



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**FACULTAD DE PLANEACIÓN URBANA Y REGIONAL**



**ANÁLISIS DE REDES EN LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL  
DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CASO: HOTELES DE CUATRO Y CINCO ESTRELLAS  
EN TOLUCA, LERMA Y METEPEC**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PLANEACIÓN TERRITORIAL**

**PRESENTA:**

**HERNÁNDEZ LINARES KAROL ULISES**

**DIRECTOR:**

**DR. RYSZARD RÓZGA LUTER.**

**Toluca de Lerdo, Estado de México, abril 2015**

## INDICE

Introducción	3
Hipótesis	9
Objetivos	9
<b>Capítulo 1.</b> Interpretaciones teórico-conceptuales sobre el turismo como factor determinante en la configuración de la Ciudad.	
1.1 Teoría de Christaller	19
1.2 Teoría del Actor-Red (TAR)	22
1.3 Lógica espacial del sistema Capitalista	25
1.4 Economía y organización territorial	28
1.5 Carácter dinámico de las interrelaciones economía-espacio	30
1.6 Conceptualización de las redes y tipología	34
1.7 Lógica de la articulación territorial de las redes	39
<b>Capítulo 2.</b> Análisis de la dinámica espacial y territorial del Turismo en torno a las redes y su competitividad	
2.1 Análisis diacrónico en la búsqueda y aproximación teórica y conceptual del turismo	45
2.2 Dinámica espacial y territorial del turismo	46
2.3 El turismo en el contexto de la Globalización	48
2.4 Transición entre conexiones areolares a redes reticulares en la dimensión socioterritorial del turismo	50
2.5 La competitividad en el entorno de las redes y las actividades turísticas	52
2.6 La competitividad territorial en el escenario de la economía globalizada	59
<b>Capítulo 3.</b> El turismo en México	
3.1 Llegada de visitantes internacionales a México	59
3.2 Ingreso de Divisas	60
3.3 Turismo receptivo. Visitantes Internacionales a México vía aérea	62
3.4 Transportación Aérea. Total de vuelos y pasajeros	63
3.5 Balanza Turística	66
3.6 Gasto promedio de los visitantes internacionales a México	68
3.7 Transportación Marítima	70
3.8 Oferta de alojamiento y Porcentaje de ocupación hotelera en México	71
3.9 Competitividad turística en México	74
<b>Capítulo 4.</b> Análisis descriptivo y competitivo de la actividad turística hotelera en Toluca, Lerma y Metepec mediante las cinco fuerzas de Porter	
4.1 Aspectos metodológicos del estudio de campo e instrumento	78
4.2 Poder de negociación de los consumidores o poder del comprador	87
4.3 Amenaza de entrada de otros competidores	91
4.4 Poder de negociación de los proveedores	93
4.5 Amenaza de productos sustitutos	95
4.6 Grado de rivalidad entre competidores	97
4.7 Índice de competitividad Herfindahl- Hirschman (IHH)	100
<b>Conclusiones</b>	108
<b>Bibliografía</b>	

## **INTRODUCCIÓN**

El propósito de la presente investigación se centra en precisar las bases teóricas y los planteamientos para describir mediante el estudio de la competitividad territorial y sus redes, la importancia de las relaciones interempresariales para la actividad turística hotelera en el caso específico de la zona que comprenden los municipios de Toluca, Lerma y Metepec, en el Estado de México<sup>1</sup>.

### **Planteamiento del problema**

Durante la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad, los estudios sociales a partir de la perspectiva de redes o paradigma de redes se han extendido y han considerado como elemento central el intercambio de flujos de información que se llevan a cabo entre los sectores económico-financieros que se desenvuelven entre las principales áreas metropolitanas del mundo, intensificados cuando la globalización económica impacta a diversas escalas territoriales. Sin embargo, dichos estudios se han caracterizado por su enfoque macro-territorial quedando pendientes un mayor número de investigaciones en el interior de los ámbitos territoriales incluso quedando pendiente un mayor soporte empírico en los territorios que aún son incipientes en el desarrollo y aprovechamiento extensivo de las tecnologías de la información y comunicación.

Las redes de intercambios que conectan las diferentes empresas, sectores, y escalas territoriales bajo la forma de capital-mercancía constituyen un vehículo tradicional de internacionalización económica que, a raíz de la globalización y el modelo de la nueva economía, han experimentado grandes cambios sobre todo en las últimas dos décadas, tanto en el aspecto de su volumen total como en la naturaleza de los productos intercambiados, la jerarquía de los países

---

<sup>1</sup> La investigación es un producto derivado del proyecto titulado Condiciones laborales en las empresas hoteleras de la zona Toluca – Metepec – Lerma: su impacto en el desarrollo económico local, con clave UAEMéx 3615/2013SF.

importadores y exportadores o la dirección de la intensidad de flujos de información llevados a cabo entre los sectores económico-financieros.

Para entender como las redes de intercambios constituyen un vehículo de internacionalización económica podemos acercarnos al estudio de la nueva economía y del modelo actual de Globalización económica. Según Jeanott; (2004: 80) la nueva economía consiste en un modelo de crecimiento basado en las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) que logra el pleno empleo sin inflación, aunque no elimine las fluctuaciones económicas de los ciclos. Éste autor considera además que el modelo de la nueva economía se resume en tres componentes: a) las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones que cambian la base técnica de los procesos de trabajo; b) la innovación como eje competitivo en la producción de bienes o servicios y como manifestación de la economía del conocimiento; c) las redes de empresas que representan nuevos fundamentos micro de la macroeconomía. Por su lado, Castells (2000) considera que esta nueva economía, se caracteriza por tres rasgos interrelacionados: el primero rasgo es identificable a partir de que se observa una economía centrada en el conocimiento y la información como bases de la producción, como bases de la productividad, y bases de la competitividad, tanto para empresas como para regiones, ciudades y países. El segundo rasgo se centra en economía basada en la productividad, generada por conocimiento e información es una economía global debido a que las actividades económicas dominantes están articuladas globalmente y funcionan como una unidad en tiempo real fundamentalmente en torno a dos sistemas de globalización económica: por un lado los mercados financieros interconectados en todas partes por medios electrónicos, y, por otro lado, la organización a nivel planetario de la producción de bienes y servicios y de la gestión de estos bienes y servicios. El tercer rasgo, está relacionado con las dos anteriores y es el hecho de que es una economía que funciona en redes, esta economía en red permite una excelente flexibilidad y adaptabilidad y por tanto puede considerársele también una economía

informativa y global, por ello, ninguno de esos factores puede funcionar sin el otro. (Véase esquema 1)

En este contexto podemos decir que no se trata solo de una economía del conocimiento, se trata de una economía más compleja, en la que no solo se involucran de manera directa sus tres factores característicos, sino que cada uno de ellos determina la configuración territorial. Sin embargo, para efectos de esta investigación, es necesario abordar de manera específica e indispensable el concepto clave de la nueva economía: las redes.

Actualmente el proceso de cambio histórico definido como Era de la Información hace énfasis en la importancia de las ciudades, refiriéndose a las condiciones en que se desarrolla la nueva economía centrada en las transformaciones tecnológicas y organizativas. Tras sintetizar cuáles son estas transformaciones y caracterizarla como una economía del conocimiento global pero sobre todo, organizada en red, se vislumbra al enfoque de redes como una herramienta de análisis en los estudios socioterritoriales debido a la potencialidad con visión lo suficientemente amplia para abordar las diferentes situaciones tecnológicas en las actividades en la economía, volviéndose a su vez, un medio analítico para explicar la estructura y las sinergias del territorio, potenciando la capacidad explicativa de sus mismos flujos, considerando desde siempre la parte medular de lo social, lo natural, y lo técnico como elementos entremezclados.

El enfoque de redes, es una herramienta que ha no ha tenido un gran impacto en los estudios territoriales debido a la dinámica de los fenómenos económicos y contextos de los diferentes territorios. Hoy, con el fenómeno globalizador, las posibilidades de poder entender la actividad turística mediante dicho enfoque son amplias si consideramos que la zona de estudio analizada cuenta con elementos como una gran cantidad de flujos económicos, sociales, técnicos, tecnológicos, que la caracterizan y posicionan económicamente en el mercado nacional y global.

Gracias a que los estudios territoriales avanzan, se fortalece la idea de que el análisis de redes es un instrumento de investigación que permite reconocer los flujos, configuraciones e interrelaciones socioterritoriales, cuya conceptualización está soportada en la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad, y nivel de traducción que los actores ejerzan en sus prácticas. En lo que a la tecnología se refiere, el estudio de redes puede representar una poderosa herramienta de análisis y crítica entre los lazos establecidos entre actores en el territorio.

Básicamente entre otras razones el estudio de la actividad hotelera en la zona Toluca-Lerma-Metepec, obedece y gira en torno a los siguientes tres puntos:

1.- La noción metodológica de red es prometedora, cuando los estudios areolares o sistémicos no alcanzan a explicar algunas particularidades de los fenómenos socio-territoriales reticulares.

2).- La emergencia de las redes como una posibilidad más para los regionalistas en el sentido de que la red representa la capacidad para manipular datos cuantitativos y cualitativos de los estudios regionales, en los que hay necesidad de explicar la morfología, tendencias, patrones, proyecciones, tipologías de las relaciones o las esferas en las que se mueven los actores territoriales y;

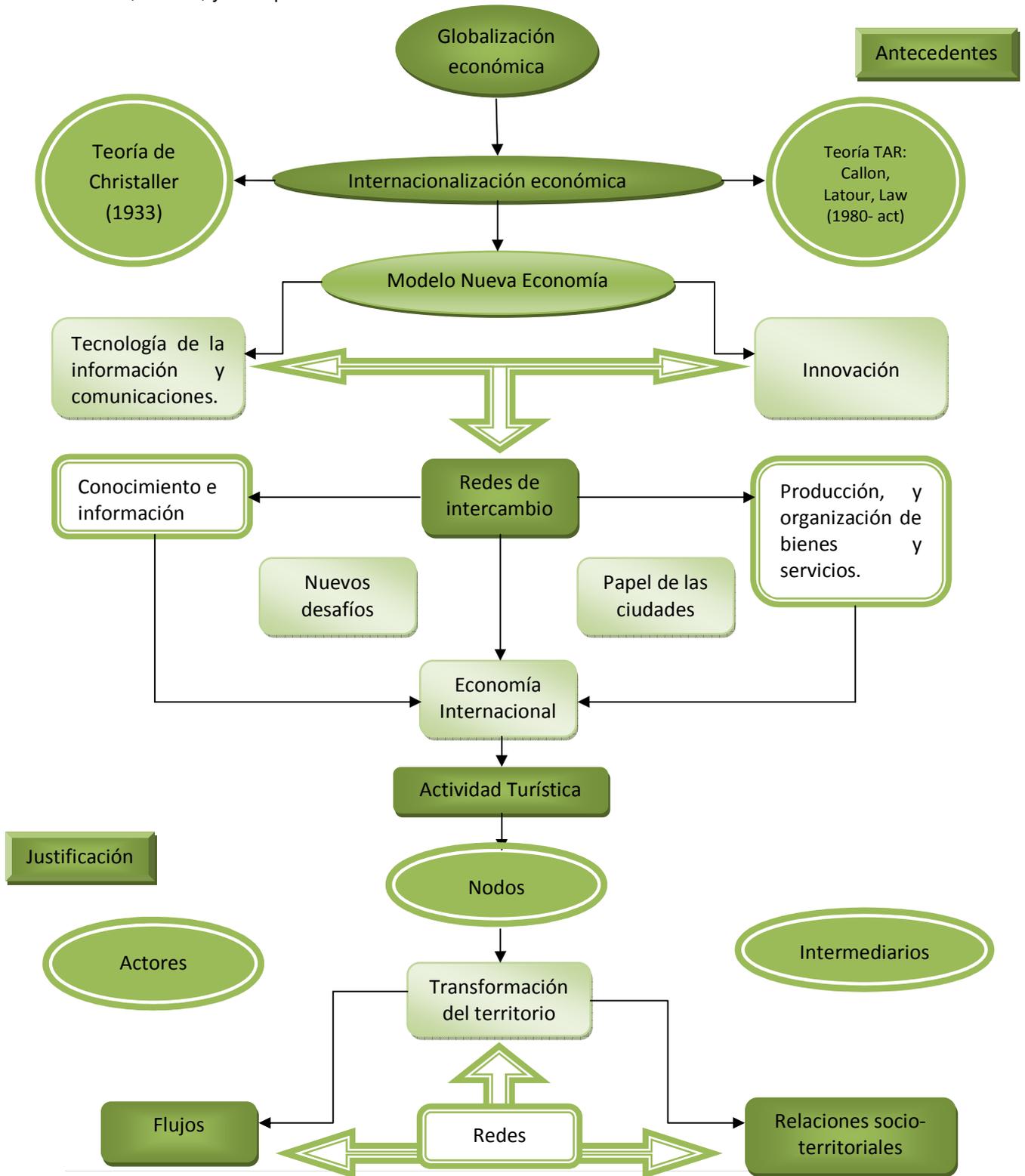
3).- La red representa un valor añadido sobre otros enfoques teóricos, ya que permite identificar procesos de transformación que van más allá de la dicotomía separatista entre lo local y lo global; la red permite reconocer, la naturaleza, funcionamiento, efecto, factores para potencializar o inhibir, estatus relativo, configuraciones, relacionales, y estructuras de los actores según el enfoque de la investigación y el contexto territorial al que se aplique.

Considerando los tres puntos anteriores; podemos decir que el estudio de la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma y Metepec pensadas en red bajo el contexto de la Globalización tiene un gran alcance en la comprensión de

los fenómenos o problemas que en el territorio se presentan. Las redes entonces se convierten a su vez en una manera de pensar, leer, y actuar en el territorio a partir de diversas escalas; bajo este contexto, se parte de la idea de que la ciudad no solo sea pensada como un sistema de funcionamiento perfecto, sino como un conjunto de redes de objetos y acciones cambiables, y a su vez articuladoras y desestructurantes de otras redes.

Es importante saber la potencialidad de los estudios de redes sobre el territorio debido a la función que cumple la red; cada actor, y nodo y su incidencia a diferentes escalas sobre el territorio. Actualmente, mucha de la literatura revisada apunta a una literatura basta sobre la conceptualización de la competitividad abordada desde enfoques distintos, sin embargo, la mayoría de ellas hacen referencia a la literatura empresarial, al enfoque de mercado, de comercio internacional y de factores ligados a procesos de producción de bienes o servicios y ligados con procesos corporativos, dejando de lado casi siempre los procesos socioterritoriales. La idea de este trabajo reside en el reconocimiento de la competitividad en la actividad turística socioterritorial, se trata de rescatar y señalar que la competitividad como tal, es un fenómeno que está ligado a los procesos territoriales a partir de sus componentes, prácticas, vínculos e interrelaciones, reconociendo al territorio, como el ámbito donde nacen se entrelazan, tejen, estructuran y consolidan estrategias productivas de organización, distribución, consumo, cuyos fines se materializan en interdependencias de actores, objetos, procesos y dinámicas de competencia. En este contexto sería interesante responder entonces ¿Cuáles son los fenómenos con los que están relacionadas las redes en la competitividad territorial de la actividad turística hotelera en Toluca, Lerma y Metepec?

Esquema 1. Variables básicas para la investigación sobre el análisis de redes en la competitividad territorial de la actividad turística, caso: hoteles de cuatro y cinco estrellas de Toluca, Lerma, y Metepec



Fuente: elaboración propia

## **HIPOTESIS**

Las exigencias espaciales y tecnológicas de la demanda turística, así como las relaciones que se generan los distintos sectores económicos y la necesidad de nuevas actividades de ocio en el contexto de la Globalización, son los fenómenos territoriales con los que está relacionada la existencia de redes en la actividad turística hotelera de la zona Toluca, Lerma y Metepec.

### ☉ Objetivo General:

Explicar la manera en que los fenómenos relacionados a la existencia de redes de la actividad turística hotelera inciden en el grado de competitividad territorial en Toluca, Lerma y Metepec.

### ☉ Objetivos Específicos:

-Explicar mediante aproximaciones teóricas algunas interpretaciones sobre la teoría de localización regional de Christaller, Teoría de redes, Redes como concepto, Globalización, localización regional y la dinámica territorial en el contexto de la nueva economía.

-Analizar la dinámica espacial y territorial del Turismo en torno a las redes y su competitividad

-Elaborar un diagnóstico sobre las el panorama de la actividad turística en México.

-Explicar la dinámica de la actividad turística y el grado de concentración de la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma y Metepec bajo el enfoque de redes y el análisis de competitividad de Porter

La red resulta ser un enfoque muy complejo que considero que no ha tenido un gran impacto en los estudios territoriales debido a la dinámica y complejidad de los fenómenos económicos y contextos de los diferentes territorios. Hoy, con los nuevos ordenes económicos complejos que el fenómeno de la Globalización impone, es preciso tratar de descubrir los elementos que realmente impulsan la competitividad en un territorio como aquellos que ahora la inhiben; con el enfoque de redes, las posibilidades de poder entender cualquier fenómeno, son amplias considerando elementos particulares de cada zona como lo son: cantidad de flujos económicos, sociales, técnicos, tecnológicos; etcétera.

Como hemos visto, a lo largo del tiempo y después de los años ochenta para ser exactos, los estudios reticulares son una realidad y un medio analítico para explicar la estructura y las sinergias del territorio, esto contribuye a potenciar la capacidad explicativa de los flujos considerando desde siempre la parte medular de lo social, lo natural, y lo técnico como elementos entremezclados. Las redes entonces se convierten a su vez en una manera de pensar, leer, y actuar en el territorio de manera que su incidencia a diversas escalas depende de las relaciones que en este se construyen.

Una de las principales razones por las que considero el enfoque de redes como una herramienta metodológica y analítica para desentrañar la lógica espacial y socioterritorial del fenómeno de la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma, Metepec en particular, reside en poder rescatar y señalar que la competitividad como tal, es un fenómeno que está ligado a los procesos territoriales a partir de sus componentes, prácticas, vínculos e interrelaciones, reconociendo al territorio, como el ámbito donde nacen se entrelazan, tejen, estructuran y consolidan estrategias productivas de organización, distribución, consumo, cuyos fines se materializan en interdependencias de actores, objetos, procesos y dinámicas de competencia. En este contexto, podemos decir que los elementos de las redes nos dan una muestra de la calidad competitiva en los

territorios, y que la competitividad local o global, se ven determinadas por las condiciones a las que se enfrentan los actores en un territorio. Esto nos hace pensar a su vez, que las ventajas comparativas y competitivas que alguna vez fueron determinantes en la lucha por la posición en el mercado, ahora no son los que precisamente garantizan una estabilidad en términos competitivos.

La metodología que se pretende aplicar al estudio de la presente investigación se centra en los planteamientos teóricos del método hipotético deductivo que parte de hipótesis y de aspectos teórico metodológicos que van de lo general a lo particular. Dicho método hipotético deductivo se considerará una vertiente de análisis para profundizar en los estudios territoriales. (Véase esquema dos y tres) Por otro lado, la metodología se centrará y se desarrollará en el enfoque de redes.

El marco teórico de referencia que se utilizará en la investigación se basa en los postulados de la teoría de Walter Christaller (1933) debido a que la nueva etapa en la evolución del sistema económico conocida como capitalismo global provoca la relocalización de nuevas actividades así como la redensificación de las redes de flujos a partir de la modificación del contexto tecnológico, productivo, socio laboral, e institucional dentro de la lógica espacial. Dichos fenómenos han estado siempre latentes desde la búsqueda de la especialización en la producción de bienes y servicios, ofertados en los núcleos o los así llamados lugares centrales por (Christaller, 1993).

El enfoque de redes se utilizará en el presente trabajo como un instrumento de investigación socioterritorial que permitirá reconocer los flujos y relaciones interempresariales cuya conceptualización está soportada en la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad, y nivel de traducción que los actores ejercen en sus prácticas. Es un enfoque relativamente nuevo, popularizado por los trabajos de Michel Callon, Bruno Latour y John Law entre los años 1980 y 1986 y su propósito en la investigación, será reivindicar la noción del

territorio en un ámbito de interacción competitiva, en términos de reconstrucción de lazos entre empresas y cómo estos lazos se debilitan o se refuerzan, así como determinar y conocer la lógica espacial de la actividad turística en los municipios de Toluca, y Metepec.

Parte importante y esencial de la metodología consiste en la recopilación cualitativa y cuantitativa de datos sobre la actividad turística con el propósito de explorar las características reticulares en las que se interrelacionan actores previamente seleccionados y así, determinar los rasgos cualitativos del funcionamiento de sus nexos. El tipo de información que se tomará en cuenta para el análisis de la estructura socioterritorial y espacial de la actividad turística en Toluca, Lerma y Metepec, consiste en la recopilación de datos mediante la consulta directa, visitas y aplicación de encuestas. Los instrumentos de investigación, utilizados fueron dos tipos de encuestas: una para el sector operativo/administrativo y la segunda con orientación gerencial, cada uno con preguntas específicas relativas al puesto desempeñado en cada hotel de cuatro y cinco estrellas en dicha zona. De la misma manera, utilizamos las fuentes de consulta oficiales como: INEGI (censos económicos), Gobierno del Estado de México, Secretaría de Economía, SECTUR (Secretaría del Turismo) y Datatur (análisis integral del turismo) con el objetivo de retroalimentar la información y lograr un análisis más integral de la competitividad en la actividad turística hotelera de Toluca, Lerma y Metepec y sus redes.

Así mismo, se hará uso y aplicación de la técnica de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) con el objetivo de hacer una mejor representación del problema o caso de estudio en particular. Así como el uso del software UCINET el cual se caracteriza por ser un software libre utilizado en el análisis de redes, con ello se logra la construcción y representación gráfica de la actividad turística en los municipios de Toluca, Lerma y Metepec.

Por otro lado, el análisis descriptivo y competitivo de la actividad turística hotelera en Toluca, Lerma y Metepec y de acuerdo con los resultados obtenidos en trabajo de campo mediante la metodología de las cinco fuerzas de Porter, se determinará el grado de competitividad hotelera y las sinergias del territorio a partir de estas fuerzas. Haremos uso también de la representación gráfica de la red hotelera en Toluca, Lerma y Metepec a partir de sus principales proveedores para determinar el grado de concentración de actividad hotelera mediante el índice Herfindahl-Hirschman (IHH) como medida de poder de mercado.

Por último, la presente investigación se caracterizará por llevar a cabo un análisis diacrónico, haciendo una revisión de los hechos históricos a través del tiempo y sincrónico sobre el análisis de hechos que ocurren en el presente, es decir, en el contexto de la Globalización y su nueva lógica socio económica y territorial. Al final, a partir de toda la información obtenida, se tratará de contrastar la hipótesis con la realidad territorial observada en la redes a través de los lazos de cooperación presentes en la actividad turística en la zona de estudio.

### **Etapas de investigación**

La presente investigación se basó en los planteamientos teóricos del método hipotético deductivo como vertiente de análisis para profundizar en los estudios territoriales (Véase esquema 3) y se desarrollará en torno a cuatro etapas de investigación:

La primera etapa se basa en la recopilación y análisis de teorías regionales de localización en el contexto de la Globalización y nueva economía, y de los postulados de la teoría del actor red (TAR) le sigue la revisión de bibliografía en base a conceptos de Globalización, nueva economía, configuración territorial, redes, etcétera, y la elaboración de diagrama explicativo.

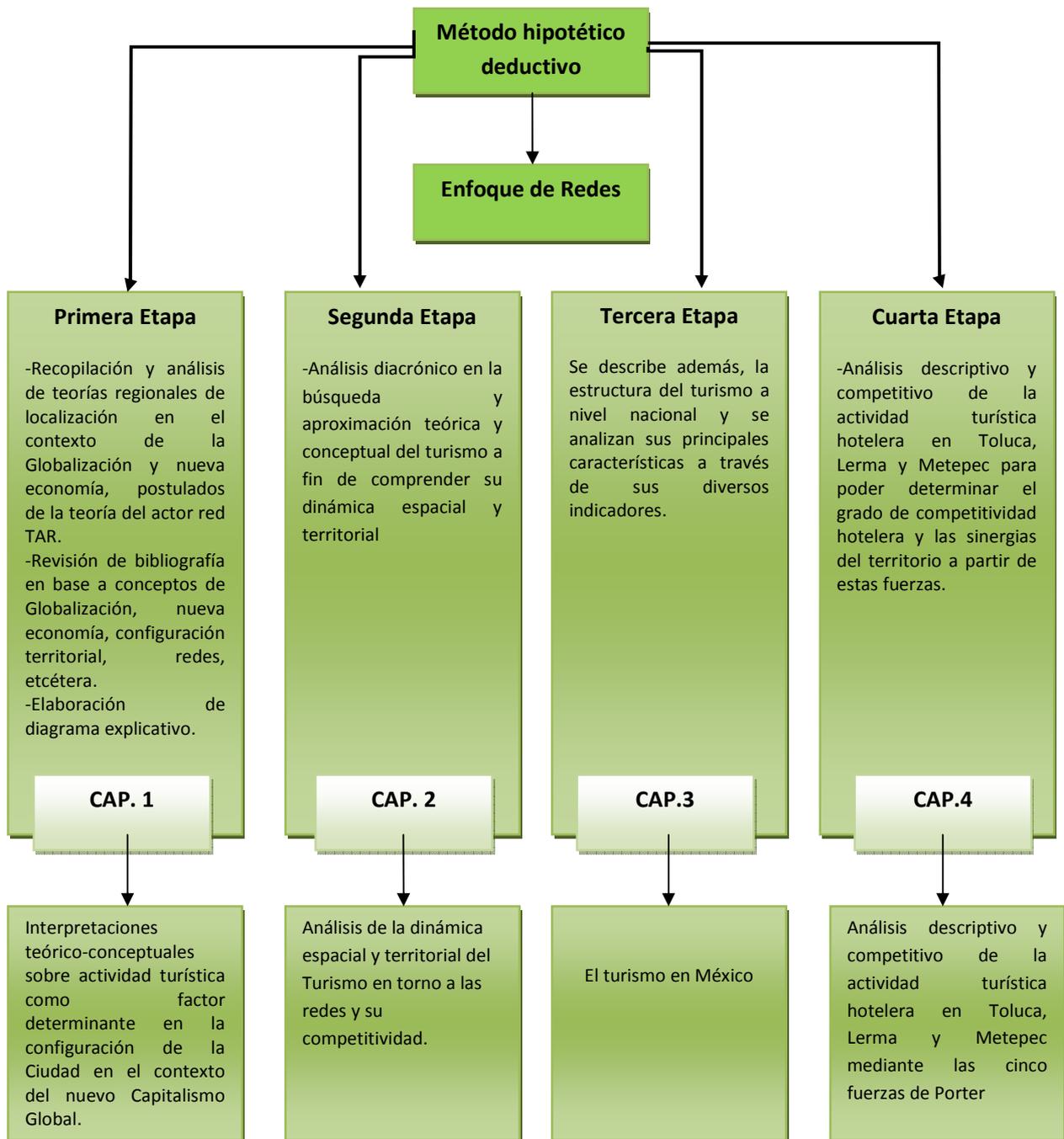
En la segunda etapa, se realizará un diagnóstico donde se plantea un análisis diacrónico de la actividad turística a nivel nacional, y de manera particular en la

zona de estudio (municipios de Toluca, Lerma y Metepec) con el fin de destacar sus principales características mediante el análisis de información cuantitativa y entender el comportamiento, dinámica de la actividad turística y su lógica socioterritorial y espacial.

Se llevará a cabo la tercera etapa a partir de la revisión e interpretación de datos obtenidos desde el enfoque de análisis reticular de redes, con el fin de determinar en qué escalas los actores, han generado una nueva configuración organizacional, y una nueva lógica socioterritorial en la actividad turística de los municipios de Toluca, Lerma y Metepec. Se observará mediante el análisis de las relaciones entre proveedores, si la actividad turística en la zona Toluca, Lerma y Metepec es sólida en términos competitivos y conocer hasta qué escalas territoriales incide dicha competitividad o en caso contrario, observar las debilidades de ésta en términos de estrategias y retos a los que la actividad turística debe enfrentarse.

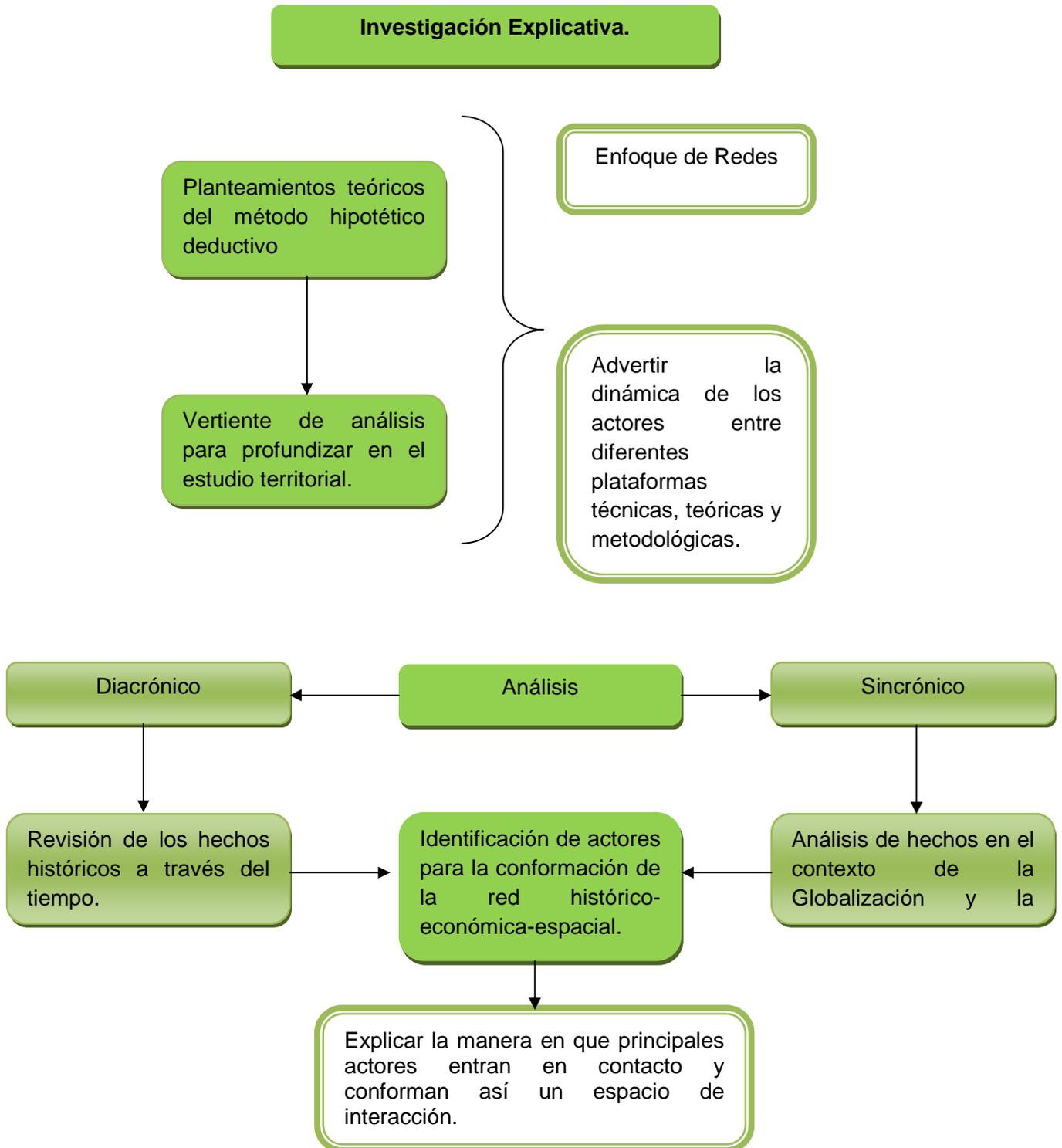
Finalmente la cuarta etapa constará de la elaboración de recomendaciones y conclusiones sobre la dinámica de las redes y determinar el nivel de competitividad de la actividad turística en la zona Toluca, Lerma y Metepec así como identificar debilidades y potencialidades dentro del sector para definir retos y estrategias a desarrollar y aplicar. (Véase esquema 2)

Esquema 2. Proceso Metodológico el análisis de redes en la competitividad territorial de la actividad turística hotelera de gran turismo, caso: Toluca, Lerma, y Metepec.



