



Análisis locacional de hoteles en la Zona Metropolitana de Toluca

T E S I S

que para obtener el grado de

**maestra en Ciencias Sociales
con especialidad en Desarrollo Municipal**

presenta

Tania Vázquez Valdes

Asesor: Dr. Carlos Félix Garrocho Rangel

Noviembre, 2019

Comité

Presidente

Vocal

Secretario

AGRADECIMIENTOS.

A mi comité tutorial:

Por el tiempo brindado y la guía, esta investigación no hubiera sido posible sin su apoyo.

Al Consejo Nacional de Ciencias y tecnología y a El Colegio Mexiquense A.C.

Por la oportunidad, el espacio y los recursos para continuar con mi formación académica permitiéndome concluir mis estudios de posgrado en la Maestría en Ciencias Sociales con Especialidad en Desarrollo Municipal.

A mi familia y sobre todo a mi madre por su apoyo incondicional y a mi más grande motivación, mi pequeña hija.

¡Gracias infinitas!

Índice

Introducción	5
Capítulo I. Turismo y competitividad turística en la Zona Metropolitana de Toluca: marco teórico conceptual	8
1.1 Tipos de Turismo	12
1.2 Definiciones y clasificación del turismo de tipo operativo	12
1.3 Turismo y Competitividad.....	14
1.4 Metrópoli y el sector servicios	20
1.5 La Zona Metropolitana de Toluca y el sector servicios	24
1.6 Turismo de negocios y la planeación de la infraestructura.....	25
1.7 Condiciones y problemáticas de la ocupación espacial hotelera en la Zona Metropolitana de Toluca.....	29
Capítulo II. Estudios teóricos y empíricos de modelos de localización para hoteles	33
2.1 Teorías y modelos de localización intraurbana de las actividades y de la infraestructura hotelera	36
2.2 El enfoque de la nueva geografía económica.....	41
2.3 Factores de Localización-Asignación.....	42
2.4 Justicia y localización de servicios.....	44
2.5 Localización de servicios y desarrollo regional.....	45
2.6 Teoría de la interacción espacial	48
2.7 La teoría del lugar central.....	52
2.8 Comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje	56
Capítulo III. Factores de localización de hoteles en la Zona Metropolitana de Toluca	58
3.1 Fuentes de Información y metodología.....	59
3.2 Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo	59
3.3 Análisis de la Encuesta Nacional de Ocupación y empleo segundo trimestre 2018 para la Ciudad de Toluca.....	60
3.4 Modelo de localización de hoteles en la ZMT	72
Reflexiones finales	85
Bibliografía	88

Introducción

La importancia del turismo en México radica en la derrama económica que puede generar en determinados destinos, unos caracterizados por un tipo de turismo de aventura, otros de ocio, recreación o descanso, así como de negocios, entre otros. Los destinos son los que definen la tipología del turismo, ya que de acuerdo a los atractivos que tengan se van definiendo las directrices de dicha actividad. Las ciudades que no tienen su base económica en actividades turísticas que no aprovechan los atractivos culturales-históricos, paisajísticos o arquitectónicos, pero si los servicios comerciales o industriales, prolifera la implantación de establecimientos hoteleros dirigidos exclusivamente al nicho de turismo de negocios. Esto sucede en el caso de Toluca de Lerdo, capital del Estado de México, cuya ciudad se caracteriza por turismo de negocios cuya oferta de hospedaje se distribuye en la zona metropolitana.

En este sentido de acuerdo con Morillo (2011) uno de los servicios indispensables con los que debe contar un destino turístico es su oferta de hospedaje y el desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación han impulsado al turismo y a su vez ha sido impulsador de la industria y el comercio, por lo que una de las variables críticas para el desarrollo de las ciudades mexiquenses corresponde a la planeación de infraestructura. Punto de interés para esta tesis corresponde a servicios hoteleros, al estar por encima de otros servicios y generar la mayor parte de los empleos, ya que las obras de infraestructura despliegan grandes inversiones, así como recursos humanos, técnicos, materiales y financieros, por lo que al estar adecuadamente planeadas pueden ser importantes detonadores del desarrollo nacional (Pérez y Páez, 2012).

Otro punto importante que se destaca en la presente investigación es el tema de la competitividad ya que se relaciona con la importancia de la localización de la infraestructura hotelera. En México la competitividad ha sido un tema discutido y forma parte de la política pública actual, con el objetivo de tener un mejor aprovechamiento del potencial turístico y así generar una mayor derrama económica.

Como se puede constatar en la revisión de la literatura, un componente clave en la *competitividad de destinos turísticos* tiene que ver con su infraestructura, en específico el hospedaje y hablar de elementos como la localización es el eje principal de este trabajo de tesis.

Por lo que el objetivo de la presente investigación es analizar los factores de localización que inciden en la configuración espacial hotelera de la Zona Metropolitana de Toluca con base en el modelo concéntrico de localización intraurbana de Egan y Nield (2000) en términos de alcances, limitaciones y problemáticas que respondan a las ciudades mexicanas.

En la presente investigación se discuten algunos desafíos relacionados con los estudios de localización de infraestructura en específico a lo que respecta a servicios hoteleros. Un creciente cuerpo de investigación se centra en el turismo y en los destinos urbanos. Sin embargo, no ha habido investigaciones que examinen el impacto de la ubicación de hoteles en el comportamiento turístico posterior. Esta investigación llena este vacío tanto teórica como empíricamente, mediante un análisis de la actividad espacio-temporal y un análisis explicativo de los factores que dan fundamento a las decisiones de localización. Por lo que el interés que lleva a realizar esta investigación, es conocer en términos cuantitativos la importancia de la localización de hoteles, así como los factores a los que responde dicha localización.

La estructura general de este trabajo comprende tres capítulos, el primero hace referencia a un marco teórico-conceptual en donde se desarrollan las diferentes tipologías de turismo, se analiza el contexto de las zonas Metropolitanas en México y en específico el de la Zona Metropolitana de Toluca, sus principales características, así como las condiciones y problemáticas de la ocupación espacial hotelera en dicha zona. En el capítulo siguiente, se hace una revisión de los distintos estudios teóricos y empíricos de modelos de localización para hoteles para llegar finalmente al análisis de los factores de localización de hoteles en la Zona Metropolitana de Toluca, en donde se presenta un análisis de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo ENOE segundo trimestre de 2018 con el objetivo de conocer las condiciones de empleo de la población ocupada en los servicios de restaurantes y hospedaje. También se hace empleo de una medida de dispersión que ha sido ampliamente utilizada en estudios geográficos la Distancia Estándar Elíptica (DEE)

(*Standar Deviatonal Ellipse*): la cual aporta un elemento más al análisis la tendencia u *orientación espacial* del fenómeno estudiado.

Cabe destacar que no se pretende explicar la ubicación de hoteles en general, sino buscar un modelo que explique el espacio observable de la jerarquía de hoteles dentro de esta metrópoli. Por lo que desde un punto de vista teórico esta investigación aportará al entendimiento de la localización de infraestructura hotelera en el Área Metropolitana de Toluca. Además de ampliar las fronteras del conocimiento ya que el estudio del desarrollo socioespacial de la hotelería dentro de ciudades latinoamericanas no ha presentado demasiado interés en México, incluso, se podría decir que es inexistente, en contraste con lo que ocurre en ciudades europeas y norteamericanas (Chung y Kalnins, 2001). Desde el punto de vista *Metodológico*, esta investigación se fundamenta en un modelo concéntrico, que explica una probable jerarquización de hoteles basados en su localización (*Towards a Theory of Intraurban Hotel Location*), sobre todo para analizar aspectos de comportamiento espacial de hoteles de acuerdo a su categoría y características como el número de habitaciones. Desde una perspectiva aplicada, puede resultar de gran utilidad para el sector turístico en diversas ciudades de México al marcar una pauta para identificar y clasificar las ciudades en función de su infraestructura hotelera con la finalidad de otorgar una mejor organización de servicios turísticos a nivel intraurbano.

Capítulo I. Turismo y competitividad turística en la Zona Metropolitana de Toluca: marco teórico conceptual

Objetivo: Conocer y analizar la definición de turismo, su importancia en la economía contemporánea y evolución en la actualidad, para poder comprender el papel que tiene la infraestructura turística, en específico la hotelera y los factores que inciden en su localización, delimitando el análisis a la Zona Metropolitana de Toluca.

En primera instancia antes de adentrarnos a las ventajas competitivas del turismo y sus características en la Zona Metropolitana de Toluca, la cual es nuestro punto de referencia para la presente investigación resulta importante mencionar de donde surge el turismo en México, como ha evolucionado y sus impactos en la economía mundial. En este sentido Morillo (2011) muestra un recorrido histórico del turismo, así como sus prácticas iniciales. Gurria (2004) afirma que el turismo es tan antiguo como el hombre y equipara los movimientos migratorios de la cultura nómada con la idea del hombre viajero o móvil. Por la presencia continua de visitantes y de localidades receptoras, sin embargo, el turismo como manifestación sociocultural es de origen relativamente reciente.

El hombre primitivo se desplazaba constantemente por cambios climáticos en busca de alimentos y vestido. luego al domesticar animales y sembrar la tierra, se desplazaba por necesidades de pastoreo y de intercambio de excedentes. Surgieron así los primeros viajes de negocios, aunque dichos desplazamientos no eran de carácter temporal o en la búsqueda del descanso, sino por razones de supervivencia (Gurria, 2004).

El desarrollo de medios de transporte y vías de comunicación ha impulsado al turismo y a su vez ha sido impulsador de la industria y el comercio (Morillo, 2011). En el Renacimiento, Marco Polo fue uno de los primeros turistas y su primer viaje lo hizo de Venecia a la China regresando con pieles y esencias. Al regresar escribió el primer libro conocido sobre turismo: "Los Viajes de Marco Polo" (Ramírez, 2006).

A inicios del siglo XVI hasta el siglo XIX se establecieron las bases del turismo moderno (Acerenza, 2001; Morillo, 2011). en este periodo confluyen los factores capaces de impulsar a la actividad como son la prosperidad, la paz, las

comunicaciones, el tiempo libre, nuevos deseos y gustos de las personas. El turismo a través de la historia se desarrolló de forma lenta y espontánea, pero los nuevos inventos y descubrimientos científicos de fines del siglo XVIII hacen que éste haya tomado importancia mundial.

Según Cárdenas (2001), en 1830 el ferrocarril fue el medio de transporte más popular, pero su tecnología rudimentaria hacía incierto los horarios de llegada y partida, con innumerables incomodidades. Sin embargo, en Europa y en Estados Unidos (EEUU) el turismo toma fuerza con una interesante cantidad de viajeros al establecerse el ferrocarril como medio de transporte entre las élites políticas y económicas.

Thomas Cook, precursor del turismo, organizó sin fines de lucro el primer viaje para 570 personas (alcohólicos) con todos los servicios para asistir a un congreso. Esta experiencia le permitió comprender el potencial de la actividad y luego, en 1845, comenzó a organizar excursiones para grandes cantidades de turistas. Ya en esta época fue evidente el surgimiento de la actividad turística; sin embargo, es esencial para el estudio del mismo como fenómeno social y ambiental, el surgimiento del turismo en masas (Acerenza, 2001; Morillo, 2011).

Como se puede constatar en el análisis que lleva acabo Morillo, 2011 sobre "Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación" retoma a números especialistas en el tema como Acerenza (2001), Cárdenas (2001), Gurria (2004), Mochón (2004) y Ramírez, R. (2006), en donde coinciden en decir que desde el descubrimiento de la rueda la aparición del ferrocarril, seguido del automóvil, hasta la aparición del avión de reacción y la aviación civil, todo es producto del instinto viajero del hombre que a su vez originó la aparición del turismo masivo por el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno.

Históricamente el turismo constituyó un privilegio de los adinerados que eran grupos pequeños de gran poder económico, muchos de los cuales viajaban por placer y por deseo de sobresalir como persona importante. Actualmente el turismo se ha convertido en una necesidad y en un placer accesible a grandes masas con derecho a participar en la recreación y el descanso (Ramírez, R., 2006).

El turismo en lugar de vincularse a los estratos sociales se vincula con los estilos de vida del hombre. Centenares de personas hacen turismo más en función

de su constitución física, estructura familiar, educación, orientaciones de consumo, relaciones interpersonales y relaciones laborales, que en función de la posesión de riquezas. Es decir, lo determinante es el estilo de vida y la relación laboral, de allí que se identifiquen diversos tipos de turista (jubilados, asalariados de empleos flexibles o rígidos, profesionales independientes, bohemios, entre otros) y de servicios ajustados a éstos (Briceño, 2000; Morillo, 2011).

El surgimiento del turismo en masas ocurrió posterior a las Guerras Mundiales, entre los años 1914-1918 y 1939-1945 (i.e. primera y segunda guerra mundial). Los países agotados por los conflictos bélicos lograron, en parte, recuperar su economía (i.e. captar divisas) gracias al turismo receptivo en masas. Los adelantos tecnológicos en el transporte en época de paz impulsaron el turismo en masas (Acerenza, 2001; Gurria, 2004; Díaz, et al. 2006).

La devaluación de la moneda en Alemania e Italia, el aumento salarial y de nivel de vida de los trabajadores, vacaciones pagadas, facilidades de financiamiento para viajes, tiempo libre por los adelantos de la tecnología, crecimiento del nivel cultural de las masas e interés de ampliar la personalidad, crecimiento urbano y la búsqueda de descanso en otros lugares. Permitió que un mayor número de familias disfrutara de vacaciones (Díaz, et al. 2006).

El turismo de masas o masivo tiene sus inicios a fines del siglo XIX en las regiones industriales de Gran Bretaña, sobre todo en el condado de Lancashire, al oeste de Inglaterra. Donde como consecuencia de la racionalización del trabajo y de la idea de que salir de vacaciones era bueno para las personas, ya que les permitía restaurar fuerzas, el hábito de tomar vacaciones en la costa marítima adquirió una gran popularidad (Acerenza, 2006). Poblados enteros se iban de vacaciones y éstas fenómeno se constituyó en un indicador derecho a la relajación y placer (Lash y Urry, 1998; Acerenza, 2006).

Blackpool, situada en la costa del Mar de Irlanda, se especializó en recibir turismo masivo de obreros, se fue posicionando como destino vacacional y para la década de 1930 recibía ya 7 millones de visitantes al año, siendo el lugar de recreo más importante de Gran Bretaña. Sin embargo, de acuerdo con los historiadores, el comienzo del turismo de masas organizado se produce en realidad con el inicio de las operaciones de Thomas Cook en 1841, año que es señalado también como el

inicio de la modernidad como fenómeno sociológico-geográfico, una de cuyas características son precisamente los cambios producidos en la modalidad de los viajes y el turismo. También introdujo una serie de innovaciones que transformaron los viajes y los convirtieron en una de las actividades más organizadas y racionalizadas de la sociedad (Díaz, et al. 2006).

El fenómeno turístico ha sido abordado desde diferentes disciplinas, siendo las económicas y geográficas los principales protagonistas de estos estudios (Requena y Muñoz, 2006). El turismo es una de las pocas actividades humanas capaz de dar lugar a campos de investigación tan variados como la economía, la ecología, la psicología, la sociología, las ciencias políticas y las ciencias empresariales (Cárdenas, 2001).

Al referirse al turismo indica que es el conjunto de desplazamientos humanos que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos (Cárdenas, 2001). Se puede afirmar que el turismo es un concepto impreciso y difuso, producto de su carácter interdisciplinario, sin embargo, admite múltiples definiciones y diversos matices, según el ámbito de trabajo y la época de que se desarrolle el concepto (Gurría, 2004; Matute y Asanza, 2006; Ramírez, R., 2006).

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo OMT (2018), el concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas. Dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. Existe todavía un debate abierto para intentar llegar a un concepto unívoco y estándar del turismo que quede reflejado en una definición universal.

En la Conferencia de la Naciones Unidas sobre el Turismo y los Viajes Internacionales celebrada en Roma por iniciativa de la OMT, se definió como turista a toda persona cuyo propósito de viaje incluye a los “negocios”. Actualmente este tipo de viajeros supera, en muchas regiones, al número de viajeros por vacaciones y además utiliza los mismos servicios turísticos (i.e. transporte, restaurantes, alojamiento y otros servicios) (Gurría, 2004; OMT 2018).

El concepto de turismo no sólo se limita al mercado vacacional, sino que cubre el conjunto de los viajes a nivel mundial dentro del marco de la movilidad de la población. Para fines estadísticos, el turismo comprende *“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno*

habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (Acerenza, 2006).

1.1 Tipos de Turismo

De acuerdo con Sáez et al (2006) el turismo puede clasificarse en turismo vacacional, deportivo, de negocios, de convenciones, gastronómico, de salud, científico, cultural, religioso, estudiantil, de aventura y familiar o de amigos, todo en relación con un país determinado, en el cual se puede distinguir los siguientes tipos de turismo:

A) Turismo interno: el de los residentes del país dado que viajan dentro de este mismo país.

B) Turismo receptor: el de los no residentes que viajan dentro del país dado.

C) Turismo emisor: el de los residentes del país dado que viajan a otro país. Las tres formas básicas de turismo señaladas pueden combinarse de diversas maneras, produciendo las siguientes categorías de turismo:

- Turismo interior, que incluye al turismo interno y al turismo receptor.
- Turismo nacional, que incluye al turismo interno y al turismo emisor.
- Turismo internacional, que comprende al turismo receptor y al turismo emisor.

1.2 Definiciones y clasificación del turismo de tipo operativo

En la práctica y con objeto de una mejor identificación, el turismo puede clasificarse de diferentes maneras, de acuerdo con algunas de sus principales características. Este tipo de clasificación es generalmente de índole operativo.

Tabla 1.1 Clasificación del turismo

Según el tipo de viaje: consiste en identificar al turismo en función de la razón principal de viaje	Según la forma de viaje	Según las características del viaje (en cuanto a la forma como se efectúan los arreglos de viaje)	Según las características de la operación: para identificar los campos de negocios turísticos en los cuales se encuentra involucrada	Según la permanencia en el lugar de destino	Según el tipo de alojamiento utilizado
<p>*Turismo vacacional (o tradicional)</p> <p>*Turismo de negocios</p> <p>*Turismo de afinidad (o interés común, congresos y convenciones)</p> <p>*Turismo especializado</p>	<p>*Turismo individual y de grupo</p>	<p>*Turismo independiente y organizado</p> <p>Esta clasificación está directamente relacionada con las actividades de marketing, y es empleada para identificar los segmentos de mercado.</p>	<p>*Turismo emisor: tiene su origen en el lugar donde está establecida la empresa y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero.</p> <p>*Turismo receptor: aquel turismo que llega al destino turístico donde la empresa está establecida y presta sus servicios, independientemente del lugar de origen del visitante que puede provenir tanto del exterior como del propio territorio nacional.</p> <p>*Por esta razón para poder identificar al turismo receptor proveniente del extranjero y al emisor hacia el exterior, la industria turística los clasifica, en el primer caso, como turismo de importación, y en el segundo, como turismo de exportación.</p>	<p>*Turismo itinerante: se caracteriza por una permanencia muy corta en el lugar de destino y con frecuencia se le denomina también turismo de múltiples destinos.</p> <p>*Turismo de estadía: se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino, por lo que se conoce como turismo de destino.</p>	<p>*Turismo de hotelería: es aquel que se hospeda en establecimientos hoteleros o en otro tipo de alojamientos colectivos.</p> <p>*Turismo residencial: es el que hace uso de su propia residencia, en apartamento o condominio rentado normalmente por larga duración, de donde se deriva su denominación de turismo residencial, y no de calidad migratoria. Este se caracteriza por mantener gran fidelidad al destino y sus índices de repetición son muy altos. El turismo de hotelería tiene muy poca fidelidad al destino, con índices de repetición del viaje normalmente bajos, puesto que es altamente sensible a la situación económica y las variaciones de precios en los lugares de destino.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Acerenza (2006).

El turismo ha ido evolucionando y su campo de conocimiento es muy amplio, basta con mencionar que es una fuente importante de ingresos para el país (De Borja Solé, et al. 2002). Con esto resulta evidente la importancia del estudio y la procedencia de los tipos de turismo existentes, para poder conocer que lo hace tan

competente y como se posiciona en el sector de la economía (Sancho y Buhalis, 1998).

