

LA FIESTA GRANDE DE CHIAPA DE CORZO: PATRIMONIO Y TURISMO CULTURAL, MIPYMES FAMILIARES Y ECONOMÍA SOCIAL EN EL SUR DE MÉXICO

Zoily Mery Cruz Sánchez¹

Carlos Octavio Cruz Sánchez²

Resumen

La Fiesta Grande de Chiapa de Corzo, en Chiapas, México, se celebra del 4 al 23 de enero, y es una de las expresiones más representativas del patrimonio cultural inmaterial de nuestro país. Reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad desde 2010, esta festividad articula elementos religiosos, históricos y comunitarios en torno a la danza de los Parachicos, las Chuntás, las Chiapanecas, el Combate Naval y las procesiones dedicadas a San Sebastián Mártir, San Antonio Abad y el Señor de Esquipulas (UNESCO, 2010).

Representa un atractivo turístico de alto impacto, con una afluencia que supera los 100 mil visitantes anuales, generando ingresos significativos para las familias locales (Visit Mexico, 2025) y al mismo tiempo, la Fiesta activa una economía local basada en la producción artesanal, la gastronomía tradicional, el hospedaje familiar y los servicios turísticos.

Las microempresas familiares -dedicadas a la confección y compra venta de máscaras, trajes, alimentos típicos, logística festiva y artesanías para el turismo- operan bajo lógicas de cooperación, reciprocidad y arraigo territorial, propias de la economía social y solidaria (Coraggio, 2011). Sin embargo, es posible observar que estas iniciativas parecen carecer de mecanismos que fortalezcan su sostenibilidad, su escalabilidad y sobre todo, la preservación del turismo identitario, es decir, de la conexión con las raíces de los propios habitantes y visitantes que año con año, regresan a vestirse y bailar como parachicos, chuntás y chiapanecas para ser figuras principales y disfrutar de su Fiesta.

En este documento, utilizando una metodología documental y hermenéutica basada en revisión de referentes y entrevistas realizadas con actores que participan y se desenvuelven alrededor de ella, se presentan las características principales de las prácticas culturales que configuran la festividad como Patrimonio Vivo; se identifican los actores económicos locales

¹ Facultad de Contaduría y Administración. Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas. ORCID 0009-0005-3222-007X. Correo: zoily.cruz@unach.mx

² Facultad de Arquitectura. Benemérita Universidad Autónoma de Chiapas. ORCID 0009-0005-2254-3561. Correo: cocruz@unach.mx

que participan en la producción de bienes y servicios y se evalúan las condiciones imperantes de los mecanismos de sostenibilidad y escalabilidad en las Mipymes familiares y de las redes comunitarias.

Palabras claves: MIPYMES familiares, economía social, Chiapa de Corzo.

THE GRAND FESTIVAL OF CHIAPA DE CORZO: HERITAGE AND CULTURAL TOURISM, FAMILY-OWNED MSMEs AND SOCIAL ECONOMY IN SOUTHERN MEXICO

Abstract:

The Grand Festival of Chiapa de Corzo, in Chiapas, Mexico, is celebrated from January 4 to 23, and is one of the most representative expressions of our country's intangible cultural heritage. Recognized by UNESCO as Intangible Cultural Heritage of Humanity since 2010, this festival brings together religious, historical, and community elements around the dances of the Parachicos, the Chuntás, the Chiapanecas, the Naval Battle, and the processions dedicated to Saint Sebastian the Martyr, Saint Anthony Abbot, and the Lord of Esquipulas (UNESCO, 2010).

It represents a high-impact tourist attraction, with an influx exceeding 100,000 visitors annually, generating significant income for local families (Visit Mexico, 2025). At the same time, the festival stimulates a local economy based on artisanal production, traditional gastronomy, family-run lodging, and tourist services.

Family-run microenterprises—dedicated to the making and selling of masks, costumes, typical foods, festival logistics, and handicrafts for tourism—operate under principles of cooperation, reciprocity, and territorial rootedness, characteristic of the social and solidarity economy (Coraggio, 2011). However, it is possible to observe that these initiatives seem to lack mechanisms that strengthen their sustainability, scalability, and, above all, the preservation of identity-based tourism—that is, the connection with the roots of the inhabitants and visitors who, year after year, return to dress and dance as Parachicos, Chuntás, and Chiapanecas to become the main figures and enjoy their festival.

This document, employing a documentary and hermeneutic methodology based on a review of relevant sources and interviews with stakeholders involved in and connected to the festival, presents the main characteristics of the cultural practices that define the festival as Living Heritage; identifies the local economic actors involved in the production of goods and services; and evaluates the prevailing conditions of sustainability and scalability mechanisms in family-owned micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) and community networks.