Fuente: elaboración propia

Esquema 3. Proceso Metodológico sobre el análisis de redes en la competitividad territorial de la actividad turística hotelera de gran turismo caso: Toluca, Lerma, Metepec



## **Capítulo 1. Interpretaciones teórico-conceptuales sobre actividad turística como factor determinante en la configuración de la ciudad.**

Dicho propósito será explicado a partir del desarrollo de cuatro capítulos comenzaremos explicando el primero y a continuación se describe:

El primer capítulo consta de siete subcapítulos con el propósito de desarrollar las bases teóricas que permitan describir y explicar como se ha venido suscitando la configuración de la Ciudad a partir de las redes que en el territorio se articulan y se describen y analizan los principales postulados o ideas centrales de la teoría de Christaller o la teoría de los lugares centrales, y de la teoría del actor red TA-R así como sus conceptos básicos. Por otro lado, se dan a conocer algunos factores por los cuales está condicionada la localización de los establecimientos hoteleros en la ciudad, explicando de manera general las cinco características principales de la lógica espacial del sistema capitalista donde se aborda al territorio como un agente activo que influye de forma directa tanto sobre las desiguales posibilidades para que surjan iniciativas empresariales en determinado tipo de actividades. Otro de los aspectos importantes dentro del capítulo es recalcar la importancia de las redes en una geografía económica centrada en la localización de actividades así como se dan a conocer aquellos factores y agentes que la explican para comprender la lógica de la articulación territorial de las redes mediante el análisis de su estructura.

En un segundo capítulo titulado “Análisis de la dinámica espacial y territorial del Turismo en torno a las redes y su competitividad” llevaremos a cabo un análisis diacrónico en la búsqueda y aproximación teórica y conceptual del turismo a fin de comprender su dinámica espacial y territorial, en dicho análisis se explicará porque uno de los grandes retos a los que se enfrenta el turismo como actividad económica es el reconocimiento y fortalecimiento de sus estudios científicos. A su vez, se reconocerán los nodos que articulan al turismo con la Globalización.

Por otro lado, este capítulo tiene la finalidad de explicar la transición de conexiones areolares a redes reticulares en la dimensión socioterritorial del turismo indicando las características que las definen y la complejidad que implica llevar a cabo estudios desde una perspectiva de redes reticular.

Los dos últimos subcapítulos, están dirigidos al análisis de la competitividad territorial en torno a las actividades turísticas en el contexto de la globalización para comprender, cómo los elementos de las redes nos dan una muestra de la calidad competitiva en los territorios determinadas por las condiciones en las que se enfrentan los actores en el territorio.

En el capítulo tres, titulado *“El turismo en México”* se presenta al turismo como una actividad económica fundamental en el desarrollo económico del país así como los factores que propiciaron su crecimiento. Se describe además, la estructura del turismo a nivel nacional y se analizan sus principales características a través de sus diversos indicadores como: la llegada de visitantes internacionales a México, el Ingreso de Divisas, el Turismo receptivo, el número de visitantes Internacionales a México por vía aérea, la Balanza Turística, el gasto promedio de los visitantes internacionales a México, la transportación Marítima, la Oferta de alojamiento y Porcentaje de ocupación hotelera en México, con la finalidad de ofrecer un panorama y un diagnóstico de la actividad y la competitividad turística hotelera.

El capítulo cuatro se realizará el análisis descriptivo y competitivo de la actividad turística hotelera en Toluca, Lerma y Metepec de acuerdo con los resultados obtenidos en trabajo de campo mediante la metodología de las cinco fuerzas de Porter que son: Poder de negociación de los consumidores o poder del comprador, amenaza de entrada de otros competidores, poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos, grado de rivalidad entre competidores estas fuerzas serán analizadas a nivel nacional como a nivel de Zona Metropolitana del Valle de Toluca, específicamente (Zona Toluca, Lerma y Metepec) para poder determinar el grado de competitividad hotelera y las sinergias del territorio a partir de estas fuerzas. Haremos uso también de la representación

gráfica de la red hotelera en Toluca, Lerma y Metepec a partir de sus principales proveedores para determinar el grado de concentración de actividad hotelera mediante el índice Herfindahl-Hirschman (IHH) como medida de poder de mercado.

### **1.1 La Teoría de los lugares centrales de Walter Christaller**

Según Gutiérrez (1984), la teoría de Christaller, es una de las aportaciones que surgen o se derivan de las llamadas teorías de localización regional, surge en el año 1933 en un intento de incorporar las variables geográficas y económicas al análisis regional: tuvo una fuerte influencia en el desarrollo y análisis de estudios regionales en Alemania, aunque su mayor auge lo alcanzó en 1941 con su difusión internacional cuando Ullman la introdujo en Estados Unidos. Para la comprensión de esta teoría es necesario, en primera instancia, conocer sus conceptos básicos tales como lugar central, bienes o servicios centrales, y región complementaria.

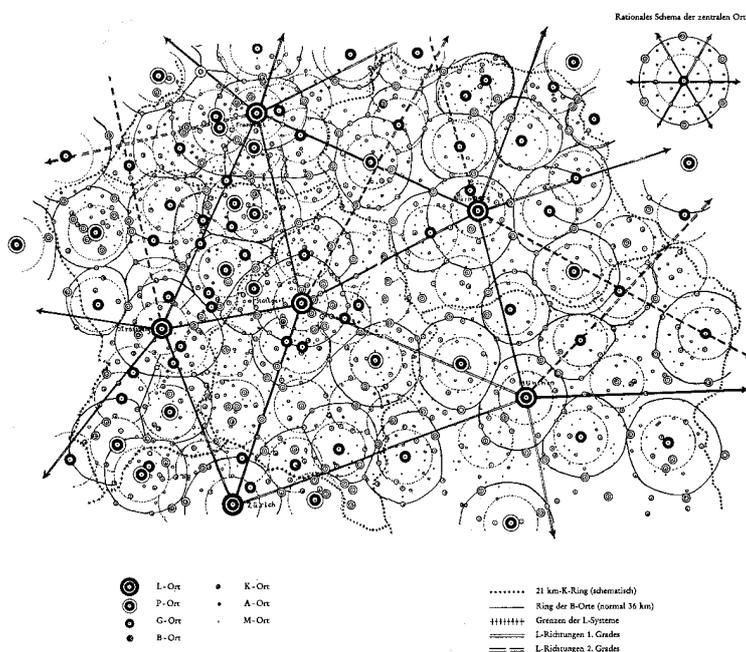
Lugar central: es un núcleo de población que ofrece bienes y servicios en mayor o menor medida especializados, a un área mucho más amplia que la ocupada físicamente por el mismo. Así mismo Gutiérrez (1984) define los bienes o servicios centrales como aquellos que se caracterizan por poseer cierto grado de especialización y ser ofertados solamente en determinados núcleos (los lugares centrales).

La región complementaria: (también denominada área de influencia o hinterland) es el área abastecida de bienes y servicios centrales por un mismo lugar central.

La teoría de los lugares centrales en términos generales plantea que dentro de un espacio homogéneo, las ciudades de nivel de especialización mínimo se localizan uniformemente y conforman un hinterland o área de influencia de una ciudad mayor en tamaño de especialización. (Gutiérrez, 1984).

Es importante mencionar que dentro de los aspectos esenciales de la teoría de Christaller, según Puebla (1984), se determina o se establece el concepto de jerarquía para los centros urbanos de acuerdo con sus funciones dentro del conjunto global y a diversos factores como el transporte, distancia al lugar de residencia, tiempo, calidad el servicio ofertado etcétera. Otra de las ideas centrales de dicha teoría es la explicación del tamaño, número y distribución de los asentamientos ya que, los asentamientos humanos no aparecen de forma desordenada sobre el espacio si no que debería existir un principio que regulara esas distribuciones.

Fig. 1. Teoría de los Lugares Centrales.



Christaller (1933).

Christaller (1933) parte del supuesto del territorio homogéneo sobre el cual los precios de los bienes y servicios centrales aumentan al hacerse mayor la distancia al lugar de oferta. Hay que considerar también que cuando el consumidor se desplaza hacia un área urbana para abastecerse de dichos bienes y servicios tiene que pagar por costos de transporte y el desembolso total que realiza, equivale entonces al precio del bien o servicio central en el lugar de oferta más el

costo del desplazamiento; por otro lado, en un territorio homogéneo, el costo será más alto cuando sea mayor la distancia a recorrer, es entonces cuando al consumidor le conviene comprar en los lugares centrales más cercanos a los lugares de residencia. El consumidor por lógica se dirigirá al lugar central más próximo a realizar sus compras, y ello supone la configuración de un área de influencia alrededor del lugar central. Sin embargo, los bienes y servicios ofertados deben tener también una demanda suficiente para que puedan considerarse rentables.

Según Gutiérrez (1984) el umbral puede definirse como el número mínimo de unidades de consumo (población) necesario para que pueda aparecer un bien o servicio. Con respecto a la definición anterior podemos decir que el umbral de bienes y servicios también depende de su grado de especialización, los más especializados requerirán de un umbral más alto ya que son menos usados por la población, por ende tanto el concepto de alcance como el umbral están relacionados entre sí; es conveniente también señalar que el alcance de un bien o servicio estará en función de la densidad de la población y el poder adquisitivo de la misma.

Como bien sabemos, la localización de los establecimientos de hospedaje y actividad turística en la ciudad están condicionados por múltiples factores como la disposición de la mano de obra, y obtención y provisión asegurada de materias primas, infraestructura adecuada de transporte y comunicaciones, seguridad jurídica y económica. Dichos factores son los responsables de pensar la ciudad ya no solo como un área productora de bienes o servicios, sino como una red que involucra todas aquellas relaciones entre empresas y que hace posible que dichos elementos sean clave en la prestación de servicios complejos de apoyo a la producción, contando con requerimientos tecnológicos que sustentan operaciones globales, esto por ende implica un mayor hinterland o área de influencia del núcleo central, una mayor especialización de bienes o servicios, y un mayor umbral.

Retomando los principios o postulados de la Teoría de Christaller podemos pensar que la tendencia en cuanto a localización de las firmas en la ciudad, es de localizarse fuera de la ciudad principal o lugar central, por lo regular cercanas a redes de transporte rápido y masivo. Sin embargo, hay que pensar también que estas empresas mantienen con la metrópolis estrechas vinculaciones sobre todo en el rubro servicios complejos concentrados en áreas metropolitanas, entendiéndose por estos desde los financieros, de investigación y desarrollo, consultorías, publicidad y marketing, elaboración y procesamiento de datos producto de una Globalización económica y que éstos influyen directamente no solo en la configuración actual de la ciudad si no que han tenido su trascendencia en la transformación de la ciudad a través de su historia.

La Teoría de Christaller como podemos darnos cuenta es una teoría obligada en la mayoría de trabajos y análisis encaminados al análisis regional así como sistemas de ciudades es por eso que varios autores como Lösch han intentado hacer modificaciones para mejorarla.

## **1.2 Teoría del Actor red (TAR)**

De acuerdo con Arellano (2004) las nociones de red desarrolladas por los estudiosos de la ciencia y la tecnología han sido muy fructíferas para abordar la organización sociotécnica de la investigación y para mostrar el papel que juegan los conocimientos y artefactos elaborados por los científicos e ingenieros, en la compleja organización de la sociedad y una de las acepciones de red, se acuñó como teoría del actor-red (TAR). Bajo esta teoría, la noción de Red se elaboró como sinónimo de explicación socioeconómica; dicho enfoque fue propuesto y popularizado según Jasanoff (1994) debido a los trabajos de Michel Callon, Bruno Latour y John Law entre los años 1980 y 1986.

Callon (1987) sostiene que los actores principales en las controversias proponen traducciones encaminadas a representar socialmente el conjunto de actores; para él un actor-red es simultáneamente un actor cuya actividad es relacionar elementos heterogéneos y una red capaz de redefinir y transformar los contenidos. Aclara que la operación de traducción está comprometida con un proceso de representación, sustentado en operaciones de simplificación y yuxtaposición. La operación de ambas consiste a su juicio en que la simplificación es únicamente posible si los elementos son yuxtapuestos en una red de relaciones, y que la yuxtaposición de los elementos convergidos requiere que sean simplificados.

La tesis fuerte de Callon consiste en que el actor- red describe la dinámica de la sociedad en términos totalmente diferentes de aquellos a los empleados por los sociólogos como Bourdieu y Touraine ya que en este enfoque se podía percibir la coevolución de sociedad y sus artefactos. Según Callon (1986) los actores humanos y las leyes naturales se integran en forma de redes socio-técnicas mediante complejos procesos de traducción conducidos por los humanos, por consiguiente una red una traducción de entidades diferentes por la cual un mundo natural y social se forma y se estabiliza.

Por otro lado; la idea de red de Latour se ha expresado en términos de hibridación y ha supuesto que dicha hibridación es un proceso de mezcla de identidades que producen realidades inéditas y que tiene como práctica complementaria la purificación, entendida como el proceso de refinación de identidades. Mediante esta práctica Latour en Arellano (2004) explica la asimetría entre práctica social y epistemología política ocurrida en la modernidad como hito histórico y construye la siguiente hipótesis: La modernidad designaría dos conjuntos de prácticas enteramente diferentes que para continuar siendo eficaces deben permanecer diferentes. El primer conjunto de prácticas está creado por traducción de mezcla de géneros de seres enteramente nuevos, híbridos de naturaleza y cultura. El segundo, creado por purificación, consiste de dos zonas ontológicas enteramente

distintas; la de humanos de una parte y la de no humanos de la otra; sin el primer conjunto, las prácticas de purificación serían vacías u ociosas. Sin el segundo, el trabajo de traducción sería frenado, limitado o aún vedado.

La concepción de red en los trabajos tanto de Callon como de Latour tuvo desde siempre una connotación lingüística, hecho que les permitió incorporar no sólo los aspectos técnicos y sociales propiamente, sino también los aspectos lingüísticos. Este trinomio quedó expresado en una noción de Latour de la siguiente manera: las redes son, a la vez, reales como la naturaleza, narrados como el discurso y colectivos como la sociedad.

John Law (1982) por su parte, ha considerado que los intereses sociales son construidos en redes de relaciones heterogéneas. Este autor supone que una red designa un conjunto de elementos heterogéneos interconectados, un orden y una estructura y es en ella donde se presenta una malla de acciones que distribuyen competencias y actuaciones entre humanos y no humanos para ensamblar una asociación de humanos y cosas en un conjunto más duradero y capaz de resistir las múltiples interpretaciones de otros actores que tienden a disolver esta asociación.

Es importante mencionar que a partir de los trabajos de estos tres autores la noción de red sustituiría a la de sistema y la principal diferencia entre ambas radica en que la red considera que los elementos se encuentran interrelacionados por medio de circulación de información mientras que el sistema se interesa más en delimitar y poner en relación los elementos de una parte de la realidad, pero sin una jerarquía precisa.

En las últimas décadas, el término “red” se ha difundido ampliamente en las ciencias sociales. En el caso de la TA-R se desplegaron dos grandes instrumentalizaciones; por un lado, en su versión conceptual y por otro, en su capacidad metodológica. Este despliegue daría la posibilidad de que surjan

diferencias y controversias entre los investigadores identificados con esta noción. Sin embargo, muchos trabajos derivados de los fundadores de la TAR, continúan influenciando e inspirando diversas e interesantes investigaciones a lo largo del mundo empleándolas en las ciencias sociales y particularmente en los estudios que han asignado a la ciencia y la tecnología un papel causal.

La teoría TAR se ha empleado también para referirse a la creación de nexos en grupos pequeños, a la fuerza de las relaciones, al análisis de las posiciones que ocupan los actores en la configuración de relaciones y ciertas propiedades intersubjetivas como la confianza, al análisis de la solidaridad social y de redes políticas y como mecanismo de coordinación del orden social y análisis de los sistemas productivos regionales así como también han resultado exitosas en lo referido al análisis de la conexión entre la ubicación de actores y la red social.

### **1.3 La Lógica espacial del Sistema Capitalista.**

La organización espacial actual de la actividad económica contemporánea depende según Méndez (1997: 41) de características particulares que la definen, sin embargo, en sus cinco siglos de existencia ha mantenido invariables una serie de principios básicos que lo identifican entre los sistemas económicos que han sucedido en la historia. Dichos rasgos definen por ende la esencia del capitalismo y pueden resumirse para fines prácticos en cinco fundamentales:

a).- Multiplicidad de agentes económicos y sociales, con predominio de la empresa privada y la búsqueda del beneficio individual como objetivo prioritario, frente al carácter subsidiario de la intervención pública.

b).- Competencia creciente entre las empresas, que fuerza la aplicación de diversas estrategias de respuesta que incluyen aspectos espaciales, además de favorecer una tendencia hacia la concentración económica.

c).- Acumulación de excedente como fundamento último del sistema, y como base que hace posible la inversión, el crecimiento económico y la expansión de las relaciones capitalistas.

d).- Determinación de los precios en el mercado a través de los mecanismos de oferta y demanda, que influyen sobre qué producir, en qué cantidad, dónde y para quien, excluyendo a aquellos que no pueden acceder a esos mercados.

e).- División técnica, social y espacial del trabajo, como mecanismo para lograr su rentabilidad máxima, lo que favorece la segmentación socio laboral y la creciente especialización de los territorios. (Méndez, 1997)

A pesar de que las características anteriores permanezcan prácticamente inmutables, la evolución misma del capitalismo, ha modificado hasta cierto punto su fisionomía; es decir, suele hablarse de un capitalismo mercantil o preindustrial hasta finales del siglo XVIII y a comienzos del siglo XX le sucedió una era de capitalismo industrial o competitivo, resultado de las grandes transformaciones estructurales originadas por la revolución industrial. Esta última, transformó algunas características del modelo anterior, para dar cabida a la era del capitalismo monopolista caracterizada e identificada como la era del fordismo. Sin embargo este último también sufrió su decadencia a finales de los años sesenta e inició una nueva fase de inestabilidad que desencadenó una tercera revolución industrial como puerta de entrada al capitalismo global; este nuevo capitalismo también se caracteriza por esquemas productivos y especiales vinculados al posfordismo o a la sociedad informacional.

A lo largo de la evolución del capitalismo, tuvieron lugar rápidas y profundas modificaciones que afectaron, según Méndez (1997: 42) cuatro dimensiones básicas de la realidad económico-espacial:

- a).- Los recursos materiales con cambio de la tecnología dominante y la importancia ostentada por los diferentes factores productivos.
- b).- La organización de la producción y el funcionamiento de las empresas tanto en su interior como en sus relaciones mutuas.
- c).- La regulación socio laboral y la presencia institucional del Estado en el funcionamiento de la actividad económica.
- d).- La organización territorial, que en el plano económico incluye las pautas de localización seguidas por los distintos tipos de sectores empresas, las redes de flujos relacionales espaciales entre las mismas, así como los contrastes derivados visibles a distintas escalas.

Para poder comprender como la organización espacial de la actividad económica contemporánea depende, en lo esencial, de las características del sistema capitalista, es necesario definir primero al Capitalismo; según Méndez (1997: 43) el Capitalismo es un sistema económico en el que domina la propiedad privada de los medios de producción, ostentada ya sea de forma individual o conjunta, junto al trabajo asalariado de la mayoría de la población. De ahí que, la economía mundial se configura cada vez más como un sistema integrado que puede subdividirse territorialmente en subsistemas nacionales y regionales, en el que la acumulación de excedentes junto con la competencia y el beneficio constituyen el motor generador de las fuerzas que impulsan un cambio permanente en el funcionamiento del sistema, dando lugar a regiones ganadoras y regiones perdedoras en el escenario mundial.

Para Dobb (1972) el Capitalismo es un sistema en el que los instrumentos y utensilios, las estructuras y los stocks de bienes por medio de los cuáles se realiza la producción, es decir, el capital, son predominantemente de propiedad privada o individual. De acuerdo con las definiciones anteriores podemos decir que tanto la producción como la distribución de bienes y servicios en nuestras sociedades son realizadas de forma prioritaria por empresas privadas, cuyo principal objetivo es la obtención de ganancia como resultado de su actividad.

Sin lugar a dudas el Capitalismo es un sistema económico que ha generado un alto crecimiento de producción y el consumo, así como transformaciones intensas en las sociedades y territorios en los que se alberga, este crecimiento ha sido posible gracias a la acumulación del excedente definida por Méndez (1997) como “aquella parte de la producción total que se queda una vez descontada la cantidad de bienes y servicios consumida por la población y aquella otra necesaria para reponer los restantes factores utilizados o consumidos en el proceso productivo”.

#### **1.4 Economía y organización territorial**

Como sabemos, en la actualidad, cualquier análisis de realidad espacial, requerirá de la incorporación y estudio de diversos factores que funcionan de forma interactiva reforzándose o compensándose mutuamente; y uno de los factores con mayor relevancia para el análisis es el efecto ejercido por las condiciones económicas en el dinamismo, estructura y dinámica de los territorios.

El territorio según Sánchez (1991) debe entenderse entonces como un agente activo que influye de forma directa tanto sobre las desiguales posibilidades para que surjan iniciativas empresariales en determinado tipo de actividades, así como favoreciendo o dificultando su desarrollo posterior, su decisión de implantarse en determinados lugares y de delimitar sus áreas de actuación. En las últimas décadas, el nexo entre la economía y la geografía económica ha permitido el desarrollo de una economía espacial y desarrollo regional.

Para poder determinar cómo la Geografía económica ha propiciado el desarrollo de una economía espacial y desarrollo regional, es necesario primero definirla y una de las definiciones más sintéticas y precisas continúa siendo la de Lloyd y Dicken (1972: 7) quienes consideran que el principal interés de la geografía económica es la construcción de principios generales y teorías que explican el funcionamiento del sistema económico en el espacio y en tal sentido es el punto

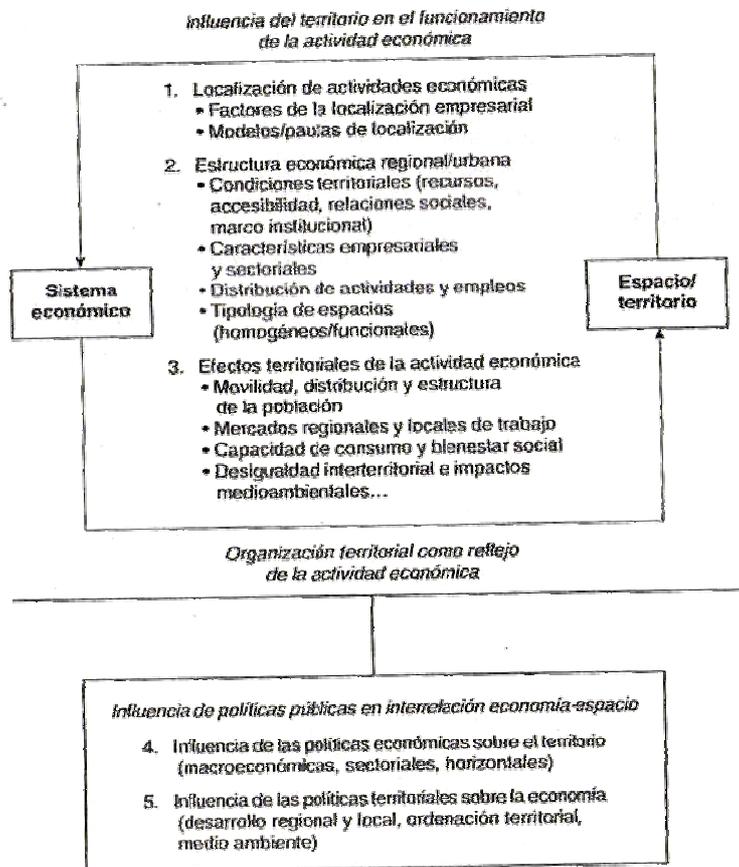
de vista espacial el que distingue a la geografía económica como ámbito de estudio de la economía aunque ambas estén implicadas en el estudio de los sistemas económicos.

Según Méndez (1997: 5) pareciera existir un acuerdo bastante generalizado sobre cualquiera que sea la forma en que se exprese la geografía económica, este mismo autor, identificó algunas interrelaciones dialécticas existentes entre la actividad económica y el espacio desde una doble perspectiva y a continuación se describe con los siguientes puntos: (Ver fig. 2).

a).- De una parte, el espacio ejerce una influencia multiforme sobre el funcionamiento económico al comportarse como fuente de recursos, como obstáculo a los desplazamientos y como soporte de la actividad que ocupa un suelo de características y precio determinados. Por otro lado las características territoriales condicionan sus pautas de localización como respuesta al efecto ejercido por una serie de factores específicos así como su evolución en el tiempo.

b).- Una vez implantadas las actividades económicas, estas ejercen una fuerte influencia sobre la organización del territorio, a través de una serie de consecuencias o impactos visibles que afectan la movilidad, crecimiento, características de su población, composición y problemas de mercados de trabajo, procesos de urbanización, estructura interna de las ciudades, delimitación en áreas dinámicas y en declive, relaciones de dominación o dependencia condiciones ambientales y calidad de vida.

Fig. 2. Interrelaciones dialécticas existentes entre actividad económica y el espacio



Fuente: Méndez (1997: 6)

Como podemos observar en la figura 2, las características sociales, económicas, territoriales y sociales en cada territorio también influyen en la localización de las empresas, y determinan la rentabilidad, eficiencia, y organización del sistema económico.

### 1.5 Carácter dinámico de las interrelaciones economía-espacio.

Para abordar el enfoque de red en el turismo y la actividad hotelera, se tiene que entender que ésta ha sido un sector económico que está relacionado con la propia evolución histórica de la realidad económica y espacial, así como con las

repercusiones ambientales, sociales, territoriales que se observen debido a que la atención en la administración de los recursos implicará toda una serie de cambios en el devenir económico. En la actualidad, podemos observar una desaceleración de la industria como motor de crecimiento y un deterioro ambiental que va de la mano con el predominio de actividades de servicios como el turismo, y la actividad comercial. Por ende, el interés que existe sobre problemas concernientes a configuración territorial en un ambiente de innovación, tecnología, flujos, e intercambio, y la propia evolución del pensamiento en ciencias sociales, puede entenderse en relación con las tendencias significativas de la dinámica económica de los últimos tiempos.

Hoy es considerado un gran reto el poder abordar una geografía económica centrada en la localización de actividades, de aquellos factores y agentes que la explican, así como la detección de nuevas zonas de implantación industrial. Sin embargo, el objetivo del estudio de las redes es precisamente desentrañar la lógica espacial del sistema económico capitalista y su evolución en el tiempo, para observar los efectos sobre las desigualdades territoriales y la configuración espacial de un territorio.

Como señala Capel (1987) antes del siglo XIX las cuestiones económicas eran más bien abordadas por geógrafos en el marco de la descripción de países, destacando la preocupación por generar riqueza; el surgimiento de una economía individualizada se produjo en la segunda mitad de ese mismo siglo. Desde entonces, hasta la actualidad se vive en un ambiente de innovaciones que han tenido principalmente repercusiones en las formas de trabajo.

Los años sesenta del siglo XX, fueron el escenario de sustantivas relaciones entre economía y espacio marcadas por el desarrollo de la economía regional. Para ello se produjeron una serie de conceptos y teorías referidas principalmente a la localización del crecimiento regional, y economía urbana, surgidos en los terrenos

económicos y destinados principalmente a la reinterpretación de fenómenos como la localización de actividades industriales primordialmente y desarrollo regional.

A partir de la década siguiente, según Méndez, (1997) la geografía económica tuvo un gran enriquecimiento gracias a las teorías y enfoques comportamentales y neomarxistas que insistieron en la influencia de los factores psicológicos, sociales, y políticos en la organización espacial de las empresas así como en la explicación del desarrollo desigual. Su atención se centró sobre los costos derivados durante ese proceso, grandes grupos transnacionales, actividades de servicios y nuevas formas de ocio y consumo. A raíz de ello, surgieron nuevas teorías sobre crecimiento económico, estructura competitiva de la economía contemporánea, comportamiento espacial de las grandes empresas, ciclos económicos, y la relación estrecha entre la producción y división espacial del trabajo.

Para poder comprender los sistemas económicos y la geografía del capitalismo, es necesaria la consideración de que las diferentes actividades tienden a crear lazos o relaciones de interdependencia de tal manera que la empresa individual se vea influida en cierto modo por el entorno económico espacial, la economía y el territorio tienen un comportamiento sistémico y en red.

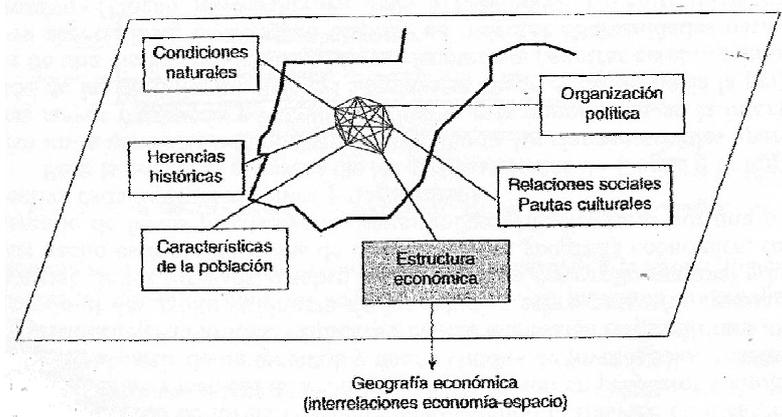
Los estudios en red según Conkling (1976) deberán por tanto, centrar su atención en el análisis de sistemas económicos a diferentes escalas espaciales identificando:

- a).- Su dimensión: volumen de actividad, empleo, producción, etcétera.
- b).-Su estructura interna: características de las empresas, importancia de las diversas actividades, interrelaciones, y flujos.
- c).- Las pautas de localización de las actividades y especialización de los territorios.
- d).- La evolución o dinamismo experimentados por la estructura y la localización

e).- Los principales factores explicativos que, al afectar las decisiones de los agentes económicos (empresas, poderes públicos, consumidores...), originan ciertas regularidades en sus comportamientos espaciales. Conkling (1976: 16)

Es importante considerar también que el estudio de las situaciones económico-espaciales permite comprobar que por encima de peculiaridades que distinguen a cada una de ellas, existen principios que exploran muy de cerca la esencia del sistema económico, y tienen, por tanto, un carácter estructural, por cuanto son de aplicación general y sólo evolucionan a largo plazo al margen de circunstancias del momento. Es por eso que la geografía económica deberá interesarse en establecer la lógica espacial del sistema económico capitalista y todos los fenómenos y procesos que ésta conlleve. (Ver fig 3).

Figura 3. Factores explicativos en la organización del territorio.



Fuente: Méndez (1997: 2).

Se constata así una nueva fase de cambios acelerados, radicales, y profundos, que se manifiestan en el comportamiento económico pero también en implicaciones espaciales tales como la apertura y ampliación de los mercados, redistribución del trabajo, relocalización del territorio, y una mayor capacidad de atraer iniciativas empresariales. Se trata por tanto de lograr centrar nuestra investigación en la comprensión de la nueva lógica productiva, transformaciones

sociales, laborales, y su reflejo en las estrategias espaciales de las empresas y la dinámica de los territorios.

## **1.6 Conceptualización de las redes y tipología**

En su estudio sobre la nueva economía, Jeanott (2004) define a las redes como aquel conjunto de empresas que establecen relaciones durables de manera formal o informal para constituir una comunidad de intereses, aunque esta última sea limitada. Por otro lado según Hernández (2004) las redes ya no surgen tanto como una alternativa para abordar los atributos de actores ni el reconocimiento de éstos, sino para introducirse en las particularidades de la interacción, rescatar las características con las que se logra la transformación de los territorios, donde su objetivo principal consiste en enfatizar que el territorio se encuentra en constante transformación por la formación y trayectoria continua de flujos de naturaleza.