1.3 Turismo y Competitividad

Al igual que otros sectores económicos más tradicionales, el Turismo se ha convertido en uno de los más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas, como por la contribución al desarrollo regional y nacional (de Cela, 1998; De Borja Solé, et al. 2002). En muchos países, el turismo actúa como un motor de desarrollo a través de la entrada de divisas y la creación de empleo directo e indirecto, así como la opción de desarrollo más viable y sostenible. Debido a esto, durante las últimas décadas un número creciente de lugares han apostado o invertido al turismo (Jafari, 2005; Canclini, 2008).

El impacto del turismo se puede apreciar en el reciente informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016). Donde se puntualiza que Francia aparece en el primer puesto en cuanto a llegadas de turistas internacionales con 84.5 millones de visitantes para el año 2015 y como el quinto país en cuanto a ingresos por turismo internacional (41,000 millones de dólares). Los Estados Unidos se sitúan en segundo lugar en ingresos con 122,000 millones de dólares y en segundo lugar en llegadas con 77.5 millones.

Un dato interesante que vale la pena mencionar es que de acuerdo al informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013) España era el segundo país que más ingresos obtenía del mundo y el primero de Europa (56.000 millones), mientras que ocupaba el cuarto lugar por llegadas (58 millones). Para el informe de 2016, China ocupa el primer lugar en cuanto a ingresos (261 millones) y el cuarto en cuanto a llegadas (56.9 millones). Mientras que España decayó un punto en cuanto a llegadas ocupando el tercer lugar (68.5 millones) mientras que en la lista por ingresos ya no figura en los primeros cinco países.

Italia es quinta en llegadas (50.7 millones) y en cuanto a ingresos no figura entre los principales 5 países. En términos de continentes, Europa ocupa el primer lugar en llegadas (615 millones). Haciendo una comparativa de los tres últimos

informes 2014-2015-2016 Europa sigue liderando el crecimiento en términos absolutos y relativos respaldado por un euro más débil frente al dólar estadounidense y otras monedas principales. Las llegadas alcanzaron los 609 millones, 29 millones más que en 2014 y para el 2016 las llegadas alcanzaron 615 millones, 6 millones más que en 2015.

Los llamados países desarrollados son los principales beneficiados por el turismo. Se pronostica que entre 2010 y 2030 las llegadas a mercados emergentes crezcan al doble que las de las economías avanzadas, sobre todo para el caso de la región Asia-Pacífico y África (OMT, 2013). Lo anterior supone un reto para países como los de América Latina que deben redoblar esfuerzos si desean participar en el mercado turístico. Para ello, se han buscado diseñar estrategias que incidan sobre los marcos sociales y esquemas económicos de los países y una de estas acciones tiene que ver con lo que se conoce como *competitividad*. Así, un primer objetivo en la búsqueda de la competitividad, desde el punto de vista político, consiste en la eliminación de barreras estructurales tales como el acceso a los mercados, el comercio y las limitaciones ambientales que se han convertido en impedimentos para el crecimiento sostenido del transporte y el sector de los viajes (Bauman, 2016).

Al respecto, se ha constituido un Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI por su siglas en inglés)¹, el cual es publicado cada dos años y está conformado por cuatro subíndices, 14 pilares y 90 indicadores individuales distribuidos entre los diferentes pilares, los aspectos en los cuales pone énfasis para identificar la competitividad entre países son cuatro: a) una dimensión que tiene que ver con elementos que conforman un ambiente apto, tales como ambiente de negocios, seguridad-protección, recursos humanos y mercado laboral. b) un nivel relacionado con el entorno de la empresa y la infraestructura de cada economía tal como infraestructura de transporte aéreo, terrestre y turística. c) los elementos de política turística como esquemas regulatorios sobre ambiente, apertura internacional, competitividad de precios en el sector turístico. d) los elementos de un país tales como sus recursos naturales, culturales y viajes de negocios (WEF, 2017).

¹ *The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)*.

Para el caso de México, la participación en el mercado turístico contribuye con el 8.7 por ciento del PIB de acuerdo con Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016). Resulta más importante considerando que, según el mencionado índice de competitividad 2017 del foro económico mundial, si bien ocupa el tercer lugar regional y el 22 a nivel mundial, considerando que son 136 economías, hacen falta redoblar esfuerzos, sobre todo en lo relativo a la seguridad del turista donde se encuentra en un lugar muy bajo (i.e. lugar 113) y en la infraestructura turística en donde ocupa el lugar 43.

Existen investigaciones que han abordado la vinculación entre turismo y competitividad desde diferentes niveles y con la más diversa temática. Por ejemplo, una de estas investigaciones se enfoca a analizar el papel de México en el mercado turístico en el marco de la competencia internacional, concluyendo con que las empresas transnacionales tienen más capacidad competitiva, ya que al agruparse tienen ventajas como la centralización de compras, el desarrollo de técnicas de comercialización y administración que les permiten crear economías de escala. En este sentido nuestro país enfrenta serios problemas en cuanto al acopio de información que impide coordinar a los diferentes prestadores de servicios turísticos eficientemente (López, 1992).

Otro estudio enfocado al diagnóstico de la calidad y la competitividad del sector turístico en México (Ibáñez, 2011). Reflexiona sobre los factores que limitan el incremento de competitividad de los servicios turísticos mexicanos, lo cual vinculan a una estructura política y económica inestable. La insuficiente promoción de programas e información detallada sobre financiamiento, capacitación y calidad en los servicios turísticos, al incremento de publicidad negativa sobre condiciones de inseguridad. Este estudio concluye que no basta con tener atractivos naturales y culturales para hablar de competitividad, sino que es necesario poseer una estructura institucional, gubernamental, empresarial y capital humano administrado de manera eficiente, que favorezca el desempeño de esta actividad.

Otro de los textos se hace una revisión sobre lo que implica la competitividad, que no es un fin sino una forma de organización de la actividad económica destinada a alcanzar una meta (Sobrino, 2002). El papel económico de la competencia consiste en disciplinar a los agentes para que suministren artículos y servicios de alta calidad

y a bajo precio. La competencia es el aperitivo de la vida, pero en economía se considera el plato fuerte y cuerpo central organizativo de la teoría económica. Menciona el papel que asume el gobierno en la competitividad y que gracias al desarrollo de sus funciones puede crear las bases organizacionales de la competencia territorial teniendo como objetivo la procuración de la estabilidad económica. En conclusión, detalla que el gobierno contribuye a la competitividad nacional con la adopción de políticas abocadas al fomento del comercio exterior y a la atracción de inversión extranjera.

Un estudio enfocado en la zona metropolitana de Toluca considera un acercamiento a la micro y pequeña empresa del sector de alimentos y bebidas del municipio turístico de Metepec, Estado de México. Que identificar los factores que las hacen permanecer dentro del mercado turístico a este municipio. En este estudio, se llega a considerar el ambiente competitivo, que es alentado por los procesos de globalización económica, ha hecho que la innovación y el desarrollo se erijan como la principal estrategia competitiva, por lo cual la educación en el sector turístico desempeña un papel trascendental (Gutiérrez, 2012).

Aun cuando existe literatura en torno a la temática, cabe señalar, como primera reflexión, que resulta de un nivel muy general, en el sentido de que considera el tema de la competitividad a nivel de política pública y escasamente se hallaron textos que hagan referencia a la importancia de la localización de la infraestructura hotelera que constituye el interés de la presente propuesta de investigación.

Otras reflexiones que se pueden anotar son las siguientes:

- Debido a la importancia que ha adquirido el turismo, muchos países están buscando participar en dicho sector debido a las urgencias impuestas por las crisis económicas y financieras o por las presiones de la deuda externa de los países en desarrollo. Con este propósito han realizado estudios que permitan una mejor comprensión del tema, su vínculo con la actividad turística y el desarrollo nacional (Pérez, 1996; González y Vázquez, 2000).
- Según las estimaciones de la OMT algunos países considerados como economías emergentes están repuntando exitosamente en la captación de los beneficios del turismo inclusive podrían rebasar algunos de los países más desarrollados debido a que han implementado acciones que fortalecen su

competitividad turística. En el caso de México, también se ha planteado últimamente el tema de la competitividad como eje de política nacional turística, lo que demuestra su importancia (Cárdenas, et al. 2014).

En México la competitividad ha sido un tema discutido y forma parte de la política pública actual, con el objetivo de tener un mejor aprovechamiento del potencial turístico y así generar una mayor derrama económica. En el caso del gobierno federal, se tiene especial interés por este sector ya que el 13 de febrero de 2013, se anunció en Nayarit las directrices de la Nueva Política Nacional Turística y, como parte de las acciones definidas, se enfatizó la construcción de las “Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos”, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones que fortalezca al sector en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales así, como con la participación de los demás actores del propio destino (SECTUR, 2013). Entre las líneas de acción más importantes de esta nueva política, se menciona “la conducción del desarrollo turístico nacional con base en esquemas de desarrollo sustentable que posibilite la definición de un nuevo modelo de gestión de destinos turísticos”.

Para la creación de estas Agendas de Competitividad, la Secretaría de Turismo seleccionó 44 destinos turísticos donde se focalizaron los trabajos de fomento y promoción en el país. Resulta interesante mencionar que, en términos generales, los indicadores de competitividad que consideran diversos índices están relacionados con la productividad o la infraestructura. Que el concepto de competitividad es muy amplio y es necesario manejarlo en toda su dimensión para poder diseñar las estrategias de desarrollo adecuadas para que tengan un impacto positivo sobre los procesos sociales y económicos de los países (Blanco, 2008).

Cuando se hace referencia a la competitividad, se alude a uno de los conceptos más empleados en la teoría económica de los últimos decenios, como ha sido muy frecuentado, esto ha ocasionado que sea uno de los temas más controvertidos. Este término provoca polémica según su ámbito de aplicación, ya sea desde la perspectiva empresarial o desde la injerencia de las políticas públicas en la promoción de condiciones que permitan al país atraer inversiones y generar empleos (Regalado y Dante, 2012).

Pasando por las connotaciones de distinto tenor que se le atribuyen y las escalas de análisis y medición que suelen estudiarse para hacerlo operativo, tenemos que la competitividad, según el Foro Económico Mundial (1996), es “la capacidad de un país de alcanzar de forma sostenida altos índices de crecimiento de su PIB per cápita”.

Según el Anuario de competitividad mundial (IMD, 2003), “la competitividad de las naciones es un campo del conocimiento económico que analiza los hechos y políticas que determinan la capacidad de una nación para crear y mantener un entorno que sustente la generación de mayor valor para sus empresas y más prosperidad para su pueblo. La competitividad de las naciones se relaciona con la forma en que ellas crean y mantienen un entorno que sustente la competitividad de sus empresas”.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) propone el concepto de competitividad estructural. Este se entiende como el resultado de la gestión exitosa de las empresas, pero también toma en cuenta la fortaleza y eficiencia de la estructura productiva nacional, las tendencias a largo plazo en la tasa y estructura de la inversión, la infraestructura técnica y otros factores determinantes de las externalidades sobre las que las empresas se apoyan (OCDE, 1992; Suñol, 2006).

En el sector turismo, se desarrollan estrategias que guían la competitividad de los destinos turísticos. La competitividad de los destinos turísticos está asociada a la prosperidad de los residentes por ser estos los principales beneficiarios. La competitividad y sostenibilidad están estrechamente relacionadas, son interdependientes. Este modelo se sostiene fundamentalmente sobre dos factores que pudiéramos considerar que constituyen su base: por una parte, los recursos y atractivos medulares. Por la otra parte, los recursos y factores de apoyo, por ejemplo, infraestructura general, infraestructura turística, calidad de servicios, accesibilidad, hospitalidad, situación geográfica, el entorno macroeconómico, estabilidad política, entre otros (Crouch y Ritchie, 2003; Mazaro, 2008).

Se proponen un modelo integrado, que básicamente sigue el modelo anterior, pero introduce aspectos como los recursos heredados que son endógenos del propio territorio, como sus recursos naturales y sus recursos culturales. Además, introduce a los recursos creados, como las infraestructuras turísticas, agencias de viajes receptoras, así como, abundante gama de servicios que tienen su propia identidad, al igual que los factores y recursos complementarios. Las condiciones del destino y las

condiciones de la demanda pueden ser influenciadas positiva o negativa sobre la competitividad (Dwyer y Kim, 2003; Jiménez et al, 2012).

Como se puede constatar en la revisión de la literatura, un componente clave en la *competitividad de destinos turísticos* tiene que ver con su infraestructura, en específico el hospedaje y hablar de elementos como la localización es el eje principal de este trabajo de tesis. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016) el alojamiento contribuye con el 28.8% de la preferencia de los usuarios (Cuenta Satélite del Turismo de México 2016. Año base 2013).

En este sentido, hasta el momento se han encontrado sólo algunas investigaciones que recuperan lo relativo a la localización y la Zona Metropolitana de Toluca es a quien se le atribuye esta característica, ya que autores como Alcocer y Campos (2013), llevaron a cabo un estudio del comportamiento espacial de la infraestructura turística de dicha zona, el cual identifica cuatro zonas clúster (agrupaciones) en donde se concentra la infraestructura hotelera, sin embargo, nos habla de una localización que se queda a nivel muy técnico, por otro lado la propuesta de la presente investigación está dada en función de conocer a que factores responde esa localización, teniendo como referentes modelos teóricos, empíricos y operativos que contribuyan a la explicación de decisiones de localización, además de la racionalidad económica con la que crece la ciudad y el desarrollo que vislumbra, considerando que se está hablando de una zona metropolitana es importante hablar sobre la metrópoli y el fenómeno metropolitano en México.

1.4 Metrópoli y el sector servicios

Hablar de espacio metropolitano hace referencia a una serie de factores que lo conforman, en primera instancia la ciudad es el protagonista principal en esta conformación, así como la estructura, infraestructura y superestructura que forman parte de ella (Cobos,2005). El espacio metropolitano propiamente dicho es aquel que está ocupado por la mancha urbana continua y las áreas que se encuentran en proceso de urbanización, a esto se le conoce como conurbación cuya definición menciona que es la relación de dos o más áreas urbanas, donde el crecimiento del área urbana se explica por la incorporación de un edificio construido o la construcción

de calles, originando una continuidad física. En este sentido, una conurbación es el resultado de dos áreas urbanas implicadas en su dimensión física y tamaño de población (Venancio Flores, 2016).

El fenómeno metropolitano en México se caracteriza porque más de la mitad de la población radica en territorios donde confluyen dos o más municipios o entidades federativas que deben convenir para establecer un proceso de planeación común. Definir un proyecto integrado y de largo plazo para la metrópoli no es una tarea fácil, con la final de la prestación de determinados servicios públicos, la realización de obras o la coordinación administrativa entre ellos y con los otros ámbitos de gobierno (Iracheta, 2009). En México se transita de una estructura socioespacial urbana a otra mayormente metropolitana. Cada vez más población, capacidad económica y poder de decisión se encuentran en las metrópolis del país. Estas tienden a ampliar su influencia sobre otros espacios en su entorno, conformando así regiones metropolitanas (Ugalde, 2007).

Desde una perspectiva nacional se encamina a una configuración espacio-territorial que detona en la hiperconcentración e hiperurbanización entre los que destaca el Valle de México. La planeación de la infraestructura turística juega un papel fundamental si se quiere configurar como un espacio competitivo (Gallegos, 2016).

El concepto de metrópoli alude a la expansión urbana, al tamaño de población considerable que se desplaza denotando una integración funcional y económica de diferentes demarcaciones municipales, por lo que involucra a distintos gobiernos municipales en una sola unidad territorial. Debido a su tamaño y a la concentración de capital humano, infraestructura y funciones, algunas metrópolis pueden resultar estratégicas o posicionarse en una alta jerarquía en el sistema urbano nacional (Duhau y Giglia, 2008).

De acuerdo con la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, el Consejo Nacional de Población y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015) hay 74 zonas metropolitanas en México (i.e. quince más que las identificadas en el 2010). La población residente pasó de 63.8 millones a 75.1 millones, lo que representó el 56.8% y 62.8% de la población nacional, respectivamente. En esos cinco años las zonas metropolitanas con más de un millón de habitantes se incrementaron de 11 a 13 (i.e. es lo que conocemos como ciudades millonarias).

Su importancia económica se demuestra por el hecho de que contribuyen con el 75% del producto interno bruto nacional, lo que ha significado la transformación del perfil demográfico y económico de México hacia un carácter predominantemente metropolitano (CONAPO, 2010).

En relación al total de población que habita en las metrópolis, las zonas que aumentaron su importancia relativa son, en orden descendente: Tijuana, Cancún, Ciudad Juárez, Toluca y Querétaro, cuyo incremento de población oscila entre 0.8 y 0.3 puntos porcentuales para el lapso de 1990 a 2005. Esto refleja, también, un cambio drástico en la configuración socioeconómica de las zonas metropolitanas, ya que el sector manufacturero ha descendido de manera notable 16.5 puntos porcentuales, mientras que el comercio y los servicios continúan en aumento (CONAPO, 2005).

Los casos más representativos en este proceso de terciarización son las zonas metropolitanas de Minatitlán, Monclova - Frontera, Tehuantepec, Orizaba y Toluca, donde el peso relativo de los empleos manufactureros descendió entre 20 y 33 puntos porcentuales, relevante para la última ciudad debido a que se considera un área con predominio económico industrial.

Cabe destacar que, en economías altamente terciarizadas, el aumento de los servicios tiende a crecer de una manera descontrolada, entre otras razones, debido a que, como lo señalan algunos autores (Graizbord et al., 2015), nadie gobierna los territorios metropolitanos por lo cual cada municipio actúa de manera independiente, además de la existencia de regiones hiperurbanizadas que paradójicamente, alojan la mayor parte de la pobreza urbana en el país y conforman paisajes altamente contrastantes en los que coexisten la riqueza y pobreza.

El problema no es solo la aparición de estos “excesos”, sino los costos sociales y ambientales, la pérdida de productividad-competitividad de las metrópolis. Es claro que no existe un “tamaño óptimo” de ciudad o de metrópoli, lo que sí está claro, son los problemas y deseconomías (i.e. al efecto que se produce en los costos de una producción determinada), que enfrentan muchas metrópolis mexicanas por su desorden, destrucción del ambiente, baja productividad y exacerbación de problemas (Iracheta, 2009). Además, las proyecciones poblacionales indican que la tendencia a la concentración en zonas urbanas se acentuará en todo el mundo, en especial en los

países donde existe un mayor margen para ello. México continuará teniendo el puesto número ocho en 2050, con 134 millones de personas que residirán en este tipo de asentamientos. México ocupó en 2015 el lugar número diez entre los países más poblados del mundo, con 127 millones (United Nations, 2015; CONAPO 2015).

Esta problemática se deriva, en lo general, de la falta de consideración de variables críticas para la prosperidad de las ciudades, tales como: creación y planeación de infraestructura, control de las finanzas, elevación de la productividad, procuración de equidad, inclusión social y buena gobernanza. Esto pone en relieve los retos que tendrán que asumir las ciudades en los próximos años, ya que las ciudades no son compactas, sino que se han extendido de manera horizontal y vertical planteando serias dificultades para solventar servicios, por ejemplo, lo relativo a la movilidad que hace que las personas inviertan mucho tiempo en los traslados de su casa al trabajo (UNESCO, 2016).

Uno de los temas centrales en la planeación metropolitana, como ocurre con la planeación en general, es la capacidad para contar con la información relevante para la toma de decisiones y que dicha información sea reconocida y aceptada por todos los actores sociales de la metrópoli (Iracheta, 2009).

De acuerdo con datos del INEGI, la economía mexicana tuvo un crecimiento de 2.2% anual en el segundo trimestre de 2016; el sector servicios aportó 1.8 puntos y tuvo un aumento de 3.1% anual en este mismo lapso (Martínez, 2015).

En años recientes, el sector servicios ha ganado importancia en la economía de México. De hecho, las actividades del sector terciario rebasan, por mucho, las actividades del secundario en cuanto a la contribución que reportan al producto interno bruto (PIB). Desde hace varios años, los servicios contribuyen con aproximadamente 60% a la producción agregada, mientras que el sector secundario representa cerca del 30% (Flores y Castillo, 2013).

