuestro país posee un importante potencial de energéticos renovables. Por ejemplo, el país recibe seis horas de exposición al sol, una cantidad equivalente al consumo nacional de un año. Esta energía se transforma en calor, viento, agua evaporada y en diversas formas de biomasa, que aunque la tecnología nueva permite un uso importante de estos bioenergéticos, hasta la fecha en México se usa marginalmente.

En México, la forma más utilizada de bioenergía es el bagazo de caña, ya que en el 2001 se produjeron 92 petajolues, lo que representó el 76 por ciento del consumo en la industria azucarera, el 7 por ciento de todo el sector industrial y el 2 por ciento de la energía final.

Las prospectivas para los próximos 20 años y de acuerdo con el Instituto Mexicano del Petróleo (IMP), señalan que el mercado de los combustibles estará caracterizado por una amplia variedad de los fósiles y renovables. La introducción de combustibles renovables se hará de forma paulatina, para que sea posible utilizar los motores con que se cuenta en la actualidad. La biotecnología agrícola y marina contribuirán a desarrollar el volumen necesario de combustibles ultra limpios de alta capacidad energética.

De manera tradicional, las actividades agropecuarias cubren las funciones de seguridad alimentaria, ambiental, económica, productiva y social (desarrollo). En la actualidad para hacer frente a los retos de la sociedad mexicana es necesario que las actividades agropecuarias vayan más allá de la producción de alimentos; desarrollar su potencial de función energética al generar energías que satisfagan las necesidades de la población.

Un gran número de países que no cuentan con una producción de combustibles de origen fósiles ha estado buscando sustitutos, encontrándolo en el etanol y el biodiesel, combustibles que no contamina como los de origen fósil y proviene de una fuente renovable.

Chiapas es uno de los principales productores de caña de azúcar, base para producir etanol, además de ser uno de los mayores rendimientos presentan en este cultivo con un promedio anual de 90 toneladas por hectárea, prácticamente 50 por ciento más que el promedio mundial.

En lo que respecta a la Palma de Aceite, Chiapas es el principal productor en México, con rendimientos equiparables a los de Malasia, que a nivel mundial es el principal productor de aceite de palma, materia prima para la producción de biodiesel.

En el estado se siembra maíz, caña de azúcar y palma de aceite, cultivos de los cuales se pueden producir bioenergéticos, sin embargo estos se encuentran de alguna manera comprometidos, como es el caso del maíz, cuya siembra a nivel nacional es de seis millones 731 mil 659 has, con un volumen de producción de 16 millones 42 mil 18 toneladas. En Chiapas se siembran 841 mil 568 has, con un volumen de producción de un millón 402 mil 833 toneladas, que no son suficientes y dependen del exterior para poder cumplir las cuotas de consumo humano, por lo que no es viable su uso en este momento, en la producción de bioenergéticos.

En el caso de la caña de azúcar se siembran a nivel nacional 637 mil 285 has, con un volumen de producción de 48 millones 663 mil 916 toneladas. En el estado suman 29 mil 984 has, sembradas con un volumen de producción de dos millones 634 mil 363 toneladas. Los ingenios en el estado no tienen la capacidad de poder procesar el 100 por ciento de la producción, siendo viable poder emplear los excedentes para la producción de etanol.

En Palma de Aceite contamos con una superficie a nivel nacional de 36 mil 874 has distribuidas en los estados de Campeche, Chiapas, Tabasco y Veracruz; para el caso del estado contamos con 16 mil 760 has, generando un volumen de producción de 185 mil 211 toneladas y casi el 100 por ciento de su producción se encuentra ya comprometida con empresas extractoras, siendo necesario el establecimiento de nuevas plantaciones dedicadas a la producción de bioenergéticos.

El uso de nuevos cultivos productores de bioenergéticos como la Jatropha Curcas L. (Piñón), y Ricinus Comunis (Higuerilla), son alternativas con mucho potencial por explotar.

En un análisis de consumo., las reducciones de gases efecto invernadero por kilómetro recorrido, en comparación con gasolina y diesel, son significativas: el etanol proveniente de granos provee una reducción de 30 por ciento aproximadamente, mientras que el biodiesel, es de casi el 60 por ciento.

Bajo los términos del Protocolo de Kyoto, los países se agrupan en dos anexos. El Anexo I incluye a la mayoría de los países industrializados, mientras que el Anexo II, incluye a los países en vías de desarrollo. Los países del Anexo I se comprometen a reducir sus emisiones totales de gases de invernadero en 5 por ciento respecto a los niveles de 1990. Las metas cuantificadas de emisión son establecidas por cada país de manera diferenciada.

Para alcanzar sus metas de reducción, los países del Anexo I pueden instrumentar medidas internas de reducción de emisiones o los llamados "mecanismos flexibles", diseñados para lograr las reducciones y eficientando sus costos, a través del mercado. Estos mecanismos incluyen el Comercio Internacional de Emisiones (bonos de carbono), la Implementación Conjunta y los Mecanismos de Desarrollo Limpio.