Desde la perspectiva de Ricardo Tirado y Matilde Luna (en Casas, 2001) las redes se construyen sobre la base de pertenencias informales, intercambios voluntarios y multilaterales, relaciones personales y confianza, cooperación, reciprocidad y estructuras flexibles; por lo tanto, las redes son la forma más propicia para tratar con ambientes económicos y sociales complejos; esta forma ha sido considerada la ideal para coordinar a los actores en un contexto más internacionalizado. Por ende, la potencialidad y el enfoque de redes es suficientemente amplio para abordar las diferentes situaciones tecnológicas en las actividades industriales de la economía.

En un sentido más genérico, Dussac (en Villamil; 2002) menciona que la red está constituida por nodos y conexiones. Los nudos de la red pueden representar individuos, grupos, colectividades, empresas, gobiernos, etcétera. De la misma manera, los vínculos pueden representar flujos de toda naturaleza: informaciones, recursos, y relaciones de respeto, amistad, poder, y dominación.

Por su parte Rózga (2001:88-89) analizando a Wasserman y Faust (Idem), menciona que los supuestos básicos del enfoque de redes son:

- 1.- Los actores y sus acciones son vistos de manera interdependiente en lugar de unidades autónomas;
- 2.- Las relaciones entre actores se realizan a través de canales de transferencia o de flujos de recursos (materiales, dinero, información, apoyo político, amistad, respeto, etc.);
- 3.-El enfoque de redes coloca a los individuos en la perspectiva de ofrecer oportunidades y restricciones para sus acciones; y
- 4.-La estructura en las redes contiene un patrón de relaciones entre los actores.

De acuerdo con la perspectiva empresarial de las redes, Vázquez (1999: 20) entiende y define como red empresarial al “sistema de relaciones y/o contratos que vinculan a las empresas/actores entre sí, cuyo contenido puede referirse a bienes materiales, información o tecnología. Así mismo, una red de innovación se define como un grupo de participantes, coordinado pero mixto, con antecedentes profesionales (laboratorios, centros de investigación técnica, organizaciones financieras, etc.) que trabajan en conjunto para diseñar desarrollar, producir, y difundir procesos de producción, bienes y servicios, algunos de los cuales se dan bajo la forma de una transacción comercial. Maillat, s/f: 83 en Ruiz (2006: 253).

Estas relaciones según Ruiz (2006) pueden darse de distintas maneras o ser de diferentes tipos: Horizontales-Verticales, Formales-Informales, Materiales-Inmateriales, y Diseminadas-Aglomeradas. A continuación se presenta la descripción de cada uno de estos binomos:

- Redes formales e informales: las redes formales obedecen a decisiones que persiguen objetivos estratégicos de las personas u organizaciones, estableciéndose a partir de la firma de convenios. Las redes informales son

de carácter espontáneo y no requieren de la firma de documentos. Para garantizar el intercambio de información y tecnología de estas últimas, se requiere de un proceso formal mediante prácticas de negocios basados en la confianza. Vázquez B. (1999: 45).

- Redes Materiales e Inmateriales: las redes materiales se caracterizan por permitir el flujo de mercancías, capital o personas a partir de infraestructuras; las redes inmateriales apoyan el intercambio de información, tecnología o decisiones. Méndez y Caravaca (1996: 90).
- Redes Diseminadas y Aglomeradas: Las primeras se presentan en territorios extensos y poco definidos; mientras que las redes aglomeradas tienen una dimensión espacial mucho menor con límites mejor definidos. Méndez y Caravaca (1996: 91).

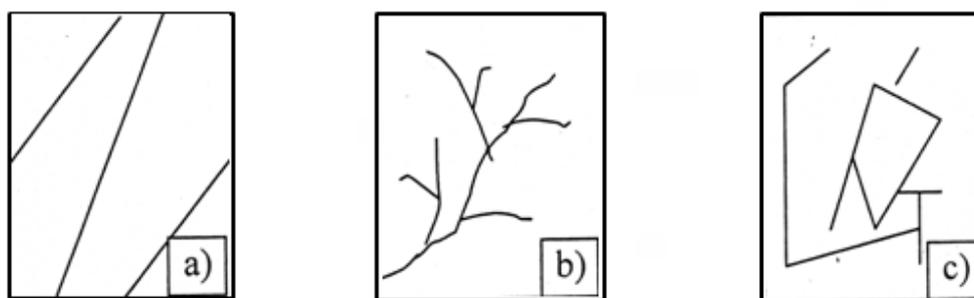
De acuerdo con Maillat, (s/f: 83 en Ruiz; 2006: 254) dichas redes dan origen a dos procesos fundamentales en la organización y distribución geográfica de las actividades económicas: La primera es una lógica funcional que da lugar a la división de funciones y la dispersión del producto en el espacio. La segunda es una lógica regional que trae consigo las interdependencias a nivel territorial; esta última es impulsada por un entorno que pone en movimiento la dinámica local. Las empresas que adoptan la lógica funcional, según Ruiz (2006) a menudo mantienen relaciones asimétricas con la región que las recibe, sin buscar unirse a la comunidad local. Por el contrario, las empresas que adoptan la lógica territorial, constituyen redes de cooperación e intercambio.

Dentro del punto de vista de la geografía, se vislumbra a la red en tres sentidos o aspectos: a) polarización de puntos de atracción y difusión, que es el caso de las redes urbanas, b) proyección abstracta que es el caso de los meridianos y paralelos en la cartografía del globo y, c) proyección de líneas, conexiones y relaciones que es el caso de las redes hidrográficas, técnicas territoriales y también de las redes de las comunicaciones hertzianas, a pesar de la ausencia de

líneas y con una estructura física, limitada a los nodos. Santos (2000: 222)

Hay quienes describen a las redes a partir de la forma material que adquieren, Bosque (1997:206) por ejemplo, las agrupa en: a) líneas aisladas sin uniones entre ellas; b) árboles, donde los segmentos lineales tienen intersecciones pero no llegan a formar ciclos y bucles y c) circuitos o redes donde las líneas están unidas y forman bucles cerrados como lo muestra la figura 4:

Figura 4. Forma material de las redes según Bosque (1997)



Fuente: Bosque (1997:206)

Orgogozo (1997 en Montero y Morris, 1999) apunta que para diagnosticar la situación de las redes de actores se debe considerar la siguiente tipología:

a) Tipo estrella: Red horizontal con un centro claramente definido en torno del cual se van configurando el resto de las relaciones. Al deshacerse el nudo central, se desarma toda la red. La clave del funcionamiento de éste tipo de red, radica en la referencia de todas las comunicaciones entre los actores del centro, no tanto en la jerarquía.

b) Red de distribución: Similar al modelo de correo económico. A partir de un punto más virtuoso que el resto, se produce una acumulación tal de conocimiento que éste tiende a desbordar hacia abajo.

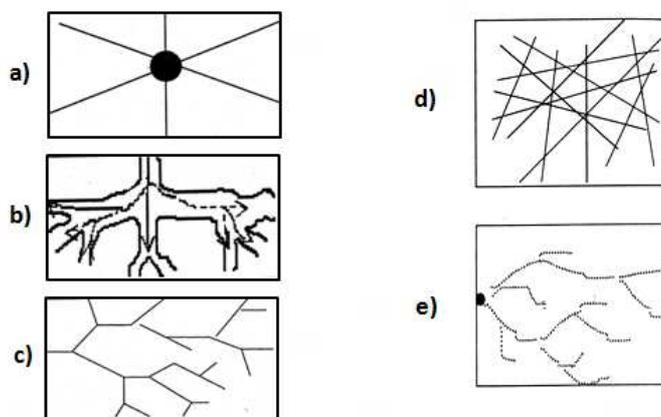
c) Red tipo árbol: la red se inicia en un punto desde el cual se ramifican nuevas

sub-redes. Un ejemplo donde se vislumbra con éxito este modelo de red son las políticas exitosas de desarrollo de proveedores, donde a raíz de un cliente principal se desprenden prestadores de servicios que a su vez se convierten en clientes de otro. Toda rama puede convertirse potencialmente en tronco para otras ramas.

d) Red tipo maya: con la característica de horizontalidad y ausencia de centros claros. Cualquier punto de la red puede concentrar hacia si las relaciones con otros puntos, para luego aflojar dicha tensión y deshacer su nudo. El sello de estas redes es su flexibilidad: potencialmente todos pueden estar relacionados con todos, sin embargo esto puede representar una debilidad pues es difícil establecer visiones de futuro compartidas entre los actores.

e) Red tipo polo: se caracteriza a diferencia de la red tipo árbol por la dificultad para intercambiar posiciones de “tronco” y “rama”. Estas redes suelen generarse producto de políticas deliberadas. Desde un punto de vista virtuoso de la red se van integrando puntos lejanos que reciben los beneficios de unirse al polo, pero quedando en una posición subordinada a éste. Estas redes por lo general no suelen ser una buena palanca para propiciar el desarrollo autónomo de nuevas redes. Orgogozo (1997 en Hernández 2004: 6-7)

Figura 5. Tipología de las redes según Montero y Morris (1999)



Fuente: Hernández (2004)

La cuestión es entonces si utilizar la red como medio analítico para explicar lo que hay entre las conexiones, cómo encontrar definiciones claras para el objetivo analizado y descubrir los intermediarios que solidifican el proceso de interrelaciones en el territorio. Las referencias sobre redes son, por supuesto mucho más amplias en la actualidad y tienen diferentes acepciones, prácticamente la concepción de red como término, concepto, instrumento, y herramienta analítica ha invadido todo. Desde las ciencias sociales hasta las exactas como en la práctica, provocando que su sentido se vuelva laxo, se preste a imprecisiones y ambigüedades, cuando el término es usado para definir situaciones. Según Santos (2000:221) lo rescatable e importante, es poder salvar la capacidad explicativa de las redes considerando la parte medular de lo social, lo natural, y lo técnico como elementos entremezclados.

### **1.7 Lógica de la articulación territorial de las redes**

A medida que los estudios territoriales avanzan, se fortalece la idea de que el análisis de redes es un instrumento de investigación que permite reconocer los flujos, configuraciones e interrelaciones socioterritoriales, cuya conceptualización está soportada en la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad, y nivel de traducción que los actores ejerzan en sus prácticas. En lo que se refiere al análisis territorial, el estudio de redes puede representar una herramienta de análisis y crítica de los lazos establecidos entre las empresas en el territorio y permite identificar los puentes o discontinuos que hay entre los agentes que en ella participan. Por consiguiente, resulta de gran interés conocer la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad de las redes, ya que su análisis permite identificar las capacidades competitivas, comparativas, y estratégicas con las que cuenta un territorio, por otro lado, el estudio de la lógica de la articulación territorial del turismo ante los procesos actuales de transformación socioeconómica requiere de ser estudiado bajo categorías muy poco convencionales y poco exploradas. A continuación se analizan dichos conceptos:

**Conectividad:** La conectividad tiene consecuencias directas sobre la estructura territorial de los espacios aumentando el valor de unos y desvalorando otros, la interconexión entre los elementos se especifica al estructurar la red y su valor va a depender del valor que éstos tengan.

Según Montero y Morris (1999) la conectividad mide el grado de integración de los diversos actores a las redes regionales de su entorno, según el número y la frecuencia de comunicaciones que sostiene con otros actores. La conectividad surgida entre los actores de territorio distintos, surgirá como un mecanismo interterritorial para sumar esfuerzos y objetivos comunes.

Con relación al turismo, la conectividad tiene costos que afectan directa e indirectamente la práctica turística y que se relacionan con la relatividad de la relación, distancia y tiempo. Sin embargo, la conectividad no sólo es un elemento para conectar, es una característica asociada que tiene que ver con el desplazamiento de recursos por la red.

**Intensidad:** es el grado de unión con el que interactúan las partes, es el número de frecuencias de un movimiento dado en la red, la acentuación de la frecuencia se ve afectada generalmente por la disminución o pérdida de velocidad, es decir, la pérdida que sufre una conectividad por la rugosidad del paso de algunos flujos.

La intensidad también puede ser vista en términos de flujos y movimientos y estos están facilitados o dificultados por varios elementos de la red: la dificultad con la que un nodo se conecta con otro o un número de conexiones que facilite la presencia de la red. Cuanto más fuerte es el vínculo, más fácil serán los flujos de la red. La intensidad de la red proporciona la medida de la cohesión de ésta; es decir, el grado de interacción entre los actores y nodos y la intensidad en la red, derivará de su estrategia para situarse en un entretejido complejo de relaciones ya solidificadas. Cabe mencionar que la intensidad de la red no depende de la cercanía o lejanía de los participantes, sino más bien, del número de conexiones que hay entre ellos. Hernández (2004: 12)

**Estabilidad:** La estabilidad se refiere al grado de confianza entre los nodos que aseguran la continuidad o permanencia de la red, dicha estabilidad constituye el soporte por el cual diversos mecanismos de interrelación son capaces de regular, distribuir y dirigir la fuerza motriz de las redes a través de procesos históricos. Se reconoce una estabilidad de tipo funcional y estructural; la estabilidad funcional resulta de los procesos de interacción que aseguran el funcionamiento general de la red y, la estabilidad estructural, está dada por el funcionamiento de la circulación, distribución y cooperación de los mecanismos administrativos, geográficos y sociales inmersos en la red.

La estabilidad de una red, estará dada por su contenido material en términos de intercambio de experiencias y tecnología y no se podrá cultivar si la materialidad de ésta no proporciona las condiciones tecnológicas, físico-espaciales y sociales suficientes para el espacio de flujos. Hernández (2004: 13)

**Accesibilidad:** De acuerdo con Obeg (1976 en Bosque 1997: 221) se puede definir como una medida relativa de la mayor o menor facilidad de acceso que un punto del espacio tiene a algún tipo de hecho que está distribuido por la misma zona/red de modo irregular, es decir, la mayor accesibilidad estará dada en proporción inversa al menor número de aristas a vencer. Sin embargo, Burns (1979 en Bosque 1997: 221) menciona que la accesibilidad no solo depende de la distancia entre un punto de demanda y otro de oferta, también depende del tamaño que tenga la oferta existente en cada punto y otro factor importante a considerar es la disponibilidad temporal de las instalaciones.

Por su parte Gutiérrez (1991 en Bosque 1997: 221) aplica diferentes medidas de accesibilidad para evaluar la adecuación de las localizaciones de centros sanitarios a la distribución espacial a la demanda de este tipo de servicios. De esta manera tenemos tres medidas de accesibilidad: a) únicamente en la distancia; b) en la distancia y el tamaño de la oferta en cada punto y c) en el tamaño de la oferta y la demanda dentro del alcance espacial del bien. Cabe mencionar que si

bien es cierto que la accesibilidad está dada en función del grado de dificultad con la que los actores pueden acceder a un lugar en términos físicos; también está dada en función de los atributos temporales, culturales, técnicos, económicos que imperan en la red además de la facilidad geográfica para llegar a un punto.

**Flujocidad:** La flujocidad de acuerdo con Hernández (2004: 14) nos hace referencia a la velocidad con la que circulan los flujos en una red, la facilidad de circulación básicamente estará determinada por la velocidad de flujos con la que se desplacen los actores, nodos e intermediarios a lo largo de la red, ésta facilidad de circulación, estará también condicionada por la capacidad de la red y su capacidad de transmitir flujos lo que hace indispensable el conocimiento anticipado de frecuencias, tiempos de uso, costos, y velocidades a alcanzar.

En palabras de Santos (2000: 231,233) la flujocidad también es una causa, una condición, y un resultado, cuando se habla de flujocidad, se debe tomar en cuenta esa naturaleza mixta de las redes y de lo que éstas transportan. Las redes por sí mismas no son suficientes, es necesario que exista un movimiento de flujos capaz de tener la mayor fluidez y el mayor alcance posible.

Desde la perspectiva de Dollfus, (1997), el espacio de flujos se convierte en referente central de las lecturas e interpretaciones sobre la emergencia y consolidación de nuevas formas y dinámicas territoriales basadas en la existencia de redes. Dichas redes, controladas por los grupos que detentan el poder y ejercen las funciones de dirección, cambian de manera constante, organizando el espacio en función de la posición que ocupan en ellas los distintos lugares. Así, cada lugar está definido por las redes que le sirven y organizan.

Según Hernández (2004:10) las redes expresan una forma de organización en la que se evidencia lo social, lo natural y lo técnico como elementos morfológicos, funcionales e históricamente determinados de manera conjunta. Desde este

contexto podemos decir que cada territorio está definido por la naturaleza de redes que en él se desenvuelven y los lugares que pudiesen ser los más representativos de dichas redes son en primera instancia las ciudades, en segunda las metrópolis y después las megalópolis. Así, el alcance de las redes se determinará por el ámbito territorial en el que se desenvuelven sin pasar por alto que existen algunos factores que pudiesen alterar el comportamiento de las redes como tales.

Por último, el enfoque de redes aplicado a la actividad turística de los municipios Toluca, Lerma y Metepec nos permitirá identificar aquellos actores que influyen en los procesos territoriales y determinan la configuración espacial de la ciudad a partir del análisis de las capacidades con las que cuenta un territorio en términos de competitividad, de modo que mediante este enfoque utilizado como herramienta, podremos darnos cuenta de los procesos de traducción que llevan a determinar la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, y flujocidad en la ciudad. Con este enfoque también se puede detectar el tipo de relaciones y vínculos que han estimulado la formación de redes con vistas a un mejor aprovechamiento de las externalidades tales como la existencia de actividades de investigación y desarrollo, capacitación empresarial que definen la manera en que estas externalidades elevan la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, explicando por qué las regiones que concentran empresas de un mismo sector o de una misma cadena productiva tienden a construir un ambiente favorable al surgimiento de las redes.

Dicho de otro modo, el análisis de redes es un instrumento de investigación que permite reconocer los flujos, configuraciones e interrelaciones socioterritoriales cuya conceptualización está soportada en la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, y flujocidad y nivel de traducción que los actores ejerzan en sus prácticas. De esa manera, la red puede ser una manifestación territorial, haces de relaciones, ideas, información o elementos significantes derivados de las relaciones entre actores.

## **Conclusiones de Capítulo.**

Como cierre de capítulo podemos decir que la Globalización es un proceso que da la pauta a una nueva fase histórica del capitalismo, una nueva fase de inestabilidad conocida como la puerta de entrada al capitalismo global, este nuevo capitalismo obedece a las exigencias de la nueva economía global que se caracteriza por esquemas productivos y espaciales vinculados al posfordismo o a la sociedad informacional.

Es importante hacer énfasis en que como producto de esta nueva configuración y modo de producción capitalista surgen nuevas transformaciones socio-espaciales y entre las más importantes a analizar se encuentran: la organización de la producción y el funcionamiento de las empresas tanto en su interior como en sus relaciones mutuas y la organización territorial, que dentro de un plano económico incluye las pautas de localización seguidas por los distintos tipos de sectores y empresas, las redes de flujos relacionales espaciales entre las mismas, y los contrastes derivados visibles a distintas escalas.

Es necesario considerar que cualquier análisis de la realidad espacial, requiere de la incorporación y estudio de diversos factores que actúan de forma interactiva reforzándose o actuando o compensándose mutuamente, pues las condiciones económicas, el dinamismo, estructura y dinámica los actores sobre una parte del territorio, ejercen cierto efecto e impacto en diversas escalas territoriales. Para poder comprender los sistemas económicos y la geografía del capitalismo, es necesario comprender que las diferentes actividades tienden a crear lazos o relaciones de interdependencia de manera que la empresa individual se vea influida en cierto modo por su entorno económico, e integrarse en una economía de aglomeración.

## **Capítulo 2. Análisis de la dinámica espacial y territorial del Turismo en torno a las redes y su competitividad**

### **2.1 Análisis diacrónico en la búsqueda y aproximación teórica y conceptual del turismo**

Actualmente el turismo y sus características han ido transformándose conforme han cambiado las formas de apropiarse del espacio; es un fenómeno que se materializa en la conformación socio territorial y urbana que provoca y tiene gran incidencia e impacto en las actividades económicas con las que guarda relación, en la generación de empleos, en el impacto ambiental, capacitación o fuga de divisas, trastoque de los límites fronterizos, usos de tecnología, mercadotecnia, hibridación cultural. El turismo genera a su vez como lo indica Valenzuela (1986:47) algunas formas peculiares de organización de los asentamientos humanos.

Históricamente, el turismo ha venido desarrollándose como sector a raíz del fortalecimiento de diversos factores como los viajes marítimos, las emigraciones, el comercio, la división del trabajo, las formas del transporte, el intercambio con otras sociedades y las formas de consumo. Dichos factores, han logrado ubicar al turismo como una de las actividades más importantes en la economía mundial. Hoy, de acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (1998), podemos decir formalmente que el interés del turismo se remonta a la década de los años treinta, teniendo como referencia trabajos relacionados con sus características, dinámicas e impactos territoriales; para los años cincuenta el turismo como tal creció y se vio favorecido por la mejora del nivel de vida, desarrollo tecnológico, transporte, telecomunicaciones, y servicios, desarrollándose como sector, sin embargo, fue hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surgió como un fenómeno de masas.

A lo largo de los años la definición del turismo se ha enriquecido a nivel conceptual desde diferentes concepciones o perspectivas; desde el punto de vista económico, por ejemplo, se dice que es un sector determinado por la producción distribución y comercialización. Otros autores, lo definen desde la perspectiva del medio y su espacio geográfico; algunos otros desde el punto de vista físico y ecológico, mientras que algunos otros los definen desde el punto de vista del comportamiento del turista y sus preferencias. Sin embargo, todas las concepciones coinciden en algunos elementos comunes que resultan significativos, y en general, estos rasgos son: el desplazamiento del lugar habitual de trabajo o residencia, el tiempo de estancia, satisfactores de oferta y demanda turística, y las motivaciones del viaje. Estos elementos, han servido de referencia teórica y conceptual para que los organismos internacionales encuentren interés en el enriquecimiento de su definición. Por ejemplo La OMT, lo define de la siguiente manera: “el turismo comprende conjuntamente el desplazamiento y las actividades que realizan las personas durante sus viajes, y estancias, así como las relaciones que surgen en ellos, en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mínimo de 24 horas (pernoctando en el destino); principalmente con fines de ocio, por negocios y otros”. OMT (1991).

## **2.2 Dinámica espacial y territorial del turismo**

En los últimos años, las contribuciones para comprender el turismo a partir de sus elementos, históricos, estructurales, teóricos y científicos, constituyen la base fundamental para el entendimiento de la dinámica espacial y territorial en la que este se desarrolla, así como para la elaboración de un cuerpo teórico que se base en la descripción de sus elementos, ambientales, sociales, económicos y territoriales. Entre las aportaciones que hacen referencia al análisis territorial del turismo encontramos la de Pearce (1998 en Vera, 1997: 31) quien menciona que existen seis amplias áreas de lugares comunes que integran los componentes más importantes de la geografía del turismo: a) los patrones de distribución

espacial de la oferta; b) patrones de distribución espacial de la demanda; c) la geografía de los centros vacacionales; d) los movimientos y los flujos turísticos; e) el impacto del turismo; f) los modelos de desarrollo del espacio turístico.

Para Cazes (1992 en Vera, 1997:31) la distribución, producción espacial turística y articulación espacial del sistema turismo con el sistema local son conceptos que permiten seguir los contenidos y los límites de todo estudio turístico: oferta y recursos, demanda, frecuentación, flujos, y focos, emisión y destino, estación y región, ingresos e impactos o la planificación o gestión. Así mismo, para Cazes (1992 en Vera, 1997:11) aún existen carencias en la epistemología del turismo para reconocer el impacto, transformación y especialización turística en las sociedades y territorios a diversas escalas espaciales.

No obstante, muchas de las aportaciones teóricas y conceptuales sobre el análisis territorial del turismo tienen origen en el campo de otras ciencias, esto explica el vacío en el análisis territorial del turismo al momento de intentar resolver conflictos de tipo espacial, social y económico ya que en éste encontramos procesos de transformación urbana, culturales, demográficos, de manera que el valor del espacio turístico estará en función de los flujos de oferta, demanda y conectividad entre los puntos de interés. En este contexto, queda claro que uno de los grandes retos a los que se enfrenta el turismo es lograr el fortalecimiento y reconocimiento formal de los estudios científicos dedicados a sus aspectos territoriales. Por otro lado, según Vera (1997: 36) la fuerza descriptiva de los estudios territoriales del turismo ha seguido superando a los estudios analíticos y metodológicos; y en lo referente a la producción científica han sido múltiples los intentos por abstraer variables explicativas del turismo; en general, encontramos estudios desde la perspectiva geográfica, sociológica, económica, y social. Además de los objetivos que se persiguen por el ocio, la recreación y las actividades turísticas, los interesados en la problemática turística plantean algunos desafíos derivados de las siguientes necesidades:

- 1). Impregnar de relevancia social a las investigaciones, tanto básicas como aplicadas;
- 2). Objetivizar el posible sesgo e influencia que, en la formulación y metodología científica de los estudios, provoca o puede provocar el mercado como demandante en su vertiente territorial y;
- 3). Participar en equipos interdisciplinarios en la búsqueda de respuestas a los nuevos problemas del turismo
- 4). Ganar adeptos en las economías mundiales y al mismo tiempo lograr la validez científica.

### **2.3 El turismo en el contexto de la Globalización**

Las esferas en las que la Globalización encierra a las diferentes actividades económicas provocan múltiples procesos a escala social, territorial, espacial, ambiental y tecnológica; es un fenómeno que reúne simultáneamente elementos físicos, simbólicos y humanos desde escalas geográficas diferentes; hoy la actividad turística no queda exenta de este fenómeno mundial y sus procesos se materializan con el cambio de las actividades económicas y administrativas, la tecnología, el comercio, la forma de producción, consumo, y ocio así como con el cambio en los elementos estructurales físicos de las ciudades.

La Globalización según Hiernaux (1998: 15) es un fenómeno con múltiples aristas y procesos socioterritoriales de primer orden a escala mundial, llevándonos a reconocer que existe un turismo- mundo, es decir, una forma de concebir al turismo que rebasa la simple expansión tradicional. Por su parte, para Vera (1997:9), El turismo participa como agente de la globalización y como fenómeno relacionado en sí mismo con el achicamiento del mundo por los flujos de personas que se mueven por motivos de ocio y negocios entre ámbitos territoriales diferentes.

Hernández (2004) menciona que se pueden reconocer al menos cuatro nodos que

articulan al turismo con la globalización: a) el turista como consumidor global de los productos turísticos tiene un catálogo de opciones que involucran diferentes sectores de la economía en el ámbito mundial; b) el turismo articula procesos de emisión y recepción de flujos, por los que circulan divisas, artesanías, personas, información etcétera; c) Se constituyen complejas redes de competencia vertebradas por convenios funcionales, económicos y administrativos en el ámbito de las grandes regiones emisoras y receptoras de turismo d) Los complejos de articulación turística involucran estrategias físico- tecnológicas para apropiarse del mayor número de demandantes. (Ibid: 30)

En relación a lo anterior Vanhove (1999) indica que la relación entre la globalización y turismo presenta una faceta geográfica relacionada con los viajes intrarregionales e interregionales o de la extensión del turismo a una escala mundial; una convergencia de gustos, preferencias por productos y estilos de vida de todo el mundo que lleva a una estandarización y a una homogenización del mercado cada vez mayores; y, la existencia de prácticas similares en el ámbito internacional, relacionados con los sistemas de distribución, las prácticas de mercado y la elaboración de productos. (ibid)

De acuerdo con las concepciones y contribuciones de los diversos autores, se puede decir que el turismo y la globalización son fenómenos que van ligados o relacionados mutuamente; de hecho el turismo es una de las actividades económicas que más tempranamente se globalizó, lo que provocó el cambio de las actividades económicas y administrativas, la forma de producción, consumo, y ocio, y algunas ventajas en el comercio, recepción de flujos, tecnología y estrategias de competencia y marketing territorial. En general, el escenario de la globalización nos ofrece una nueva geografía turística donde existe una fuerte competitividad, la lucha por el mercado es cada vez más intensa y donde se tiende a buscar la diferencia entre espacios receptores por medio de la especialización que genera mayor valor agregado a los destinos. Por ende, uno de los desafíos

del turismo es enfrentar los cambios que sugiere la demanda turística; esto permite pensar que el turismo como fenómeno relacionado con la Globalización genera ciertas interrelaciones multiformes, movimientos, lazos, vínculos, reconocimientos, contenidos, símbolos interconectados en diferentes escalas y niveles del territorio.

#### **2.4 Transición de conexiones areolares a redes reticulares en la dimensión socioterritorial del turismo**

Existen muchos fenómenos socioterritoriales que se derivan de la actividad turística hotelera, estos regularmente están dados por una serie de actividades y configuraciones que permiten pensar que los elementos que los originan tienen ciertas relaciones entre sí formando redes que son los responsables de la transformación del territorio turístico. Sin embargo, dichas redes no se crean de manera espontánea; se van creando paulatinamente en relación con los procesos económicos, sociales, pero un indicio del origen y desarrollo de las redes turísticas como tal Hernández (2004), fue hasta la década de los cincuenta, como lo cuando los nodos turísticos fueron suplantados por las redes, debido a que los destinos respondían más a una territorialidad areolar que a una reticular.

La diferencia consiste en que la conexión areolar presenta redes en su interior, pero tiene un nivel de conectividad y accesibilidad restringido a una escala más focalizada, es decir, se da en espacios geográficamente perceptibles y más o menos homogéneos, con circuitos de ámbito local pero que pueden o no estar conectados a otros circuitos internos y externos. Mientras que la conexión reticular tiene la particularidad de manejar flujos a una escala mucho más amplia obedeciendo y adaptándose mucho mejor a las condiciones que el fenómeno de la globalización exige y determina como la incorporación de nuevas tecnologías ante nuevos procesos de transformación del territorio, a la dinámica de articulación entre individuos y comunidades desde grandes distancias, conforme a la tercerización de la economía. Esto permite reconocer que el turismo fue una de las primeras actividades económicas en globalizarse; éste hecho ha originado que

el turismo como actividad, traspase fronteras a diferentes escalas territoriales, a diferencia de otras ramas de la economía que solo se restringen hacia lo nacional o local, es por ello que el turismo como actividad es receptor, creador, difusor y transformador de redes; en este contexto surge la interrogante sobre ¿cuáles son entonces los fenómenos territoriales con los que está relacionada la existencia de redes de turismo? Callizo (1991: 186) menciona que dicha existencia se debe específicamente a tres fenómenos:

- a) Las exigencias espaciales y tecnológicas de la demanda turística;
- b) Las relaciones que se generan entre los distintos sectores de la economía y;
- c) la creación de nuevas necesidades de ocio. Hernández (2004: 33)

En este sentido, Callizo (1991:86 en Hernández, 2004:33) menciona también que el producto turístico se concreta con la creación de redes y apropiación de flujos en el espacio turístico, estrechamente relacionado con la demanda social; a través de los mecanismos de emulación, el producto turístico, tiene su dimensión territorial en las formaciones socio-espaciales. Con respecto a las formaciones socio-espaciales, dicho autor menciona que se componen por dos tipos de productos espaciales: espacios materiales, construidos y condicionados como el transporte el alojamiento, los equipos recreativos por ejemplo y los espacios materiales, que son las imágenes de salida de las connotaciones mercantiles que la promoción turística aplica sobre el espacio material. Desde su perspectiva, la territorialización turística puede ser analizada entonces a partir de:

- a) Las características funcionales del espacio emisor,
- b) las formas, distancias y medios del flujo o viaje turístico y,
- c) La morfología del espacio de destino turístico. Vera (1997 en Hernández 2004: 34)

Desde esta estructura, la lectura del espacio muestra entonces una dimensión y tipología de configuraciones socioterritoriales del espacio turístico con la intención

de mostrar un mayor acercamiento a las explicaciones de su articulación ante los cambios de las formas complejas de consumo. El producto turístico como sus formaciones socio espaciales, y las redes que se interrelacionan organizando y transformando el territorio, construyen entonces su dinámica a partir de su creatividad, las formas culturales y simbólicas, que se desenvuelven en el territorio, y a partir de una serie de actuaciones entre individuos, grupos y asociaciones, instituciones y contextos. Por ende, la posibilidad de entender a través del turismo los dispositivos cambiantes del entorno en el territorio identificando sus potencialidades, es indispensable para entender la reestructuración del territorio, por lo cual, ante un estudio de redes, siempre será necesario reconocer la especificidad, mediaciones y conflictos que este produce, sobre todo porque el turismo como fenómeno, sugiere la incidencia territorial, social, y temporalmente cambiante.