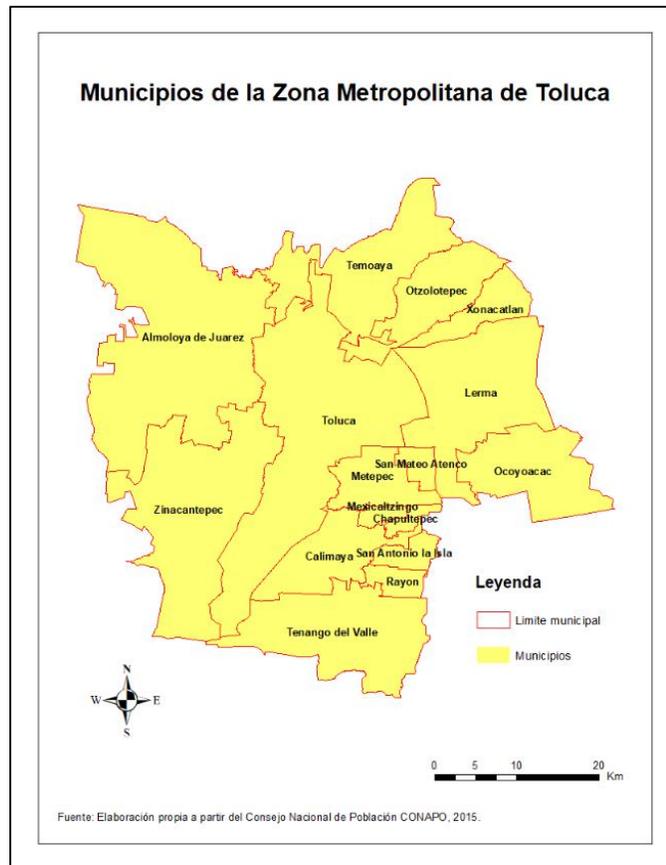
Haciendo una comparativa con países ricos, cuyo sector de los servicios son especializados, de calidad y muy diversificados, en los países pobres, los servicios se parecen más a aquellos de los inicios de la revolución industrial. Servicios personales del hogar, inestabilidad laboral, de baja calidad y poco diversificado. En la realidad mexicana los esfuerzos son desestructurados, lo que ha determinado que ciudades crecen y cuáles no, guiadas por razones de “mercado”, interpretadas como

presunta vocación económica, “deseo de progreso” o tendencias macroeconómicas (Iracheta, 2009).

1.5 La Zona Metropolitana de Toluca y el sector servicios

La Zona Metropolitana de Toluca es la quinta área más grande de México, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Encuesta intercensal 2015. Comprende 2.2 millones de habitantes distribuidos en 16 municipios: Almoloya de Juárez, Calimaya, Chapultepec, Lerma, Metepec, Mexicaltzingo, Ocoyoacac, Otzolotepec, Rayón, San Antonio la Isla, San Mateo Atenco, Temoaya, Toluca, Xonacatlán, Tenango del Valle y Zinacantepec (CONAPO,2015).

Figura 1.1 Municipios de la Zona Metropolitana de Toluca



Las actividades principales en esta zona tienen que ver con el sector de los servicios. Un dato importante que vale la pena mencionar es que, de acuerdo a la *Encuesta de Nacional de Ocupación y Empleo durante el cuarto trimestre de 2018* (INEGI, 2018), el sector terciario emplea a 6 de cada 10 habitantes (ver Tabla 1.2).

Tabla 1.2 Actividades principales en la Zona Metropolitana de Toluca

SECTOR	ASALARIADOS
Primario	12.5%
Secundario	25.6%
Terciario	61.3%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI, 2018)

De los trabajadores subordinados y remunerados, el 12.5% se desempeñó en el sector primario de la economía, 25.6% en el secundario y 61.3% en el terciario, quedando sin especificar el 0.6% restante, en el trimestre que se reporta.

La población ocupada en el sector terciario se vincula con restaurantes y servicios de alojamiento emplea a 34,272 personas lo cual representa el 3.14% del total de población ocupada en este sector económico, muy por encima de otros servicios tales como servicios diversos (INEGI, 2018).

Una de las variables críticas para el desarrollo de las ciudades mexiquenses corresponde a la planeación de infraestructura. Punto de interés para esta tesis corresponde a servicios hoteleros, al estar por encima de otros servicios y generar la mayor parte de los empleos, ya que las obras de infraestructura despliegan grandes inversiones, así como recursos humanos, técnicos, materiales y financieros, por lo que al estar adecuadamente planeadas pueden ser importantes detonadores del desarrollo nacional (Pérez y Páez, 2012).

1.6 Turismo de negocios y la planeación de la infraestructura

El turismo se ha configurado como uno de los motores económicos más importantes de la segunda mitad del siglo XX. Su incidencia en la economía es

directa, sobre las empresas turísticas, alojamientos hoteleros y extra hoteleros, establecimientos de restauración, agencias de viajes, transportes, entre otras. Difícil de evaluar y determinar el impacto sobre el resto de los sectores económicos (Capanegra, 2006)

La actividad turística eleva la dinámica de la economía en los núcleos receptores. Por lo que su importancia depende del nivel de desarrollo económico de un país. A medida que los países son más ricos, el ocio asume una importancia económica creciente. En los países con menores niveles de vida, los recursos se emplean principalmente para satisfacer las demandas básicas de alimentación, vestido y vivienda, con poca renta disponible para el turismo (Sáez, et al., 2006).

Cabe destacar que el turismo incide sobre una gran cantidad de elementos económicos que pueden modificar la capacidad productiva y la generación de renta en un territorio. En muchos casos se convierte en un instrumento poderoso para volver más dinámico el desarrollo económico. Sin embargo, no suele considerarse como un motor del crecimiento a pesar de su impacto sobre una amplia gama de sectores. En todo caso, el turismo se ha erigido en un factor clave de los procesos de crecimiento y en una de las actividades estratégicas en aquellos países que cuentan con recursos naturales y disponen de infraestructura (Frejomil y Sánchez, 2002; Sáez, et al., 2006).

Las actividades turísticas se presentan como una vía sólida de poder aprovechar el desarrollo de recursos propios de un sistema económico. En algunos casos, es el único elemento dinamizador de una sociedad o grupo social concreto, ya sea o bien para salir de situaciones de subdesarrollo o bien para recuperarse del declive de otras actividades. Además, se ha convertido en un mecanismo para captar inversiones directas extranjeras como por ejemplo a través de grandes cadenas hoteleras (Lickorish y Jenkis, 2000:241; Pedreño, 1996:22; Sáez, et al., 2006).

Las ciudades que no tienen su base económica en actividades turísticas que no aprovechan los atractivos culturales-históricos, paisajísticos o arquitectónicos, pero si los servicios comerciales o industriales, prolifera la implantación de establecimientos hoteleros dirigidos exclusivamente al nicho de turismo de negocios. Esto sucede en el caso de Toluca de Lerdo, capital del Estado de México, cuya ciudad

se caracteriza por el turismo de negocios cuya oferta de hospedaje se distribuye en la zona metropolitana.

La mayor parte de agrupaciones hoteleras se concentra sobre importantes vías de comunicación y dentro del municipio de Toluca o en los límites con municipios próximos como son Metepec y San Mateo Atenco. El Municipio de Toluca forma parte de la Asociación Internacional de Ciudades Educadoras del mundo, que enfocan sus trabajos y objetivos hacia una nueva forma de convivencia social². Lo cual implicaría implementar acciones y concentrar esfuerzos en el tema turístico para ser coherente con este reconocimiento.

La ciudad cuenta con diferentes atractivos turísticos que pueden precisar cierta diferenciación de los hoteles por el tipo de turismo que atrae. Por ejemplo: en el centro histórico se practica el turismo de ocio, cultural o recreativo por sus atractivos como el estadio de fútbol (la bombonera), el jardín botánico (cosmovital), la catedral, museos, entre muchas más atracciones. En las vialidades de Tollocan-Avenida Tecnológico, los atractivos y actividades predominantes en su entorno son industriales y se puede apreciar la existencia de firmas hoteleras reconocidas, las cuales ratifican su proximidad a estos centros de entretenimiento y negocios (Alcocer y Campos, 2013).

En la zona del aeropuerto predomina el turismo de negocios. Entre sus sitios de interés está el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones del Estado de México (CIECEM), complejo industrial Tía Rosa, Corporativo Bayer, Grupo Barcel y Plaza Sendero, entre otros. Con este turismo se pone de manifiesto la participación de grupos hoteleros internacionales.

En el torno a la Torre Bicentenario, que hasta hace algunas décadas marcó el límite de la ciudad de Toluca. Los sitios de interés próximos son generalmente industriales y administrativos entre ellos el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC), la Secretaría de Desarrollo Económico y de Turismo del Estado de México, así como algunas oficinas de servicio municipal, Corporativo Bosch, Grupo Gates, Grupo Pfizer, Corporativo Nestlé, Grupo Salgado, Chevrolet y Chrysler. Con estos corporativos industriales y de negocios se

² Página web del municipio de Toluca: toluca.gob.mx

pone sobre la mesa la importancia que tiene la ubicación de complejos hoteleros que satisfacen las necesidades del turismo de negocios.

La zona céntrica de la ciudad de Toluca concentra la mayor oferta turística cultural y recreativa, así como la mayor ocupación hotelera por tratarse de hoteles con un número de habitaciones inferior a los que aparecen en la zona industrial de Toluca donde aparecen cadenas de hoteles internacionales. En este contexto se resalta la importancia de tener conocimiento sobre la organización espacial de la ciudad, pensarla como una totalidad e identificar los factores que han influido en la ubicación de estos hoteles.

Las decisiones de localización están en función de las rutas de transporte, de la cercanía a las ciudades, de la ubicación de las materias primas y de la disponibilidad de la tierra, que está determinado por fenómenos espaciales, precisamente objetivo de las teorías de localización, cuyo fin ha sido explicar las razones en las que se basan productores y consumidores para ubicarse en un lugar determinado (Sosa, 2008).

Estas teorías parten del supuesto de que la decisión de localización tiene como fundamento obtener el mayor beneficio posible que se asocia con las ganancias por los servicios. Por lo tanto, tratar de explicar en donde se localizan las industrias, así como que factores influyen en la distribución espacial de la actividad económica de las ciudades, son cuestiones que deben ser respondidas para comprender el desarrollo potencial de la economía en la ciudad (Estay y Chávez, 2015).

En el Área Metropolitana de Toluca (AMT), se denomina como un área urbana policéntrica, que tiende a expulsar diferentes actividades económicas hacia su periferia, entre ellas las de hospedaje. Con lo cual se determina la coexistencia de actividades industriales importantes. Este proceso desarrolla la existencia de un nicho de mercado muy específico, como sería el turismo de negocios (Garrocho y Campos, 2007).

En los últimos años, se observa un incremento en la participación de cadenas hoteleras de Grupos Turísticos Internacionales. Sin embargo, este concepto de “turismo de negocios” causa polémica porque, según Ascanio (2010), si nos quedamos con la definición de turismo vinculada con el tiempo libre del visitante que llega a una ciudad con fines de ocio, placer o diversión no estaríamos hablando de

turismo de negocios ya que las personas que viajan por dicho motivo obtienen más ganancias que las que gastan en el lugar de visita. El mismo autor comenta que si la definición de turismo se relaciona con el consumo de los atractivos y servicios turísticos, entonces, se puede hablar de manera legítima de turismo de negocios.

En la ciudad de Toluca llegan visitantes que requieren de una serie de servicios e infraestructura, entre la que resulta indispensable el servicio de hospedaje. En relación con el sector hotelero de la ciudad de Toluca, para el cierre del año 2011, dentro de la ZMT, operaban 99 unidades de hospedaje clasificados como se muestra en la Tabla 1.3

Tabla 1.3 Clasificación de hoteles

Hoteles	1 estrella	2 estrellas	3 estrellas	4 estrellas	5 estrellas	Autohoteles y villas
	10.1%	14.1%	24.2%	23.2%	6%	22.2%

Fuente: Elaboración propia a partir de Alcocer y Campos 2013

Un dato interesante que muestra la Tabla 3 es la concentración de los hoteles en el centro de la ciudad de Toluca. Los servicios de mayor calidad, capacidad y costo por noche están ubicados en la periferia. Estas estadísticas son coherentes porque el área industrial de Toluca conlleva la necesidad de mejores servicios dado el perfil de quienes llegan a hospedarse (i.e. ejecutivos de empresas trasnacionales y nacionales) (Alcocer y Campos, 2013).

1.7 Condiciones y problemáticas de la ocupación espacial hotelera en la Zona Metropolitana de Toluca

Como se ha mencionado en años recientes, el sector servicios ha ganado importancia en la economía de México. De hecho, las actividades del sector terciario rebasan, por mucho, las actividades del secundario en cuanto a la contribución que reportan al producto interno bruto (PIB). Los servicios contribuyen con aproximadamente 60% a la producción agregada, mientras que, el sector secundario, representa cerca del 30% (Flores Sánchez, et al., 2013).

Para el caso del turismo en México en 2016, registró 226 millones de viajes, lo cual significa el 20% más que lo observado hace cuatro años. Estos viajes implicaron 90 millones de llegadas a cuartos de hotel. Este dinamismo ha acelerado la construcción de nuevos cuartos de hotel, y, en promedio, se edifican 15 mil cada año, que equivalen al número de habitaciones que tiene actualmente el destino de Los Cabos, y este es un ritmo de crecimiento muy importante (SECTUR, 2017).

El Índice de Competitividad de Viaje y Turismo del Foro Económico Mundial, donde ubica a México en el lugar 22. Es decir, ha registrado un avance de 8 posiciones desde 2015. En este índice uno de los pilares es lo relativo a la infraestructura de servicios turísticos donde se incluye el hospedaje, rubro en donde México ocupa el lugar 43 en relación con el número de cuartos de hotel, esto entre 136 economías analizadas (World Economic Forum, 2017).

Cada día se reconocen más las bondades del turismo en términos económicos y de desarrollo regional. Si bien los llamados países desarrollados son los principales beneficiados por el turismo, se pronostica que entre 2010 y 2030, las llegadas de turistas a mercados emergentes crezcan al doble que el de las economías avanzadas, sobre todo para el caso de la región Asia-Pacífico y África. Lo anterior supone un reto para países como los de América Latina que deben redoblar esfuerzos si desean participar en el mercado turístico (OMT, 2013).

En síntesis, la infraestructura hotelera tiene una función importante dentro de las ciudades, además de proporcionar estancia para los visitantes durante un periodo de tiempo, contribuye a la economía local (Hall y Page, 2006; Alcocer y Campos 2013). Por tanto, conocer a qué factores responde la localización de la infraestructura hotelera, además de su evolución e impacto económico, social y urbano en la ZMT, puede ayudar a lograr una mejor organización de servicios turísticos a nivel intraurbano como lo sugiere (Alcocer y Campos, 2013), ya que, pese a su importancia, su estudio dentro de ciudades Latinoamericanas no ha presentado demasiado interés; en México, incluso, se podría decir que es inexistente, en contraste con lo que ocurre en ciudades europeas y norteamericanas.

La infraestructura hotelera como parte del subsistema económico y comercial tiene una función importante dentro de las ciudades. La ZMT se caracteriza por la proliferación del sector terciario, el cual genera la mayor cantidad de empleos. Entre

las actividades que se ubican en este sector destacan los servicios de alimentos y bebidas, así como el de hospedaje. La base económica de esta zona no está precisamente enfocada en actividades turísticas con atractivos culturales-históricos, arquitectónicos o paisajísticos, pero sí comerciales o industriales. Por lo tanto, prolifera la implantación de establecimientos hoteleros dirigidos casi exclusivamente al nicho del turismo de negocios y convenciones.

A pesar de las características mismas de la ciudad *básicamente de naturaleza industrial*, en menor medida, un destino de ocio con algunos atractivos culturales, arquitectónicos o paisajísticos. Es destacable el hecho de que en la ZMT también se ha constituido como un lugar de turismo urbano, particularmente, de turismo de negocios como consecuencia de la instalación de empresas nacionales e internacionales desde varios años.

Como parte de una respuesta para atender las necesidades de tal segmento, por ejemplo, se puso en marcha el Centro de Convenciones y Exposiciones Toluca, argumentándose que “espacios como este se vuelven importantes promotores del turismo y especialmente un turismo sobre todo de negocios y de exhibición y exposición, para mucho de lo que se hace en el Estado de México, o de lo que se quiere presentar a distintos sectores, desde el Estado de México” (Anon, 2017).

Un dato importante que vale la pena mencionar y que muestra la importancia que pueden tener los servicios de hotelería en la ZMT. Es que el turismo convencional genera en promedio 1.44 noches de ocupación, mientras que el turismo de reuniones propicia 2.09 noches de ocupación, equivalentes al 19% del total de las habitaciones que se ocupan durante un año.

Como se puede observar el sector terciario tiende al crecimiento como parte del desarrollo urbano más amplio que ha experimentado la ciudad de Toluca y que la convierte en una de las más grandes áreas metropolitanas del país. En este contexto, conocer y analizar los factores que inciden en el desarrollo de la infraestructura hotelera permitiría conocer, entre otros aspectos, los patrones de su desarrollo y los factores socioespaciales que lo determinan y la transforman en un elemento básico de competitividad y uso territorial. Así como otros aspectos más específicos tales como la forma en que su presencia en el espacio afecta directamente la accesibilidad

del AMT, así como la conformación urbana del empleo en dicho sector, entre otros aspectos.

En la explicación del desarrollo hotelero en la ZMT, la variable socioespacial es fundamental. Esta variable se explica desde cuatro elementos que la conforman: descriptiva, explicativa, prospectiva y prescriptiva, lo cual permitiría contribuir a la generación de acciones o estrategias que permitan un mejor uso de los recursos de la ciudad. Sobre todo, en relación con la discusión de mejores formas de gestión urbana que fortalezcan la vocación de la ciudad, para el caso específico del turismo de negocios.

El desconocimiento de la organización espacial de los servicios terciarios puede generar problemas por no saber hacia dónde va su evolución. Lo cual se visualiza de manera concreta en el fenómeno del congestionamiento vial, un sector de servicios inseguro, desarticulado de la ciudad (i.e. movilidad de trabajadores). Así también, en la generación de estrategias incompletas de planeación urbana y participación de los distintos agentes sociales (i.e. públicos y privados) en su gestión y aprovechamiento.

Por lo tanto, este trabajo de tesis se justifica desde un punto de vista *Teórico*, ya que aportará al entendimiento de la localización de infraestructura hotelera la Zona Metropolitana de Toluca. Además de ampliar las fronteras del conocimiento ya que el estudio del desarrollo socioespacial de la hotelería dentro de ciudades latinoamericanas no ha presentado demasiado interés en México, incluso, se podría decir que es inexistente, en contraste con lo que ocurre en ciudades europeas y norteamericanas (Chung y Kalnins, 2001).

Desde un punto de vista *Metodológico*, esta investigación toma como referencia un modelo concéntrico de localización intraurbana de Egan y Nield (2000), que explica una probable jerarquización de hoteles basados en su localización (*Towards a Theory of Intraurban Hotel Location*), sobre todo para analizar aspectos de comportamiento espacial de hoteles de acuerdo a su categoría y características como el número de habitaciones. Y, por último, desde una perspectiva aplicada, puede resultar de gran utilidad para el sector turístico en diversas ciudades de México al marcar una pauta para identificar y clasificar las ciudades en función de su

infraestructura hotelera con la finalidad de otorgar una mejor organización de servicios turísticos a nivel intraurbano.

Capítulo II. Estudios teóricos y empíricos de modelos de localización para hoteles

El objetivo del presente capítulo es conocer estudios teóricos y empíricos de modelos de localización para hoteles, identificando el modelo de localización intraurbana de hoteles de Egan y Neild (2000) el cual es la base de la presente investigación para probar su relevancia en la localización de hoteles en ciudades mexicanas (específicamente en la ZMT) para identificar y clasificar el peso que tienen determinadas actividades y como contribuyen a la construcción de la morfología y actividad económica de la ciudad, así como a la planificación en función de su infraestructura turística, para otorgar una mejor organización de servicios para el sector turismo de negocios a nivel intraurbano, así como develar la lógica locacional de los servicios de hotelería en una ciudad mexicana de gran tamaño.

Un destino turístico requiere de importante inversión para su posicionamiento, competencia dentro del mercado y la construcción de obras de infraestructura tan variada es la que resaltara la importancia de dicho lugar, en primera instancia dotarlo de servicios básicos como; agua potable, drenaje, electricidad, vialidades, y la instrumentación de los servicios municipales básicos. Esta actividad económica se apoya de la variable accesibilidad la cual hace referencia a la capacidad que tiene un destino para su disfrute y uso de servicios e infraestructura, por ejemplo, accesibilidad desde los mercados exteriores, pero también desde el interior del área hasta los centros de producción de consumo. En este sentido los distintos tipos de accesibilidad condicionan una cierta forma de especialización en distintas áreas (Sánchez, 1991:129).