Keywords: Family-owned MSMEs, social economy, Chiapa de Corzo.

1. INTRODUCCIÓN

La Fiesta Grande de Chiapa de Corzo, realizada del 4 al 23 de enero, representa una de las celebraciones más emblemáticas del patrimonio cultural mexicano, particularmente para el estado de Chiapas. En ella convergen prácticas religiosas, rituales, danzas, música y gastronomía tradicional que expresan la identidad colectiva de los habitantes chiapacorceños. Reconocida por la UNESCO en 2010 por su danza de los Parachicos, constituye un símbolo de resistencia cultural frente a la globalización turística y los procesos de homogeneización cultural.

El atractivo turístico de la Fiesta ha crecido exponencialmente, de acuerdo con Visit Mexico (2025), recibe más de 100 mil visitantes anuales, generando un impacto económico notable para las familias locales. Sin embargo, detrás del entusiasmo y colorido se encuentran dinámicas complejas entre patrimonio, mercado y sostenibilidad. La comercialización de artesanías, alimentos típicos y servicios turísticos se sostiene gracias a MIPYMES familiares que operan desde la lógica de la economía social, basada en la reciprocidad, la solidaridad y la cooperación, más que en la lógica de la acumulación de capital.

La problemática central que guía este estudio radica en la tensión entre la preservación del patrimonio inmaterial y las presiones del turismo de mercado. ¿Hasta qué punto las prácticas económicas de la Fiesta Grande se inscriben dentro de una economía social que fortalece la identidad local? ¿Y cómo se gestiona el equilibrio entre desarrollo económico y salvaguarda cultural?

El objetivo general es analizar la Fiesta Grande de Chiapa de Corzo como un fenómeno de turismo cultural y economía social, identificando los actores económicos, las prácticas comunitarias y los desafíos para la sostenibilidad.

La hipótesis de trabajo sostiene que las MIPYMES familiares y redes comunitarias que participan en la Fiesta Grande constituyen una forma de economía social y solidaria, aunque limitada por la falta de mecanismos institucionales de gestión sostenible y participación corresponsable.

Desde una perspectiva teórica, este trabajo se apoya en la noción de gestión social (Huergo, 2008; Pastor, 2014), entendida como un proceso colectivo, deliberativo y participativo orientado a la construcción del bienestar común. La gestión social trasciende la idea administrativa tradicional, para situarse en el ámbito de la acción comunitaria y la corresponsabilidad entre actores sociales.

En este sentido, constituye un dispositivo de organización social que permite a las comunidades ejercer poder sobre su propio desarrollo, generando estrategias cooperativas y mecanismos de participación que fortalecen la cohesión y la identidad cultural. Así, la gestión social no se limita a la administración de recursos o a la ejecución técnica de proyectos, sino que integra dimensiones simbólicas, culturales y políticas que posibilitan la toma de decisiones compartidas y la producción de valor público (Pastor, 2014).

Complementariamente, la investigación se inscribe en el marco de la economía social y solidaria, perspectiva teórica desarrollada por Coraggio (2011), que privilegia el trabajo sobre el capital y propone una economía centrada en las personas y en la satisfacción de necesidades colectivas. Este enfoque reconoce la existencia de sistemas económicos híbridos en los que la reciprocidad, la cooperación y la ayuda mutua configuran modos alternativos de producción y distribución del valor.

Desde esta óptica, las MIPYMES familiares y las redes comunitarias vinculadas a la Fiesta Grande de Chiapa de Corzo pueden interpretarse como expresiones de una racionalidad económica solidaria, que busca preservar el tejido social y cultural frente a las dinámicas del mercado turístico convencional. La metodología adoptada en este estudio, por tanto, se articula con estos principios al priorizar la comprensión de los significados, las prácticas colaborativas y los procesos identitarios que emergen en el seno de las comunidades locales.

2. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación se fundamenta en un enfoque cualitativo y hermenéutico, orientado a la comprensión profunda de los significados y prácticas culturales que configuran la Fiesta. A través de un diseño no experimental, transversal y descriptivo, se analiza el fenómeno en su contexto natural, sin la manipulación de variables, permitiendo una visión holística de su desarrollo.

La metodología se sustenta en la revisión documental de fuentes académicas y documentos locales, que brindan un marco contextual y teórico para la interpretación de los datos. Adicionalmente, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a actores clave, tales como artesanos, priostes, comideras, danzantes y gestores culturales, quienes aportan sus perspectivas y experiencias personales sobre la Fiesta. La observación participante durante las ediciones 2024 y 2025, en eventos emblemáticos como las procesiones de San Sebastián, San Antonio Abad y el Combate Naval, complementa la recolección de datos, permitiendo una inmersión en la dinámica festiva y la interacción entre los participantes.