## **2.5 La competitividad en el entorno de las redes y las actividades turísticas**

En este apartado, trataremos de responder básicamente a la pregunta ¿Qué es lo que hace que un territorio sea competitivo? Para entender como la competitividad logra ser un elemento esencial en el espacio de flujos, será necesario primero, entender que éste término se ha manifestado e interpretado desde diferentes perspectivas o vertientes.

El concepto de competitividad se remite a la teoría clásica del comercio internacional que desarrolla las ventajas comparativas entre naciones. Adam Smith plantea que un país debe especializarse en la producción de aquel bien que represente su menor costo de oportunidad con respecto a otros, lo cual responde a su dotación de factores de producción y su frontera de posibilidades de producción. De esto se derivan las ventajas absolutas que reflejan la capacidad de una nación para la producción de un determinado bien con menos recursos, con respecto a sus competidores (Parkin, 2010).

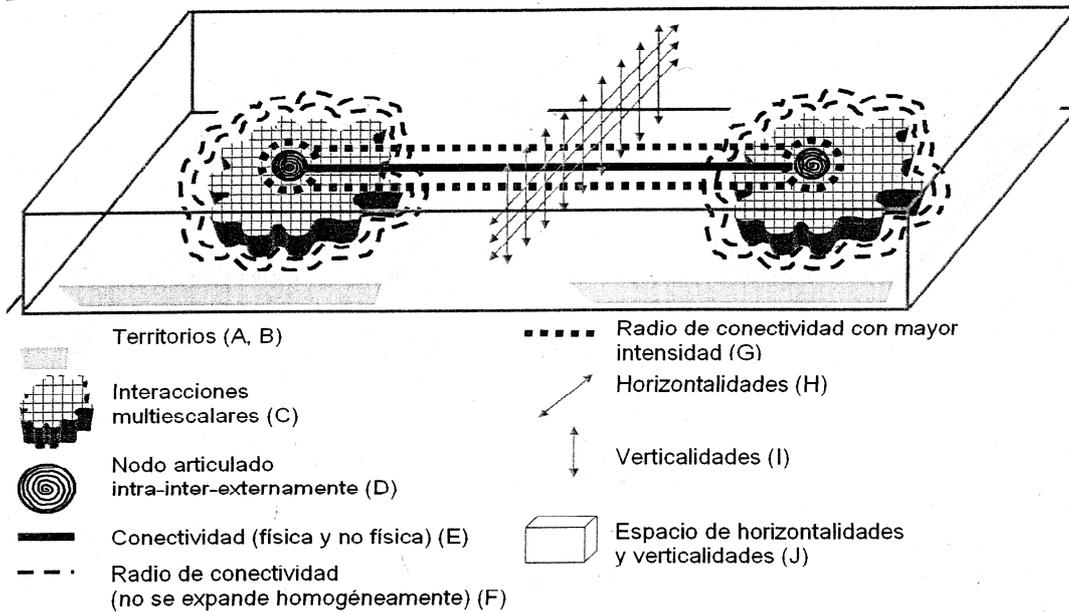
Ahora bien, A raíz de estas concepciones se ha desprendido una serie de estudios en tres vertientes: el enfoque macroeconómico que aborda el desempeño

económico de los países; la vertiente orientada a la formulación de políticas industriales; y finalmente, la escuela de negocios que aborda la competitividad a un nivel del microentorno empresarial. Por ello resulta importante definir el nivel de análisis al abordar el estudio de la competitividad.

Por otro lado, Farrel (1995 en Hernández 2004) maneja un enfoque más económico en el sentido de mantener o soportar la competencia del mercado y menciona que un territorio adquiere carácter competitivo si puede afrontar la competencia del mercado y garantizar al mismo tiempo la viabilidad medioambiental, económica, social, y cultural, aplicando lógicas de red y de articulación interterritorial.

Mucha de la literatura revisada apunta a la conceptualización de la competitividad abordada desde enfoques distintos. Sin embargo, la mayoría de estas hace referencia a la literatura empresarial, al enfoque de mercado, de comercio internacional y de factores relacionados a procesos de producción de bienes o servicios ligados con procesos corporativos, dejando de lado casi siempre los procesos socioterritoriales. La idea de este trabajo reside en el reconocimiento de la competitividad socioterritorial de la actividad turística; se trata de rescatar y señalar que la competitividad como tal, es un fenómeno que está ligado a los procesos territoriales a partir de sus componentes, prácticas, vínculos e interrelaciones, reconociendo al territorio, como el ámbito donde nacen se entrelazan, tejen, estructuran y consolidan estrategias productivas de organización, distribución y consumo, cuyos fines se materializan en interdependencias de actores, objetos, procesos y dinámicas de competencia. Es decir, se está considerando que tanto la competitividad territorial, como la competitividad soportada en las ventajas comparativas, competitivas y estratégicas, se manifiestan actualmente por la competitividad areolar y la competitividad reticular como dinámicas endémicas de los territorios como lo ilustra la (figura 6):

**Figura. 6 Formas de competitividad territorial: areolar y reticular**



Fuente: Hernández C. (2004: 40). Dos formas de competitividad territorial

La figura 6 puede entenderse a raíz de las diferentes interrelaciones entre los territorios A Y B, dichas relaciones no siempre serán uniformes ya que un nodo siempre será dominante, éste último siempre aprovechara la oportunidad de establecer vínculos con otros territorios, de manera que entre más vínculos mayor será la competitividad que desarrolle, es por ello que la fluidez entre estos contactos, se vuelve una parte esencial en el proceso de circulación de mercancías, dinero, información, y flujocidad de las actividades productivas y de servicios. La frecuencia y dominio de la competitividad areolar y la competitividad reticular, dependerá en primera instancia, de la capacidad de generar mayores vínculos técnicos y socioeconómicos en el espacio de flujos, de sistema de relaciones entre los principales elementos o agentes que constituyen dicho espacio, de la funcionalidad de los territorios en conectividad, accesibilidad, intensidad, estabilidad y a su vez de la flujocidad de las redes y determinarán una dinámica a una escala de competencia cooperación y control a los territorios. Hernández (2004: 40)

En este contexto, podemos decir que los elementos de las redes nos dan una muestra de la calidad competitiva en los territorios, y que la competitividad local o global, se ven determinadas por las condiciones a las que se enfrentan los actores en un territorio. Es importante mencionar que a medida que se multiplican las redes de competitividad, más complejo se torna el análisis territorial en términos de flujos, sin querer decir que el número de actores necesariamente incremente. Sin embargo, al aumentar la eficacia de redes, también se complejizan los cambios en la competitividad, ya que muchos de los territorios no se adaptan a las condiciones que les son exigidas externamente. En este sentido es importante entender la competitividad territorial bajo la capacidad que tiene un territorio de lograr cierta estabilidad, permanencia y control de sus recursos ante las condiciones endógenas globalizadoras y entenderlo como una estructura que debe renovarse constantemente en términos de creación de nuevas actividades, flujos, atractivos, circulación, imágenes, etcétera.

Esto nos hace pensar a su vez, que las ventajas comparativas y competitivas que alguna vez fueron determinantes en la lucha por la posición en el mercado, ahora no son los que precisamente garantizan una estabilidad en términos competitivos, pues la misma dinámica globalizadora ha impuesto nuevos ordenes económicos complejos y es preciso tratar de descubrir los elementos que realmente impulsan la competitividad en un territorio como aquellos que ahora la inhiben. Todo esto se puede traducir en un cambio en la lógica de las estructuras turísticas y por ende, en la morfología de los territorios.

## **2.6 La competitividad territorial en el escenario de la economía globalizada**

Como ya hemos visto, la competitividad territorial en una economía globalizada exige y origina procesos socioterritoriales más complejos que se traducen en la reestructuración de las relaciones económicas, sociales, y de producción, para restablecer una nueva estrategia de competitividad territorial, ya sea reticular o areolar, dependiendo de la dinámica de los actores y la forma en que éstos van desarrollándose en el mismo. Dichas estrategias competitivas modifican el papel

y la posición de los actores, pues cada uno de éstos, busca tener un lugar privilegiado dentro del territorio. Ahora bien, es importante reconocer que la competitividad territorial se vuelve un elemento importante en el contexto globalizador y a diferentes escalas territoriales cuando genera sinergias o relaciones, ya que de éstas depende también el aprovechamiento de internalidades y externalidades en búsqueda de condiciones socioespaciales mas equilibradas.

De hecho, para entender el valor competitivo de los territorios, es importante analizar la coexistencia articulada de los elementos físicos, sociales, de innovación técnica, y uno de los elementos articuladores es la configuración territorial, entendida por Santos (2000 en Hernández 2004: 43) como: “el conjunto formado por los sistemas naturales existentes en un país determinado o en un área dada por los agregados que los hombres han sobrepuesto a esos sistemas naturales. La configuración territorial no es el espacio, ya que la realidad proviene de su materialidad, en tanto que el espacio reúne la materialidad y la vida que la anima. La configuración territorial, tiene una existencia material propia, pero su existencia real, solamente viene dada por el hecho de las relaciones sociales” (Ibid: 43)

De acuerdo con Hernández (2004) la competitividad territorial se caracteriza por: “los mecanismos y entramados que logran potenciar a través de la participación conjunta de actores, flujos, procesos, mercancías, etcétera para lograr interacciones que se traducen en sinergias para los territorios” (ibid: 44)

Bajo dichos argumentos, podemos pensar que la competitividad es entonces un elemento que remite a los territorios en sus diferentes escalas a crear vínculos de mayor intensidad y estabilidad con nuevos territorios reconociendo relaciones de conectividad tanto cercanas como distantes pero de mayor acceso de tal manera que las condiciones y capacidades endógenas de los territorios, los elementos, símbolos, personas, información, flujos interconectados entre sí, y las ventajas competitivas y comparativas determinen la forma en que un territorio se enfrenta a los desafíos de el proceso de Globalización.

## **Conclusiones de capítulo**

El Turismo y sus características han ido transformándose conforme han cambiado las formas de apropiarse del espacio, actualmente, es un fenómeno que se materializa en la conformación socio territorial y urbana que provoca y tiene gran incidencia en las actividades económicas con las que guarda relación en la generación de empleos, impacto ambiental, capacitación o fuga de divisas, trastoque de los límites fronterizos, usos de tecnología, mercadotecnia, e hibridación cultural.

El turismo y la globalización, son dos procesos que están fuertemente relacionados, y que han originado en términos espaciales y territoriales, como lo indica Valenzuela (1986:47) formas peculiares de organización de los asentamientos humanos mediante procesos de transformación urbana, demográfica y cultural, adaptando a una nueva Geografía turística que exige un cambio en las actividades económicas y administrativas, en la forma de producción, consumo, y ocio, y algunas ventajas en el comercio, recepción de flujos, tecnología y estrategias de competencia y marketing territorial. En términos generales, el proceso de globalización se traduce en una lucha por el mercado cada vez más intensa, y una fuerte competitividad donde se tiende a buscar la diferencia entre espacios receptores por medio de la especialización de servicios que genere mayor valor agregado a los destinos.

El conocimiento de los procesos y dinámicas de competencia mediante las sinergias entre los actores resulta una herramienta de análisis en la elaboración de estrategias que tienen como objetivo buscar el aprovechamiento de internalidades y externalidades del territorio, sin embargo, es importante mencionar que la frecuencia y dominio de la competitividad areolar y la competitividad reticular de un territorio dependerá en gran medida de la capacidad de generar mayores vínculos técnicos y socioeconómicos en el espacio de flujos, del sistema de relaciones

entre los principales elementos o agentes que constituyen dicho espacio, y de la capacidad del territorio de adaptarse a las exigencias de la Globalización en términos de conectividad, accesibilidad, intensidad, estabilidad y flujocidad.

Uno de los desafíos del turismo es enfrentar los cambios que sugiere la demanda turística en cada territorio, para conocer la forma en que sus actividades económicas generan ciertas interrelaciones multiformes, movimientos, lazos, vínculos, reconocimientos, contenidos y símbolos interconectados a diferentes escalas y niveles del territorio.

### Capítulo 3. El turismo en México

El turismo en México funciona como pilar dentro de las actividades económicas y se desarrolló y detonó históricamente gracias a la creación de las vías de comunicación; éstas como elemento indispensable del desarrollo de las ciudades tuvieron un papel muy importante en el crecimiento del sector turístico debido a que el éxito de los destinos turísticos se debe a la accesibilidad de caminos y carreteras; y aunado a éstas, a la creación de vías marítimas y de transportación aérea. Otro de los aspectos importantes para el crecimiento de la actividad turística tenemos los medios de transporte, y en el caso mexicano en específico el transporte carretero, marítimo y aéreo.

**Vías de comunicación carretera:** Las vías de comunicación terrestre desempeñan un papel fundamental en el desarrollo turístico y por ende económico del país; es a través de éstas que se moviliza cerca del 55 % del transporte de carga y el 98% de los mexicanos las utilizan para llegar a sus destinos. Para el año 2014, la longitud de la red nacional de carreteras en México fue de 377,660 kilómetros, de los cuales 49,652 kilómetros (13%) pertenece a la red federal. Estas vías proporciona acceso y comunicación a las principales ciudades, fronteras y puertos marítimos. Y se dividen en carreteras libres y de cuota. La red libre comprende 40,752 kilómetros, mientras la de cuota tiene 8,900 kilómetros. El resto de la infraestructura corresponde a carreteras estatales con 83,982 kilómetros, una red rural con 169, 429 kilómetros y brechas mejoradas con 74,596 kilómetros. Alto nivel: Inversionista. “Arterias de México” [en línea] (2014).

**Vías de comunicación marítima:** Los puertos que recibieron el mayor número de pasajeros en crucero en 2013 fueron: Cozumel (2, 753, 608), Ensenada (487,774) y Majahual (392,708). Para datos más recientes hasta el mes de Febrero 2014, destaca Ensenada con un incremento de 52.4% con respecto a enero-febrero

2013. Por otro lado, el total de llegadas se incrementó 14.1% para igual periodo. Sectur. Datatur. “Análisis integral del turismo”. [En línea] (2012- 2014).

**Vías de comunicación aérea:** La llegada de pasajeros en vuelos nacionales en 2013 marca un nuevo máximo histórico superando los 30 millones de pasajeros, lo que representa un aumento de 8.3% comparado con 2012. Así mismo, el número de vuelos nacionales aumentó 4.0%.

En 2013, por vez primera se superan los 15.7 millones de pasajeros en vuelos internacionales, con un aumento de 8.1% sobre 2012, marcando un nuevo máximo histórico. Así como, el número de vuelos de este tipo aumentó 5.3%. En cuanto al número de llegadas de pasajeros vía aérea a México en 2013 por nacionalidad, se tiene que los estadounidenses fueron los de mayor número con 55.0%, seguidos por los canadienses con 13.6% y de la región América Latina y el Caribe y los brasileños con 2.3%. De acuerdo con el Departamento de Comercio Norteamericano al mes de noviembre de 2013, México como país es el primer receptor de estadounidenses que viajan hacia otros destinos del mundo vía aérea con el 15.45% del mercado. Sectur. Datatur. “Análisis integral del turismo”. [En línea] (2012- 2014).

### **3.1 Llegada de visitantes internacionales a México**

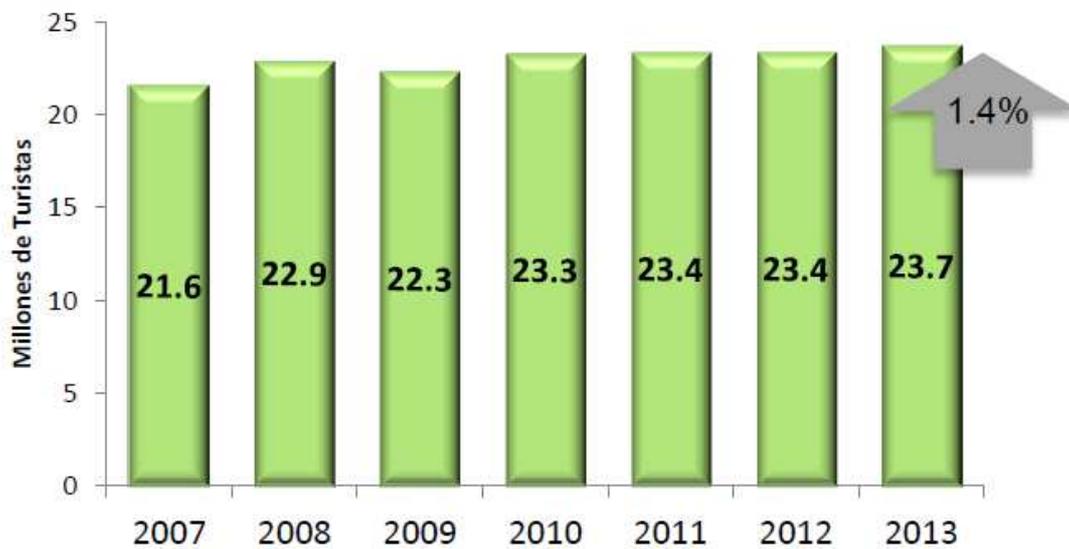
De acuerdo con el Banco de México, en 2013 se registró un aumento de 1.4% en el número de visitantes internacionales a México comparado con el año 2012. Así mismo, la llegada de turistas internacionales también aumentó en 1.4%, como podemos observarlo a continuación en las gráficas 1 y 2.

**Gráfica 1. Llegada mensual de visitantes internacionales 2012-2013**



Fuente: Banco de México. Base de datos 2012-2013

**Gráfica 2. Turistas internacionales 2007-2013**



Fuente: Banco de México. Base de datos 2012-2013

Por otro lado, durante el primer bimestre de 2014 se registró un aumento de 1.9% en el número de visitantes internacionales a México comparado con el mismo periodo del año anterior. La llegada de turistas internacionales también aumentó en 15.3%, superando los 4.5 millones de personas. (Observar gráfica 3 y Anexo No. 1).

**Gráfica 3. Turistas internacionales a México 2013-2014**



Fuente: Banco de México.

Fuente: Banco de México. Base de datos 2012-2013

### 3.2 Ingreso de Divisas

La entrada de divisas por concepto de visitantes internacionales tuvieron un crecimiento del 8.5% durante 2013, alcanzando un máximo histórico y registrando un crecimiento de 8.8% en relación con 2012. Durante los dos primeros meses del año 2014 se registró un crecimiento del 15.2%, comparado con el periodo (Enero-Febrero) del año anterior, mientras que las divisas por turistas internacionales crecieron 18.1% durante el mismo periodo. Todo lo anterior podemos observarlo en la gráfica 4.

Gráfica 4. Ingreso de divisas por visitantes internacionales



Fuente: Banco de México. Base de datos 2012-2013

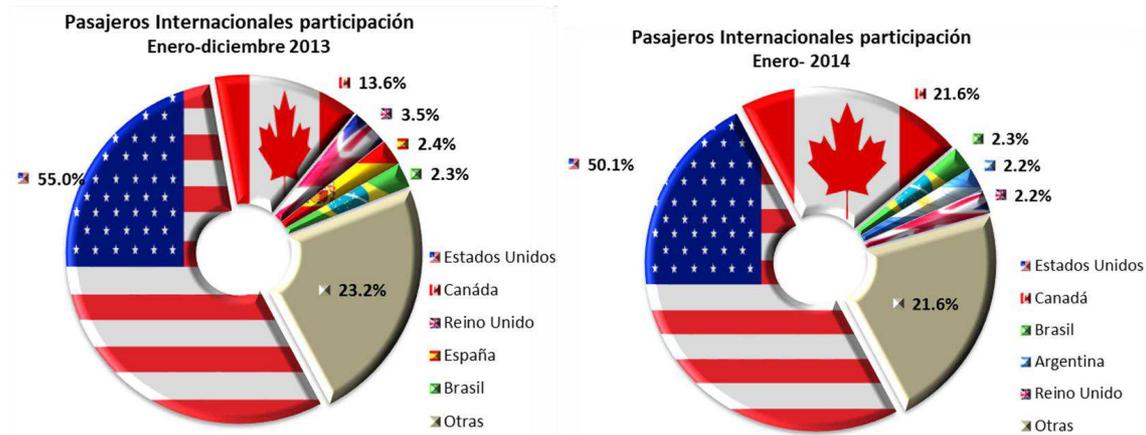
### 3.3 Turismo receptivo. Visitantes Internacionales a México vía aérea

En cuanto al turismo receptivo, se ha registrado una participación creciente de este rubro en México conforme a los diversos momentos en los que la actividad turística se ha visto afectada por procesos históricos, políticos, crisis económicas, hechos bélicos. Sin embargo, los datos que se obtuvieron a partir de los años ochenta indican que las tasas de crecimiento indican movimientos inestables.

Para el año 2013, Estados Unidos fue la nación de donde llegó el mayor número de visitas vía aérea presentando un incremento del 9.0% respecto al año anterior y superando los 6.4 millones de pasajeros por esta vía. De la región de América Latina y el Caribe, el país con el mayor número de llegadas fue Brasil, con un incremento de 7.5%. Para el primer bimestre de 2014, (ver gráfica 5 y anexo 3); los visitantes vía aérea, de nacionalidad estadounidense, registraron un aumento del 14.7% respecto a enero-febrero de 2013, superando los 1.2 millones de pasajeros por esta vía. De la región de América Latina y el Caribe, nuevamente se

posiciona Brasil con un incremento de 9.3% y 4.6 mil pasajeros adicionales como el país con el mayor número de visitantes

**Gráfica 5. Pasajeros internacionales 2013-2014**



Fuente: Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria 2014

La llegada de estadounidenses representó el 50.1% de los pasajeros internacionales por esta vía, siendo el aeropuerto de Cancún el de mayor participación (39.7%) durante el primer bimestre. (Anexo 4).

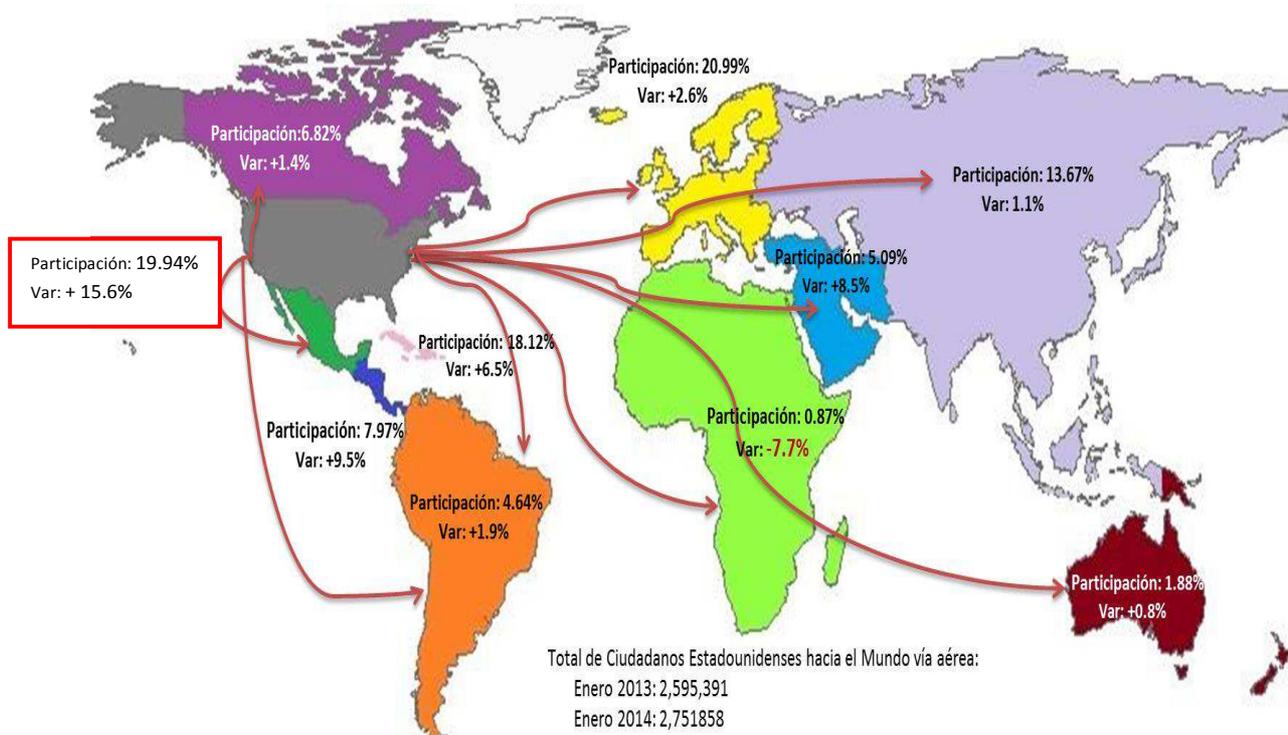
**Gráfica 6. Pasajeros estadounidenses por aeropuerto 2013- 2014**



Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria 2014

De acuerdo con la gráfica 6 podemos decir que México es el primer país receptor de los estadounidenses que viajaron al exterior de su país durante el primer mes de 2014 hacia diferentes destinos del mundo, registrando una participación de mercado del 19.94%. Solamente fue superado por Europa (20.99%); mientras que el Caribe se mantuvo por debajo durante el primer mes del año (18.12%). De la misma manera, México es el país que más incremento porcentual tuvo en el mes de enero de 2014, con respecto al mismo periodo en el año 2013 con 15.6%, seguido por América Central con un aumento de 9.5%.

**Mapa 1. Visitantes Internacionales a México vía aérea. Salidas Aéreas Estadounidenses**



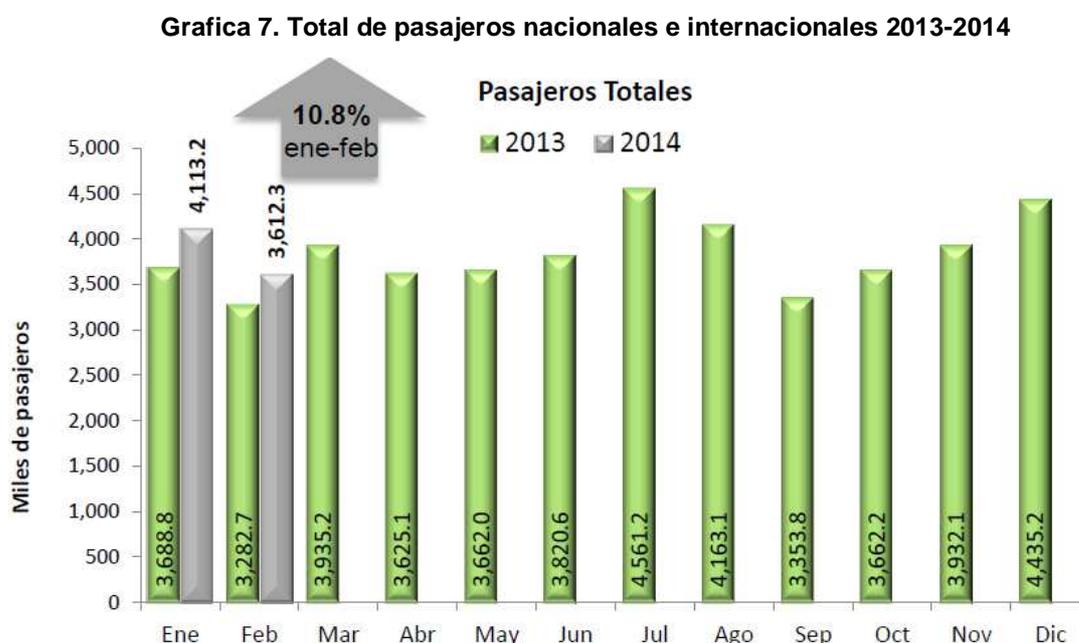
Fuente: U. S. Department of Commerce, International Trade Administration 2014

Cabe mencionar, que en términos geográficos, el turismo interno también se ve fortalecido por la accesibilidad hacia los lugares turísticos gracias a la infraestructura adecuada tanto al interior como al exterior del país, pero con inclinación o preferencia por los centros históricos tradicionales. Sin embargo, en términos de accesibilidad económica, son los turistas extranjeros quienes

incrementan la conectividad con los centros integralmente planeados, y es hacia éstos centros donde se distribuyen las mayores cuotas de mercado, así como los mayores flujos turísticos. (Mapa No. 1).

### 3.4 Transportación Aérea. Total de vuelos y pasajeros

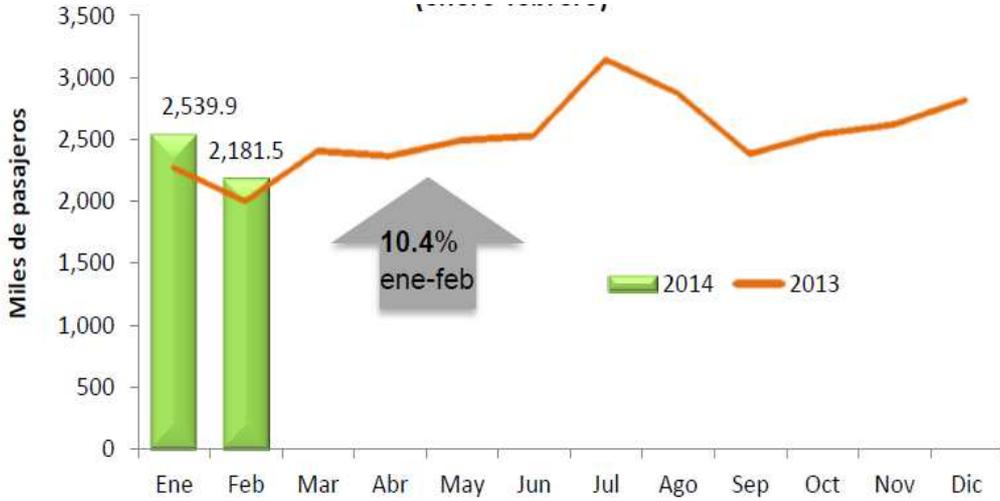
El número de pasajeros vía aérea aumentó 8.2% en 2013, superando los 45 millones de pasajeros totales. Para el periodo de enero-febrero de 2014, el número de pasajeros vía aérea aumentó 10.8% respecto al mismo periodo del año anterior, superando los 7.7 millones de pasajeros. (gráfica 7)



Fuente: Datatur. Aeropuertos y Servicios Auxiliares 2013- 2014

La llegada de pasajeros en vuelos nacionales en 2013 fue de 30, 418,771 personas, superando al año anterior con aumento de 8.3% y la llegada de pasajeros en vuelos nacionales en el primer bimestre de 2014 fue de 4,721,413 pasajeros, lo que representa 444,610 pasajeros adicionales sobre el mismo bimestre del año anterior como lo demuestra la gráfica 8:

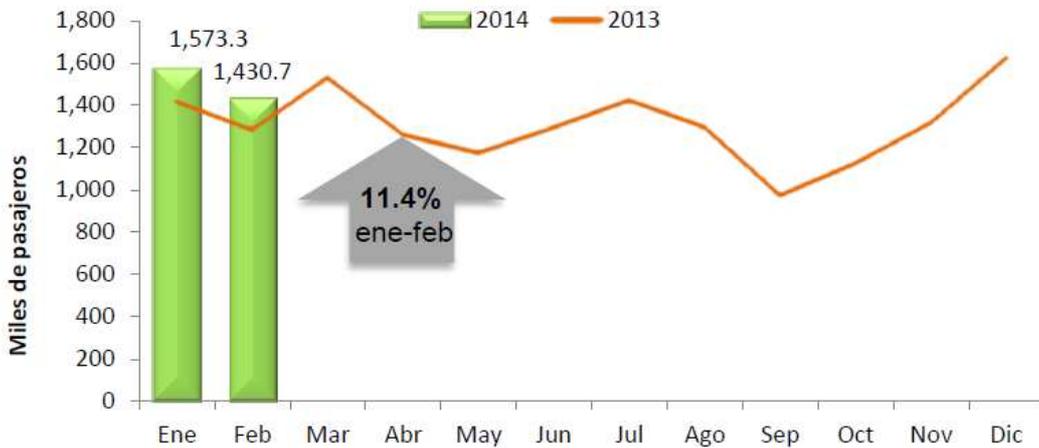
**Grafica 8. Total de pasajeros en vuelos nacionales 2013-2014**



Fuente: Datatur. Aeropuertos y Servicios Auxiliares 2013- 2014

Del mismo modo, el número de pasajeros vía aérea en vuelos internacionales aumentó 11.4% superando los 3.0 millones de pasajeros durante el primer bimestre de 2014.