La segunda fase corresponde propiamente a la construcción de los espacios de acogida: hoteles-residencias secundarias. En el turismo hay un determinismo geográfico que no puede ni debe ser soslayado y que implica la concepción de un binomio indisoluble: turismo-espacio. No pueden ser concebidos el uno sin el otro

sobre todo porque esos espacios así construidos reflejan la acción de las sociedades inmiscuidas y de un momento coyuntural que deja huellas aun después de los ciclos de vida de cada constructo.

Por lo tanto, para poder llevarlos por un recorrido sobre los distintos estudios que enfatizan la importancia de la localización además de casos de estudios prácticos. En donde se aplican diferentes modelos de localización que intentan dar una explicación teórico-empírica u operacional de porque la infraestructura de diferentes lugares está dada de tal manera, lo primero que vale la pena destacar es el concepto de espacio y ese recorrido por las ciencias sociales que lo lleva a ser lo que hoy se entiende por el mismo.

Hacia finales del siglo XIX, en el marco de la conformación del Estado alemán, el biólogo Friedrich Ratzel (1844-1904) propuso el concepto de espacio dentro de la geografía. Ratzel aprovechó la propuesta de Lebensraum (espacio vital) que acuñó Heinrich Von Treitschke (1834-1896), historiador y politólogo. Ratzel planteaba que existía una relación entre el suelo y el Estado, percibía la influencia que podían tener las representaciones geográficas, las ideas religiosas y nacionales (Raffestin, 2013: 33). Las propuestas de Ratzel fueron de suma importancia para impulsar el determinismo geográfico, el cual consistió en establecer causalidades entre las características geomorfológicas y climáticas del espacio, su asociación con las actividades y comportamientos humanos.

En el escrito de Schaefer (1953/1988), se encontró el respaldo para impulsar a la geografía como una ciencia capaz de establecer leyes que permitieran comprender y ordenar al espacio a partir de metodologías cuantitativas. Basadas en modelos geométricos y estadísticos, para analizar localizaciones, flujos, distancias e interacciones espaciales. De hecho, en busca de referencias históricas, la nueva geografía rescató algunas propuestas teóricas del siglo XIX y de primera mitad del siglo XX (Ortega, 2000: 272), verbigracia, la teoría de la localización formulada por el sajón Johann Von Thünen (1783-1850), o bien la recuperación de la teoría de los lugares centrales publicada en 1933 por el geógrafo alemán Walter Christaller.

Aun así, se deben reconocer dos legados de esta corriente: la intención de consolidar en el plano científico a la geografía, mediante una rigurosidad epistemológica y metodológica, y considerar al espacio como objeto de estudio en el

campo geográfico. Por otro lado, los geógrafos adheridos a la corriente de la geografía de la percepción y el comportamiento se valieron de un importante recurso metodológico: los mapas mentales (i.e. mapas de percepción) diseñados por sus informantes. El planteamiento teórico de esa tendencia se basó en admitir que los seres humanos acumulan una serie de imágenes en su mente lo que puede dar lugar a la realización de mapas mentales individuales y por ende colectivos, con el propósito de abrir una nueva cartografía entre el mundo real y la conducta humana (Morales, 2012: 138).

Hasta la fecha, los mapas de percepción son una herramienta metodológica para muchos geógrafos, dada su utilidad en análisis académico o en ejercicios de planificación y ordenamiento territorial.

Abriendo paso a los distintos estudios que dan cuenta de la importancia de decisiones de localización de hoteles (Griffin y Ford, 1980), proponen un modelo que combina elementos tradicionales de la estructura urbana y los procesos de modernización que están alterando las ciudades, específicamente de América Latina, sin embargo, caen en cuenta que es lo suficientemente complejo como para ofrecer información sobre la dinámica urbana. Estos autores mencionan que los estudios hoy en día están más centrados en elementos específicos como vivienda, asentamientos ilegales, cambio social, organización política, migración, industrialización y modernización, pero ha habido poco esfuerzo por desarrollar un modelo de estructura interna basado en la experiencia urbana de América Latina.

Pocas ciudades de América Latina son ciudades industriales por excelencia, pero muchas se están convirtiendo en importantes centros industriales con actividades que van desde el procesamiento de alimentos hasta el ensamblaje de automóviles. Las industrias requieren una ubicación urbana relativamente central que sea accesible a las principales autopistas, ferrocarriles y suministro de mano de obra. La industrialización requiere una serie de servicios urbanos, como el agua y la electricidad. Muchas ciudades de América Latina tienen grandes áreas cerca de sus núcleos que están industrializadas hasta cierto punto.

La ciudad tradicional Latinoamérica está experimentando cambios. La estructura urbana de América Latina ha sido moldeada por fuerzas que han producido una morfología similar entre las ciudades de la región. Por lo que Griffin y Ford (1980)

ofrecen un modelo generalizado para describir la forma de las ciudades de América Latina y para explicar al mismo tiempo los procesos destacados responsables de la estructura espacial. Llegando a la conclusión que los componentes principales de este modelo son un distrito central de negocios económicamente dinámico.

Una columna comercial primaria asociada con un sector residencial de élite y tres zonas concéntricas de calidad residencial decreciente: La zona de madurez, la cual hace referencia al área de mejores residencias en la ciudad en donde la población es algo mayor, hay menos niños y la densidad de población puede ser menor que en las áreas periféricas.

La zona de acreción in situ en donde las ciudades tienen una calidad residencial modesta, pero muestran signos de transición a una zona de madurez. Esta zona de acreción se caracteriza por un tipo, tamaño y calidad de la vivienda. Su tasa de mejora se basa en la capacidad de una ciudad para brindar servicios y movilidad económica continua a los residentes. Y por último la zona de asentamientos de ocupantes periféricos la cual es la peor sección de la ciudad en términos de calidad de la vivienda y servicios públicos (Griffin y Ford, 1980).

2.1 Teorías y modelos de localización intraurbana de las actividades y de la infraestructura hotelera

Yang, et al. 2012 llevaron a cabo un estudio con el objetivo de investigar los factores potenciales que contribuyen a la elección de la ubicación del hotel esto mediante un modelo logit ordenado que incorpora las características del hotel y la ubicación. Los resultados obtenidos sugieren que, la calificación de estrellas, años después de la apertura, la diversificación del servicio, la propiedad, el efecto de aglomeración, la infraestructura del servicio público, la accesibilidad vial, la accesibilidad del metro y la accesibilidad a los sitios turísticos son determinantes importantes.

La ubicación espacial es uno de los factores más importantes para un nuevo establecimiento hotelero. En comparación con las empresas de la industria manufacturera, sus contrapartes en las industrias de servicios, como los hoteles,

dependen en gran medida de una estrategia de ubicación efectiva para tener éxito en la competencia para atraer a los huéspedes a alquilar sus habitaciones.

Por otro lado, la ubicación del hotel es un factor esencial que influye fuertemente en la decisión de selección de hotel de un turista. Rivers et al. (1991) demostraron que la conveniencia de la ubicación influye significativamente en la selección de hoteles por parte de los turistas, especialmente para todos los turistas de negocios. Lewis y Chambers (1989) argumentaron que la ubicación era el factor más importante que influye en la selección de hoteles.

Este estudio considera determinantes de la ubicación del hotel divididos en dos categorías, la primera tiene que ver con los atributos de la ubicación, como la accesibilidad, el nivel de aglomeración y el desarrollo urbano del área de ubicación, mientras que la otra consta de las características individuales del hotel, incluida la escala del hotel, la clasificación de estrellas, la propiedad y la diversidad de servicios. Argumentó que esto se debe a que los turistas prefieren un lugar donde se encuentran disponibles varios servicios.

Además, cuando los hoteles eligen sus ubicaciones, se considera la accesibilidad a otras instalaciones, como aeropuertos (Wall et al., 1985), estaciones de ferrocarril (1990) y atracciones turísticas (Arbel y Pizam, 1977).

Los hoteles en áreas urbanas no se distribuyen al azar, suelen estar altamente agrupados. El efecto de aglomeración se refiere a los beneficios que el hotel puede recibir de la agrupación. En general, un incentivo para elegir ubicarse cerca de otros hoteles es obtener una influencia positiva significativa en la eficiencia de los hoteles (Barros, 2005b), lo que significa que los hoteles pueden obtener efectos secundarios positivos de sus vecinos.

La elección de la ubicación del hotel en áreas urbanas depende en gran medida del desarrollo urbano, que inevitablemente cambia la estructura urbana. A medida que avanzaba el desarrollo urbano y la evolución, los hoteles que se establecieron en diferentes períodos tendieron a tener distintas preferencias de ubicación (Yang, et al. 2012).

En lo que se refiere a los bienes y servicios públicos, algunos ejemplos de estos atributos públicos incluyen, entre otros, la calidad ambiental, la seguridad pública, la disponibilidad de infraestructura pública y la diversidad cultural. Por lo

tanto, se cree que los bienes y servicios públicos influyen tanto en las funciones de utilidad de los turistas en el lado de la demanda como en las funciones de producción de los agentes de turismo en el lado de la oferta. Basado en este argumento, es probable que los hoteles elijan lugares con abundante suministro de bienes y servicios públicos.

Para el establecimiento hotelero, diferentes escalas representan diferentes costos para el uso del suelo. Con el fin de reducir el costo de la tierra, los hoteles grandes generalmente tienden a ubicarse lejos del centro de la ciudad, ya que se requiere menos renta en la periferia de la ciudad (Egan y Nield, 2000). Esto responde un poco al tipo de hoteles que se encuentran ubicados en las grandes avenidas como Paseo Tollocan, Tecnológico y Aeropuerto de la Zona Metropolitana de Toluca.

Hoteles con diferentes clasificaciones de estrellas atienden a diferentes mercados potenciales. Por lo tanto, están lidiando con diferentes demandas, y sus ingresos y productividad son diferentes. En el modelo propuesto por Egan y Nield (2000), se argumenta que esta diferencia resulta en diversas curvas de oferta y alquiler. Los hoteles de lujo (calidad de cuatro / cinco estrellas) atraen a viajeros de negocios adinerados.

Algunos hoteles estatales, especialmente los establecidos en los primeros años, prestó más atención a razones políticas más que comerciales. El inversor del hotel no consideró los problemas económicos como una prioridad al elegir las ubicaciones. Este modelo de ubicación de hoteles resulta relevante ya que se pueden identificar varios determinantes en la ubicación del mismo, además de que proporciona sugerencias útiles para la planificación urbana y considerar variables para atraer ciertos hoteles a una región en particular (Yang, et al. 2012).

Algunas investigaciones han examinado la importancia de ubicación en una selección de sitios de hotel, especialmente en destinos urbanos que resultan en la creación de varios modelos. Por lo que un creciente cuerpo de investigación (Shoval et al, 2011) se centra en el turismo en destinos urbanos, quienes llevan a cabo un análisis de la actividad espacio-temporal de los turistas alojados en cuatro hoteles en diferentes áreas de Hong Kong. Rastrearon con GPS los movimientos de 557 excursiones de turistas en un día.

El estudio concluyó que la ubicación del hotel tiene un profundo impacto en los movimientos turísticos. Este estudio pone a prueba la cuestión de la importancia de la ubicación del hotel en movimientos turísticos, un tema que anteriormente no ha sido explorado en la literatura turística. Los datos se analizaron con el software del Sistema de Información Geográfica (SIG).

El estudio confirmó la importancia de la territorialidad, pero cuestionó la validez de la linealidad. Este estudio, sin embargo, no examinó el nivel de compromiso ni tampoco buscó monitorear las pistas específicas de turistas seguidos dentro de un destino. Un primer resultado arrojó que los nodos parecen tener la capacidad de atraer turistas sin importar la ubicación del hotel. Sin embargo, la visita a otros nodos turísticos dentro de la ciudad es influenciado fuertemente por la ubicación del hotel, con el volumen de Turistas aún más moderados por la presencia de barreras geomorfológicas. Además, el estudio sugiere que la decadencia a distancia es aplicable a un nivel micro, así como un nivel macro.

La importancia de la ubicación del hotel como factor crítico influye en patrones de consumo dentro de un destino con amplias implicaciones. Tanto para el desarrollo de productos como para el marketing de destinos. Además, demuestra claramente el impacto que la ubicación del hotel tiene en los movimientos turísticos y la necesidad, de tenerlo en cuenta en cualquier análisis del comportamiento turístico urbano.

Finalmente, el estudio demostró la importancia y validez de la adopción de métodos innovadores de investigación para profundizar en el comportamiento del turismo (Shoval et al, 2011).

En otro estudio se dividen los modelos de ubicación de hoteles previamente documentados en tres categorías principales: modelos teóricos, modelos empíricos y modelos operativos. Los modelos teóricos están diseñados para explicar el proceso de ubicación del hotel bajo ciertas condiciones con teorías particulares y generalmente son capaces de predecir ubicaciones futuras del hotel. Los modelos empíricos emplean una estrategia que explica el mecanismo / patrón de ubicación del hotel basado en observaciones empíricas y resume la regla refinada de ubicación del hotel. Los modelos operativos indican cómo aplicar la regla de ubicación del hotel preexistente para tomar decisiones operativas de ubicación del hotel (Asuad, 2014).

También examinan diferentes escalas espaciales de varios modelos de ubicación de hoteles porque estas escalas llevan a diferentes procesos de toma de decisiones. Básicamente, consideran tres escalas espaciales de análisis de ubicación de hoteles, a saber, interregional, intrarregional e intra-metropolitano. Para los estudios interregionales, se evalúa el atractivo de cada región para las nuevas entradas de hoteles y estos estudios facilitan la toma de decisiones en el mercado para los inversores hoteleros. Para los estudios intrarregionales, se consideran ubicaciones específicas dentro de una región (como un condado, un estado o incluso un país), y los factores de la estructura de la ciudad se pueden pasar por alto en parte en esta escala más amplia. Para los estudios intra-metropolitanos, el enfoque principal es seleccionar una ubicación apropiada dentro de una ciudad o área metropolitana. Como resultado, la estructura de la ciudad, la ubicación y la expansión urbana, tiende a desempeñar un papel crucial.

Tabla 2.1 Modelos de localización

Interregional-intrarregional-intrametropolitana			
Modelos teóricos	Están diseñados para explicar el proceso de ubicación del hotel bajo ciertas condiciones con teorías particulares, y en general, son capaces de predecir futuras ubicaciones.	Modelo turístico-histórico de la ciudad	Se identifican seis tipos de zonas: la entrada a la ciudad tradicional, las estaciones de ferrocarril/vías de acceso, zonas de transición. Estas zonas están asociadas a diferentes tipos de hoteles
	Estas teorías incluyen teorías geográficas, económicas y de mercadeo	Modelo monocéntrico	Describe la distribución de los patrones de uso del suelo como varios anillos monocéntricos de acuerdo con la distancia desde el centro de la ciudad y enfatiza la importancia primordial de la accesibilidad en la configuración de este patrón
	Se puede aplicar para investigar la ubicación de hoteles a escalas intrametropolitanas, intrarregionales e interregionales. Sin embargo, estos modelos brindan información limitada sobre la elección de la ubicación absoluta dentro de un área.	Modelo de aglomeración	Las ubicaciones suelen estar muy agrupadas con otros hoteles heterogéneos u homogéneos para lograr un efecto de aglomeración. El efecto se refiere a los

			beneficios que el hotel puede recibir de la agrupación.
		Modelo multidimensional	Se generan para explicar la elección de entrada al mercado de hoteles, tanto para productos como para ubicaciones geográficas.
Modelos empíricos	Emplean una estrategia que explican el mecanismo/patrón del hotel basado en la observación empírica	Modelo estadístico espacial (vecino más cercano, desviación estándar, curva de Lorenz para estudiar la inequidad en la distribución hotelera)	
		Modelo de regresión de zonificación:	trata la medida de intensidad hotelera dentro de una zona particular como la variable dependiente y la especifica como una función de variables explicativas
Modelos operativos	Indican como aplicar la regla de ubicación del hotel preexistente para tomar decisiones operativas sobre la ubicación del hotel	*Método de verificación: se deriva de la opinión de expertos sin la validación empírica rigurosa *Predicción estadística: modelo de regresión *Sistema de información geográfica	

Fuente: Elaboración propia a partir de Asuad, 2014

2.2 El enfoque de la nueva geografía económica.

Como principal autor a esta corriente Krugman (1991), se concentra principalmente en el comportamiento de la localización, menciona que el modelo de Christaller es inadecuado y esto da un intento de explicación. El enfoque de las redes de ciudades el cual habla sobre la especialización urbana, en industria y servicios, que contradice la no especialización jerárquica de los centros.

Esta red de ciudades proporciona una más convincente y coherente interpretación de los emergentes patrones territoriales. Se identifican tres tipos de redes, 1) red de complementariedad, consiste en centros especializados y

complementarios que se vinculan a través de relaciones de insumo-producto. La especialización sectorial garantiza economías de escala y de aglomeración aun en centros de menor tamaño. 2) Redes de sinergia, consiste en centros similares que colaboran entre sí, economías de escala se garantizan por la red de cooperación que vinculan los mercados de los centros individuales. 3) redes de ciudades de innovaciones: consisten en centros que cooperan en proyectos de infraestructura o productivos.

Este enfoque abandona el de jerarquía y el de no sobre imposición de las áreas de mercado, descarta el principio de eficiencia económica espacial-minimización del costo de transporte y maximización del área de mercado controlada desde el centro. A pesar de las ventajas antes mencionadas no puede hablarse de una teoría propiamente dicha, ya que carece de una formalización adecuada y de un reconocimiento científico amplio (Asuad, 2014).

2.3 Factores de Localización-Asignación.

El primer concepto que vale la pena rescatar es el de *espacio*, cuya definición hace referencia a una entidad geométrica abstracta definida por lugares y objetos. Una red de lugares y objetos que las personas pueden experimentar directamente a través del movimiento y el desplazamiento, del sentido de dirección, de la localización relativa de objetos y lugares. Puede ser la distancia o la expansión que los separa y los relaciona. En esta definición se introdujeron los conceptos de lugar, espacio y experiencia, siendo conceptos fundamentales espaciales el de localización, distancia, dispersión y distribución (Tibaduiza, 2008).

Los factores de localización tienen gran relevancia debido en gran parte a la influencia de los costos a los que hace frente una empresa cuando elige un determinado espacio. De esta manera, los factores de localización han servido como criterio sobre el que se basa la decisión de producir ya no solo en un país, sino a nivel internacional. Al respecto, los determinantes más comunes son los que hacen referencia al tamaño de mercado y su crecimiento. Así como una afinidad social y cultural, la estabilidad de mercado y la capacidad de las empresas locales de mantener sus barreras (Buckley, 1995; Vargas y Hernández, 2006). En el caso de los

factores de localización para el sector hotelero internacional a lo que se les atribuye mayor importancia son los siguientes:

- a) El contexto cultural e histórico, las dotaciones de recursos y la situación de los mercados.
- b) Los recursos físicos, la localización geográfica o el clima de un país pueden también ser un atractivo a la inversión extranjera.
- c) La disponibilidad de mano de obra, infraestructura y dotación de tecnología.
- d) El sistema económico y político.
- e) La política económica.

Por otro lado, la importancia de la localización de los servicios ha sido fundamental para enfatizar que la justicia social territorial debiera tener una localización de acuerdo a las necesidades de los distintos grupos de población, entendida como la necesidad de buscar y alcanzar un reparto equitativo de los bienes sociales. La justicia, vista desde cualquier ángulo, tiene implicaciones geográficas y expresión espacial, por lo que el espacio sería algo más que una mera característica externa del mundo social. De allí que el territorio este sujeto a múltiples y sucesivas modificaciones en función del uso que la sociedad, a lo largo de la historia, hace del mismo (Trinca, 2013).

Otra perspectiva subraya la importancia que tienen los servicios para el desarrollo regional. A su vez, este enfoque puede dividirse en dos corrientes principales. La que adopta las ideas de la teoría del lugar central y trata de moldear los sistemas de asentamientos de acuerdo al ideal teórico. Por el otro lado, los que, adoptando también la lógica de la teoría del lugar central, intentan identificar las localidades que mejor puedan satisfacer las necesidades regionales y de servicios (Garrocho, 1992).

La teoría del lugar central fue elaborada por Walter Christaller a principios de los años treinta y modificada por August Losch a finales de la misma década. Sin embargo, los elementos básicos de lugar central siguen vigentes y ofrecen una estructura analítica general que ha demostrado ser flexible y útil para los planificadores.