El análisis se basó en la interpretación hermenéutica de testimonios y documentos, permitiendo identificar categorías de sentido en torno a tres ejes:

- Identidad y patrimonio vivo.
- Economía familiar y redes solidarias.
- Sostenibilidad y gestión turística.

Toda vez que el enfoque hermenéutico se justifica porque la Fiesta Grande no puede comprenderse mediante datos cuantitativos, sino como una experiencia simbólica que articula valores, narrativas y significados colectivos.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 La Fiesta Grande como patrimonio vivo

El patrimonio cultural de Chiapa de Corzo es el resultado de una larga historia de sincretismo entre las cosmovisiones indígenas chiapanecas y las influencias coloniales. La danza de los Parachicos, eje simbólico de la celebración, representa esta fusión entre lo sagrado y lo festivo, entre la religiosidad popular y la expresión artística.

Los Parachicos, con sus máscaras talladas, monteras de ixtle, sarapes y sonajas, encarnan la memoria colectiva de un pueblo que ha resistido al tiempo y al mercado. Las Chuntás y Chiapanecas complementan la coreografía social, generando un entramado simbólico de género, identidad y pertenencia.

Durante la Fiesta, la ciudad se transforma en un espacio ritual y económico donde la devoción se combina con el comercio y la convivencia. Las calles, plazas y portales del centro histórico remodelados mediante el Programa de 100 Ciudades (Saad-Corzo, 2009) se convierten en escenarios de turismo cultural y encuentro social. El concepto de patrimonio vivo implica que el valor cultural no reside en los objetos, sino en las prácticas y relaciones sociales que los reactivan cada año (Santacana, 2015). En Chiapa de Corzo, las familias se preparan durante meses para la Fiesta, confeccionando trajes, preparando alimentos tradicionales y organizando procesiones. La continuidad intergeneracional garantiza que las prácticas se mantengan como parte del tejido social.

3.2 Turismo cultural y desarrollo local

El turismo cultural ha adquirido relevancia como estrategia de desarrollo sostenible en comunidades con alto valor patrimonial (OMT, 2016). En Chiapa de Corzo, la Fiesta Grande genera una derrama económica significativa que se distribuye entre los hogares locales, especialmente a través de la venta de alimentos, hospedaje y artesanías.

Sin embargo, la distribución del ingreso no siempre es equitativa. Los beneficios económicos se concentran en ciertos sectores, mientras que otras familias participan de forma secundaria. La falta de políticas de gestión cultural integrales provoca que muchos emprendimientos familiares operen sin formalización ni apoyo técnico, lo que limita su sostenibilidad.

El municipio ha desarrollado iniciativas turísticas vinculadas al programa Pueblos Mágicos, que desde 2012 busca fortalecer la imagen urbana y la promoción turística. Aun así, la Fiesta Grande conserva su lógica local: es un evento autogestionado, financiado en gran parte por las propias cofradías, priostes y donaciones comunitarias.

Esta autogestión es una muestra de capital social (Caravaca & González, 2009), donde las redes de confianza y cooperación entre vecinos facilitan la organización colectiva. Los vínculos sociales funcionan como una economía moral que regula el intercambio y la reciprocidad, en contraposición a la lógica de mercado (Polanyi, 2003).

En este sentido, la Fiesta Grande ilustra cómo el turismo cultural puede coexistir con la economía solidaria, siempre que se mantenga la participación comunitaria y se evite la mercantilización excesiva.

3.3 MIPYMES familiares y economía social

Las MIPYMES familiares constituyen el corazón económico de la Fiesta Grande. Se dedican a la producción y venta de máscaras, trajes, alimentos típicos, bebidas, arreglos florales, hospedaje y servicios turísticos. Estas actividades combinan tradición, creatividad y emprendimiento, sosteniendo la economía local más allá del periodo festivo.

Desde la perspectiva de la economía social y solidaria, estas microempresas operan con base en valores de cooperación, confianza y trabajo colectivo (Coraggio, 2011). La motivación principal no es la acumulación de capital, sino la continuidad cultural y el bienestar familiar.

Aun así, enfrentan desafíos estructurales: falta de acceso a financiamiento, ausencia de capacitación empresarial, limitada articulación con políticas públicas y escasa visibilidad institucional. La inexistencia de mecanismos de escala productiva impide que se consoliden cadenas de valor local sostenibles.

No obstante, su papel en la reproducción cultural es esencial. Las artesanas que confeccionan monteras, las familias que preparan tamales o el pozol, y los talladores de máscaras, son depositarios de un conocimiento ancestral que combina economía y simbolismo. En términos de Mazzucato (2021), este tipo de trabajo genera valor público, pues contribuye al bien común más allá del lucro individual.