**Grafica 9. Total de pasajeros en vuelos internacionales 2013-2014**



Fuente: Datatur. Aeropuertos y Servicios Auxiliares 2013- 2014

### 3.5 Balanza Turística

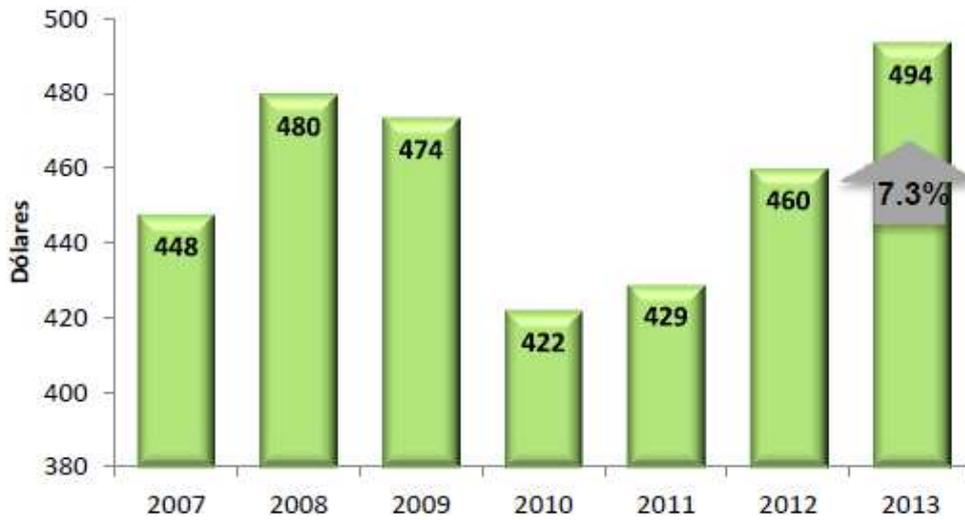
Ahora bien, de acuerdo con el Banco de México, la balanza turística en 2013 muestra un saldo positivo de 4,735.7 millones de dólares, lo que indica un incremento de 11.1% respecto al 2012 y solamente por detrás de la cifra record de 2008, cuando se registraron 4,802 millones de dólares. Para el primer bimestre del año 2014 se registra un saldo positivo de 1,476.2 millones de dólares para el primer bimestre de 2014, lo representando un incremento de 27.8% respecto enero-febrero de 2013 como lo indica la Figura 7:



### 3.6 Gasto promedio de los visitantes internacionales a México

En 2013, el gasto promedio de los visitantes internacionales aumentó 7.0% respecto al año 2012, mientras que el gasto promedio de turistas internacionales aumentó a 494 millones de visitantes es decir 7.3% situándose en el mayor nivel de los últimos años. Así mismo, el gasto promedio de los excursionistas fronterizos aumentó 10.5% con respecto a 2012. Véase Gráfica 7

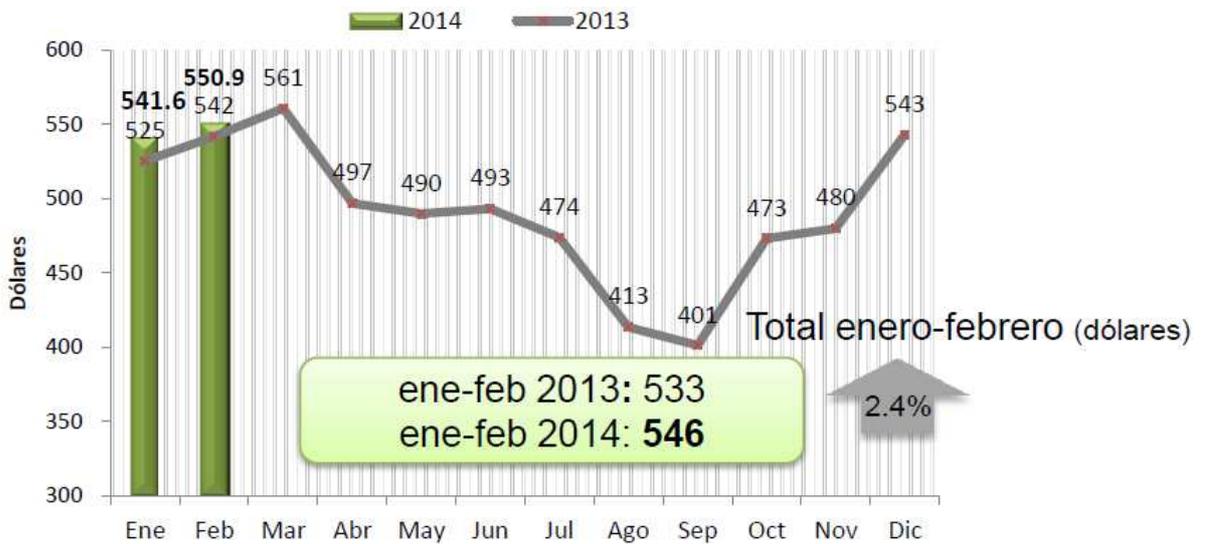
**Gráfica 7. Gasto promedio de turistas internacionales (anual)**



Fuente: Banco de México. Base de datos 2012-2013

Durante enero-febrero de 2014 (véase gráfica 8), el gasto promedio de los visitantes internacionales aumentó 13.0% respecto enero-febrero del 2013, mientras que el gasto promedio de turistas internacionales se incrementó 2.4% en el mismo lapso. (Ver anexo 5)

**Gráfica 8. Gasto promedio mensual de turistas internacionales Enero-Febrero 2013-2014**

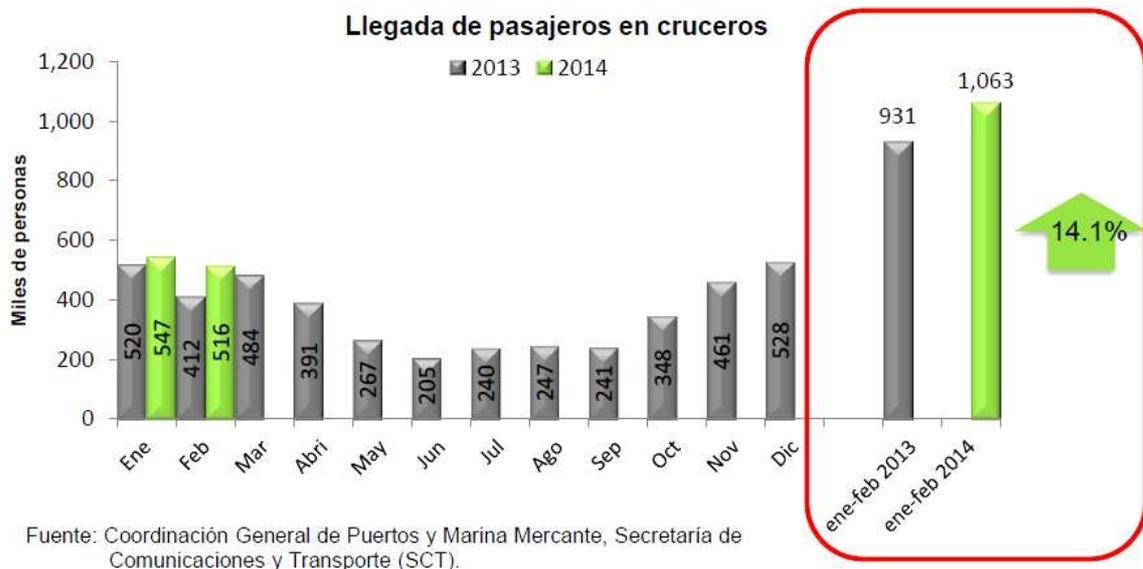


Fuente: Banco de México. Base de datos 2013-2014

### 3.7 Transportación Marítima

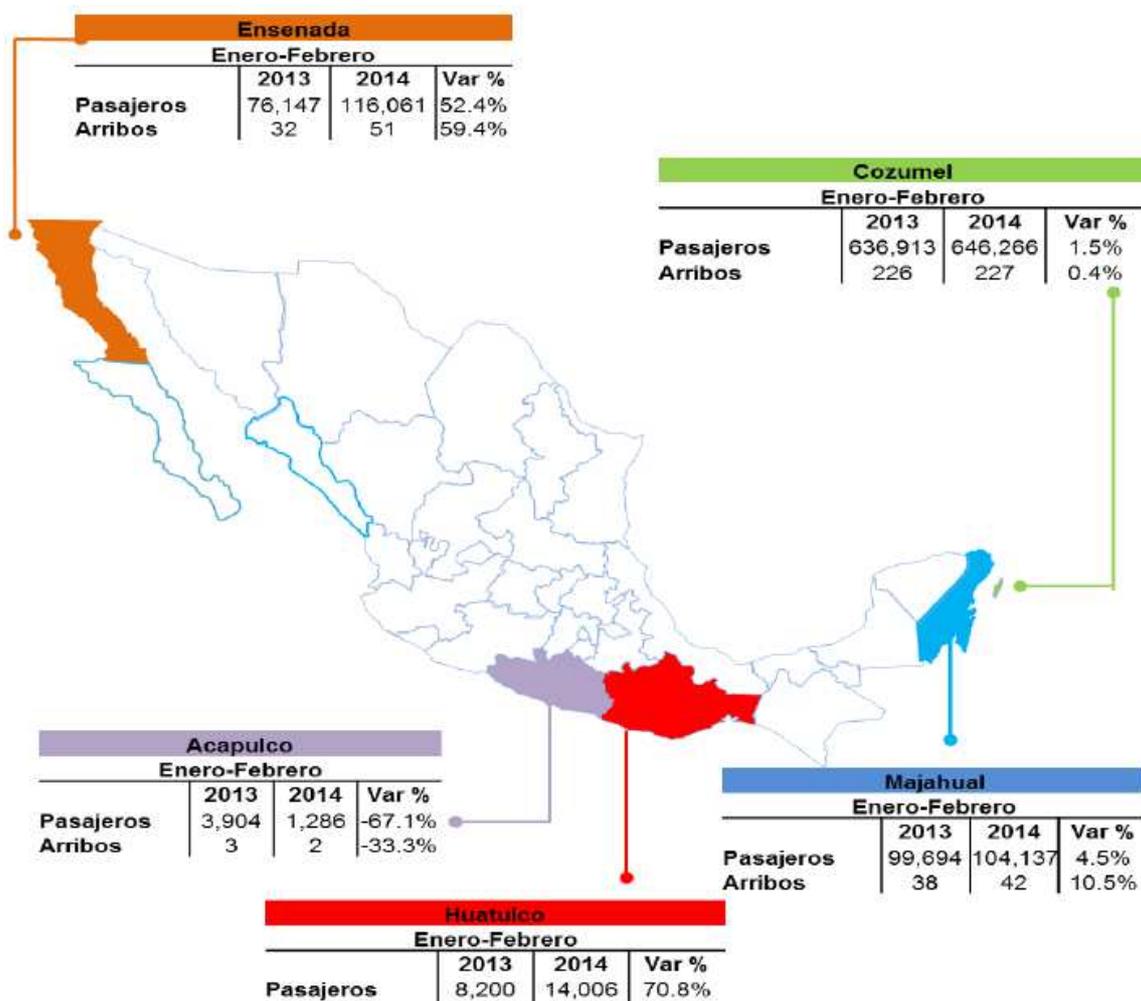
Aunque no hay transportación marítima en la Zona Metropolitana del Valle de Toluca, es importante mencionar la relevancia de la misma en el país, debido a que es un medio de transporte imprescindible en el crecimiento de la economía nacional y en este caso en particular, hay que destacar que durante el año 2013, el número de pasajeros en crucero tuvo una caída de 478 mil pasajeros, lo que representó el -9.1% con respecto al año 2012. Los puertos que recibieron el mayor número de pasajeros en crucero en 2013 son: Cozumel, Ensenada y Majahual. Por otro lado, durante los meses de enero y febrero de 2014, el número de pasajeros en crucero aumentó en 131 mil, esto representó un incremento de 14.1% sobre el mismo periodo del año anterior (ene-feb 2013) y los puertos que recibieron el mayor número de pasajeros en crucero durante el primer bimestre de 2014 continúan siendo Cozumel, Ensenada y Majahual. Véase gráfica 9

Gráfica 9. Cantidad de pasajeros en cruceros 2013-2014



En enero-febrero de 2014 el número de pasajeros en cruceros aumentó en los puertos de Ensenada (52.4%), Puerto Vallarta (126.8%) y Huatulco (70.8%) comparados al mismo periodo de 2013. Véase el Mapa No.2:

Mapa 2. Número de pasajeros y localización geográfica de los puertos mexicanos con mayor arribo

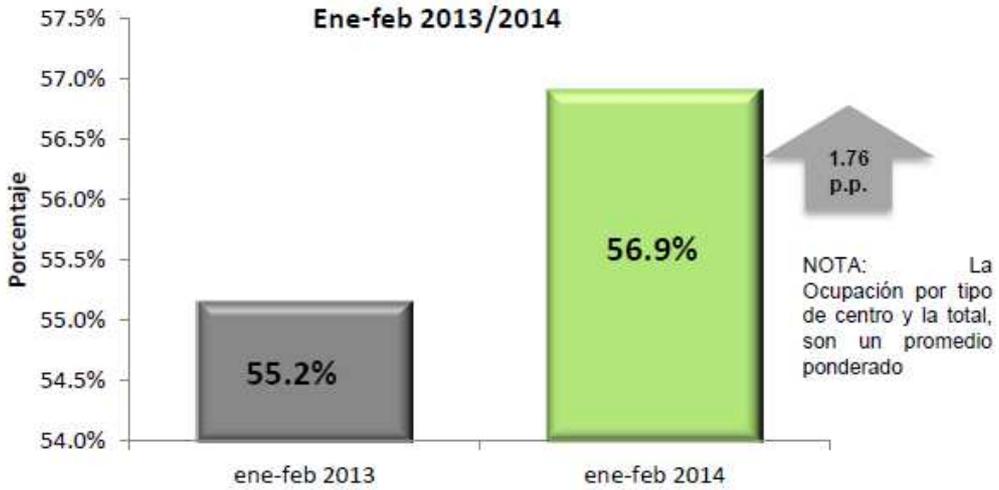


Fuente: Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT).

### 3.8 Oferta de alojamiento y porcentaje de ocupación hotelera en México

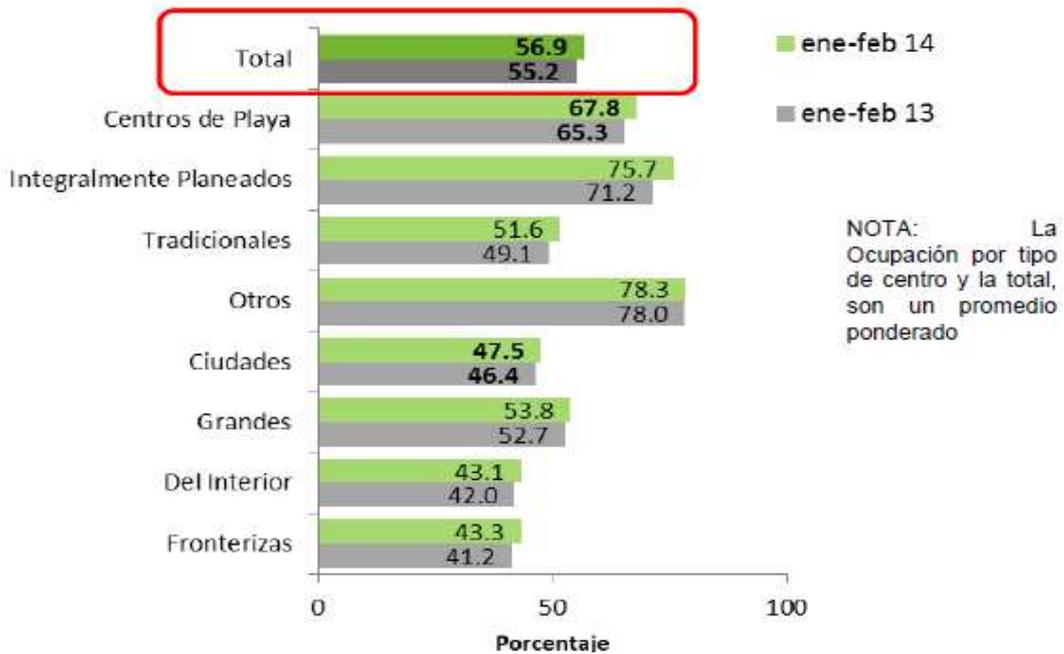
El porcentaje de ocupación hotelera de los principales centros turísticos en 2013 incrementó en 1.54 puntos porcentuales respecto al año 2012. Durante enero-febrero de 2014 tuvo un crecimiento de 1.76 puntos porcentuales adicionales respecto al mismo bimestre del año anterior.

**Gráfica 10. Porcentaje de ocupación hotelera 2013-2014**



Fuente: Con información de los 70 centros monitoreados por el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México Data Tur

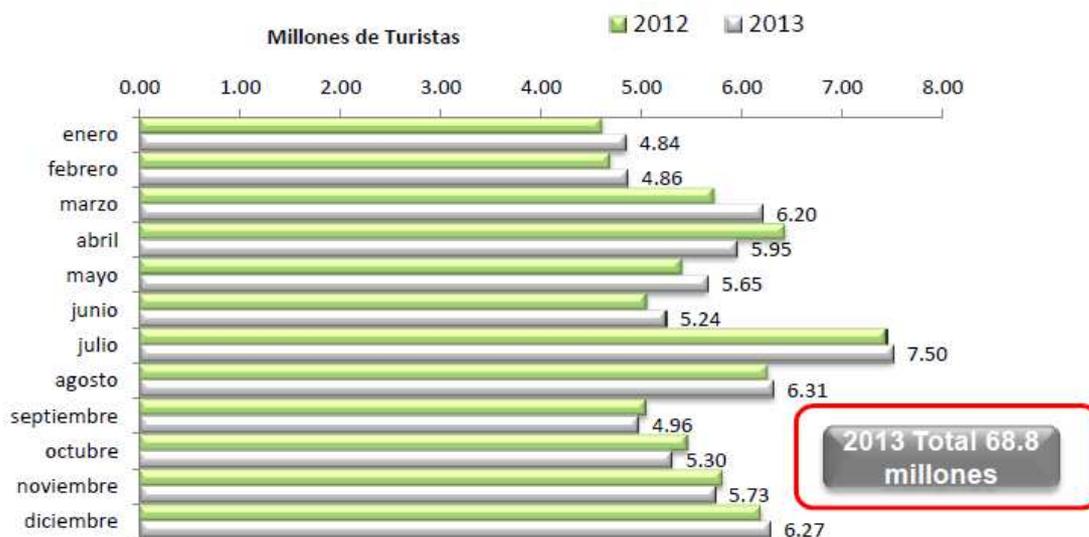
**Gráfica 11. Porcentaje de ocupación por tipo de centro periodos enero- febrero 2013-2014**



Fuente: Con información de los 70 centros monitoreados por el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México Data Tur

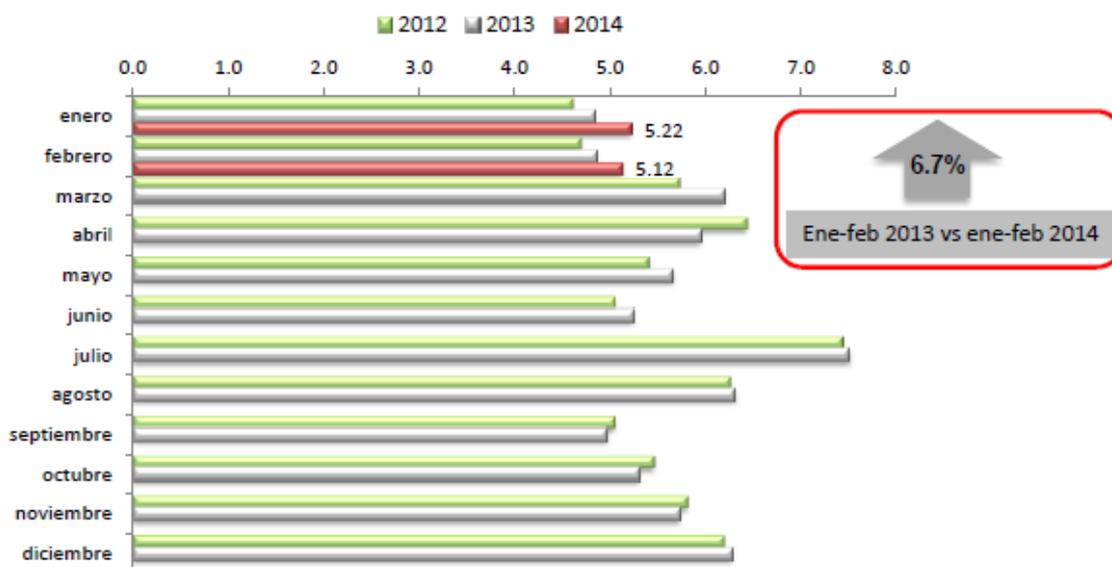
Por otro lado, la estimación nacional de la llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel en el año 2013, superó los 68 millones, lo que representa un incremento del 0.98% más que en 2012. Y para el primer bimestre de 2014 se registraron 648 mil turistas adicionales respecto a enero-febrero del año anterior.

**Gráfica 12. Llegada de turistas a cuartos de hotel 2012-2013**



Fuente: Estimación nacional con base en la actividad hotelera monitoreada por el sistema Datur.

**Gráfica 13. Llegada de turistas a cuartos de hotel Ene- Feb 2013- 2014**



Fuente: Estimación nacional con base en la actividad hotelera monitoreada por el sistema Datur.

### 3.9 Competitividad turística en México

El turismo es una gran fuente de divisas para nuestro país: representa el 9% del PIB y emplea al 15% de la población económicamente activa. Sin embargo, en la última década este sector se ha estancado y a pesar de que el turismo crece año con año, lo hace a un menor ritmo que el resto de la economía. De acuerdo con el Reporte de Competitividad Global 2014, nuestro país cayó seis posiciones con respecto a la medición 2013-2014, al pasar del lugar 55 al 61 (Ver tabla No. 1). Algunos de los indicadores que explican esta caída se encuentran en las áreas que presentan mayor rezago son: la eficiencia del mercado laboral (lugar 121), la calidad de las instituciones (102), la educación básica y superior (71 y 87), y la eficiencia del mercado de bienes (86). Alarcón (2013) “cuatro puntos para recuperar competitividad del sector turístico”. [En línea].

La caída de lugar de México en términos de competitividad se debe principalmente a diversas razones, entre ellas hay que mencionar:

**Mercado laboral:** La eficiencia y flexibilidad del mercado laboral son clave para asignar la fuerza laboral a sus usos más efectivos. Los principales retos que enfrenta el país a este respecto son las prácticas de contratación y despido (lugar 103 de 144) y los costos de liquidación (104). La reforma laboral de 2012 lejos de haber flexibilizado las condiciones de contratación y de despido, dejó fuera de su alcance a casi dos terceras partes de la fuerza laboral mexicana que se encuentran en el sector informal.

Tabla No. 1. Resultados de México, índice de competitividad Global 2014

Pilar de competitividad	Posición (de 144)	Calificación (1-7)
<b>Pilares de requerimientos básicos:</b>	<b>69</b>	<b>4.6</b>
1. Instituciones	102	3.4
2. Infraestructura	65	4.2
3. Ambiente macroeconómico	53	5.0
4. Salud y educación primaria	71	5.7
<b>Pilares de potenciadores de la eficiencia:</b>	<b>60</b>	<b>4.2</b>
5. Educación superior y capacitación	87	4.0
6. Eficiencia del mercado de bienes	86	4.2
7. Eficiencia del mercado laboral	121	3.7
8. Desarrollo del mercado financiero	63	4.1
9. Disposición tecnológica	79	3.6
10. Tamaño de mercado	10	5.6
<b>Pilares de innovación y sofisticación:</b>	<b>59</b>	<b>3.7</b>
11. Sofisticación empresarial	58	4.1
12. Innovación	61	3.3

Fuente: Global Competitiveness Report 2014-2015, WEF.

Fuente: Global competitiveness report 2014-2015

**Instituciones:** La calidad de las instituciones tiene una fuerte incidencia en la competitividad y el crecimiento ya que afecta las decisiones de inversión y organización productiva. La dimensión institucional en la que peor figura México es en lo relativo al crimen organizado (140 de 144 países, sólo por encima de Venezuela, Honduras, El Salvador y Guatemala), así como en los costos empresariales del crimen y la violencia (posición 135).

**Corrupción:** Es otro de los factores que determinan la competitividad del país. México ocupa la posición 119 de 144 en desviación de fondos públicos y la 114 en confianza de la clase política. Naturalmente, la corrupción no es un problema exclusivo de México, pero la impunidad sí. Mientras no existan consecuencias institucionales, no será posible superar este obstáculo que impone enormes costos y que dificulta el desarrollo económico del país.

**Educación:** La calidad de la educación es fundamental para las economías que buscan ascender en las cadenas de valor y sofisticar sus productos y procesos. La baja calidad de la educación básica (posición 118) y la deficiencia en la calidad de la enseñanza en ciencias y matemáticas (128) refleja otra serie de problemas de fondo: el avance de los maestros en el sistema educativo no es meritocrático; existen fallas graves en infraestructura escolar (49% de las escuelas no cuenta con drenaje, 31% con agua potable, 13% con sanitarios y 11% no tiene energía eléctrica). México no cuenta con un instrumento de medición que considere el desempeño de los alumnos en nuestro país (2013); y el sector educativo se caracteriza por su opacidad. Tampoco existen sanciones a la falta de transparencia en el gasto educativo (sólo se rinden cuentas reales sobre 12% de los fondos destinados al FAEB, fondo de aportaciones para la educación básica y normal, que maneja alrededor de 300 mil millones de pesos).

**Mercado de Bienes:** La competencia de mercado es un determinante crucial de su eficiencia y de la productividad de las empresas ya que asegura que las firmas más eficientes en producir bienes y servicios sean las que más prosperen. En el caso de México destaca el rezago en los indicadores de grado de dominio de mercado (114), así como la efectividad de la política antimonopolio (104). Finalmente, uno de los mensajes principales del Foro Económico Mundial (WEF) es el de reconocer la importancia de las ciudades como pieza clave de la competitividad de los países.

### **Conclusiones de capítulo**

El turismo definitivamente es una actividad económica que representa una gran fuente de divisas para nuestro país. Sin embargo, en la última década, este sector se ha estancado, generando un valor agregado bruto cada vez menor en términos nominales. Esto significa que a pesar de que el turismo crece año con año, lo hace a un menor ritmo que el resto de la economía debido a diversos problemas que han propiciado el descenso de competitividad por diferentes rubros como la

seguridad, instituciones, educación, corrupción y mercado de bienes; de manera que el turismo como sector económico se debe enfrentar a nuevos desafíos como la creación de políticas públicas que se adapten a la demanda de nuevos mercados en los que la globalización incide claramente a diversas escalas territoriales y a diversos niveles de organización a fin de diversificar nuestra oferta turística para ofrecer un servicio especializado y sobre todo de calidad para con ello generar elementos de atracción turística, mediante estas políticas, también deberá atender la ineficiente distribución de los factores de la producción y muy importante, atender las brechas en habilidades, tecnología e innovación que detienen tanto a México como a muchos países en el avance hacia actividades de mayor valor agregado.

## **Capítulo 4. Análisis de red en la competitividad de la actividad turística Hotelera en Toluca, Lerma y Metepec mediante metodología de Porter**

### **4.1 Aspectos metodológicos del estudio de campo e instrumento**

El turismo en México funciona como pilar dentro de las actividades económicas, ya que es una gran fuente de divisas para nuestro país: representa el 9% del PIB y emplea al 15% de la población económicamente activa, dicho sector, se desarrolló y detonó históricamente gracias a la creación de las vías de comunicación; éstas, como elemento indispensable del desarrollo de las ciudades, tuvieron un papel muy importante en el crecimiento del sector turístico ya que el éxito de los destinos turísticos se debe a la accesibilidad de caminos y carreteras; y aunado a éstas la creación de vías marítimas y de transportación aérea. Esta actividad económica, es de vital importancia ya que además de ser uno de los segmentos de más crecimiento en la última década, proporciona diversos beneficios al turismo en México y a la Zona Metropolitana del Valle de Toluca (ZMVT) como el aumento de la estacionalidad de la demanda turística, así como del gasto promedio por persona.

En este contexto, el estudio de la actividad turística hotelera en los municipios de comprende la ZMVT (Toluca, Lerma Y Metepec) tiene una gran importancia puesto que es considerada un punto estratégico de comunicación clasificada en términos económicos como una zona de negocios y con vocación fundamentalmente industrial, comercial y de servicios.

El crecimiento económico que presenta la zona Toluca- Lerma- Metepec, se debe también a que en el año 2000 se comenzó a impulsar el crecimiento del aeropuerto internacional de Toluca convirtiéndolo junto con el aeropuerto internacional de la Ciudad de México, en las terminales aérea más grande en el centro del país, muestra de ello es el considerable incremento de visitantes por aeropuertos internacionales. En el año 2013 llegaron a México en vuelos nacionales e internacionales más de 30 millones de visitantes, de los cuales,

el aeropuerto internacional de la Ciudad de Toluca captó 414,032 en vuelos de aeropuertos nacionales (90.7%) e internacionales (9.3%) Sectur (2014). Además, en el año 2008, en el aeropuerto internacional de Toluca se inició la segunda etapa de las obras de modernización y ampliación, lo cual permitirá acercarse en los próximos años a la capacidad técnica y operativa que el aeropuerto de la ciudad de México ofrece y podrá atender, de acuerdo con Solis (2012), al 45% del mercado de la zona metropolitana, es decir, cerca de 25 millones de pasajeros al año. Es importante mencionar que debido al aumento de las llegadas de visitantes a la zona Toluca-Metepec-Lerma existirá un aumento en la demanda de hospedaje y a su vez, se favorecerán los sectores comerciales, industriales y de servicios.

Entre las ventajas locacionales con las que cuenta la zona consisten en: la ubicación y construcción del aeropuerto internacional de la Ciudad de México y su cercanía con la Ciudad de Toluca. Esta cercanía, permite ampliar el mercado de bienes y servicios mediante las relaciones funcionales con uno de los mercados internos más importantes del país que es la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, esto significa para la hotelería de gran turismo un amplio mercado de proveedores creando así ventajas comparativas y competitivas tanto a nivel metropolitano como regional, entre otras como la existencia y experiencia de la fuerza de trabajo y una adecuada infraestructura vial, de transporte, y telecomunicaciones. En este contexto, del turismo de negocios en la zona Toluca-Lerma-Metepec, podemos decir que el 90% de usuarios de los hoteles de cuatro y cinco estrellas son personas de negocios provenientes tanto del país como del extranjero

### **Especificaciones del trabajo de campo: determinación de la muestra**

Dada la pretensión de la investigación para valorar el nivel de competitividad de la actividad turística hotelera desde el análisis de competitividad y un enfoque de redes, al tiempo que sea posible explicar el impacto territorial de las conexiones areolares y reticulares que articulan el territorio de los municipios de la Zona

Metropolitana del Valle de Toluca (ZMVT), se propuso emplear la clasificación mostrada en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

En México, el clasificador oficial de actividades económicas es el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), construido con Estados Unidos y Canadá, que tienen sus propias versiones nacionales de este clasificador.