Aunque las distintas aproximaciones teóricas pueden generar soluciones de localización diferentes, todas subrayan la importancia que tiene la accesibilidad a los servicios para que la población los utilice de la mejor manera. Algunos conceptos que

tienen relación directa entre la localización y los servicios son los siguientes: justicia, desarrollo regional, teoría del lugar central y accesibilidad (Garrocho, 1992).

2.4 Justicia y localización de servicios

Una de las ideas centrales en la planeación locacional de servicios, es que la distancia principalmente en términos de tiempo y costos de transporte que los consumidores tienen que recorrer para acceder a los servicios representa que animara o inhibirá el consumo. La naturaleza espacial de la relación entre consumidores y el servicio, provoca que la accesibilidad de los servicios no sea la misma para toda la población. Por lo tanto, la distribución de los beneficios generados por los servicios no sea homogénea (i.e. igual) entre individuos, grupos y localidades (Ramírez y Bosque 2001; Ramírez, 2015).

Siguiendo un razonamiento básico de economía, mientras mayor sea el costo de transporte a los servicios, menor la cantidad de servicios que se pueden consumir. A este efecto de la distancia sobre la utilización de los servicios se le conoce como la fricción de la distancia, está ampliamente documentado y ha justificado el interés de la planeación regional en el concepto de accesibilidad. Tradicionalmente, la planeación regional ha propuesto reducir las desigualdades regionales y sociales y ha asumido que es un principio de justicia. Así los grupos que enfrentan mayores desventajas podrían requerir de un trato preferencial para disfrutar de niveles de accesibilidad más justos (Garrocho, 1992; Suárez-Lastra y Delgado-Campos, 2007).

La fricción de la distancia no podrá, ni en el mejor de las situaciones, ser eliminada. Pero sus efectos si pueden ser reducidos y controlados planeando la localización especial de los servicios. Facilitar el acceso a los grupos que más necesitan el servicio ha sido un objetivo recurrente en la planificación urbana y regional, y elemento central para alcanzar la justicia social y territorial en la distribución de los servicios públicos.

2.5 Localización de servicios y desarrollo regional

Desde la perspectiva del desarrollo regional, la inaccesibilidad de los servicios es una barrera en la producción y en el bienestar de la población. El saber en qué actividades y en qué lugares hay que localizar los recursos, según sea el propósito de planificación, permitirá influir en los niveles de productividad regional. Al poner a la población en contacto con servicios necesarios para su desarrollo, lo que facilitaría la integración de las economías locales, modificaría la distribución territorial de la población y las actividades, incrementaría los niveles de bienestar y ayudaría a ajustar el proceso de desarrollo a las aspiraciones e interés de la población (Vázquez, 2000).

La distribución espacial de los servicios está ligada directamente a consideraciones de justicia y equidad social, pero también es importante en términos de crecimiento económico y desarrollo (Garrocho, 1992).

La accesibilidad locacional depende de la localización del servicio, de la distribución espacial de los consumidores y de la movilidad de ambos. Por lo tanto, uno de los principales objetivos de la planificación de los servicios sería maximizar su accesibilidad. Los conceptos presentados hasta el momento dan solo una idea general de las consideraciones más importantes que se deben tener en mente cuando se realiza un análisis de localización (Garrocho y Campos, 2010).

En el análisis locacional un enfoque que destaca es la de los sistemas de asentamientos. Este propone que se explore la organización funcional (i.e. la centralidad de los asentamientos y las relaciones que existen entre ellos) del territorio para definir criterios de localización que favorezcan una mejor distribución social de los servicios. De acuerdo con la teoría de lugar central, la centralidad de cada lugar definirá su importancia en el contexto del sistema de asentamientos (Valbuena, 2013).

La geografía juega un papel importante al ser una ciencia que tiene por objeto el estudio del espacio (i.e. ciencia espacial). Traducido a contenidos de diferenciación espacial de las sociedades o el estudio de las condiciones humanas que afectan a la organización en el espacio (ciencia social) y de las relaciones hombre-medio o las condiciones naturales (ciencia ambiental o física). Ciencia de encrucijada y de múltiples vías de análisis como los efectos de distancia de proximidad, los efectos de la escala y de la representación espacial (Bohórquez y Velásquez, 2008).

Actualmente es una disciplina desigualmente reconocida en muchos ámbitos e instituciones académicas, de ahí que sea denominada disciplina “cenicienta”, teniendo como príncipe encantador a la cartografía y por extensión a la teledetección. En cualquier caso, aparece la geografía en el grupo de las ciencias físicas y humanas como una ciencia abierta, bisagra, que estudia las formas de organización espacial sobre la superficie terrestre para poder acondicionarla más eficazmente (Garrocho y Buzai, 2015).

Desde la perspectiva espacial en los servicios que ofrece el sector privado, el funcionamiento de esas actividades implica una serie de componentes que conviene identificar: a) Agentes que proporcionan los servicios, b) una población (usuarios potenciales) distribuidos espacialmente, los cuales conforman unos patrones variables de la demanda/necesidad, c) unos recursos (instalaciones, equipamientos, bienes muebles, etc.) donde generalmente se realizan los actos de provisión/uso, d) un territorio con unas estructuras concretas que definen el marco y condicionan el funcionamiento espacial de las comunidades y e) unas relaciones espaciales entre esos entes, plasmadas en flujos de naturaleza diversa tales como desplazamientos, comunicaciones, etc., que materializan la convergencia espacio temporal entre proveedor-consumidor, típica de los actos de servicio (Buzai, 2014; Garrocho y Buzai, 2015).

En general, el geógrafo ha de contemplar dos vías a través de las cuales encauza su mercado de conocimiento. Por lo que la cuestión del acceso a las fuentes de satisfacción de las necesidades o deseos humanos devela con claridad la importancia de la localización y de la distancia, sea cual fuere la forma de medirla, pues tiene una repercusión crítica.

En este sentido, podemos empezar a hablar de geografía urbana ya que trata a la ciudad como unidad espacial aislada: emplazamiento, situación, tamaño, plano, morfología y edificación, estructura espacial y social, funciones, población, mercado del suelo, transportes y problemas medioambientales, suelen ser los temas principales en este tipo de estudios. La ciudad encierra numerosas dificultades, la complejidad de las proyecciones de la evolución demográfica y económica, los acuerdos entre distintos sectores de la sociedad, además del tema financiero, puesto

que toda proyección a futuro inevitablemente contempla un componente subjetivo (Sánchez, 1992).

Otro aspecto importante que la geografía urbana concibe de la ciudad es que la contempla como un elemento integrante de una red urbana superior. Con esto se pueden definir cuatro aspectos de atención para la disciplina, 1) relaciones entre ciudad como espacio urbano y su población, 2) relaciones entre las diferentes ciudades, 3) relaciones entre la población de la misma ciudad y 4) su relación entre las poblaciones de distintas ciudades (Sánchez, 1992).

Cabe destacar que el espacio también es el resultado y reflejo fiel de las estructuras socioeconómicas y políticas. Por ello es importante combinar la imaginación social con la imaginación espacial, lo que exige investigaciones a la vez sociales y espaciales, es decir geográficas (Sánchez, 1992; Claval, 2002).

Las palabras de (Di Meo y Buleon, 2005: p. 39) citado en Lindón (2007) que siguen son elocuentes como expresión de ese constructivismo geográfico que parece marcar la pauta para los estudios territoriales del tercer milenio:

“La construcción social permanente de los territorios no puede resultar más que de una interacción poderosa entre las estructuras objetivas del espacio (obras de las sociedades) con las estructuras cognitivas (que se traducen en imágenes, representaciones y distintas ideologías) individuales, aunque con esencia social, que dan forma a la conciencia de todo ser humano. Entre estas dos instancias interactivas, generadoras de territorios, se forman vínculos de reciprocidad. El universo simbólico (ideologías territoriales, valores patrimoniales, memoria colectiva, sentimientos de identidad en particular) de las estructuras cognitivas del sujeto social encuentra un campo de referencias sólidas en las estructuras objetivas del espacio geográfico”.

El mismo autor comenta que los estudios urbanos han tendido a preguntarse por la ciudad desde los diversos ángulos de lo material y tangible, en sus cuatro principales dimensiones: la construcción física de la ciudad (con énfasis urbanístico), la distribución de la población dentro de la ciudad (con carácter demográfico), la distribución de los distintos grupos sociales y sus diversas acciones en la ciudad (con un matiz de sociología urbana) o bien, la producción de la riqueza en la ciudad a

través de las actividades económicas (con un acento de economía urbana). Estudiar la producción material de la ciudad, por ejemplo, la producción de vivienda, de infraestructura, es una de las formas de estudiar la ciudad más desarrollada.

Entre los geógrafos económicos urbanos, por ejemplo, el estudio de la estructura urbana implica comprender cómo los diferentes tipos de actividad económica se localizan en el espacio urbano (Anas et al., 1998). Esto a su vez implica recurrir a una serie de formas preconcebidas y frecuentemente no examinadas de categorizar el mundo (económico) en estudio: generalmente se asume una tipología de actividad económica, frecuentemente basada en la clasificación industrial estándar. Se eligen unidades de análisis, con mayor frecuencia trabajos o establecimientos. Luego se explora la ubicación con el mayor detalle posible, pero luego se la clasifica según un canon de patrones preestablecidos que han evolucionado a medida que se desarrollaban la teoría y la observación empírica. Por ejemplo, la actividad económica es polarizada, lineal, concentrada o dispersa, y cada actividad está localizada o separada de otros tipos de actividades (Garrocho, 2013).

2.6 Teoría de la interacción espacial

La teoría de la interacción espacial analiza y explica la conducta espacial de los consumidores, así como los patrones de localización de unidades comerciales y servicios. Esta teoría se puede traducir en modelos de simulación que pueden proporcionar herramientas para la toma de decisiones locacionales y en términos de planeación espacial, resulta la principal plataforma teórica y operativa de la geografía comercial (Valdivia, et al. 2010).

Tomar una decisión en torno a la ubicación de un establecimiento, no es una cuestión de intuición o de azar, sino identificar la localización más ventajosa en mercados altamente competitivos (Garrocho, 2003).

La geografía comercial tiene como propósito incidir en la realidad a partir de la investigación académica se ha traducido en una de las más ambiciosas agendas de investigación que existen entre las disciplinas que abarcan lo urbano-regional. Uno de los problemas más aparentes de la geografía comercial es la diversidad de enfoques teóricos de los que se alimenta para explicar la distribución espacial de las

unidades comerciales y de servicios. Apoya en la toma de decisiones locacionales de las firmas. La teoría pretende contribuir a diseñar mejores estrategias de localización para unidades comerciales y de servicios (Frick, 2014).

La teoría de la interacción espacial tiene como antecedente el principio de la gravitación comercial, elaborado por Reilly a principios de los años treinta. Apoyándose en los argumentos de Newton sobre la ley de la gravitación universal, Reilly propuso que las localidades más grandes y accesibles atraen más consumidores que los asentamientos pequeños y más alejados (Valbuena, 2013).

Sin embargo, la llamada Ley de Reilly es más intuitiva que conceptual. Se fundamenta arbitrariamente en una analogía mecánica de la física newtoniana, no en una estructura teórica que explique el comportamiento espacial de los consumidores. Esta teoría ha sido utilizada para estimar áreas y participaciones de mercado, estimar impactos de la entrada de nuevas firmas en el desempeño de las demás firmas competidoras, pronosticar ventas, para evaluar opciones de localización y para diseñar estrategias locacionales, entre otras muchas aplicaciones (Valdivia, et al. 2010).

El supuesto principal de la teoría de la interacción espacial es que los consumidores acuden al punto de oferta más atractivo y que les implique menores costos de transporte. Es decir, que los consumidores deciden su comportamiento espacial en términos de dos fuerzas básicas contrapuestas: lo atractivo que les resulte cada punto de oferta (que los hace acudir a ese punto) y los costos de transporte que deben pagar para llegar a cada uno de ellos (Garrocho, 2003).

Uno de los resultados de estos modelos es estimar la probabilidad que tiene cada destino (unidad comercial, centro comercial o área de la ciudad) de ser seleccionado por los consumidores como lugar para realizar compras. Cabe mencionar, que si bien los modelos de interacción espacial se originaron con la idea de representar la conducta espacial de los consumidores (flujos de consumidores hacia determinados destinos: unidades comerciales o áreas de la ciudad, por ejemplo), también pueden ser útiles para simular la conducta espacial de las unidades comerciales en términos de sus decisiones locacionales (Garrocho, 2003).

En este sentido, la teoría de la interacción espacial es de gran utilidad ya que en términos de competitividad y uso territorial puede proporcionar información para

entender y predecir de manera condicionada a sus supuestos el comportamiento locacional de firmas terciarias a escala no solo regional, sino también a escala intraurbana (Díaz y Pineda, 2013).

La teoría de la interacción espacial de acuerdo con Garrocho (2003) es sin duda la más elegante y acabada. Ya que se enfoca en examinar la teoría del lugar central que es fundamental para entender la distribución espacial de las actividades comerciales, constituye uno de los pilares, no solo de la geografía comercial sino de la planeación regional, teoría que trataremos más adelante.

Esta teoría está estrechamente relacionada con otros que intentan explicar el comportamiento del consumidor, la relación básica que contempla es con los supuestos básicos de la microeconomía. Los consumidores gastan su limitado ingreso de forma que se eleve al máximo su bienestar. Los proveedores tratan de organizar eficientemente sus actividades y anticipar las preferencias de los consumidores, con el fin de incrementar sus ganancias. Sin embargo, la teoría microeconómica, expresada de manera ortodoxa, no considera la variable espacial. Con esto no puede explicar el comportamiento de los agentes económicos en el territorio. La teoría de la interacción espacial intenta explicar el comportamiento espacial de consumidores y oferentes de bienes-servicios. A partir de razonamientos microeconómicos sobre la relación entre costos de transporte, atraktividad de las unidades comerciales y la utilidad (satisfacción) de los consumidores.

También tiene estrecha relación con la teoría del consumidor. El consumidor pretende maximizar su satisfacción acudiendo a las unidades comerciales que le resulten más atractivas (i.e. máxima utilidad). La teoría de la interacción espacial implícitamente marca los límites espaciales del consumo: el consumidor no asistirá a unidades que estén localizadas demasiado distantes en términos económicos (i.e. costos de transporte), temporales (i.e. tiempo de transporte), de inconvenientes (i.e. incomodidades del viaje) o energéticos (i.e. esfuerzo físico que requiere el viaje).

El escenario comercial resultante es mucho más realista que el que genera la microeconomía tradicional. El segundo principio microeconómico la combinación del consumo permite a los consumidores combinar las unidades comerciales. Siempre en busca de maximizar su satisfacción.

El tercer principio de la teoría del consumidor es la llamada ley de la oferta y la demanda. Dados recursos limitados y atractivos constantes de las unidades comerciales, la magnitud de los flujos de consumidores a las unidades variara inversamente con los costos de transporte.

La estructura básica del modelo de interacción espacial son los efectos negativos del costo de transporte en la utilidad del consumidor puede ser compensado con crecer por la atractividad de la unidad comercial. La imagen de la firma, calidad, precio, variedad de los bienes y/o servicios ofrecidos, tamaño de la unidad, calidad de la atención y otros factores que mejoran la experiencia de comprar. Los consumidores entonces, evalúan las opciones de compra contrastando la desutilidad que implican los costos de transporte, con la utilidad que reporta la atractividad de la unidad.

Al no especificar la naturaleza de los factores que explican la organización espacial de los comercios. Saber el costo de transporte y atractividad de los establecimientos la teoría de la interacción espacial abre la posibilidad de entenderlos y estimarlos de muy diversas maneras. Ventajas operativas de la teoría de la interacción espacial es que ofrece herramientas prácticas que permiten analizar y simular sistemas comerciales complejos. Los modelos de interacción espacial simulan flujos entre orígenes y destinos.

Mientras mayor sea el costo de establecer la interacción (por ejemplo, el precio, distancia, tiempo o incomodidades de transporte entre el origen y el destino), menor será la intensidad de los flujos. El objetivo de los modelos de interacción espacial es, por tanto, simular y/o predecir condicionalmente la interacción entre orígenes y destinos.

La teoría de la interacción espacial al igual que la teoría del lugar central también contempla que no todo el territorio ofrece las mismas posibilidades de penetrar el mercado. Solo que, en el enfoque de la TIE, los sitios que ofrecen ventajas locacionales no son estáticos, y su existencia no se restringe a las fases iniciales del proceso de conformación del sistema comercial. La teoría asume que los sitios ventajosos no se agotan, siempre existen, pero su localización no es evidente, sino velada, oculta: hay que descubrirlos y siempre hay sitios que ofrecen más ventajas competitivas, el reto es encontrarlas.

La teoría ha permitido la generación de modelos matemáticos que facilitan realizar análisis locacionales sofisticados en contextos comerciales reales. Tienen gran utilidad conceptual, pero en comparación con la teoría de interacción espacial, poca utilidad práctica (Garrocho, 2003).

2.7 La teoría del lugar central

La teoría del lugar central pretende explicar deductivamente la organización del territorio a partir de razonamientos económicos y de la consideración explícita de la variable espacial. Es una teoría geográfica deductiva desarrollada por el geógrafo alemán Walter Christaller (1893–1969), la cual supone que los asentamientos actúan como centros que producen y exportan bienes y servicios que requieren tanto de la población de la localidad como la de su región circundante.

Esta teoría trae inmersa conceptos clave para su explicación, el primero tiene que ver con el término *centralidad*. es la importancia que tiene un asentamiento para su región circundante como oferente de bienes y servicios. La *Nodalidad* hace referencia a la cantidad de bienes y servicios que ofrece un asentamiento, independientemente si los consume la población de la propia localidad o región. Por otro lado, el umbral es la demanda mínima que se requiere para hacer visible la oferta de un bien o servicio, esto para que haga su posible su producción.

Cabe destacar que el tamaño demográfico o la producción económica no son factores que inciden en la centralidad o importancia de un asentamiento, sino más bien por la *nodalidad* que presenta. Otro concepto importante es el de *rango* definido como la distancia máxima que el consumidor está dispuesto a recorrer para comprar un artículo o conseguir un servicio (Diaz y Pineda, 2013).

Estos términos se explican en una superficie isotrópica, es decir, en un territorio hipotético, uniforme y plano, con igual densidad de población en todas las direcciones y sin variaciones en las preferencias de los consumidores o en sus ingresos (Garrocho, 2003).

Al respecto, esta teoría puede derivar un modelo de distribución espacial y una jerarquía de los asentamientos en el territorio en términos de centralidad de cada lugar. sin embargo, está pensando en lugar homogéneo en donde todos tienen las

mismas características, en tanto ingresos, como comportamiento espacial de los consumidores. Esta teoría parte de una visión macroeconómica, la cual puede ser de gran utilidad para dar una explicación del comportamiento del consumidor, como uno de los factores que pueden incidir en la localización de hoteles del área de estudio (Garrocho, 1992).

La teoría de la interacción espacial si considera los precios reales de los bienes y servicios. La suma de su precio de mercado más el costo de transporte que enfrenta el consumidor para alcanzar el punto de oferta. Entonces, dado un precio de mercado, el precio real variara en el espacio en función directa de los costos de transporte que enfrente el consumidor para llegar al establecimiento de su interés (Garrocho, 2003).

Los consumidores próximos al punto de oferta podrán consumir mayor cantidad de bienes y servicios, que los que se encuentren en la periferia del área de mercado, porque enfrentan precios reales más bajos. Exactamente este es el comportamiento de la demanda que prevé la microeconomía, solo que la teoría de lugar central lo ubica en un entorno espacial (Longley y Mateos, 2005).

Esta circunstancia abre la posibilidad para que nuevos empresarios entren al mercado, siempre y cuando identifiquen localizaciones que les reporten dos ventajas básicas: ganarle al mercado (consumidores) a la competencia y alcanzar umbrales suficientes para hacer viables sus propios negocios (Garrocho y Flores, 2009).

La teoría de lugar central ha resultado muy atractiva y ampliamente utilizada en la planeación regional para definir y normar la distribución espacial de servicios públicos. No obstante, ha sido menos usada para explicar o planear patrones comerciales a nivel intraurbano, dado que el apoyo que puede ofrecer para tomar decisiones locacionales de unidades comerciales específicas en ambientes comerciales competitivos es limitado.

El poder analítico de la teoría de lugar central se reduce aún más cuando se les enfrenta a paisajes comerciales tan complejos como los de las ciudades actuales. Al deducir algunas consecuencias espaciales de la teoría microeconómica, Christaller generó los conceptos fundamentales de umbral y alcance, tal vez, la contribución más importante de la teoría de lugar central a la planeación espacial de comercios y servicios públicos-privados (Delgado, 2001).