Existen diversas disposiciones normativas relacionadas con la generación de energía, pero estas resultan insuficientes para la promoción y desarrollo de los bioenergéticos provenientes de la biomasa.

De acuerdo con el balance nacional de energía, en México el costo de producción de energía eléctrica es de 4-6 centavos de dólar por kilowatts hora, costo competitivo con el de combustóleo que es de 4.52 centavos de dólar por kilowatts hora.

Para la agroindustria, tenemos que si la industria cañera llegase a modernizar sus instalaciones de generación de vapor y energía eléctrica, podría disponer de excedentes de capacidad del orden de 1,000 MW. La energía así producida sería de bajo costo, del orden de 2 dólares kilowatts hora por los bajos costos del combustible.

V. Eje Estratégico 7. Fomento a las Artesanías

La artesanía chiapaneca es el reflejo de nuestra identidad cultural e histórica, y representa tanto en el contenido de sus materias primas como en la valorización de las habilidades y destrezas de sus creadoras, un producto verdaderamente auténtico de Chiapas.

En la actualidad Chiapas se constituye como la séptima entidad federativa más poblada del país, con una población total de 4 millones 293 mil 459 habitantes, de los cuales el 29 por ciento (un millón 245 mil 103 habitantes) son indígenas, ubicadas en las regiones con mayor grado de marginación, en donde aproximadamente 300 mil son artesanos con una densidad del 60% en mujeres dedicadas a la elaboración de artesanías.

Las actividades artesanales, sobre todo en las mujeres indígenas, han cumplido una función generadora de ingreso complementario y autoempleo rural que es

fundamental en la contención de los niveles de pobreza extrema. La ausencia de un proceso de planificación regional, participativo e incluyente, está generando un proceso de extinción en la función social de la Artesanía y provocando la aparición de sustitutos industriales que han deformado el valor, la calidad, autenticidad y disminuido el ingreso de los productores locales, por efecto de la introducción ilegal y competencia desleal de productos provenientes de Guatemala, omitiendo la importancia de fomentar mercados locales, regionales, estatales, nacionales e internacionales para la sustentabilidad de la actividad.

La instrumentación de proyectos productivos necesarios para un crecimiento gradual y sostenido de las actividades artesanales, nos refiere a varios factores limitantes: desarrollo tecnológico primario, deficiente organización productiva (falta de aplicación de figuras jurídicas enfocadas al sector artesanal), escasa integración con la actividad turística, condiciones de trabajo inadecuadas, encarecimiento de los insumos, falta de capitalización y financiamiento oportuno en las unidades productivas, difícil acceso a los mercado mayoristas (ausencia de asesoría empresarial).

Adicionalmente, la falta de aprovechamiento del potencial de capital humano existente y las ventajas comparativas de recursos para alcanzar un desarrollo sustentable, no han fomentado sinergias económicas que ubiquen, a las actividades artesanales, como parte del desarrollo e integración de cadenas productivas en sus respectivas regiones.

Las oportunidades de comercialización son escasas, lo que propicia que los precios de las artesanías estén subvaluadas, contribuyendo al bajo nivel de vida en el que se encuentra el sector artesanal.

Aunado a lo anterior la falta de promoción y difusión, a través de los diferentes medios de comunicación escritos, electrónicos y tecnología de punta, para dar a conocer el trabajo artesanal ha repercutido invariablemente en la comercialización.

Los artesanos y artesanas del Estado de Chiapas, en la actualidad presentan problemáticas y necesidades de atención, con relación a ofrecer mayores garantías productivas, en términos de calidad y volúmenes de producción, así como la implementación de acciones que les permita estar mejor preparados para encausarse en la micro y mediana empresa artesanal.

Actualmente no se cuenta con un registro real de artesanos por etnia, rama artesanal y municipio, que permitan hacer proyectos y programas integrales para el fortalecimiento de este sector, de tal manera que pueda incrementar la producción; existe asimismo una insuficiente asesoría jurídica para constituir grupos de trabajo susceptibles de crédito y comercialización a gran escala.

Directorio

Lic. Juan Sabines Guerrero

Gobernador Constitucional del Estado de Chiapas y Presidente del COPLADE Chiapas Solidario

Lic. José Antonio Zenteno Santiago

Secretario de Planeación y Desarrollo Sustentable y Coordinador General del COPLADE

Lic. Roberto Armando Albores Gleason

Secretario de Fomento Económico, Turísmo y de Proyectos Estratégicos y Coordinador del Subcomité Sectorial

Lic. Raúl Ramírez Elizalde

Delegado Federal de la Secretaría de Economía en el Estado de Chiapas y Secretario Técnico del Subcomité de Fomento Económico, Turístico y de Proyectos Estratégicos

Chiapas
Gobierno
del Estado

Poder Ejecutivo