El SCIAN 2007 se divide en 20 sectores de actividad en el nivel más general, 94 subsectores, 304 ramas, 617 sub ramas y, en su nivel más detallado, en 1049 clases de actividad.

**Tabla. No. 2. Clasificación de actividades económicas de acuerdo con la SCIAN**

11	Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	53	Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles
21	Minería	54	Servicios profesionales, científicos y técnicos
22	Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	55	Corporativos
23	Construcción	56	Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
31-33	Industrias manufactureras	61	Servicios educativos
43	Comercio al por mayor	62	Servicios de salud y de asistencia social
46	Comercio al por menor	71	Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos
48-49	Transportes, correos y almacenamiento	72	Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas
51	Información en medios masivos	81	Otros servicios excepto actividades gubernamentales
52	Servicios financieros y de seguros	93	Actividades legislativas, gubernamentales, de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales

Fuente: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/scian/default.aspx>

El proceso de búsqueda de información mediante la selección de las muestras y aplicación del cuestionario se determinó proponiendo como base el registro de las

unidades económicas de la ZMVT ubicadas mediante la codificación especificada en el DENUe y se establecieron las muestras como se detallan en el cuadro siguiente:

**Tabla No. 3. Unidades económicas de la ZMVT y determinación de la muestra**

Número	Municipio	Número de unidades económicas	Porcentaje de unidades respecto al total
1	Almoloya de Juárez	2091	5.0
2	Calimaya	1569	3.7
3	Chapultepec	294	0.7
4	Lerma	3903	9.3
5	Metepec	9048	21.6
6	Mexicaltzingo	603	1.4
7	Ocoyoacac	2914	7.0
8	Otzolotepec	2014	4.8
9	Rayón	439	1.0
10	San Antonio la Isla	757	1.8
11	San Mateo Atenco	5583	13.3
12	Xonacatlán	1951	4.7
13	Toluca	5692	13.6
14	Zinacantepec	4989	11.9
<b>Total</b>		<b>41847</b>	<b>100</b>

Fuente: elaboración propia con base en la clasificación del DENUe, 2010

Los motivos por los cuales se eligió a Toluca, Lerma y Metepec se explica por varias razones; la primera de ellas es que el proceso de acumulación en dicha zona se sustenta en el predominio de un mercado interno, y son los municipios registrados con mayor número de unidades económicas, por ende, dichas ciudades se desarrollan gracias a actividades o procesos de industrialización, actividades comerciales y de servicios que hacen posible la disposición de la fuerza de trabajo e insumos requeridos.

Otra de las razones es que en la Región Central del país se encontraban las condiciones para la producción para operar en términos de apoyo gubernamental, apoyo económico, conflictos laborales, mano de obra capacitada, e infraestructura.

En términos de la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma y Metepec, y de acuerdo con información oficial de INEGI (2011) para el año 2010, se tenían contabilizados 72 establecimientos de hospedaje, de los cuales, 25 que representan el 34.7% eran de tres a cinco estrellas (business class) y 18 de estos pertenecen a una cadena hotelera es decir el 25% son hoteles de marca. Por otro lado existen 42 establecimientos de hospedaje que no pertenecen a una cadena y representan el 58.3%. Por otro lado, de los 72 establecimientos que brindan el servicio de hospedaje en la zona Toluca-Lerma-Metepec, 3 que representan el 4.17% se encuentran establecidos en Lerma, 15 es decir; el 21% se identificaron en Metepec y 54 representando el 75% en Toluca (Véase Tabla 2).

**Tabla No. 4 .Establecimientos de hospedaje por municipio, de acuerdo a la categoría turística del establecimiento**

MUNICIPIO	Sin categoría	Una estrella	Dos estrellas	Tres estrellas	Cuatro estrellas	Cinco estrellas	Total
<b>Toluca</b>	31	5	0	3	13	2	54
<b>Lerma</b>	1	0	0	1	1	0	3
<b>Metepec</b>	10	0	0	1	0	4	15
<b>Total</b>	42	5	0	5	14	6	72

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

De acuerdo con los datos, se lograron identificar las cadenas hoteleras con mayor posicionamiento económico a nivel nacional e internacional que son los que se consideraron para aplicar las encuestas: Intercontinental Hotels Group (IHG), Hoteles City, Grupo Posadas, Marriot International, Operadora Casa Grande, Best Western International, y un grupo independiente con las marcas Quinta del Rey, Del Rey Inn y Hotel Gran Plaza imperial).

Tabla No. 5. Listado de Cadenas Hoteleras en la zona de estudio: Toluca, Lerma y Metepec

Ámbito	Cadena Hotelera	Marca	Hoteles	Categoría (Estrellas)	Habitaciones
Nacional	Hoteles City	City Express	City Express Toluca	4	141
		City Suites	City Suites Toluca	4	91
		City Junior	City Junior Toluca	3	106
Internacional	Grupo Posadas	Fiesta Inn	Fiesta Inn Toluca	4	46
			Fiesta Inn Toluca Tollocan	4	144
		One Hotels	One Toluca Aeropuerto	3	126
Internacional	Intercontinenta l Hotels Group (IHG)	Holiday Inn	Holiday Inn Express Toluca	4	127
			Holiday Inn Toluca	5	150
			Holiday Inn express & suites	4	180
			Holiday Inn express Metepec	4	100
		Crown Plaza	Crowne Plaza Lancaster Toluca	5	113
Internacional	Marriot International	Courtyard	Courtyard by Marriot	4	153
Internacional	Best Western International	Best Western	Best Western Gran Marqués	4	24
			Best Western Toluca	4	148
Nacional	Operadora Casa Grande	Microtel	Microtel Inn & Suites Toluca	4	129
Local	Independiente	Quinta del Rey	Quinta del Rey	5	66
			Quinta del Rey Express	4	124
		Del Rey Inn	Del rey Inn Toluca	5	252
<b>TOTAL</b>					<b>2,220</b>

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

## Determinación del instrumento de medición

La obtención de información para desarrollar la evidencia empírica sobre la actividad turística hotelera en la ZMVT, y en particular en la zona Toluca, Lerma y Metepec, se efectuó mediante el diseño de un cuestionario que abarco diferentes aspectos de tipo general, económico, financiero y social. Derivado de esto, la estructura del cuestionario consideró 55 preguntas segmentadas en 7 secciones: 1 de carácter general y 6 focalizadas.

**Tabla No. 6. Estructura del cuestionario por secciones**

Sección	Información	Número de preguntas
A	Datos generales del cuestionario	6
B	Características del hotel	6
C	Personal ocupado y remuneraciones	11
D	Información sobre activos fijos	5
E	Mercados y proveedores	8
F	Operación, ingresos y gastos del Negocio	5
G	Percepción sobre la operación del hotel	14

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

Respecto a los objetivos perseguidos en la aplicación del cuestionario se tiene el siguiente cuadro resumen:

**Tabla No. 7. Objetivos del cuestionario por secciones**

Aspecto y variable		Objetivo
General		Se pretende contar con una base de información estadística que permita conocer el perfil y las condiciones de los empleados de los hoteles de la zona Toluca-Lerma-Metepec con el propósito de analizar y caracterizar al mercado laboral en este sector así como su impacto en el desarrollo económico local.
Particular	Sección A. Datos generales del cuestionario	Catalogar el tipo de negocio y ubicarlo de manera espacial, así como saber el vínculo de la persona que respondió con el dueño.
	Sección B. Características del hotel	Generar información que permita conocer cuáles son las principales características en términos de categoría, organización, servicio y ubicación.
	Sección C. Personal ocupado y remuneraciones	Conocer la importancia del negocio en la generación de empleos en la zona, así como el tamaño de las remuneraciones. También pretende obtener el perfil educativo de los empleados.
	Sección D. Información sobre activos fijos	Conocer el tamaño del negocio de acuerdo al capital fijo que posee
	Sección E. Mercados y proveedores	Indagar sobre el nivel de conectividad del negocio en la actividad económica, mediante el conocimiento de sus principales clientes y proveedores.
	Sección F. Operación e Ingresos del Negocio	Obtener información específica de aspectos productivos referentes los productos generados, los factores e insumos utilizados, el tipo de organización de la producción, cantidades y destino de la misma.
	Sección G. Percepción sobre la operación del hotel	Ubicar la percepción sobre el compromiso social del negocio

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

El tipo de preguntas en su mayoría se crearon para una respuesta cerrada, lo que permitió su pronta codificación, así también se incorporaron algunas preguntas que permitieron detectar la percepción de los dueños de los negocios, o de quien

respondió el cuestionario, sobre las diferentes actividades y problemáticas de los negocios, y su relación y asociación con la actividad turística hotelera de la zona<sup>2</sup>.

Para lograr el análisis de la actividad económica hotelera, es necesario comenzar a definir Turismo, entendido como aquel conjunto de flujos turísticos cuyo motivo de viaje está vinculado de alguna manera con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en un ambiente de negocio con diferentes propósitos o magnitudes y de acuerdo con la SECTUR este tipo de turismo es de gran importancia en virtud de que, además de ser uno de los segmentos de más crecimiento en la última década, proporciona diversos beneficios al turismo en México, como el aumento de la estacionalidad de la demanda turística, así como del gasto promedio por persona. Prueba de lo anterior, es la derrama económica que se refleja en cada Ciudad, Región o Estado.

En este contexto, según Ramírez (1992), una cadena Hotelera puede denominarse como el conjunto de empresas agrupadas en este caso hoteles, en forma de concentración horizontal, es decir firmas dedicadas a la misma actividad pero con distintas formas de gestión y propiedad, cuya finalidad es lograr una mayor rentabilidad y poder de mercado a través de la manipulación de elementos tangibles e intangibles que lo configuran para crear una determinada percepción en la mente del consumidor.

El análisis de una industria o sector se encuentra a cargo de una rama de la ciencia economía llamada organización industrial o economía industrial, que se ocupa de la capacidad de ciertas unidades económicas de influir sobre los precios o en otras palabras del “poder de mercado”. En este sentido, para Coloma (2006), ésta dedica gran parte de su contenido a explicar las estructuras de mercado que permiten una mayor o menor estructura del poder de mercado por parte de las empresas que actúan en ellos, y cómo estos se relacionan con un mayor o menor nivel de competencia.

---

<sup>2</sup> La versión final del cuestionario se puede observar en anexos.

Para poder llevar a cabo el análisis de la competitividad del sector hotelero de la zona Toluca- Lerma- Metepec mediante el enfoque de redes, se consideraron los resultados obtenidos mediante la aplicación de las encuestas en dicha zona, para la elaboración de la red se consideró a los hoteles de cuatro y cinco estrellas en esta zona así como a sus principales proveedores, una vez identificados utilizamos el software UCINET, y se dio pauta al análisis de la competitividad de las sinergias del territorio a partir de las cinco fuerzas de Porter como se muestra a continuación:

#### **4.2 Poder de negociación de los consumidores o poder del comprador**

El poder de negociación de los consumidores, hace referencia a la capacidad de ejercer presión sobre los precios y el nivel de servicios existentes en el mercado; las variables que determinan el poder de negociación se definen en términos del tamaño y la concentración de los consumidores, su nivel de información y perfil del producto.

En el año 2013 llegaron a México en vuelos nacionales e internacionales más de 30 millones de visitantes, de los cuales, el aeropuerto internacional de la Ciudad de Toluca captó 414,032 en vuelos de aeropuertos nacionales (90.7%) e internacionales (9.3%) Sectur (2014). Algunas de las ventajas locacionales con las que cuenta la zona consisten en: la ubicación y construcción del aeropuerto internacional de la Ciudad de México y su cercanía con la Ciudad de Toluca. Esta cercanía, permite ampliar el mercado de bienes y servicios, esto significa para la hotelería de gran turismo un amplio mercado de proveedores creando así ventajas comparativas y competitivas tanto a nivel metropolitano como regional. El crecimiento económico que presenta la zona Toluca- Lerma- Metepec, se debe también a que en el año 2000 se comenzó a impulsar el crecimiento del aeropuerto internacional de Toluca convirtiéndolo junto con el aeropuerto internacional de la Ciudad de México, en las terminales aérea más grande en el centro del país, muestra de ello es el considerable incremento de visitantes por aeropuertos internacionales, además en el año 2008, en el aeropuerto

internacional de Toluca se inició la segunda etapa de las obras de modernización y ampliación, lo cual permitirá acercarse en los próximos años a la capacidad técnica y operativa que el aeropuerto de la ciudad de México ofrece y podrá atender, de acuerdo con Solís (2012), al 45% del mercado de la zona metropolitana, es decir, cerca de 25 millones de pasajeros al año. Es importante mencionar que debido al aumento de las llegadas de visitantes a la zona Toluca-Metepec-Lerma existirá un aumento en la demanda de hospedaje y a su vez, se favorecerán los sectores comerciales, industriales y de servicios.

De hecho, según Arciniega (2000) actualmente la Zona Toluca-Lerma-Metepec es un punto estratégico de comunicación debido a que la zona fundamentalmente es de negocios y dichos municipios se encuentran dentro de la denominada Zona Metropolitana del Valle de Toluca. Los municipios conurbados, a través de las vías de comunicación existentes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico de la zona, ya que a su vez, permiten el rápido acceso y comunicación con la Ciudad de México así como con otros estados. La ubicación de la Zona Metropolitana de Toluca hace de ella una zona privilegiada al este de la Ciudad y cuenta con una infraestructura que, según el Programa de Desarrollo de la Región Central (1990) difícilmente pueden encontrarse en otras regiones de la entidad, estas consisten en:

- Salidas y acceso a través de la carretera México- Toluca, Toluca- Naucalpan, Toluca- Querétaro, y Toluca- Morelia.
- Vías de ferrocarril que en general extienden sus espuelas hacia las empresas que se encuentran en la zona, que colinda con Paseo Tollocan, comunicándose el resto de la zona industrial con la Ciudad de México, Querétaro y el Bajío.
- Red municipal de agua potable que abastece a todo el corredor industrial, así como pozos profundos que sirven de fuentes de abastecimiento principal de agua potable.

- Líneas de red eléctrica y subestaciones que también abastecen la demanda de energía en la zona.
- La ubicación de un Aeropuerto Internacional que establece canales de comunicación comercial no solo con entidades del interior del país sino que también con los centros comerciales internacionales.
- La aduana interior del aeropuerto, que agiliza trámites de importación y exportación de insumos y productos terminados.

Entre otros aspectos que hacen de Toluca-Lerma-Metepec una zona competitiva y atractiva para el establecimiento de negocios encontramos:

- Vocación fundamentalmente industrial, comercial y de servicios, histórica de la zona.
- La existencia de una adecuada infraestructura vial, de transporte, y telecomunicaciones.
- Relaciones funcionales con uno de los mercados internos más importantes del país que es la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.
- Existencia y experiencia de la fuerza de trabajo.
- Apoyo gubernamental que ofrece incentivos al establecimiento de nuevas empresas en el Estado de México.

En general, estas son las características han permitido que la zona Toluca-Lerma-Metepec sea una zona realmente atractiva para el desarrollo empresarial. Es por ello que la promoción al desarrollo industrial en el Estado de México se ha caracterizado según SECOFI-GEM “programa de coordinación industrial, de comercio y de abasto del Estado de México” (1990) como “un espacio alternativo a la desconcentración industrial de los municipios conurbados.” Y una de las razones por las cuales la industria se concentró fuertemente en estos municipios

se explica por varias razones; la primera de ellas es que el proceso de acumulación se sustentaba en el predominio de un mercado interno, por ende la proximidad a la Ciudad de México era indispensable porque en ciudades circundantes se desarrollaban actividades o procesos de industrialización que hacían posible la disposición de la fuerza de trabajo e insumos requeridos.

Otra de las razones es que en la Región Central del país se encontraban las condiciones para la producción para operar en términos de apoyo gubernamental, apoyo económico, conflictos laborales, mano de obra capacitada, e infraestructura.

En este contexto, del turismo de negocios en la zona Toluca-Lerma-Metepec, podemos decir que el 90% de usuarios de los hoteles de cuatro y cinco estrellas son personas de negocios provenientes tanto del país como del extranjero; según los datos recabados mediante los instrumentos en la investigación. Por otro lado, para el perfil del turista de negocios internacionales se consideraron los factores que para la gerencia de la hotelería de gran turismo son indispensables para ofertar un servicio de calidad, como los son: ubicación, instalaciones, consistencia (por marca), amabilidad del personal, gastronomía y profesionalidad, en contraste y a consideración de los factores que más agradan a los turistas de negocios internacionales como los son: gastronomía, hospitalidad, amabilidad del personal, y la cultura en general.

Con base en la información anterior, podemos decir que el número de compradores en la zona hotelera en la zona Toluca-Lerma-Metepec es grande y su poder limitado, debido a que el servicio que ofrecen las grandes firmas en esta zona no es único, por lo que le resulta indiferente al comprador optar por otras empresas que presten el mismo servicio, el reto para la actividad turística es entonces ofertar en un futuro servicios diferenciados, de ahí que el poder que obtiene el consumidor es considerado moderado, ya que no representa una amenaza para las firmas que participan en esta zona. De hecho, los únicos rasgos o factores que las firmas consideran diferentes con respecto a las demás firmas de

consisten en: ubicación, instalaciones, amabilidad del personal, y consistencia (por marca).

En cuanto a la información con la que cuentan los compradores con respecto a las firmas que se analizaron se encontró que es amplia ya que gracias a los adelantos tecnológicos el 90% de las firmas tienen posibilidades de ofrecer sus servicios mediante la web (internet) y se prevé que este porcentaje continúe creciendo gracias a las tecnologías de la información y gradualmente con ello el número de clientes.

#### **4.3 Amenaza de entrada de otros competidores**

Las amenazas de entrada hacen referencia a la facilidad que tienen algunas empresas de integrarse en la actividad hotelera, esto depende de las barreras de entrada y de las reacciones de los competidores en el sector, si las barreras de entrada son altas y si se espera una fuerte represalia de los competidores actuales la amenaza de entrada de otros competidores es pequeña, y por el contrario, mientras mayor es la amenaza de entrada, menor es la rentabilidad en el sector. Estas barreras de entrada según Porter (1982) pueden ser de seis tipos y entre ellas se encuentran: identidad de marca, requisitos de capital, acceso a los canales de distribución, desventajas de costos independientes de escala regulaciones gubernamentales y economías de escala. En este contexto, podemos decir que los hoteles que pertenecen a una cadena presentan una mayor ventaja a diferencia de los hoteles independientes debido a que cuentan con una estructura administrativa más eficiente, tienen mayor poder, reconocimiento y prestigio en el mercado nacional e internacional.

De esta forma Bazant (2001: 19) hace referencia a lo que se denomina “economías de escala” que representa el tamaño de producción que ofrece obtener ventajas por un proceso productivo concentrado y en la gestión de actividades económicas, sociales y de poder desarrollados con el menor costo de producción, facilita la accesibilidad, adquisición y mejor combinación de factores

de producción bajo una tecnología específica; con frecuencia este efecto puede extenderse a una escala más amplia que permite la aparición de nodos o polos de aglomeración productiva dados por la actividad turística hotelera que se presente en el territorio, aprovechando las ventajas intraproduktivas que complementan el proceso de producir en grandes cantidades. De esta manera se puede tomar ventaja de la movilidad, reduciendo los costos de transporte, y suministro de insumos, ya que incluso la mano de obra o los trabajadores de la zona optarán por tener su residencia cerca de los espacios de producción y con ello, aparecen nuevos asentamientos humanos y se desarrolla la infraestructura que favorece la conectividad, accesibilidad y traslado de mercancías; estos aspectos resultan fundamentales en la comprensión de lo que se denomina economías de aglomeración en la ciudad.

De hecho, Humprey y Schmitz (1995) mencionan que las concentraciones de empresas pueden dar lugar a amplias ventajas económicas y productivas, en términos de presencia de:

1. Proveedores de materias primas y componentes
2. Maquinaria nueva o de segunda mano
3. Mano de obra especializada,
4. Transmisión no formal de conocimientos tecnológicos, sinergias, y filtraciones (spillovers), derivadas de las economías externas y de escala, las cuales se pueden generar si se establecen interacciones entre fabricantes y proveedores especializados. En este sentido la cercanía geográfica que existe entre las actividades manufactureras, crea las condiciones necesarias aunque no suficientes para la integración de un clúster y por ende de una red económica significativa. Ibid (1995)

En este contexto, las cadenas hoteleras situadas en la zona Toluca-Lerma-Metepec como Holiday Inn, Casa Grande, Hoteles City, Fiesta Inn y Grupo



Debido al alto número de proveedores, los servicios que ofrece cada uno de ellos se encuentran fácilmente al alcance, esto implica que los proveedores ejercen una muy baja presión sobre los precios que cobran y sobre el nivel de servicio que ofrecen; de hecho, las compras que se llevan a cabo no representan una gran parte de las ventas de dichos proveedores. (Véase gráfica 14)

**Gráfica 14. Estructura de los principales proveedores de la actividad turística hotelera en Toluca Lerma y Metepec.**



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

Los datos de la gráfica anterior indican que las personas físicas en los hoteles de cuatro y cinco estrellas en la zona Toluca- Lerma- Metepec son las que tienen el más alto porcentaje de participación (70%) por lo tanto, el poder de negociación de los proveedores de la zona hotelera Toluca-Lerma-Metepec es favorable, debido a que la zona por sí misma es competitiva, sin embargo, muestran bajo poder de negociación, lo que les impide entrar de lleno al negocio como competidores directos.

Con respecto a la información con la que cuentan las firmas hoteleras participantes acerca de los proveedores, productos, y mercado, podemos decir

que es bastante amplia ya que actualmente existen cámaras de prestadores de servicios turísticos, y asociaciones de hoteleros donde llevar a cabo estudios y compartir información es una de sus principales tareas. Por el lado del capital humano que requiere la actividad turística hotelera en la zona de estudio, se determinó que es fácil conseguir personal tanto calificado o vinculado al sector gracias a las economías de aglomeración explicadas con anterioridad.

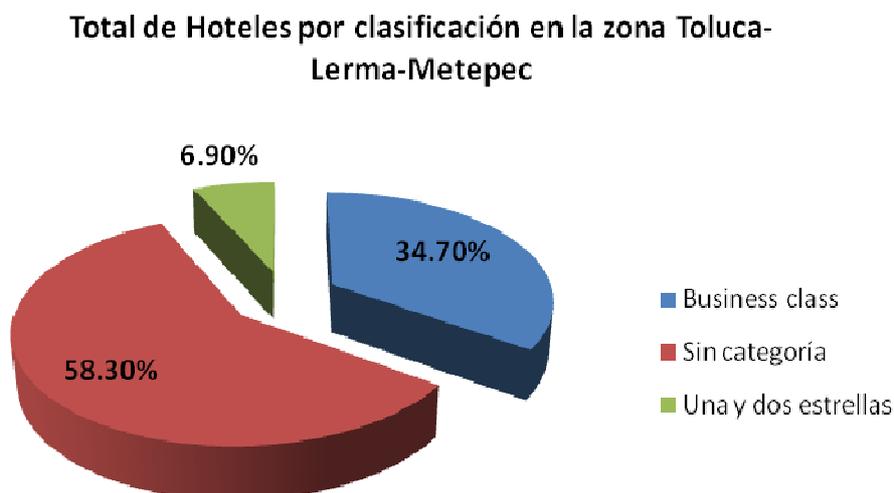
#### **4.5 Amenaza de productos sustitutos**

Al hablar de amenaza de productos sustitutos nos estamos refiriendo al número de productos capaces de satisfacer la necesidad cubierta por el producto del sector en estudio; este factor cobra relevancia en el sentido en que los sustitutos establecen un techo en el precio que se puede cobrar por satisfacer las necesidades o una necesidad del consumidor, de manera que a mayor número de posibles sustitutos, menores serán los precios y por ende menor la rentabilidad en el sector. De acuerdo con Porter (1982) la existencia de estos sustitutos va a depender de la capacidad de las empresas de satisfacer las necesidades de los clientes de nuevas maneras, donde la tecnología y el desarrollo económico desempeñan un papel muy importante.

De acuerdo con información oficial de INEGI (2011) para el año 2010, se tenían contabilizados 72 establecimientos de hospedaje, de los cuales, **25** que representan el 34.7% eran de tres a cinco estrellas, es decir, clasificados como business class y 18 de estos pertenecen a una cadena hotelera es decir el 25% son hoteles de marca. Por otro lado existen **42** establecimientos de hospedaje que no pertenecen a una cadena y representan el 58.3%. En esta clasificación encontramos establecimientos que van desde apartamentos, casas de huéspedes, cuartos amueblados, suites, villas, posadas, que podrían ser en algunos de los casos sustitutos de los hoteles business class. (Véase Gráfica 15). Por último, los hoteles de una y dos estrellas representan el 6.9% es decir **5** establecimientos y

no representan ninguna amenaza ni son sustitutos cercanos para las cadenas hoteleras. (Véase gráfica 16).

**Gráfica 15. Total de hoteles por clasificación de la zona Toluca- Lerma-Metepec**



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

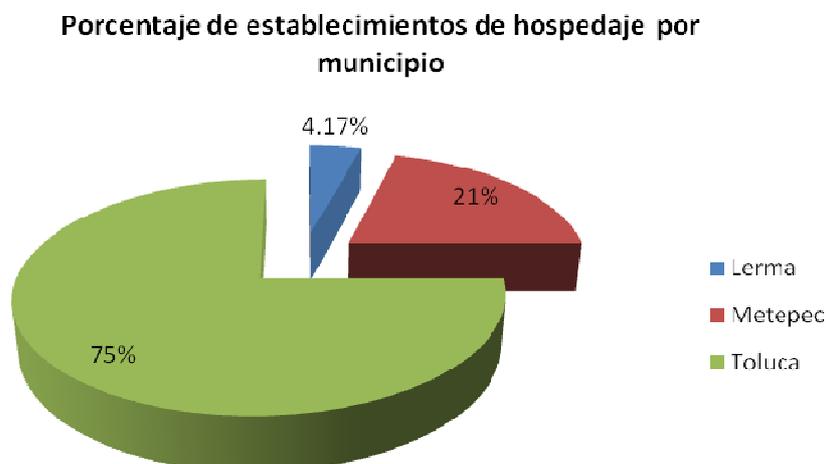
Por otro lado, de los 72 establecimientos que brindan el servicio de hospedaje en la zona Toluca-Lerma-Metepec, 3 que representan el 4.17% se encuentran establecidos en Lerma, 15 es decir; el 21% se identificaron en Metepec y 54 representando el 75% en Toluca (Véase Tabla 8).

**Tabla No. 8. Establecimientos de hospedaje por municipio, de acuerdo a la categoría turística del establecimiento**

MUNICIPIO	Sin categoría	Una estrella	Dos estrellas	Tres estrellas	Cuatro estrellas	Cinco estrellas	Total
<b>Toluca</b>	31	5	0	3	13	2	54
<b>Lerma</b>	1	0	0	1	1	0	3
<b>Metepec</b>	10	0	0	1	0	4	15
<b>Total</b>	42	5	0	5	14	6	72

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

**Gráfica 16. Porcentaje de establecimientos de hospedaje por Municipio.**



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

#### **4.6 Grado de rivalidad entre competidores**

El grado de rivalidad está relacionado con la amenaza de entrada de nuevos competidores en términos de la intensidad con la que algunas empresas compiten para mantener su posición en el mercado. Ante una amenaza en la lucha por un mejor posicionamiento, las empresas optarán por acudir a diferentes tácticas, entre ellas, la competencia de precios, publicidad, oferta de nuevos productos y oferta creciente de servicio al cliente. De acuerdo con Porter (1982) a mayor rivalidad menor rentabilidad, pero para medir o analizar y valorar el grado de rivalidad en la actividad turística de la Zona Toluca- Lerma y Metepec, hay que analizar los factores que influyen en ella de manera directa e indirecta como el número, perfil y tamaño de los competidores existentes, la capacidad instalada, la tasa del crecimiento del sector, el espacio para la diferenciación del producto, los costos de cambio que enfrenta el consumidor, y las barreras de salida. En general, mientras mayor es el número de competidores en el sector, más intensa es la rivalidad.

Como se mencionó en el apartado de amenaza de productos sustitutos en la zona Toluca-Lerma-Metepec, en 2010, se contaba con 72 establecimientos de hospedaje, que se traducen en 4,364 cuartos disponibles en servicio INEGI (2011). De acuerdo con los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación se lograron identificar las siguientes cadenas hoteleras: Intercontinental Hotels Group (IHG), Hoteles City, Grupo Posadas, Marriot International, Operadora Casa Grande, Best Western International, y un grupo independiente con las marcas Quinta del Rey, Del Rey Inn y Hotel Gran Plaza imperial).

**Tabla No. 9. Listado de Cadenas Hoteleras en la zona de estudio: Toluca, Lerma y Metepec**

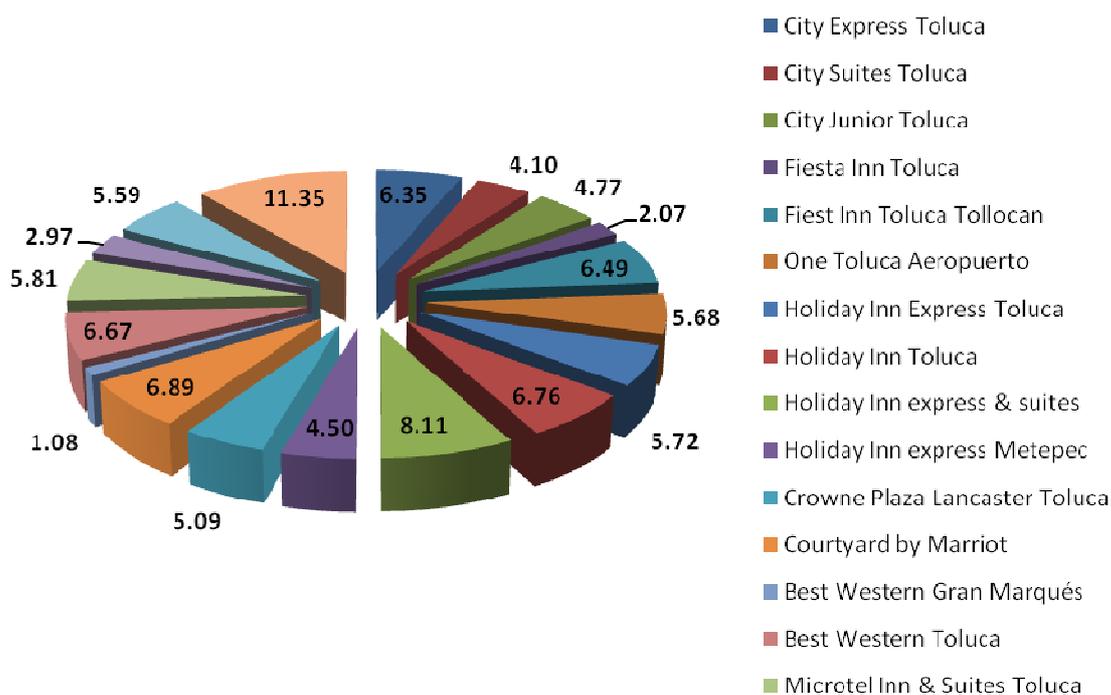
Ámbito	Cadena Hotelera	Marca	Hoteles	Categoría (Estrellas)	Habitaciones
Nacional	Hoteles City	City Express	City Express Toluca	4	141
		City Suites	City Suites Toluca	4	91
		City Junior	City Junior Toluca	3	106
Internacional	Grupo Posadas	Fiesta Inn	Fiesta Inn Toluca	4	46
			Fiesta Inn Toluca Tollocan	4	144
		One Hotels	One Toluca Aeropuerto	3	126
Internacional	Intercontinental Hotels Group (IHG)	Holiday Inn	Holiday Inn Express Toluca	4	127
			Holiday Inn Toluca	5	150
			Holiday Inn express & suites	4	180
			Holiday Inn express Metepec	4	100
		Crown Plaza	Crowne Plaza Lancaster Toluca	5	113
Internacional	Marriot International	Courtyard	Courtyard by Marriot	4	153
Internacional	Best Western International	Best Western	Best Western Gran Marqués	4	24
			Best Western	4	148

			Toluca		
<b>Nacional</b>	Operadora Casa Grande	Microtel	Microtel Inn & Suites Toluca	4	129
<b>Local</b>	Independiente	Quinta del Rey	Quinta del Rey	5	66
			Quinta del Rey Express	4	124
		Del Rey Inn	Del rey Inn Toluca	5	252
<b>TOTAL</b>					<b>2,220</b>

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

**Gráfica 17. Porcentaje de concentración habitacional por hotel**

**Porcentaje de concentración habitacional por hotel**



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

Con respecto a los datos de la tabla 3 y grafica 17 observamos que las cadenas hoteleras concentran 2,220 habitaciones, representando el 50.9% del total y tan solo tres aglutinan el 59.6% de los cuartos, Intercontinental Hotels Group

concentra el 30.2%, Hoteles City el 15.2% y Grupo Posadas con el 14.2% lo anterior indica que la cadena IHG es la cadena líder y con mejor posicionamiento en el mercado nacional aglutinando casi la tercera parte de la oferta de habitaciones.