Al respecto existen estudios que dan cuenta de los factores de localización de hoteles y uno de ellos es el que se refiere a un modelo concéntrico de localización intraurbana a nivel teórico (Egan y Nield, 2000), el cual otorga una probable jerarquización de hoteles basados en su localización.

En ese trabajo se identifican niveles: a) Los hoteles de 4 y 5 estrellas se localizan en el centro de la ciudad, b) los hoteles económicos del tipo A, generalmente edificios convertidos, se ubican en el borde del centro de la ciudad y se encuentran dirigidos a viajeros de negocios de nivel medio o turistas, c) los hoteles económicos tipo B, generalmente de 3 estrellas de calidad, se ubican en los suburbios, por lo general en cruce de carreteras, y se encuentran dirigidos a turismo de negocios o a otros viajeros. Como se muestra en la Figura 2.2

Figura 2.1 Jerarquía espacial de los tipos de hoteles según Egan y Nield, 2000



Fuente: Alcocer y Campos, 2013:96.

El modelo concéntrico que propone Egan y Nield (2000) está basado en los supuestos de Alonso y Von Thünen. Este modelo no trata de explicar la ubicación de los hoteles en general, sino más bien tratar de desarrollar una explicación de la jerarquía espacial observable de los hoteles en las principales ciudades del Reino Unido. El punto de partida es que dentro de las ciudades es posible identificar una

jerarquía de hoteles basado en la ubicación. Los procesos de nueva construcción, así como el tema y la estandarización de marcas destacan la importancia de la ubicación.

Para probar la proposición de que una Jerarquía de hoteles puede ser identificada, la variable accesibilidad juega un papel fundamental ya que muestra una clara correlación entre la calidad del hotel y la distancia al centro de la ciudad. La pregunta central que se plantea es porque existe tal jerarquía espacial de hoteles dentro de áreas urbanas. Para poder entender este proceso, se basa en los fundamentos de la economía urbana y en particular en la naturaleza del mercado de la tierra.

La tierra es diferente a la mayoría de las otras mercancías involucradas en el proceso de producción y cumple con ciertas características. Como la fijación del suministro, suministro sin costo, unicidad entendida como las particularidades de cada territorio, ya que cada parcela es única en términos de tamaño, configuración, características físicas y ubicación, inmovilidad (la tierra es fija y no se puede mover) y permanencia ya que la tierra, estando en un lugar particular en el espacio, es únicamente permanente (Alcocer y Campos, 2013).

Estas características, junto con los factores jurídicos, sociales y políticos, como un número de otros factores no económicos; el prestigio, el simbolismo y los valores sociales, cuando se combina con las influencias, la inercia y la naturaleza dinámica del sistema urbano, resulta en un conjunto complejo de interrelaciones que subyacen a la estructura del uso del suelo urbano.

En síntesis, la suposición de la localización de hoteles radica en que la oferta es inelástica y la demanda determina el precio, de modo que el uso de la tierra refleja la demanda de un servicio (Egan y Nield, 2000; Alcocer y Campos, 2013).

Al respecto, los términos de accesibilidad y atractividad en este modelo son claves para dar una posible explicación de la conformación de hoteles en las ciudades, en específico, para la ZMT se tratará de contrastar este modelo a las características particulares de esta zona, proponiendo ajustes que lo hagan pertinente.

El modelo de Egan y Nield es el más reconocido en los estudios de localización de hoteles en el espacio intraurbano. Aunque responde a la lógica de las ciudades europeas, considero que puede ser de utilidad para este trabajo. Se prueba su

relevancia la localización de hoteles en ciudades mexicanas (específicamente en la ZMT) para identificar y clasificar el peso que tienen determinadas actividades. Que contribuyen a la construcción de la morfología y actividad económica de la ciudad, así como a la planificación en función de su infraestructura turística, que otorgar una mejor organización de servicios en el sector turismo de negocios a nivel intraurbano. Con esto se devela la lógica locacional de los servicios de hotelería en una ciudad mexicana de gran tamaño.

2.8 Comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje

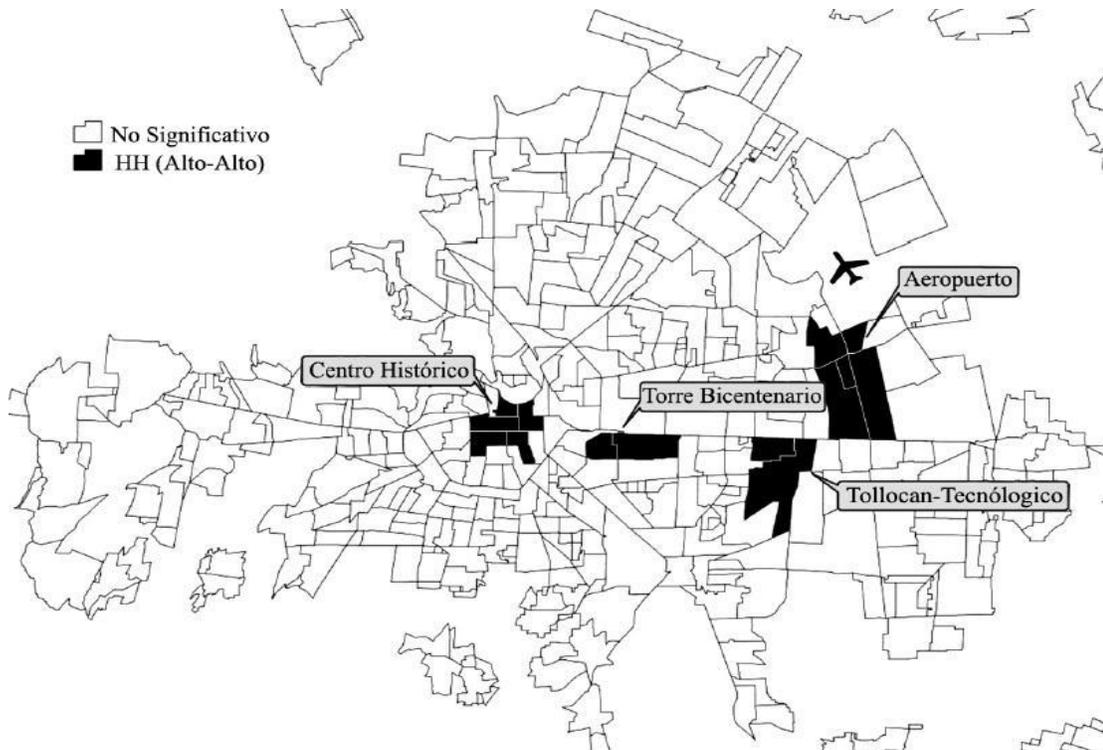
En el plano específico, para el Área Metropolitana de Toluca hay un estudio que aporta muchos elementos a este trabajo, Alcocer y Campos (2013). Realiza un análisis del comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje, identifica que la oferta de hospedaje se concentra en cuatro zonas (clusters): Centro histórico, Torre bicentenario, Tollocan tecnológico y aeropuerto.

En la identificación de estas zonas, los autores identifican lugares con gran accesibilidad sobre la vialidad Paseo Tollocan y una sobre el Boluverd Aeropuerto casi esquina con Paseo Tollocan. La zona en el área metropolitana de Toluca concentra 71% del total de la oferta de hospedaje. De las cuatro, el de mayor concentración en oferta es el del Centro Histórico (23.23%); sin embargo, es el que ofrece menor capacidad por unidad de servicio (40 habitaciones/hotel). En contraste el cluster Aeropuerto que tiene una oferta similar (22.25%) ofrece un promedio mayor por unidad (132 habitaciones/ hotel), lo que supone unidades de mayor capacidad y de creación más reciente en los bordes del área metropolitana de Toluca.

Este análisis permite tener una delimitación del área de estudio, agrupando la infraestructura hotelera de acuerdo a su categoría, por ejemplo: en el centro histórico se concentran las unidades con la categoría más baja, en especial las de 3 estrellas (11 hoteles) seguido de las de 2 (4 hoteles) y 1 estrella (5 hoteles). En la agrupación centro, la participación de cadenas hoteleras internacionales es casi nula, sólo opera un hotel de la cadena Fiesta Inn. La avenida Tollocan- tecnológico concentra 11.41% (476 habitaciones) del total de la oferta de hospedaje del área metropolitana de Toluca y 6.06% (6 unidades) de hoteles. La oferta de hospedaje del cluster Tollocan-

Tecnológico es el de menor concentración de los cuatro identificados. La agrupación Aeropuerto se ubica al oriente del Centro Histórico de Toluca. Como se muestra en la Figura 2.2

Figura 2.2 Agrupación en la oferta de hospedaje por el número de habitaciones en el área metropolitana de Toluca.



Fuente: Alcocer y Campos, 2013:100.

El nivel de concentración en cuanto a la oferta de hospedaje en el área metropolitana de Toluca es de 22.25% (928 habitaciones). La participación en cuanto al total de hoteles es de 7.07%, y su promedio de habitaciones por unidad es de 132. Dicha agrupación representa la zona con mayor calidad en oferta de hospedaje y es la segunda en cuanto a capacidad de alojamiento. Las unidades que operan en esta agrupación pertenecen mayoritariamente a grupos hoteleros internacionales (Holiday Inn, Country Marriott, One, Best Western).

Como se puede observar, la delimitación que realizan Alcocer y Campos (2013), permite tener una visión del territorio en cuanto al tipo de establecimientos que conforman la zona de acuerdo a su categoría (tres, cuatro y cinco estrellas), sin embargo, el estudio solo se limita a mostrar espacialmente en donde están ubicados, pero no proporciona información para conocer a que factores responden esas localizaciones, si responden a un tipo de comportamiento en específico que se pueda derivar en un modelo que pueda ser utilizado a nivel nacional o a zonas metropolitanas con las mismas características como la de Toluca, o qué papel juega la planificación de la infraestructura como una de las variables clave para la prosperidad de la ciudad.

En este sentido, la revisión de este estudio formo parte de una revisión teórica, y su importancia radica en que se pueden comparar los clusters de ese año con los del 2019, para conocer cuáles han sido los cambios.

Capítulo III. Factores de localización de hoteles en la Zona Metropolitana de Toluca

El objetivo general de este capítulo es analizar los factores de localización que inciden en la configuración espacial hotelera de la Zona Metropolitana de Toluca (ZMT). Con base en el modelo concéntrico de localización intraurbana en términos de alcances, limitaciones y problemáticas que respondan a las ciudades mexicanas. Se prueba la relevancia del modelo de Egan y Nield (2000) para la localización de hoteles en ciudades mexicanas (específicamente en la ZMT). Se proponen ajustes que sean pertinentes para la Zona Metropolitana de Toluca. Se Categoriza el sector hotelero de la ZMT de acuerdo a las propuestas del modelo de localización y la conformación del área de estudio y se analizan los factores que inciden en el ordenamiento socioespacial de hoteles de acuerdo a su categoría

3.1 Fuentes de Información y metodología

La información utilizada se obtuvo principalmente por el trabajo de campo y conocimiento de la Ciudad de Toluca, donde se buscó captar características específicas de las unidades de hospedaje: geo-localización a través del Sistema de Posicionamiento Global (GPS, por sus siglas en inglés), identificación de capacidad de hospedaje (número de habitaciones), costo promedio por noche de alojamiento, nivel o categoría mediante una cédula de información, apoyo de directorios telefónicos, portales de internet tanto de las cadenas hoteleras como de instituciones gubernamentales y llamadas telefónicas.

En el análisis de la información fue estandarizada a un nivel de desagregación de AGEBS (tomadas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía) (INEGI, 2010, 2018) y tratada por medio de herramientas asistidas por computadora, especialmente por Sistemas de Información Geográfico (SIG) y procesadores de hoja de cálculo.

3.2 Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo

Pasando a temas más específicos, si bien en líneas anteriores se hizo mención de la importancia de la localización de hoteles, es importante profundizar sobre dicho sector en el que se encuentran ocupadas las personas, datos sociodemográficos de los encuestados así como sus condiciones laborales y para esto tenemos la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo la cual da respuesta a los cambios que ha experimentado el panorama laboral en México sustentándose en un nuevo marco conceptual de referencia, lo cual permite, entre otros aspectos una caracterización de los mercados de trabajo en México, así como del trabajo independiente y la multiocupación, al tiempo que da más elementos para analizar el trabajo subordinado y remunerado, el contexto bajo el cual los individuos se incorporan a un empleo y también bajo qué circunstancias lo pierden (INEGI, 2018).

Un punto no menos esencial en el nuevo diseño es su capacidad para captar la búsqueda de empleo y cuantificar mejor la presión ejercida en el mercado laboral tanto por parte de los desocupados como por parte de quienes ya cuentan con una ocupación pero que buscan otra y compiten con los primeros por una plaza de trabajo.

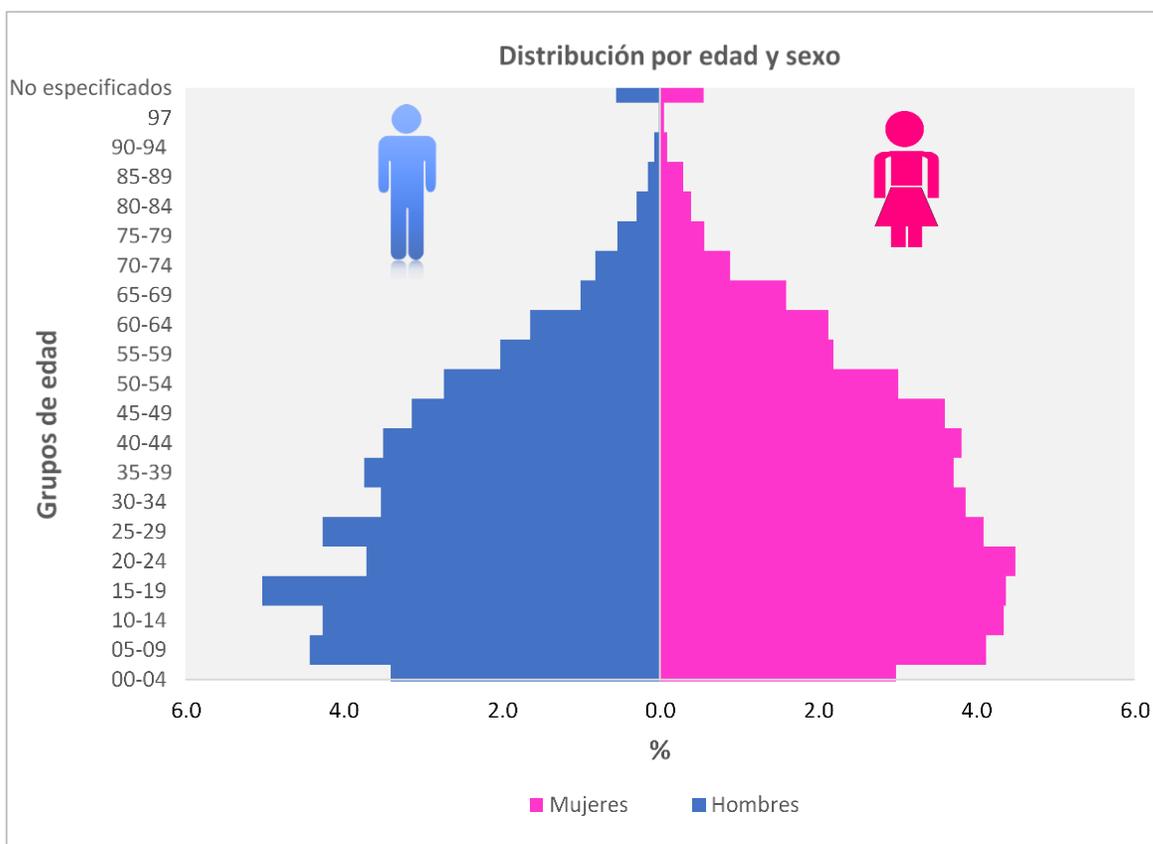
La población objetivo son las personas residentes habituales de las viviendas seleccionadas y para las características económicas, se captan datos de la población de 12 y más años de edad. Aunque los indicadores que se difunden mensual y trimestralmente, se generan para la población de 14 y más años de edad. A partir del cuarto trimestre de 2014, los resultados de la encuesta se refieren a la población de 15 años y más, en cumplimiento de la modificación en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que elevó la edad legal mínima para trabajar, de los 14 a los 15 años.

3.3 Análisis de la Encuesta Nacional de Ocupación y empleo segundo trimestre 2018 para la Ciudad de Toluca

En lo que respecta al análisis de la ocupación y empleo en restaurantes y servicios de alojamiento cabe señalar que esta encuesta fue considerada por la información actualizada que publica cada trimestre, a diferencia del Censo esta se limita a una muestra o parte de la población de la Ciudad de Toluca, en este sentido contempla localidades mayores de 100 000 habitantes, de 15000 a 99 999 habitantes, de 2 500 a 14 999 habitantes y localidades menores de 2 500 habitantes.

Para poder identificar los rasgos generales de la población representada se muestra una pirámide de población por edad quinquenal. Que se muestra en la Figura 3.1

Figura 3.1 Pirámide de población por edad quinquenal 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de la ENOE, 2018

Se puede observar que se trata de una estructura típica de población desarrollada, que muestra una baja fecundidad y una alta esperanza de vida, consiguientemente con un notable grado de envejecimiento. Algunos de los rasgos más llamativos del perfil de la pirámide es la presencia de una mayor proporción de mujeres que de hombres en edades avanzadas, lo cual significa una esperanza de vida femenina más alta, su base es estrecha y se amplía rápidamente a medida que aumenta la edad, reflejo de una baja fecundidad y alta mortalidad, para el caso de los hombres se observa que a partir de los 40 años es cuando empieza a disminuir el número de población.

La pirámide muestra la distribución de la población de la Ciudad de Toluca por edad y sexo, la cual resulta relevante para el análisis de los siguientes resultados

derivados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE, 2018) la cual permitirá tener una idea general del peso de la población femenina o masculina ocupada en el mercado laboral de restaurantes y servicios de alojamiento.

A continuación, se presenta un análisis de los resultados de la ENOE segundo trimestre de 2018 con el objetivo de resaltar las condiciones de empleo de la población ocupada en el sector terciario específicamente a los servicios de restaurantes y hospedaje. Cabe señalar que el total de la población en la ciudad de Toluca es de 1,386,790 sin embargo lo que nos interesa conocer es a la población de 15 años y más quienes son un total de 1,060,244. Cabe aclarar que esta encuesta no considera todos los municipios que forman parte de la Zona Metropolitana de Toluca, se hace referencia a esta zona en líneas anteriores por su importancia económica en México, con el objetivo de identificar en área de Toluca.

La tabla 3.1 muestra la clasificación de la Población Económicamente Activa PEA y la Población No Económicamente Activa PNEA teniendo como resultado que 601, 287 personas corresponden a las económicamente activas que pueden estar entre las personas ocupadas y los desempleados, mientras que 517,139 es población no económicamente activa entendido como aquellos disponibles y no disponibles, son personas que se ocupan de su hogar, estudiantes, jubilados o prejubilados, personas que reciben una pensión, personas que realizan sin remuneración trabajos, incapacitados para trabajar u otra situación.

En este sentido la población en edad de trabajar (15 años y más) representa 56.71% del total de la población mientras que 48.78% a pesar de estar en edad de trabajar se ocupan de su hogar, son jubilados o prejubilados o bien se dedican a otras actividades antes mencionadas.

Tabla 3.1 Clasificación de la PEA y PNEA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Población económicamente activa	601287	43.4	43.4	62.7
	Población no económicamente activa	517139	37.3	37.3	100.0
	Total	1386790	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

La población económicamente activa de un país está compuesta por todos los habitantes en edad laboral que o bien trabaja en un empleo remunerado (población ocupada) o bien que se haya en plena búsqueda de empleo (población desocupada). Por tanto, la población activa se divide en dos grupos, los ocupados y los desempleados. En este sentido la Tabla 5 muestra que el porcentaje de población ocupada es de 96.17% muy por encima de la población desocupada con un 3.83%.

Por otro lado, la población no económicamente activa se deriva en disponibles y los no disponibles. Los disponibles hace referencia a las personas que en la semana de referencia no trabajaron, no tenían trabajo y no buscaron activamente uno, por considerar que no tenían oportunidad para ello, pero tienen interés en trabajar, el cual representó 2.07% mientras que los no disponibles hace referencia a las personas que en la semana de referencia no trabajaron, no tenían trabajo, no buscaron activamente uno y no tienen necesidad o interés en trabajar el cual representó 97.93% de la población muy por encima de los que tienen interés en incursionarse al mercado laboral.