Las entrevistas revelaron que muchas de estas MIPYMES se organizan mediante redes informales basadas en parentesco y vecindad, lo cual constituye una forma de gestión social comunitaria. Este tipo de organización representa un modelo alternativo frente al turismo extractivo, caracterizado por la externalización de beneficios y la pérdida de autenticidad cultural.

4.4 Sostenibilidad y gestión cultural

La sostenibilidad del patrimonio cultural no depende únicamente de su conservación física, sino de la capacidad de las comunidades para mantener vivas sus prácticas. En Chiapa de Corzo, la transmisión de saberes y el compromiso intergeneracional son fundamentales para la continuidad de la Fiesta Grande.

Sin embargo, la presión turística y la comercialización excesiva amenazan esta continuidad. La introducción de productos industrializados, la pérdida de autenticidad en la vestimenta y la apropiación de espacios públicos por intereses externos ponen en riesgo el equilibrio entre tradición y mercado.

La gestión cultural participativa se presenta como una estrategia para abordar estos desafíos (Castro, 2007; Pastor, 2014). Este enfoque implica la legitimación de los actores

locales: artesanos, priostes, comideras, músicos y promotores culturales como gestores auténticos del patrimonio cultural.

El principal reto radica en la articulación de las políticas públicas de turismo con las prácticas comunitarias de autogestión. Un modelo de turismo identitario, fundamentado en la valoración de las raíces culturales y la cooperación, podría contribuir a la sostenibilidad del evento y asegurar la distribución equitativa de sus beneficios.

4. CONCLUSIONES

La Fiesta Grande de Chiapa de Corzo es mucho más que una festividad religiosa o turística: es un sistema complejo de relaciones sociales, económicas y simbólicas que encarna la identidad viva del pueblo chiapaneco.

Desde el enfoque del turismo cultural, la Fiesta se presenta como un laboratorio de economía solidaria, donde la gestión social y las MIPYMES familiares articulan producción, cultura y territorio.

Los hallazgos permiten afirmar que la economía social en torno a la Fiesta Grande opera como un espacio de resistencia y creatividad frente a las lógicas de mercado, aunque requiere fortalecerse institucionalmente. Se recomienda:

- Promover programas de apoyo y capacitación para las MIPYMES culturales.
- Fomentar redes de cooperación entre actores locales, gobierno y academia.
- Establecer mecanismos de salvaguarda que prioricen la participación comunitaria sobre la explotación turística.

El futuro de la Fiesta dependerá de la capacidad colectiva para mantener su esencia como patrimonio vivo, donde la tradición no se convierte en mercancía sino en fuente de identidad, cohesión y bienestar.

BIBLIOGRAFÍA

- Beaumont, J. (2016). *Redes sociales y capital social en comunidades locales*. Madrid: CIS.
- Caravaca, I., & González, G. (2009). *Capital social y desarrollo territorial*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Castro, A. (2007). *Ética y gestión social: fundamentos para la acción colectiva*. Buenos Aires: CLACSO.
- Coraggio, J. L. (2011). *Economía social y solidaria: El trabajo antes que el capital*. Buenos Aires: CLACSO.
- Huergo, J. (2008). *La gestión social y los procesos culturales*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata.
- Manzanal, M. (2002). *Gestión del desarrollo y participación social*. Buenos Aires: FLACSO.

- Mazzucato, M. (2021). *Mission Economy: A Moonshot Guide to Changing Capitalism*. London: Allen Lane.
- Navarrete, C. (1974). *Los antiguos chiapanecas y sus cultos religiosos*. México: INAH.
- Nigenda, N. (2005). *Los Parachicos: historia y tradición viva de Chiapa de Corzo*. Chiapas: Consejo Estatal para la Cultura y las Artes.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2016). *Turismo y cultura para el desarrollo sostenible*. Madrid: OMT.
- Pastor, J. (2014). *Gestión colaborativa y valor público*. Madrid: Alianza Editorial.
- Paredes, A. (2009). *Territorio, desarrollo y participación local*. Quito: CEPAL.
- Polanyi, K. (2003). *La gran transformación*. México: FCE.
- Saad-Corzo, R. (2009). *Gestión social y patrimonio cultural en Chiapa de Corzo*. Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Chiapas.
- Santacana, J. (2015). *Patrimonio inmaterial y memoria viva*. Barcelona: Ariel.
- UNESCO. (2010). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. París: UNESCO.
- Visit Mexico. (2025). *Turismo cultural en Chiapas: la Fiesta Grande de Chiapa de Corzo*. Secretaría de Turismo de México.