Por otro lado, el 50.3% de los establecimientos de hospedaje no cuentan con categoría, los de cuatro estrellas representan el 19.4% y los business class (3 a 5 estrellas) representan el 34.6%. El análisis por número de cuartos indica que los hoteles de 3 a 5 estrellas concentran el 60.6% del total de cuartos de la zona, mientras que los hoteles independientes o sin categoría representan el 34.3% del total. Sin embargo, y aunque los hoteles de categoría son mayoría, por número de cuartos aportan tan solo una tercera parte sus servicios a la actividad hotelera, aunque son los hoteles de categoría quienes concentran la mayor parte del mercado por su posicionamiento global gracias a sus ventajas competitivas sobre los hoteles independientes en términos de recursos, marca, experiencia, tecnología, localización, etcétera.

Con base al análisis estadístico podemos decir que el grado de rivalidad es desfavorable, debido a que no existen costos de cambio y a que cada vez, es más fácil para el consumidor o cliente cambiarse a la competencia por ser un servicio común entre distintas marcas, las barreras de salida son altas pues es evidente que se necesita una fuerte inversión en este tipo de negocios y existen grupos que concentran la mayor parte del mercado.

#### **4.7 Índice de competitividad Herfindahl- Hirschman (IHH)**

Con la finalidad de medir el grado de concentración de la actividad hotelera en la Zona Toluca-Lerma-Metepec, se recurrió al cálculo del índice Herfindahl-Hirschman (IHH), dicho índice es una medida del poder de mercado.<sup>3</sup> También nos

indica la falta de competencia en un sector de actividad turística hotelera. Entre más alto es el índice, menos competitivo es el mercado. Para determinar el grado de concentración del mercado se asigna una escala que va de bajo a alto (Véase tabla 10).

**Tabla No. 10 Escalas para determinar el grado de concentración del índice Herfindahl-Hirschman (IHH)**

<b>Valor del IHH</b>	<b>Grado de concentración</b>
<b>Inferior a 1, 000</b>	Bajo
<b>Entre 1000 y 1800</b>	Moderado
<b>Más de 1,800</b>	Alto

Fuente: Elaborada a partir de Pereyra & Triunfo, 1999

Para efectos de la presente investigación y del cálculo del Índice Herfindahl-Hirschman (IHH) en la actividad turística hotelera de los Municipios de Toluca-Lerma y Metepec, se consideraron 7 hoteles con mayor posicionamiento en el mercado o las que son consideradas con mayor poder de mercado que representan a cinco de las cadenas hoteleras más importantes en la zona de estudio (Ver Tabla No. 11)

---

<sup>3</sup> El Índice IHH se calcula mediante la suma de la participación porcentual al cuadrado de las empresas más grandes que operan el mercado, al cuadrado de las “n” empresas que lo componen o participan

$$H = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Tabla No. 11 Participación porcentual por hoteles de marca

Hotel	Participación %	(% de participación) 2
<b>Holiday Inn Express Aeropuerto</b>	25.4	259.21
<b>Holiday Inn Toluca</b>	16.1	169
<b>Fiesta Inn</b>	16	256
<b>City Express</b>	14.2	17.64
<b>Marriot</b>	13.0	201.64
<b>Microtel</b>	11.1	123.21
<b>One</b>	4.2	645.16
<b>Total</b>	100	<b>IHH =1671.86</b>

Fuente: Elaborada con base en los datos de la actividad turística hotelera

A partir de los datos e información se procedió a aplicar la fórmula para calcular el Índice Herfindahl- Hirschman (IHH) el cual ascendió a 1671.86; esto indica que la concentración del mercado de la actividad hotelera en la zona Toluca, Lerma, Metepec, es moderada.

De acuerdo con el análisis de la estructura de la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma, Metepec, se puede concluir que la única fuerza que resultó favorable dentro de la actividad turística hotelera es la amenaza de proveedores, ya que los insumos y recursos necesarios para la buena operación de la actividad hotelera, son relativamente fáciles de conseguir, existe una gran cantidad de proveedores en la zona con pocos productos especializados o escasos procesos únicos a ofertar. Es importante destacar que el grado de rivalidad entre competidores resulta desfavorable, pues IHG como cadena hotelera concentra casi una tercera parte del mercado y tres de ellas el 60%. Aunado a ello, el índice de concentración de la actividad turística hotelera indica una concentración moderada. Esto quiere decir que el principal riesgo para esta industria se encuentra en la alta rivalidad entre competidores y el hecho de que exista una cadena hotelera líder, implica para las firmas participantes una baja rentabilidad. Existen por tanto cadenas hoteleras que concentran la mayor parte del mercado



**Tabla No. 12 Simbología de la red de proveeduría en la Zona Toluca- Lerma y Metepec.**

Símbolo	Cadena Hotelera
	Intercontinental Hotel Groups (IHG)
	Western International
	Operadora Casa Grande
	Grupo posadas
	Grupo posadas
	International
	Empresas proveedoras

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación.

En cuanto a los flujos y relaciones encontradas en la actividad turística hotelera de la zona Toluca, Lerma y Metepec cuya conceptualización está soportada en la conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad, y nivel de traducción que los actores ejercen en sus prácticas

**Tabla No. 13 Características de la red en la actividad turística hotelera de la zona Toluca, Lerma y Metepec**

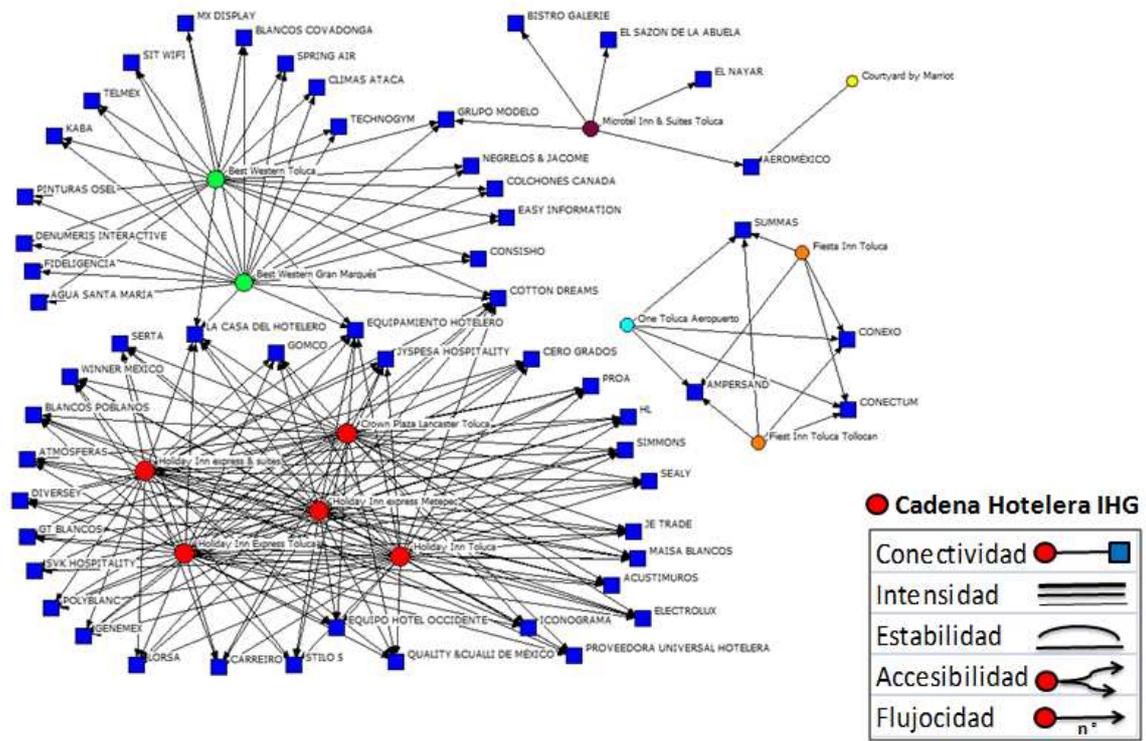
CATEGORÍA	SIGNIFICADO	CARACTERÍSTICA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA ZONA DE ESTUDIO
<b>Conectividad</b>	¿Con quién está conectado?	Los hoteles de la cadena Hotelera IHG principalmente (Toluca y Metepec) son los hoteles que con más frecuencia se encuentran conectados y su relación externa implica interrelaciones con la cadena Western International principalmente. En términos geográficos, el turismo de la zona Toluca, Lerma y Metepec, se vio fortalecida por la infraestructura existente que posibilita mayor accesibilidad hacia el interior de la ciudad.
<b>Intensidad</b>	¿Qué tan fuerte es el vínculo?	El vínculo entre proveedores entre los hoteles de la cadena Hotelera IHG es muy frecuente debido a la cantidad de proveedores que tiene, y de acuerdo al IHH se registró un grado de concentración en la red considerada “moderada” o media entre los hoteles con mayores vínculos en

		la zona, esto significa que el turista como consumidor global, tiene una amplio catalogo de opciones con servicios de hospedaje similares constituyéndose así redes de competencia vertebrados por convenios de competencia
<b>Estabilidad</b>	¿Cuál ha sido su importancia durante el tiempo?	De acuerdo con los resultados, los flujos en la zona Toluca, Lerma Metepec, presentan una tendencia de crecimiento, sin embargo, dicha tendencia se verá afectada por las condiciones socioeconómicas, políticas, y ambientales y se estima que las variables que mas serán relevantes en la determinación de la estabilidad en la zona se encuentran la llegada de turistas internacionales, las estrategias físico-tecnológicas para apropiarse del mayor número de demandantes y la innovación, sin embargo; en este último aspecto, las tendencias en cuanto a recepción de flujos no son muy alentadoras debido a la falta de innovación y a la gran cantidad de competidores en la zona sin servicios especializados/diferenciados.
<b>Accesibilidad</b>	¿Quién puede acceder?	La mayor accesibilidad se ve reflejada mucho más entre los Municipios Toluca y Lerma debido en buena parte a ventajas económicas competitivas entre las cadenas hoteleras IHG y Holiday Inn, pero también. Es importante mencionar que las mejoras en términos de vías de acceso permiten una mayor conectividad y esto implica mayor competitividad entre hoteles debido a la falta de innovación y especialización del servicio. Por otro lado, el servicio ofrecido en la zona resulta en determinado momento exclusivo para los hoteles independientes, las grandes marcas y cadenas que cuentan con un posicionamiento en el mercado son las que acaparan en su mayoría a la llegada de visitantes extranjeros.
<b>Flujocidad</b>	¿Qué tan rápido se dan las interrelaciones?	Los Hoteles de la cadena IHG son los que presentan mayor flujocidad entre sí, permaneciendo conectados estrechamente a través de flujo de dinero, personas, transporte, éste último, aunado a la conectividad en cuanto a infraestructura vial con la que la zona cuenta, los coloca entre los más competitivos de la misma; esto quiere decir, que los patrones de distribución de la oferta y la demanda, y los movimientos y flujos turísticos, resultan ser elementos importantes en la configuración de un nuevo

desarrollo del espacio turístico en Toluca, Lerma y Metepec. En Buena medida e independientemente de la cantidad de proveedores con lo que la cadena cuenta, la flujocidad es una parte importante a considerar dentro de los retos de la competitividad de los territorios turísticos.

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación

**Figura 10. Características de la red en la actividad turística hotelera de la zona Toluca, Lerma y Metepec.**



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación

Es importante mencionar, que la concentración de mercado y la competitividad moderada/alta que se registra en la zona de estudio, no se debe solamente a las ventajas competitivas y las ventajas locacionales que desde siempre han

caracterizado a la zona, sino que esto también depende de las exigencias espaciales y tecnológicas de la demanda turística y básicamente de las relaciones que se generan entre los distintos sectores de la economía. Actualmente, el producto turístico como sus formaciones socio espaciales, las redes que se interrelacionan y que transforman el territorio en Toluca, Lerma y Metepec, han venido construyendo su dinámica a partir de su creatividad, las formas culturales y simbólicas que se desenvuelven en el territorio, así como también de una serie de actuaciones entre individuos, grupos y asociaciones, instituciones y contextos. Es por ello que la posibilidad de entender a través de las redes los dispositivos cambiantes del de la actividad turística es indispensable para entender la reestructuración del territorio. En este sentido, es posible decir que las relaciones entre la Globalización y la actividad turística hotelera en la zona Toluca, Lerma y Metepec, representan una convergencia de gustos, preferencias por productos y estilos de vida que llevan hacia una estandarización del mercado aún mayor. La globalización nos ofrece una nueva geografía donde se busca cada vez más la especialización y diversificación de los servicios y donde la competitividad es una lucha constante por el posicionamiento y reconocimiento económico internacional y mundial.

## CONCLUSIONES

El reto que se planteó en la investigación fue convertir la noción de “red” como herramienta metodológica del presente trabajo de tesis y relacionarla o entretelarla a tres categorías más: Globalización, actividad turística y competitividad territorial. Gracias a la presente investigación, podemos decir que el análisis de la realidad espacial en el contexto de la globalización requiere de la incorporación y estudio de diversos factores que actúan de forma interactiva reforzándose o compensándose mutuamente, y las condiciones económicas, el dinamismo, estructura y dinámica los actores sobre una parte del territorio, ejercen cierto efecto e impacto en diversas escalas territoriales. Para entender los sistemas económicos y la geografía del capitalismo, es necesario comprender que las diferentes actividades tienden a crear lazos o relaciones de interdependencia, de manera que, la empresa individual, se vea influida en cierto modo por su entorno económico, e integrarse en una economía de aglomeración.

Con respecto a la comprobación de la hipótesis planteada en esta investigación, se puede decir que los vínculos inter empresariales de la actividad turística hotelera identificados en la zona Toluca, Lerma y Metepec, son responsables a través de la dinámica de sus actores de los cambios a gran escala en términos tecnológicos, organizacionales, y espaciales que advierten una nueva dinámica territorial de manera que **las exigencias espaciales y tecnológicas de la demanda turística, las relaciones que se generen entre los distintos sectores económicos, y las actividades con fin de negocios** más que las nuevas necesidades de ocio, son los fenómenos que están fuertemente relacionados a la existencia de redes en la actividad turística hotelera. Cabe mencionar que las condiciones laborales en la zona de estudio varían tanto en términos espaciales/temporales pues analizando la lógica de este proceso, podemos decir que las variaciones en términos de conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, y flujocidad están fuertemente relacionados con los cambios en las

economías, periodos vacacionales, condiciones socioeconómicas y de las estrategias de competencia que generan los actores responsables de la actividad turística. Sin embargo, nuevos retos se plantean conforme se presenta el escenario de la globalización en términos de la mejora de servicios, reactivación de nodos que conectaban con regiones turísticas importantes, y la cadena de eficiencia en la que se desarrollan los servicios turísticos.

El análisis diacrónico planteado en el presente trabajo de investigación permitió comprender la manera en que el turismo como uno de los principales sectores de la economía en México, es el creador de nuevas relaciones y causal de transformaciones a diferentes escalas territoriales. Las características bajo las cuales se articulan las redes en la actividad turística hotelera deja en claro que las ventajas competitivas en la actividad turística de la zona de estudio (Toluca, Lerma y Metepec) no son sólo las determinantes de que cierta cadena hotelera continúe siendo líder en el mercado a nivel nacional e internacional; sino que se trata de un fenómeno mucho más complejo en el que se comienzan a considerar las exigencias espaciales y tecnológicas de la demanda turística, las relaciones que se generan entre los distintos sectores de la economía y la creación de nuevas necesidades de ocio. En este contexto, la lectura del espacio muestra una dimensión y tipología de configuraciones socioterritoriales del espacio turístico con la intención de lograr un acercamiento a las explicaciones de su articulación ante los cambios de las formas complejas de ocio y consumo.

En este contexto, el producto turístico como sus formaciones socio espaciales, y las redes que se interrelacionan organizando y transformando el territorio, construyen su dinámica a partir de las formas culturales y simbólicas, que se desenvuelven y que son identificadas como características del territorio, a partir de una serie de actuaciones entre individuos, grupos y asociaciones, instituciones y contextos. Por ende, mediante el enfoque de redes es posible entender los dispositivos cambiantes del entorno en la actividad turística y la reestructuración del territorio.

Por otro lado, la competitividad territorial en la zona Toluca, Lerma y Metepec se desarrolla en el contexto de una economía globalizada que exige y origina procesos socioterritoriales más complejos, que se traducen en la reestructuración de las relaciones económicas, sociales, y de producción, así mismo, a partir de sus relaciones, se observan nuevas estrategia de competitividad territorial reticular por la dinámica de los actores que se desenvuelven en la zona; dichas estrategias competitivas han modificado el papel y la posición de los actores, pues cada uno de éstos busca una posición en el mercado internacional fija.

La actividad turística en esta zona tiene su propia lógica a partir de que la estructura turística en términos de conectividad, intensidad, estabilidad, accesibilidad, flujocidad, y de las relaciones que en estos tres Municipios (Toluca, Lerma, Metepec) se establece. Por otro lado, la concentración de mercado y la competitividad moderada, han atribuido a Toluca, Lerma y Metepec ciertos elementos funcionales a sus territorios que se colocan y posicionan la zona muy atractiva para sus competidores a partir de que la estructura turística construye y rehace, o adapta configuraciones territoriales que se determinarán en virtud de ciertas condiciones, bajo formas particulares como intereses del mercado ofertante y demandante, que a su paso vendrán produciendo interconexiones progresivas, espacios preexistentes y con ello, nuevas estructuras urbano-turísticas.

De la manera que indicamos en la figura 10; la ampliación de interrelaciones entre los mercados emisores y receptores, podemos observar nuevas formas de accesibilidad y una estructura organizativa de la actividad turística determinada. Esto indica la complejidad del fenómeno de la actividad turística estudiado bajo este enfoque, por lo que se requiere de un conocimiento estricto de las características estructurales y funcionales de la zona en estudio para con ello identificar los factores que la alteran o la inhiben, identificar potencialidades, debilidades, establecer estrategias competitivas, y enfrentar nuevos desafíos.

En lo que se refiere a la concentración y emisión de flujos de la actividad hotelera en la zona Toluca, Lerma y Metepec, podemos decir que éstos se refuerzan gracias a que se cuenta con una adecuada infraestructura y accesibilidad mediante las vías de comunicación, entre otras ventajas locacionales mencionadas en el capítulo dos, de ahí que la conectividad ha sido un elemento muy importante en el desarrollo y crecimiento que han transformado la dinámica turística en la zona Toluca, Lerma y Metepec. Podemos decir que existe una correlación directa entre la accesibilidad y la conectividad que incide en el territorio pero que no necesariamente se traduce en una flujocidad generalizada ya que la dinámica turística no siempre puede prescindir de los factores que median la conexión entre espacios emisores y receptores. De ahí que la importancia de la valoración de la actividad turística depende de la competitividad que demuestre en la flujocidad de sus conexiones a diversas escalas territoriales. Es por eso que el nivel en la organización, coordinación, incentivos, y limitaciones de los flujos turísticos, determinaran la capacidad competitiva de los territorios.

**ANEXOS**

## Anexo 1. Llegada de visitantes internacionales a México

Miles de personas	enero-febrero		Var %
	2013	2014	
<b>Visitantes internacionales</b>	<b>12,513.3</b>	<b>12,748.0</b>	<b>1.9%</b>
<b>Turistas internacionales (con pernocta)</b>	<b>3,916.8</b>	<b>4,517.9</b>	<b>15.3%</b>
Turistas no fronterizos (de internación)	2,409.0	2,733.6	13.5%
Vía aérea	2,207.0	2,531.2	14.7%
Vía terrestre	202.0	202.4	0.2%
Turistas fronterizos	1,507.8	1,784.3	18.3%
Peatones	281.1	343.4	22.2%
En automóviles	1,226.7	1,440.9	17.5%
<b>Excursionistas internacionales (sin pernocta)</b>	<b>8,596.5</b>	<b>8,230.1</b>	<b>-4.3%</b>
Excursionistas fronterizos	7,595.8	7,121.1	-6.2%
Peatones	1,760.9	1,548.1	-12.1%
En automóviles	5,834.9	5,573.0	-4.5%
Pasajeros en crucero	1,000.7	1,109.0	10.8%

Fuente: Banco de México. Bases de datos 2012- 2013- 2014

## Anexo 2. Ingreso de divisas por llegadas internacionales

Millones de Dólares	enero-febrero		% de participación 2014	Var %
	2013	2014		
<b>Visitantes internacionales</b>	<b>2,433.1</b>	<b>2,801.7</b>	<b>100.0%</b>	<b>15.2%</b>
<b>Turistas internacionales (con pernocta)</b>	<b>2,088.7</b>	<b>2,467.3</b>	<b>88.1%</b>	<b>18.1%</b>
Turistas no fronterizos (de internación)	2,001.5	2,373.9	84.7%	18.6%
Vía aérea	1,935.8	2,303.8	82.2%	19.0%
Vía terrestre	65.6	70.1	2.5%	6.8%
Turistas fronterizos	87.3	93.4	3.3%	7.0%
Peatones	13.3	13.3	0.5%	0.6%
En automóviles	74.0	80.1	2.9%	8.2%
<b>Excursionistas internacionales (sin pernocta)</b>	<b>344.4</b>	<b>334.4</b>	<b>11.9%</b>	<b>-2.9%</b>
Excursionistas fronterizos	261.6	251.6	9.0%	-3.8%
Peatones	58.3	48.6	1.7%	-16.7%
En automóviles	203.3	203.0	7.2%	-0.1%
Pasajeros en crucero	82.8	82.8	3.0%	0.1%

Fuente: Banco de México. Bases de datos 2012- 2013- 2014

### Anexo 3. Visitantes internacionales a México vía aérea

Continente/ país de nacionalidad	Enero-febrero		Variación porcentual
	2013	2014	
<b>Extranjeros</b>	<b>2,149,808</b>	<b>2,407,782</b>	<b>12.0%</b>
<b>América del Norte</b>	<b>1,525,987</b>	<b>1,717,330</b>	<b>12.5%</b>
Estados Unidos 1/	1,046,664	1,200,518	14.7%
Canadá	479,286	516,769	7.8%
<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>271,670</b>	<b>296,064</b>	<b>9.0%</b>
Brasil	50,035	54,697	9.3%
Argentina	58,168	53,696	-7.7%
Colombia	37,165	45,022	21.1%
Venezuela	20,300	28,440	40.1%
Chile	25,562	26,446	3.5%
Perú	20,089	22,105	10.0%
Costa Rica	9,789	11,881	21.4%
Guatemala	9,133	10,423	14.1%
Cuba	8,717	8,066	-7.5%
Ecuador	5,595	7,223	29.1%
<b>Europa</b>	<b>287,856</b>	<b>311,247</b>	<b>8.1%</b>
Reino Unido	50,076	53,165	6.2%
España	36,275	40,647	12.1%
Francia	41,842	44,867	7.2%
Alemania	30,995	34,722	12.0%
Italia	26,845	29,149	8.6%
Rusia	22,361	23,334	4.4%
Suecia	14,673	16,079	9.6%
<b>Asia</b>	<b>57,876</b>	<b>57,912</b>	<b>0.1%</b>
Japón	15,224	17,369	14.1%
Oceanía	<b>11,073</b>	<b>11,694</b>	<b>5.6%</b>
Australia	9,768	10,260	5.0%
<b>África</b>	<b>2,331</b>	<b>2,627</b>	<b>12.7%</b>

Fuente: Unidad de Política Migratoria, SEGOB. Con base en los registros electrónicos del Instituto Nacional de Migración en los puntos de internación aéreos a México.

#### Anexo 4. Visitantes internacionales vía aérea por nacionalidad. Desgloses por nacionalidad y aeropuerto

Llegada de visitantes internacionales provenientes de Estados Unidos* vía aérea por aeropuerto									
Aeropuerto		Enero-febrero			% respecto al 2014	Diferencia		Variación porcentual	
		2012	2013	2014		2012-2014	2013-2014	2012-2014	2013-2014
1	Cancún, Q. Roo	414,474	431,456	476,540	39.7%	62,066	45,084	15.0%	10.4%
2	Los Cabos, B.C.S.	138,739	147,667	176,254	14.7%	37,515	28,587	27.0%	19.4%
3	Ciudad de México (AICM)	112,932	125,148	152,329	12.7%	39,397	27,181	34.9%	21.7%
4	Puerto Vallarta, Jal.	119,196	115,548	134,622	11.2%	15,426	19,074	12.9%	16.5%
5	Guadalajara, Jal.	78,128	73,223	88,053	7.3%	9,925	14,830	12.7%	20.3%
6	Cozumel, Q. Roo	27,168	26,707	34,203	2.8%	7,035	7,496	25.9%	28.1%
7	Monterrey, N.L.	15,399	18,296	18,626	1.6%	3,227	330	21.0%	1.8%
8	Zihuatanejo, Gro.	16,241	17,112	18,502	1.5%	2,261	1,390	13.9%	8.1%
9	Mazatlán, Sin.	18,203	16,697	18,187	1.5%	-16	1,490	-0.1%	8.9%
10	Silao, Gto.	13,843	13,050	16,326	1.4%	2,483	3,276	17.9%	25.1%
11	Morelia, Mich.	6,403	6,272	7,004	0.6%	601	732	9.4%	11.7%
12	Querétaro, Qro.	4,455	5,555	6,716	0.6%	2,261	1,161	50.8%	20.9%
13	Manzanillo, Col.	6,133	5,675	5,738	0.5%	-395	63	-6.4%	1.1%
14	Hermosillo, Son.	4,079	3,245	4,654	0.4%	575	1,409	14.1%	43.4%
15	Huatulco, Oax.	2,747	4,612	4,634	0.4%	1,887	22	68.7%	0.5%
16	Aguascalientes, Ags.	3,014	3,058	3,306	0.3%	292	248	9.7%	8.1%
17	Mérida, Yuc.	3,666	3,548	3,170	0.3%	-496	-378	-13.5%	-10.7%
18	Loreto, B.C.S.	2,137	2,427	3,023	0.3%	886	596	41.5%	24.6%
19	San Luis Potosí, S.L.P.	2,820	2,352	2,862	0.2%	42	510	1.5%	21.7%
20	Chihuahua, Chih.	2,245	2,357	2,650	0.2%	405	293	18.0%	12.4%
<b>Resto aeropuertos</b>		<b>22,445</b>	<b>22,644</b>	<b>23,102</b>	<b>1.9%</b>	<b>657</b>	<b>458</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.0%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1,014,467</b>	<b>1,046,649</b>	<b>1,200,501</b>	<b>100.0%</b>	<b>186,034</b>	<b>153,852</b>	<b>18.3%</b>	<b>14.7%</b>

Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración.

Llegada de visitantes internacionales provenientes de Canadá vía aérea por aeropuerto									
Aeropuerto		Enero-febrero			% respecto al 2014	Diferencia		Variación porcentual	
		2012	2013	2014		2012-2014	2013-2014	2012-2014	2013-2014
1	Cancún, Q. Roo	277,313	255,626	268,337	51.9%	-8,976	12,711	-3.2%	5.0%
2	Puerto Vallarta, Jal.	98,520	97,505	108,272	21.0%	9,752	10,767	9.9%	11.0%
3	Los Cabos, B.C.S.	41,285	42,390	44,567	8.6%	3,282	2,177	7.9%	5.1%
4	Ciudad de México (AICM)	17,591	19,835	22,358	4.3%	4,767	2,523	27.1%	12.7%
5	Huatulco, Oax.	9,766	13,915	16,033	3.1%	6,267	2,118	64.2%	15.2%
6	Zihuatanejo, Gro.	10,426	7,615	14,203	2.7%	3,777	6,588	36.2%	86.5%
7	Mazatlán, Sin.	12,312	11,374	12,538	2.4%	226	1,164	1.8%	10.2%
8	Manzanillo, Col.	11,217	9,111	8,993	1.7%	-2,224	-118	-19.8%	-1.3%
9	Cozumel, Q. Roo	10,808	8,240	8,408	1.6%	-2,400	168	-22.2%	2.0%
10	Acapulco, Gro.	4,683	5,268	3,806	0.7%	-877	-1,462	-18.7%	-27.8%
Resto aeropuertos		8,466	8,407	9,254	1.8%	788	847	9.3%	10.1%
<b>TOTAL</b>		<b>502,387</b>	<b>479,286</b>	<b>516,769</b>	<b>100.0%</b>	<b>14,382</b>	<b>37,483</b>	<b>2.9%</b>	<b>7.8%</b>

Llegada de visitantes internacionales provenientes del Reino Unido vía aérea por aeropuerto									
Aeropuerto		Enero-febrero			% respecto al 2014	Diferencia		Variación porcentual	
		2012	2013	2014		2012-2014	2013-2014	2012-2014	2013-2014
1	Cancún, Q. Roo	32,589	39,777	41,453	78.0%	8,864	1,676	27.2%	4.2%
2	Ciudad de México (AICM)	6,114	5,910	7,251	13.6%	1,137	1,341	18.6%	22.7%
3	Los Cabos, B.C.S.	1,066	1,080	1,311	2.5%	245	231	23.0%	21.4%
4	Puerto Vallarta, Jal.	1,012	905	1,085	2.0%	73	180	7.2%	19.9%
5	Guadalajara, Jal.	400	379	387	0.7%	-13	8	-3.3%	2.1%
6	Monterrey, N.L.	304	303	334	0.6%	30	31	9.9%	10.2%
7	Silao, Gto.	114	89	140	0.3%	26	51	22.8%	57.3%
8	Zihuatanejo, Gro.	108	99	134	0.3%	26	35	24.1%	35.4%
9	Cozumel, Q. Roo	116	136	122	0.2%	6	-14	5.2%	-10.3%
10	Querétaro, Qro.	110	115	102	0.2%	-8	-13	-7.3%	-11.3%
Resto aeropuertos		847	1,283	846	1.6%	-1	-437	-0.1%	-34.1%
<b>TOTAL</b>		<b>42,780</b>	<b>50,076</b>	<b>53,165</b>	<b>100.0%</b>	<b>10,385</b>	<b>3,089</b>	<b>24.3%</b>	<b>6.2%</b>

Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración.