Tabla 3.2 Clasificación de la población ocupada y desocupada, que está disponible y no.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No aplica (Pob menor de 15 años)	268364	19.4	19.4	19.4
Válidos	Población ocupada	578228	41.7	41.7	61.0
	Población desocupada	23059	1.7	1.7	62.7
	Disponibles	10707	0.8	0.8	63.5
	No disponibles	506432	36.5	36.5	100.0
	Total	1386790	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

La Tabla 3.3 muestra la clasificación de la población ocupada y desocupada, encontramos que la población ocupada en pleno representa 96.79%, mientras que la población ocupada sin pago representa 0.90%, la población ocupada ausente con

nexo laboral 1.71% y la población ocupada ausente con retorno asegurado 0.61% esto con respecto al total de la población ocupada, lo que muestra claramente que la población en pleno es la de mayor porcentaje. Por otro lado, las personas desocupadas con búsqueda representan 98.10% mientras que 1.90% representa a los desocupados ausentes sin ingreso y sin ingreso laboral con respecto a total de la población desocupada, en conclusión, son más de la mitad de la población quienes están buscando incursionarse al mercado laboral.

Tabla 3.3 Clasificación de la población ocupada y desocupada

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No aplica (Pob menor de 15 años)	785503	56.6	56.6	56.6
Válidos	Ocupado pleno	559640	40.4	40.4	97.0
	Ocupado Sin Pago	5192	0.4	0.4	97.4
	Ocupado ausente con nexo laboral	9894	.7	0.7	98.1
	Ocupado ausente con retorno asegurado	3502	0.3	0.3	98.3
	Desocupados con búsqueda	22620	1.6	1.6	100.0
	Desocupados Ausentes sin ingreso y sin nexo laboral	439	0	0	100.0
	Total	1386790	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

La tabla 3.4 muestra la clasificación de la población ocupada como son los trabajadores subordinados y remunerados, los empleadores, trabajadores por cuenta propia y los trabajadores sin pago, el que cabe destacar son los trabajadores subordinados y remunerados los cuales representan 76.34% del total de la población con respecto a la población ocupada, mientras que el porcentaje más bajo lo tienen los trabajadores sin pago con un 2.42%, destacando los trabajadores por cuenta

propia con 18.07% del total de la población, lo cual representa que hay un buen porcentaje que decide no ser subordinado sino por el contrario trabajar de manera independiente. Sin embargo, lo que en este análisis resalta es que los trabajadores sin pago son el grupo de la población más vulnerable siendo un total de 14 005.

Tabla 3.4 Clasificación de la población ocupada por posición en la ocupación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No aplica (Pob menor de 15 años)	808562	58.3	58.3	58.3
Válidos	Trabajadores subordinados y remunerados	441417	31.8	31.8	90.1
	Empleadores	18325	1.3	1.3	91.5
	Trabajadores por cuenta propia	104481	7.5	7.5	99.0
	Trabajadores sin pago	14005	1.0	1.0	100.0
	Total	1386790	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Tabla 3.4.1 Población ocupada

Población ocupada	Trabajadores subordinados y remunerados	76.34
	Empleadores	3.17
	Trabajadores por cuenta propia	18.07
	Trabajadores sin pago	2.42
Total		100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Pasando a características más específicas relacionadas con el empleo en restaurantes y servicios de alojamiento se tiene que del total de la población económicamente activa y económicamente no activa son un total de 1,386,790 personas de los cuales la población de 15 años y más quienes son los que tienen la

edad legal mínima para trabajar son un total de 1,060,244 personas de las cuales 37,299 trabajan en restaurantes y servicios de alojamiento, representando 6.5% respecto al total de la población ocupada en los sectores primario y secundario.

La Tabla 3.5 muestra por edad quinquenal la población femenina y masculina ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento, tenemos que 17,333 son hombres mientras que destacan las mujeres con un total de 19,966.

En el caso de los hombres el grupo quinquenal que más destaca son los que tienen entre 25 y 29 años representando 13.8% de la población total masculina, respecto a las mujeres el grupo de edad quinquenal que destaca son aquellas que tienen entre 40 y 44 años representando un 16.7% respecto al total de la población femenina. De manera general entre ambos sexos, el grupo de edad que concentra el mayor número de ocupados en estos servicios son entre 40 y 44 años representando 13.27% respecto al total de la población.

Tabla 3.5 Población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento.

Edad	Sexo				Total	% respecto al total
	Hombre	%	Mujer	%		
15-19	998	5.8	1090	5.5	2094	5.60
20-24	2218	12.8	1675	8.4	3906	10.44
25-29	2397	13.8	1989	10.0	4400	11.76
30-34	2198	12.7	2606	13.1	4817	12.88
35-39	2251	13.0	1568	7.9	3832	10.25
40-44	1623	9.4	3330	16.7	4962	13.27
45-49	1624	9.4	3100	15.5	4733	12.66
50-54	2103	12.1	1316	6.6	3431	9.17
55-59	481	2.8	869	4.4	1353	3.62
60-64	418	2.4	1560	7.8	1980	5.30
65-69	168	1.0	338	1.7	507	1.36
70-74	360	2.1	363	1.8	725	1.94
75-79	494	2.9	162	0.8	659	1.76
Total	17333	100	19966	100.0	37399	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Por otro lado, la tabla 3.6 muestra que el nivel de escolaridad que tiene la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento es más alto en los hombres que en las mujeres siendo un grupo más extenso con nivel medio superior y superior, por ejemplo, los hombres con estos niveles de escolaridad son 6,596 mientras 4,928 son mujeres. Cabe señalar que del total de la población femenina y masculina ocupada en estos servicios en su mayoría tienen secundaria completa, siendo este nivel de escolaridad el que resalta representando 50.32% de la población total.

Tabla 3.6 Nivel académico de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento

Nivel académico	H	%	M	%	Total	% respecto al total
Primaria incompleta	497	2.9	1073	5.4	1570	4.20
Primaria completa	1823	10.5	3615	18.1	5449	14.57
Secundaria completa	8417	48.6	10350	51.8	18816	50.31
Medio superior y superior	6596	38.1	4928	24.7	11562	30.92
Total	17333	100	19966	100	37396	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Tabla 3.6.1 Restaurantes y servicios de alojamiento

Restaurantes y servicios de alojamiento				
Nivel académico	H	%	M	%
Primaria incompleta	497	2.9	1073	5.4
Primaria completa	1823	10.5	3615	18.1
Secundaria completa	8417	48.6	10350	51.8
Medio superior y superior	6596	38.1	4928	24.7
Total	17333	100	19966	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

La Tabla 3.7 muestra la clasificación de la población ocupada por nivel de ingreso destacando las mujeres quienes reciben hasta un salario mínimo siendo 2,508 mientras 1,231 hombres reciben lo mismo representando 7.1% respecto al total de hombres mientras que 12.6% representa a las mujeres, por otro lado, los hombres destacan con más de 2 hasta tres salarios mínimos siendo 4,548 y 3,858 quienes representan 26.2%. Sin embargo, son más las mujeres que no reciben ingresos representando 92.91% del total de la población, siendo ellas el grupo más vulnerable.

Tabla 3.7 Clasificación de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento por nivel de ingreso

Salarios mínimos	H	%	M	%	Total	% respecto al total
Hasta un salario mínimo	1231	7.1	2508	12.6	3746	10.0
Más de 1 hasta 2	5352	30.9	7932	39.7	13315	35.6
Más de 2 hasta 3	4548	26.2	3858	19.3	8432	22.5
Más de 3 hasta 5	2513	14.5	693	3.5	3220	8.6
Más de 5	219	1.3	191	1.0	411	1.1
No recibe ingresos	203	1.2	2659	13.3	2863	7.7
No especificado	3267	18.8	2125	10.6	5411	14.5
Total	17333	100	19966	100	37399	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Por otro lado, la Tabla 3.8 muestra un análisis muy interesante de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento por la duración de jornada, observando en primera instancia que son más las mujeres que trabajan de 15 a 24, de 25 a 34, de 35 a 39 y de 40 a 48 horas, pero también son ellas quienes están más ausentes con vínculo laboral. Por otro lado, son más los hombres que trabajan de 49 y más de 56 horas, siendo un total de 3781 y 1715 mujeres quienes trabajan esta jornada.

Tabla 3.8 Clasificación de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento por la duración de jornada. Restaurantes y servicios de alojamiento

Duración de la jornada (horas)	H	%	M	%	Total	%
Ausentes temporales con vínculo laboral			654	3.3	654	1.7
Menos de 15	359	2.1	677	3.4	1038	2.8
De 15 a 24	611	3.5	2405	12.0	3020	8.1
De 25 a 34	1457	8.4	2268	11.4	3733	10.0
De 35 a 39	793	4.6	1243	6.2	2041	5.5
De 40 a 48	7836	45.2	8974	44.9	16855	45.1
De 49 a 56	2496	14.4	2030	10.2	4540	12.1
Más de 56	3781	21.8	1715	8.6	5518	14.8
Total	17333	100.0	19966	100.0	37399	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Siguiendo con características más específicas del aspecto laboral en estos servicios, la Tabla 3.9 muestra la clasificación de la población ocupada por prestaciones de salud, siendo un total de 27,386 personas que no cuentan con ninguna prestación lo cual representa 73.4% del total de la población siendo las mujeres las que destacan en esta desventaja siendo un total de 15,240 quienes representan 76.3% del total de las mujeres. El género que se ve más beneficiado con acceso a instituciones de salud y otras prestaciones son los hombres siendo un total de 3,986 mientras que 3,450 mujeres también tienen ventaja en este sentido. Como se puede observar los hombres en su mayoría no tienen prestaciones mismo caso para las mujeres, lo cual habla de un sector cuyos derechos laborales no se hacen muy presentes.

Tabla 3.9 Clasificación de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento por prestaciones de salud

Prestaciones de salud	H	%	M	%	Total	% respecto al total
Sin prestaciones	12146	70.1	15240	76.3	27386	73.4
Solo acceso a instituciones de salud	0	0.0	107	0.5	107	0.3
Acceso de instituciones de salud y otras prestaciones	3986	23.0	3450	17.3	7436	19.9
No tiene acceso a instituciones de salud pero si a otras prestaciones	1201	6.9	991	5.0	2192	5.9
No especificado	0	0.0	178	0.9	178	0.5
Total	17333	100	19966	100	37299	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

Por último, la Tabla 3.10 muestra la clasificación de la población ocupada, pero por tamaño de unidad económica, en este sentido son más las mujeres que no tienen establecimiento que los hombres representando 41.1%, pero más los hombres con medianos y grandes establecimientos representando 5.3%, por ejemplo 352 de ellos cuentan con grandes establecimientos mientras que 168 mujeres cuentan con eso.

Cabe destacar que del total de la población son más las personas entre hombres y mujeres quienes no cuentan con un establecimiento siendo 13,844 respecto al total de la población lo cual representa 37.1%, sin embargo, cabe señalar que también hay una buena parte de la población que cuenta con pequeños establecimientos siendo un total de 13,553 quienes representan 36.2%

Tabla 3.10 Clasificación de la población ocupada en restaurantes y servicios de alojamiento por tamaño de la unidad económica. Restaurantes y servicios de alojamiento

Unidad económica	H	%	M	%	Total	%
Sin establecimiento	5629	32.5	8215	41.1	13876	37.1
Con establecimiento	3086	17.8	4642	23.2	7746	20.7
Pequeños establecimientos	7353	42.4	6158	30.8	13553	36.2
Medianos establecimientos	913	5.3	783	3.9	1701	4.5
Grandes establecimientos	352	2.0	168	0.8	522	1.4
Total	17333	100	19966	100	37399	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo segundo trimestre, 2018.

En el análisis de la relación entre la PEA y las unidades económicas, destaca la enorme disparidad del dato según sea la rama que se analice: de actividades modernas, con un buen número de trabajadores, es decir, empresas grandes o medianas, con potencial de inversión y tecnología, a los pequeños establecimientos familiares en los que sólo trabajan una o dos personas

En el otro extremo, 1.4 % de los trabajadores representa grandes establecimientos, lo que habla de la prevalencia de pequeños negocios de tipo familiar. Aquí cabe señalar que muchos de los negocios del sector son pequeños centros de alimentos y bebidas, muchos de ellos informales. Del mismo modo, predominan los pequeños hoteles y posadas tradicionales. Tan solo en los principales centros turísticos, los grandes hoteles cambian el sentido de las cifras.

3.4 Modelo de localización de hoteles en la ZMT

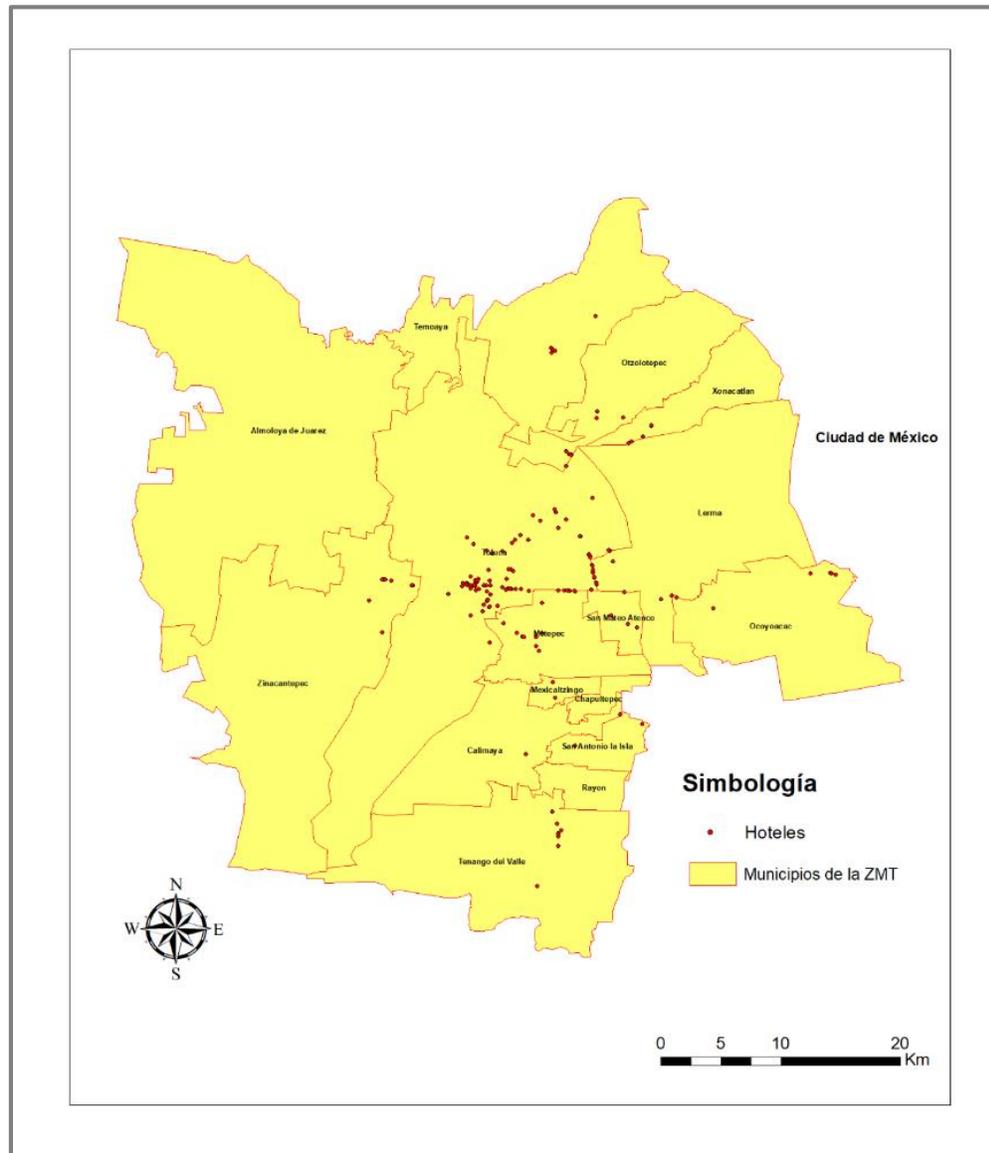
Para poder analizar la ubicación de hoteles la principal fuente de información fue el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) 2019, el cual permitió identificar los hallazgos de este trabajo de tesis los cuales han develado dos patrones de comportamiento de las unidades de hospedaje en la ZMT. Los servicios de Hoteles que están en el centro de la capital de Toluca con un número reducido de habitaciones y con categorías hoteleras más bajas (a excepción de una firma) mantienen su localización en las proximidades del Centro Histórico de Toluca brindando un servicio menos especializado, de menor calidad y tradicional.

Mientras que las agrupaciones de hoteles encabezados por firmas internacionales han optado por ubicaciones en la periferia de la ciudad, muy accesibles a las zonas con una fuerte dinámica económica-industrial en el área. Con este impulso los servicios y equipamientos se tratan de ubicar muy próximas al Aeropuerto Internacional de Toluca. En ellas se observa que se orientan a un nicho de turismo de negocios con todas las comodidades requeridas por un viajero de negocios, además de que están perfectamente comunicados a través de los principales ejes viales estructuradores de la ZMT. Esto responde a Yang et al 2012 ya que sugieren que la accesibilidad vial de los hoteles depende en gran medida de una estrategia de ubicación efectiva para tener éxito en la competencia para atraer a los huéspedes a alquilar sus habitaciones.

Este mercado tiene como características un servicio más moderno, estandarizado respecto al servicio que se ofrece en otras unidades de la misma firma en otras partes del país (i.e. One, Best Western, entre otros) y una oferta más homogénea entre firmas que buscan estar próximas a sus competidores ofreciendo servicios similares a costos competitivos.

Cabe mencionar que de acuerdo con el DENUE 2019 dentro de los 16 municipios que conforma la Zona Metropolitana de Toluca, hay un total de 164 hoteles considerando Autohoteles, posadas y servicios que ofrezcan hospedaje, sin embargo, discriminando los datos, hay un total de 138 hoteles entre categorías 3,4 y 5 estrellas (Figura 3.2)

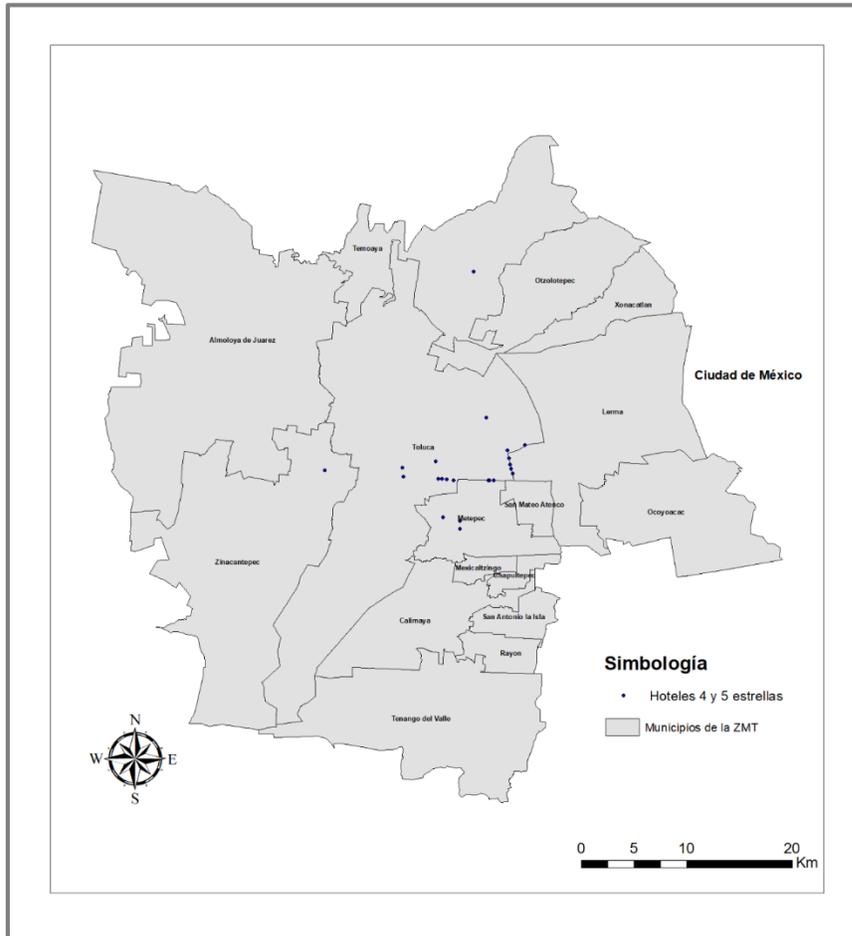
Figura 3.2 Hoteles de la Zona Metropolitana de Toluca



Fuente: Elaboración propia a partir del DENUE 2019

Para el interés de esta investigación se analizaron únicamente hoteles de 4 y 5 estrellas los cuales dan un total de 23 unidades de hospedaje (Figura 3.3). Lo cual queda justificado en el sentido que la investigación pone principal interés en el turismo de negocios por las características mismas de la Zona Metropolitana de Toluca.