<b>Llegada de visitantes internacionales provenientes de España vía aérea por aeropuerto</b>									
Aeropuerto		Enero-febrero			% respecto al 2014	Diferencia		Variación porcentual	
		2012	2013	2014		2012-2014	2013-2014	2012-2014	2013-2014
1	Ciudad de México (AICM)	18,962	20,931	24,783	61.0%	5,821	3,852	30.7%	18.4%
2	Cancún, Q. Roo	17,018	13,991	14,308	35.2%	-2,710	317	-15.9%	2.3%
3	Guadalajara, Jal.	290	287	397	1.0%	107	110	36.9%	38.3%
4	Monterrey, N.L.	348	418	371	0.9%	23	-47	6.6%	-11.2%
5	Silao, Gto.	30	64	107	0.3%	77	43	256.7%	67.2%
6	Los Cabos, B.C.S.	70	79	98	0.2%	28	19	40.0%	24.1%
7	Puerto Vallarta, Jal.	64	54	79	0.2%	15	25	23.4%	46.3%
8	Querétaro, Qro.	57	54	79	0.2%	22	25	38.6%	46.3%
9	Mérida, Yuc.	24	58	48	0.1%	24	-10	100.0%	-17.2%
10	Toluca, Edo. Mex.	70	77	48	0.1%	-22	-29	-31.4%	-37.7%
<b>Resto aeropuertos</b>		<b>255</b>	<b>262</b>	<b>329</b>	<b>0.8%</b>	<b>74</b>	<b>67</b>	<b>29.0%</b>	<b>25.6%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>37,188</b>	<b>36,275</b>	<b>40,647</b>	<b>100.0%</b>	<b>3,459</b>	<b>4,372</b>	<b>9.3%</b>	<b>12.1%</b>

Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración.

Nota: La cobertura del SIOM se ha ido extendiendo cada año a más aeropuertos, por lo que es diferente en cada uno, por tal razón la comparación interanual no es exacta. El total excluye el rubro "No especificado", por lo que puede diferir del total publicado en la estadística migratoria.

## Anexo 5. Gasto promedio por visitantes internacionales 2013- 2014

Dólares	enero-febrero		Var %
	2013	2014	
<b>Visitantes internacionales</b>	194.4	219.8	13.0%
<b>Turistas internacionales (con pernocta)</b>	533.3	546.1	2.4%
Turistas no fronterizos (de internación)	830.8	868.4	4.5%
Vía aérea	877.1	910.1	3.8%
Vía terrestre	324.9	346.5	6.6%
Turistas fronterizos	57.9	52.3	-9.6%
Peatones	47.2	38.8	-17.7%
En automóviles	60.3	55.6	-7.9%
<b>Excursionistas internacionales (sin pernocta)</b>	40.1	40.6	1.4%
Excursionistas fronterizos	34.4	35.3	2.6%
Peatones	33.1	31.4	-5.3%
En automóviles	34.8	36.4	4.6%
Pasajeros en crucero	82.7	74.7	-9.7%

Fuente: Banco de México. Base de datos 2013-2014

## Anexo 6. Transportación aérea 2013- 2014

Gran total pasajeros			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>6,973,928</b>	<b>7,725,498</b>	10.8%
Total nacional	4,276,803	4,721,413	10.4%
Total internacional	2,697,125	3,004,085	11.4%
<b>Regular</b>	6,782,333	7,549,374	11.3%
Nacional	4,270,061	4,714,568	10.4%
Internacional	2,512,272	2,834,806	12.8%
<b>Charter</b>	191,595	176,124	-8.1%
Nacional	6,742	6,845	1.5%
Internacional	184,853	169,279	-8.4%

Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

<b>Gran total vuelos</b>			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>82,814</b>	<b>86,253</b>	4.2%
Total nacional	58,156	60,177	3.5%
Total internacional	24,658	26,076	5.8%
<b>Regular</b>	81,532	85,083	4.4%
Nacional	58,013	60,025	3.5%
Internacional	23,519	25,058	6.5%
<b>Charter</b>	1,282	1,170	-8.7%
Nacional	143	152	6.3%
Internacional	1,139	1,018	-10.6%

Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

<b>Pasajeros nacionales</b>			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>4,276,803</b>	<b>4,721,413</b>	10.4%
Centros de playa	697,878	763,129	9.3%
Ciudades	3,578,925	3,958,284	10.6%
<b>Regular</b>	4,270,061	4,714,568	10.4%
Centros de playa	692,521	759,237	9.6%
Ciudades	3,577,540	3,955,331	10.6%
<b>Charter</b>	6,742	6,845	1.5%
Centros de playa	5,357	3,892	-27.3%
Ciudades	1,385	2,953	113.2%

Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

<b>Vuelos nacionales</b>			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>58,156</b>	<b>60,177</b>	3.5%
Centros de playa	9,627	9,878	2.6%
Ciudades	48,529	50,299	3.6%
<b>Regular</b>	<b>58,013</b>	<b>60,025</b>	3.5%
Centros de playa	9,533	9,783	2.6%
Ciudades	48,480	50,242	3.6%
<b>Charter</b>	<b>143</b>	<b>152</b>	6.3%
Centros de playa	94	95	1.1%
Ciudades	49	57	16.3%

Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

<b>Pasajeros internacionales</b>			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>2,697,125</b>	<b>3,004,085</b>	11.4%
Centros de playa	1,562,778	1,721,612	10.2%
Ciudades	1,134,347	1,282,473	13.1%
<b>Regular</b>	<b>2,512,272</b>	<b>2,834,806</b>	12.8%
Centros de playa	1,378,693	1,553,424	12.7%
Ciudades	1,133,579	1,281,382	13.0%
<b>Charter</b>	<b>184,853</b>	<b>169,279</b>	-8.4%
Centros de playa	184,085	168,188	-8.6%
Ciudades	768	1,091	42.1%

Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

Vuelos internacionales			
	enero-febrero		Var. %
	2013	2014	
<b>Gran total</b>	<b>24,658</b>	<b>26,076</b>	5.8%
Centros de playa	11,758	12,465	6.0%
Ciudades	12,900	13,611	5.5%
<b>Regular</b>	<b>23,519</b>	<b>25,058</b>	6.5%
Centros de playa	10,646	11,479	7.8%
Ciudades	12,873	13,579	5.5%
<b>Charter</b>	<b>1,139</b>	<b>1,018</b>	-10.6%
Centros de playa	1,112	986	-11.3%
Ciudades	27	32	18.5%

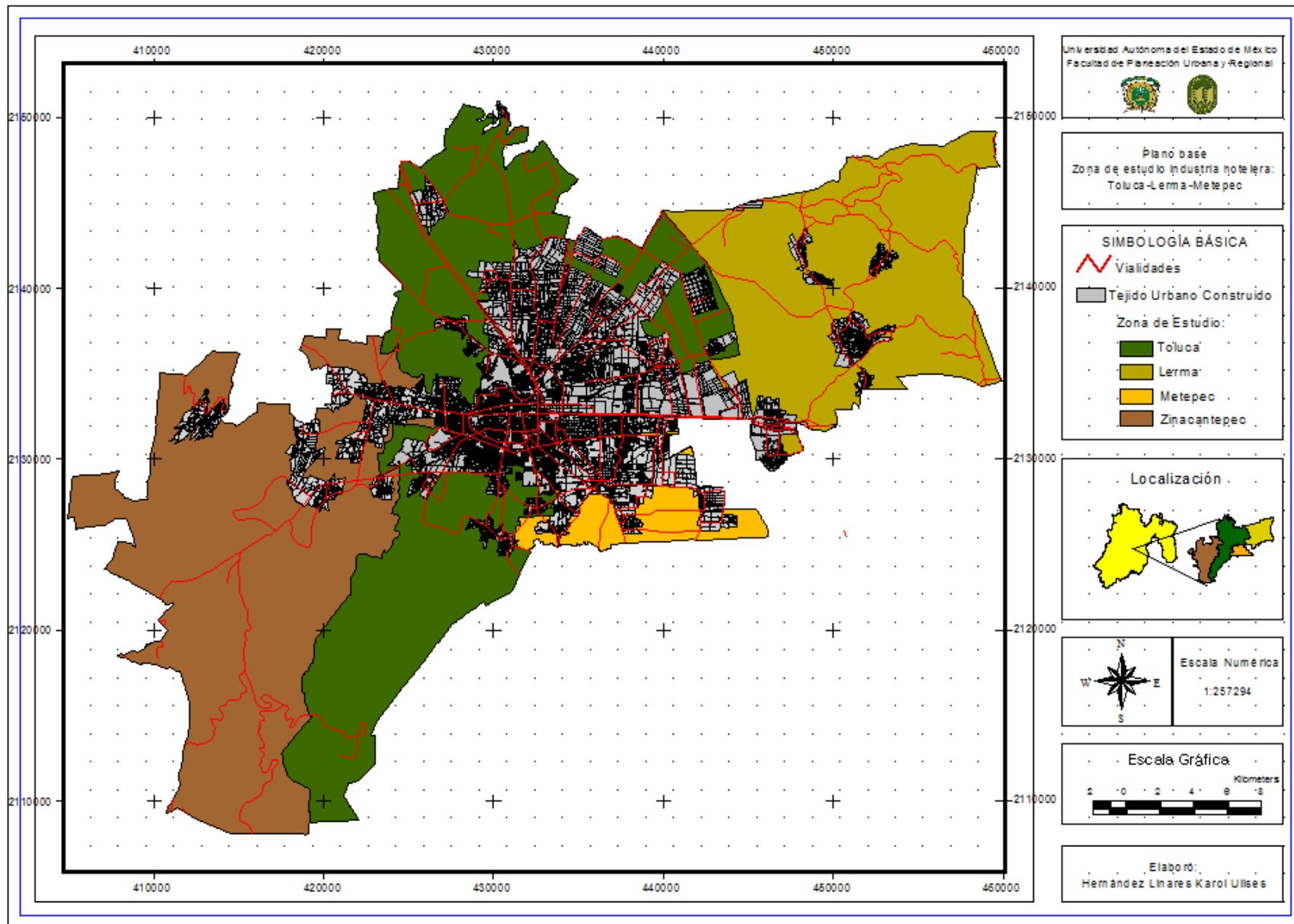
Fuente: DATATUR. Aeropuertos y Servicios Auxiliares

### Anexo 6. Transportación marítima

Llegada de pasajeros por Puerto		Enero - Febrero		var%
		2013	2014	
1	Cozumel, Q. Roo	636,913	646,266	1.5%
2	Ensenada, B. C.	76,147	116,061	52.4%
3	Majahual, Q. Roo	99,694	104,137	4.5%
4	Puerto Vallarta, Jal.	24,894	56,461	126.8%
5	Cabo San Lucas, B. C. S.	39,088	55,179	41.2%
6	Progreso, Yuc.	38,196	43,626	14.2%
7	Huatulco, Oax.	8,200	14,006	70.8%
8	Puerto Chiapas, Chis.	0	14,286	n.c.
9	Mazatlán, Sin	425	3,550	735.3%
10	Acapulco, Gro	3,904	1,286	-67.1%
	Resto	3,579	7,741	116.3%
	<b>Total</b>	<b>931,040</b>	<b>1,062,599</b>	<b>14.1%</b>

Fuente: Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, Secretaría de Comunicaciones y Transporte (SCT).

Mapa 1. Plano Base, Zona de estudio industria hotelera: Toluca, Lerma, Metepec



Mapa 2. Mapa temático, ubicación de las principales cadena hoteleras en Toluca, Lerma y Metepec

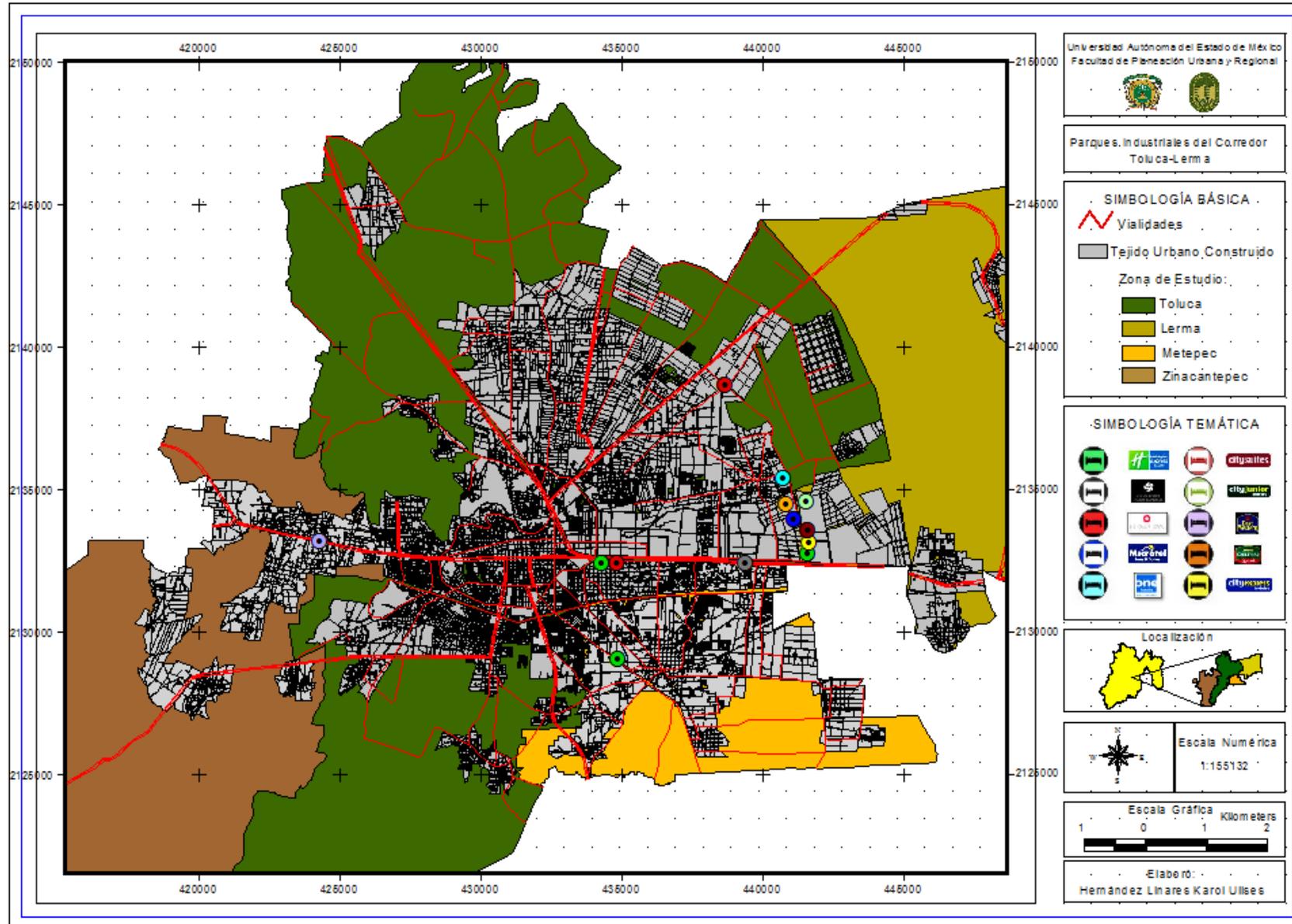
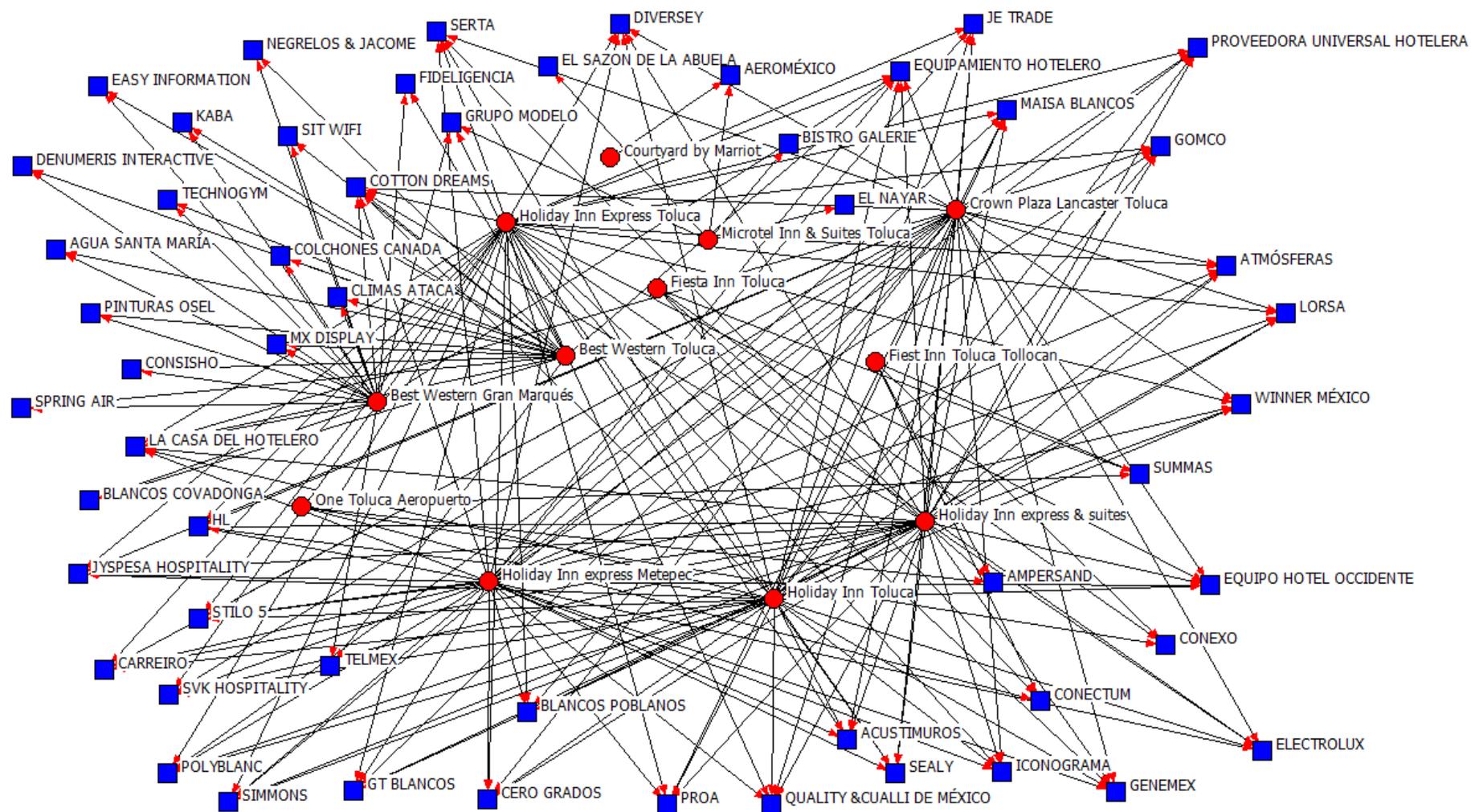


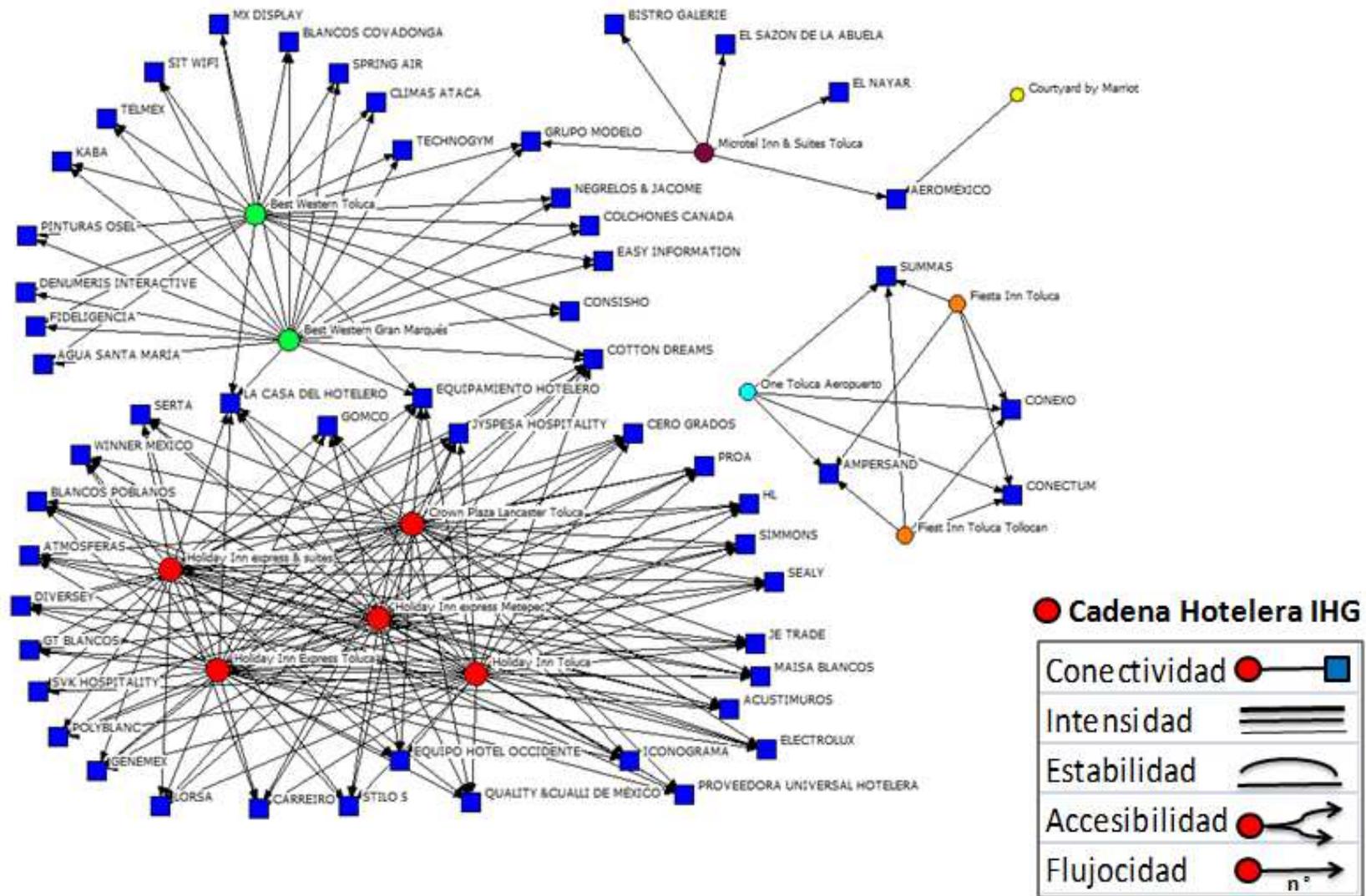
Figura 8. Red de los principales proveedores de la actividad hotelera en la zona Toluca- Lerma y Metepec



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación



Figura 10. Características de la red en la actividad turística hotelera de la zona Toluca, Lerma y Metepec.



Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida en trabajo de campo e instrumentos de investigación

## BIBLIOGRAFÍA

- ⊙ Arciniega, R. (2000) "Guía de recorrido por la Zona Industrial, Toluca- Lerma" Facultad de Geografía, UAEM, México.
- ⊙ Arellano A. (1996). "La capacidad de Innovación Tecnológica en la Universidad Autónoma el Estado de México". En *Convergencia. Revista de Ciencias sociales*, año4, núm. 12/13; Toluca, México, UAEM.
- ⊙ Arellano A. et. al. (2004) ¿Es global o Local la Investigación? La Proliferación Situada de Polímeros, Transgénicos y Colectivos., *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. Año 11, Núm. 35 mayo-agosto: 133 a 169.
- ⊙ Bazant J. (2001). "Periferias urbanas: Expansión urbana incontrolada de bajos ingresos y su impacto en el medio ambiente". México: Editorial Trillas.
- ⊙ Bosque, Joaquin (1997). "Sistemas de información Geográfica". Ediciones Rialph. Madrid.
- ⊙ Callizo S. (1991). *Aproximación de la geografía del turismo. Síntesis*. Madrid.
- ⊙ Callon M. (1986). Some elements Of sociology of translation: Domestication of the scallops and fishermen of St. Brieuc Bay., en: Law. J. (ed). *Power, action and belief: A new sociology of knowledge?*, Sociological Review Monograph, London: Routledge.
- ⊙ Callon M. (1987) .*Society in the making: The Study of Technology as a Tool for Sociological Analysis.*, en: Bijker, W. E.; Hughes, T. P. y Pinch, T. 1987. *The social construction of technological systems*. London. The MIT Press Cambridge.
- ⊙ Camagni, R. (2004). "Economía Urbana". Barcelona, España. Antony Boscheditor. 303 pág.
- ⊙ Capel, H. (1987). "Filosofía, y ciencia en la geografía contemporánea", Barcanova , Barcelona.
- ⊙ Casas, R. e. (2001). "La Formación de Redes de conocimiento". Una perspectiva regional desde México. México: ISS-UNAM y Anthropos.
- ⊙ Castells, M. (2000). "La Ciudad de la Nueva Economía". En *Papeles de Población*. Enero-Marzo. Universidad Autónoma del Estado de México. No 27. México.
- ⊙ Coloma, G. (2006). "Progresos en organización industrial". Argentina: Temas.
- ⊙ Conkling, et.al. (1976) "The Geography of economics Systems", New Jersey, USA.
- ⊙ Dobb, M. (1972). "Capitalismo", en *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo, Siglo XXI*, Bs. As.
- ⊙ Dollfus, O. (1997): "La mundialización". Paris. Presses da Sciences Po.
- ⊙ Galván, R. (2005). "El enfoque de redes socio-técnicas como herramienta metodológica para los estudios territoriales", en *Quivera num.2005-2* Toluca, México, UAEM-FAPUR.
- ⊙ García, R. (2005). "El enfoque de redes socio-técnicas como herramienta metodológico para

los estudios territoriales de la tecnoindustria". Quivera. Revista de estudios urbanos, regionales, territoriales, ambientales y sociales, 7-40.

- ◎ Garza, G. (1983) El proceso de industrialización de la Ciudad de México (1821-1970). Condiciones Generales de la producción y concentración espacial en el capitalismo (mimeo). Centro de estudios demográficos y de desarrollo Urbano, El colegio de México, México.
- ◎ Gutiérrez, J. (1984). "La Ciudad y la Organización regional". Cuadernos de estudios. Serie Geografía. No.14, Madrid.Edit. CINCEL pp. 17-40.
- ◎ Hax, A. y Majluf, N. (1996). "Gestión de empresa: con una visión estratégica". Santiago de Chile. Domen
- ◎ Hernández, C. (2004). "Globalización, Turismo y Competitividad territorial; una perspectiva del análisis de redes para el caso de Acapulco". Toluca, México. Tesis de maestría en Estudios Urbanos y Regionales. Programa institucional UAEM.
- ◎ Humprey y Schmitz. (1995). Principles from promotive cluster & networks of SMEs. Brighton. Universidad de Sussex.
- ◎ INEGI. (2011). Anuario estadístico. México
- ◎ Jeannot, F. (2004). "Nueva Economía". Análisis Económico. Universidad Autónoma Metropolitana Atzacapotzalco. D.F. México. Tercer cuatrimestre. año/vol XIX. 42.
- ◎ Law, J. (1982) .On Interests and their Transformation: Enrolment and Counter-Enrolment., Social Studies of Science. 12: 615-625
- Technology and Heterogeneous Engineering: The Case of Portuguese Expansion., en: Bijker, W. E.; Hughes, T. P. y Pinch, T. 1987. The social construction of technological systems. London. The MIT Press Cambridge.
- ◎ Lloyd .P.E y Dicken, P. (1972). Location in space. A theoretical approach to economic geography, Harper and Row, Londres. -en Méndez, R. (1997). "La lógica espacial del capitalismo global" Geografía económica. Barcelona, España. Editorial Ariel S.A.
- ◎ Méndez, R. (1997). "La lógica espacial del capitalismo global" Geografía económica. Barcelona, España. Editorial Ariel S.A.
- ◎ Méndez R. et. al (1996). "Organización Industrial y Territorio". Madrid: Editorial Síntesis, S. A.
- ◎ Montero, Cecilia y Morris (1999) "Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno". Metodología para el estudio de los sistemas regionales de innovación. Ponencia presentada en el seminario internacional "instituciones y actores del desarrollo territorial en el marco de la

Globalización”. 14 y 15 de Enero. 1999. Centro de Estudios Urbanos y regionales de la Universidad del Bio- Bio (CEUR) e ILPES.

- ⊙ OMT (Organización Mundial del Turismo) (1998). Introducción al Turismo. Madrid. España.
- ⊙ Ortega, C. (2000). “La investigación tecnológica en la Universidad autónoma del Estado de México”, elementos para la construcción de una red socio-técnica, México, ANUIES.
- ⊙ Parkin, M. (2010). Microeconomía. Pearson Educación. México.
- ⊙ Polése (1998). Economía urbana y regional, introducción a la relación entre territorio y desarrollo, Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- ⊙ Porter, Michael. (1982). “Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los recursos industriales y de la competencia”. México: CECSA
- ⊙ Porter, Michael. (2010). “Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia”. Harvard Business Review. México, Febrero. Vol. I, págs. 8-33. ISSN: 0717-9952
- ⊙ Puebla, J. (1984). “La Ciudad y la organización regional”. Cuadernos de estudio. Serie Geografía No. 14, Madrid. Edit. CINCEL. pp.17-40.
- ⊙ Ramírez, Esthela. (2006). “Turismo de negocios”. México : Trillas
- ⊙ Rózga, R. (1996). “Industrialización, Desarrollo de las Industrias modernas y Desarrollo regional en el Estado de México”. México: Coordinación General de Investigación y Posgrado.
- ⊙ Rózga, R. (2001). "Región y Globalización". Convergencia. Revista de Ciencias Sociales. Año Núm. 25. Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública. Toluca, México
- ⊙ Ruiz R. (2006). “Redes informales de innovación en la región metropolitana de Toluca: un elemento para el análisis de los entornos innovadores. Revista Quivera 2006-1. México.
- ⊙ Sánchez, S. (1991). “Espacio, economía, sociedad”. siglo XXI, Madrid.
- ⊙ Santos, M. (2000: 222,233) “Naturaleza del espacio”. Técnica y tiempo, razón y emoción, Editorial Ariel. Barcelona. España.
- ⊙ SECOFI-GEM (1990). “Programa de coordinación Industrial, de comercio y de abasto del Estado de México”, Secretaria de Desarrollo Económico, Toluca, México,
- ⊙ Solis, M. (2012). “Toluca va por más aerolíneas y nuevos vuelos a EU”. El Financiero. Diario, 24 de Abril
- ⊙ UAEM-EPUR (1990), “Programa de desarrollo de la Región Central: Diagnóstico- Pronóstico”, 6 semestre regional, segunda generación, Toluca, México.
- ⊙ Valenzuela R. (1986) “Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las

prácticas especiales del turismo” en revista estudios turísticos. No. 90 Instituto de estudios turísticos. Pág. 47-57. Verano de 1996. Madrid.

- ⊙ Vanhove N. (1998). “La Globalización de la demanda turística y el impacto sobre la estrategia de mercado” en revista Papers de turismo, No. 23. Pp. 48-87. Publicación editada por la Generalitat Valenciana. Trabajo presentado previamente en III Foro Internacional de Turismo de Benidorm, 5-7 de noviembre 1997
- ⊙ Vázquez B. (1999). “Desarrollo redes e innovación”. Lecciones sobre desarrollo endógeno, Madrid: Ediciones Pirámide.
- ⊙ Vera F. (1997) “Análisis territorial del turismo”. Ariel Geografía. España.
- ⊙ Villamil M. (2002) “La experiencia de la red de tapiceros del polo de muebles del río grande del sur”. Desarrollo Local, Innovaciones y relaciones empresariales. Facultad de Economía de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacan.
- ⊙ Alto nivel: Inversionista. “Arterias de México” [en línea] (2014). Disponible en: <http://www.altonivel.com.mx/45562-las-arterias-de-mexico.html>.
- ⊙ Sectur. Datatur. (2012- 2014). “Análisis integral del turismo”. [En línea]. Disponible en: [http://consulmex.sre.gob.mx/montreal/images/Consulado/Comunicado/rat2013\\_18feb14.pdf](http://consulmex.sre.gob.mx/montreal/images/Consulado/Comunicado/rat2013_18feb14.pdf)
- ⊙ Alarcón (2013). “Cuatro puntos para recuperar competitividad del sector turístico. [En línea]. Disponible en: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-neoliberal-nel-liberal/2013/11/14/cuatro-puntos-para-recuperar-la-competitividad-del-sector-turistico>