Figura 3.3 Hoteles de 4 y 5 estrellas en la Zona Metropolitana de Toluca



Fuente: Elaboración propia a partir del DENUE 2019

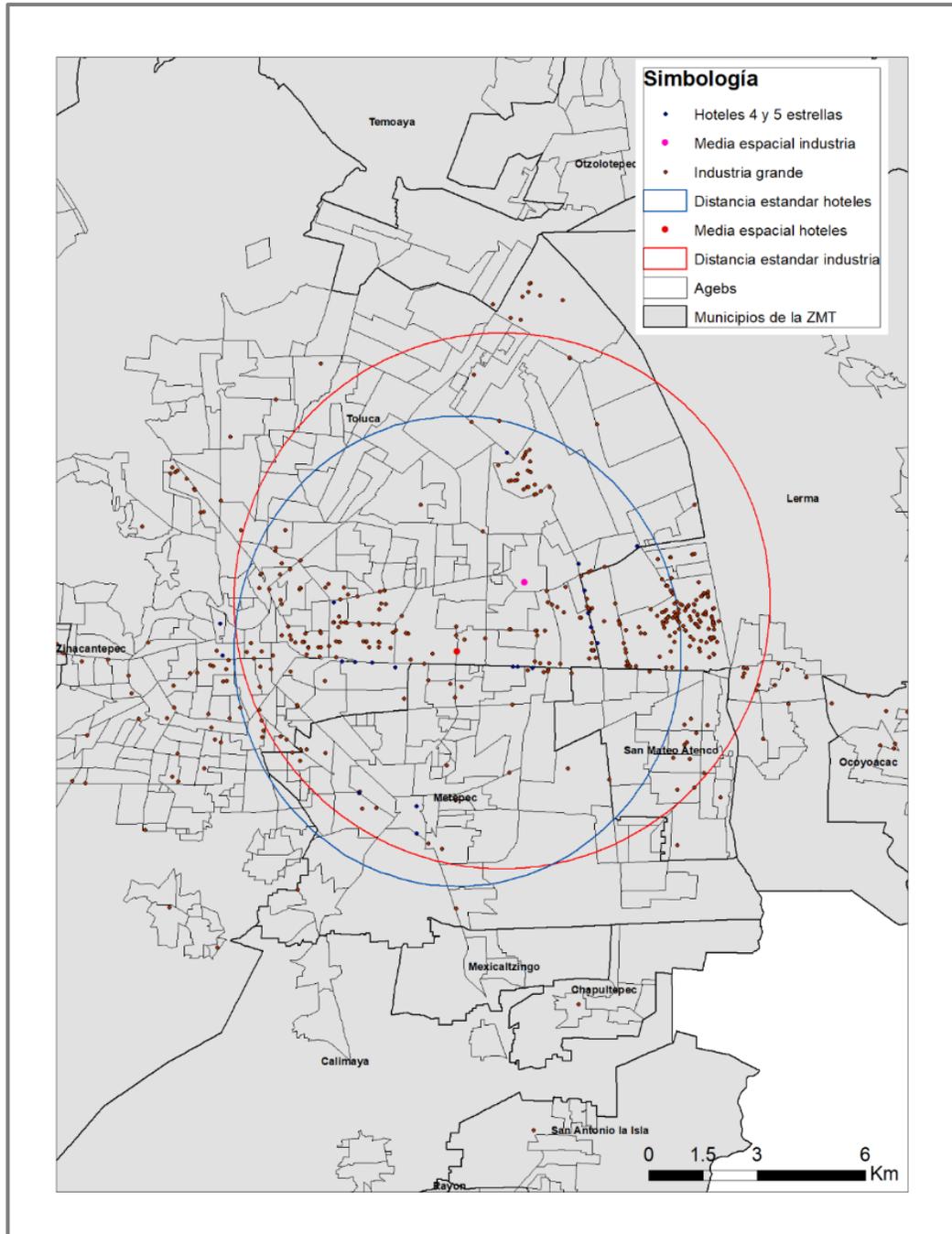
Las perspectivas de localización futuras de los servicios de hospedaje tanto en la ZMT y quizá en otras áreas urbanas no serán muy diferentes a las que se dan actualmente por una serie de razones que han sido analizadas empíricamente. En el centro de la ZMT por el grado de consolidación urbana que existe, será difícil la instalación de nuevas unidades de hospedaje por el tema del valor del suelo y las actividades económicas terciarias que se realizan en esta zona (Garrocho y Campos, 2007; Garrocho y Campos, 2009; Alcocer y Campos, 2013).

Por otro lado, otra medida de dispersión que ha sido ampliamente utilizada en estudios geográficos es la Distancia Estándar Elíptica, la cual aporta un elemento más al análisis: la tendencia u orientación espacial del fenómeno estudiado. La elipse tiene

tres componentes analíticos: El eje mayor que registra la máxima dispersión de las observaciones; el eje menor, que indica la dirección de la mínima dispersión de los datos; y, el ángulo formado por el norte y la intersección de los ejes mayor y menor que corresponde a la orientación geográfica de la distribución de puntos analizados (Garrocho et al., 2018).

En este análisis, el eje mayor registró una longitud de 24.16 kilómetros y el menor de 10.91 km, la orientación de la distribución de los hoteles, es de oriente a oeste. Esta orientación puede deberse a que la mayor concentración de hoteles se encuentra en el centro de Toluca. Destaca que tanto la DE como la DEE quedan inscritas casi totalmente en los límites de los municipios de Metepec, San Mateo Atenco y Lerma (Figura 3.4)

Figura 3.4 Hoteles de 4 y 5 estrellas en la Zona Metropolitana de Toluca y medidas de dispersión espacial.

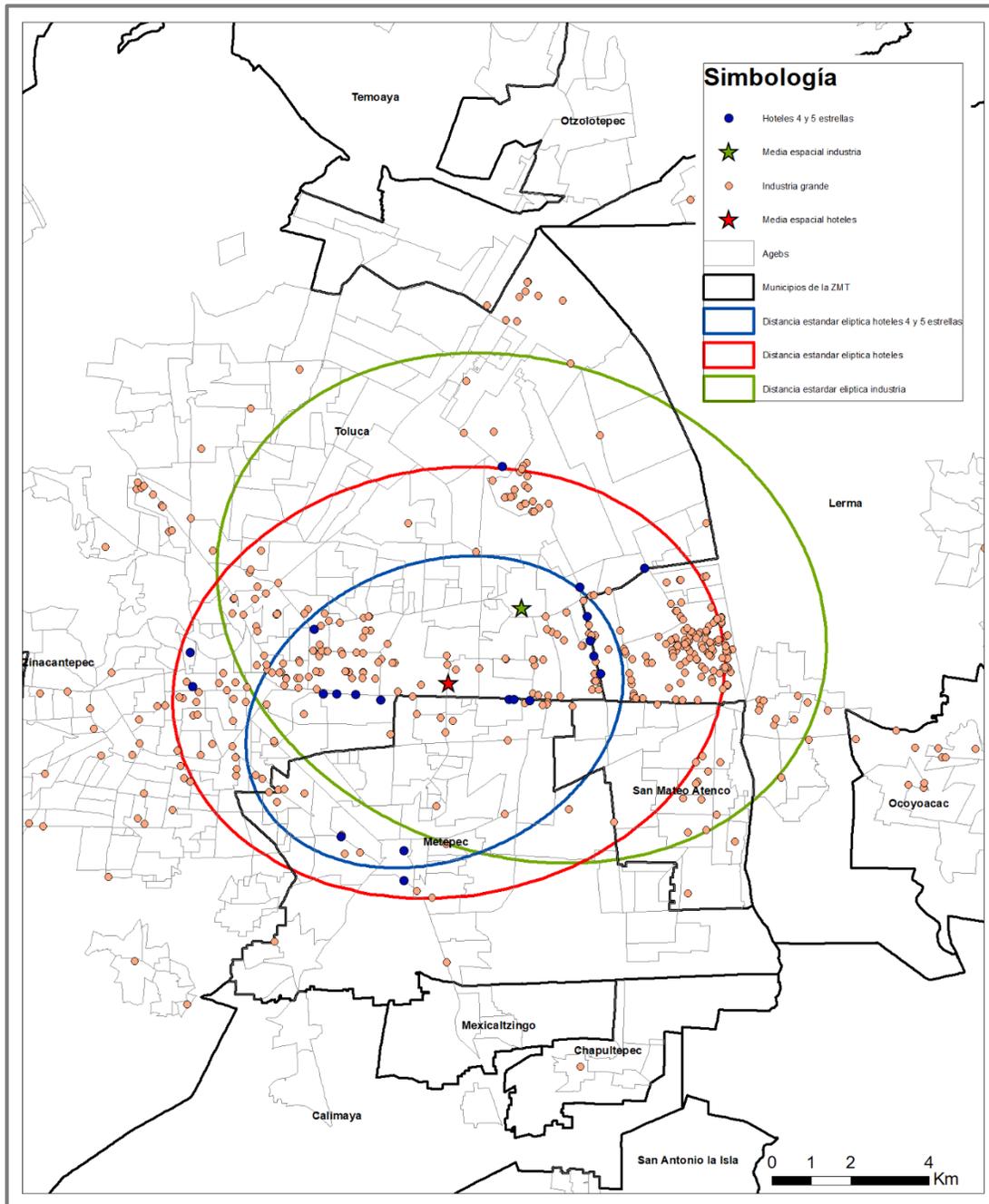


Fuente: Elaboración propia a partir del DENUE 2019

Cabe mencionar que Crimestate es una herramienta que se utilizó para comparar las distribuciones de dos variables por un lado la industria grande que son los servicios que utilizan los empresarios y por otro lado los hoteles de 4 y 5 estrellas, esto con el objetivo de conocer cómo se distribuyen los diferentes tipos de hoteles. Esto permitiría al analista conocer y emplear estrategias de ubicación/localización de hoteles versus la oferta de servicios.

La distancia estándar mide el grado en el que se concentran o dispersan las entidades alrededor del centro medio geográfico, genera un círculo alrededor de la media espacial que permite visualizar el nivel de dispersión de las variables analizadas. Para el caso de la ZMT registro un radio de 12.85 kilómetros a partir de la media espacial, por otro lado, la distribución es dispersa ya que no hay un patrón regular. Si analizamos el universo de hoteles detectados podemos visualizar que prácticamente el centro de la ZMT está siendo preponderante, esto tiene que ver con lo que plantea el modelo concéntrico de localización intraurbana de Egan y Nield, sin embargo, la concentración de hoteles no necesariamente tiene que ver con los hoteles de 4 y 5 estrellas sino los de más baja categoría (3 estrellas en general). El patrón espacial de las entidades se concentra en el centro con menos entidades hacia la periferia, un polígono de círculo de desviación estándar cubrirá aproximadamente el 68 por ciento de las entidades; pero cuando analizamos los hospedajes de mejores categorías estos no se encuentran en el centro por lo menos para el caso de Toluca (Figura 3.5)

Figura 3.5 Hoteles en la ZMT y medidas de estadística espacial

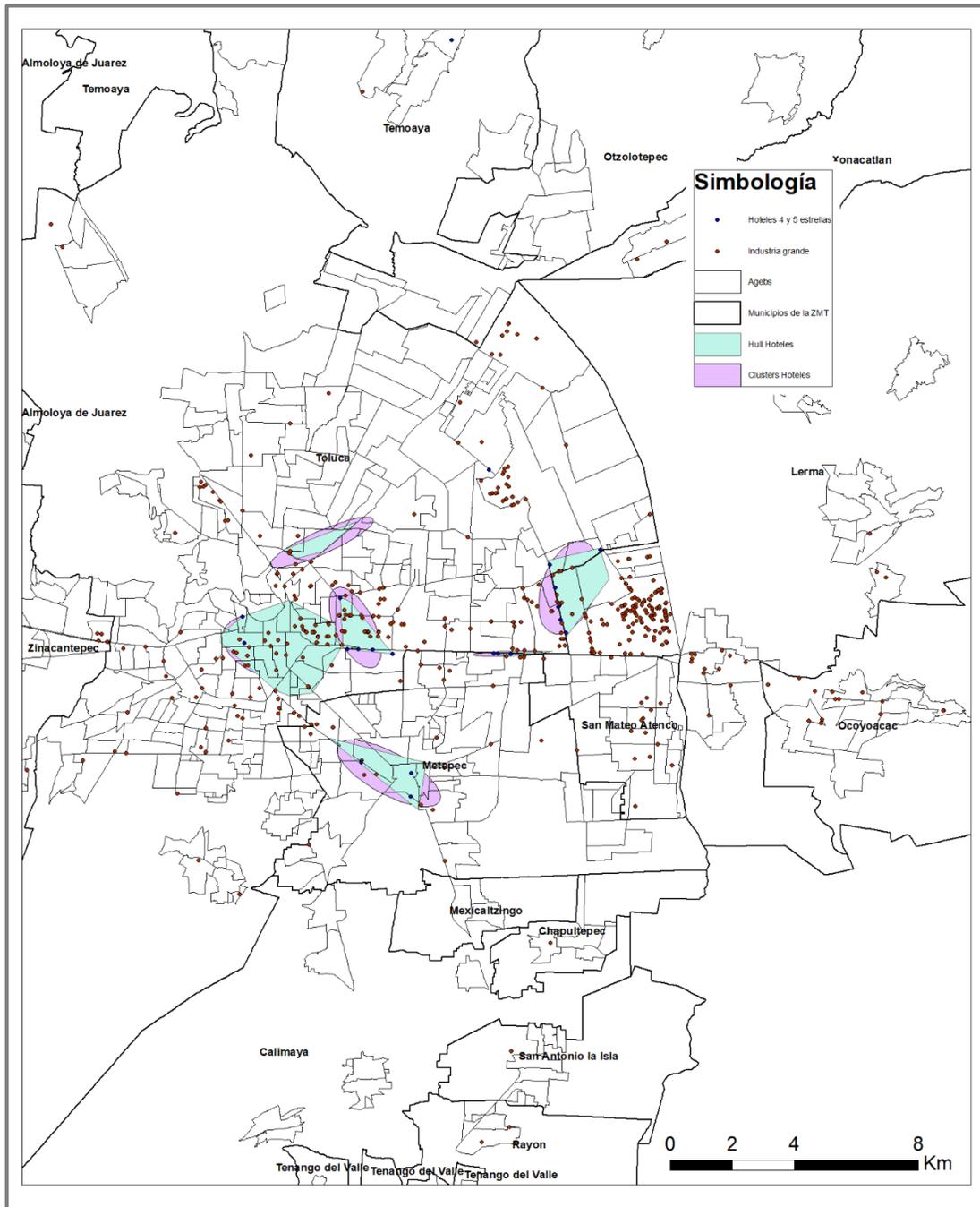


Fuente: Elaboración propia a partir del DENUE 2019

La utilidad de este tipo de funciones radica en identificar la zona sobre la cual se distribuye un fenómeno. También permite identificar el punto (centroide) que minimice la distancia entre los puntos más distantes para un fenómeno, siendo de gran interés para el emplazamiento de servicios públicos (colegio, hospital, estación de bomberos) o centros logísticos y de abastecimiento, entre otros.

El programa de crime tiene la capacidad de hacer dos cosas; Hull cuya traducción literal es el borde el cual considera los puntos extremos de ese agrupamiento y el cluster haciendo referencia a un agrupamiento. Para nuestro análisis se identificaron 5 clusters teniendo como parámetros a) Una distancia máxima de 500 metros para el eje más largo del cluster; y, b) Diez unidades económicas industriales grandes como umbral mínimo para aceptar una concentración como cluster. Con estos parámetros se identificaron 6 agrupaciones (Figura 3.6)

Figura 3.6 Relación de cluster de hoteles en la zona de estudio



Fuente: Elaboración propia a partir del DENUE 2019

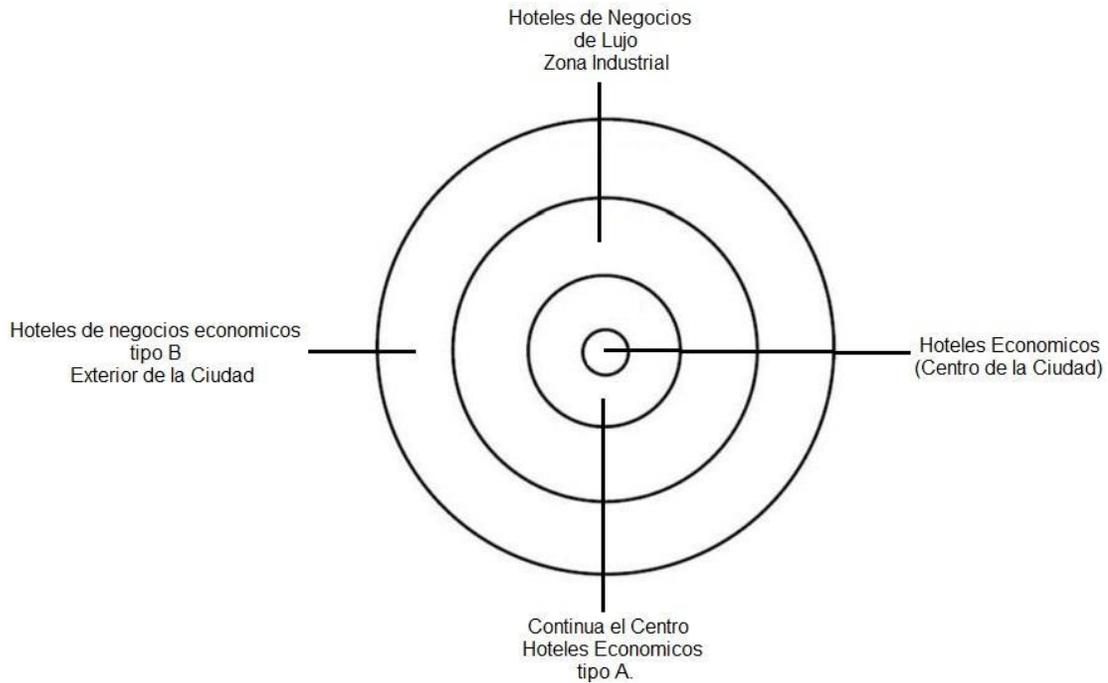
Se espera que los hoteles que operan en el centro de la ciudad opten por dos estrategias posibles: la primera es seguir ofreciendo sus servicios de hospedaje con el mismo nivel de categoría o calidad, aunque conlleva una baja en la demanda. La segunda es que busquen modernizar sus instalaciones, procesos de atención. Estudios empíricos han demostrado que la localización de los sectores más modernos en hotelería tiende a aglomerarse buscando ventajas de localización y próximas a la competencia para competir por la demanda, así como a zonas donde se tiene la mayor vitalidad económica de una ciudad (Chung y Kalnins, 2001; Garrocho y Campos, 2010; Alcocer y Campos, 2013).

River et al 1991 afirma que efectivamente las aglomeraciones dan como resultado efectos positivos en la eficiencia de los hoteles, es decir efectos secundarios de sus vecinos. En este sentido, la localización de las agrupaciones hoteleras se encuentra en las inmediaciones de las Torres Bicentenario, de las vialidades Tollocan-Tecnológico y del Aeropuerto. Que responden más a los patrones de localización de la actividad económica como es el corredor industrial y de servicios Toluca-Lerma, localizado sobre Paseo Tollocan, la principal vía de comunicación que tiene el ZMT con la Ciudad de México.

Asimismo, la localización del Aeropuerto Internacional de Toluca y los proyectos existentes para su ampliación y modernización han impactado no sólo en el crecimiento urbano de la zona aledaña, sino también han influido en la creciente instalación de una serie de cadenas de hoteles de diferentes categorías y segmentos de mercado, las cuales, en teoría, buscan beneficiarse de la aglomeración, que compiten a partir de una serie de atributos como son el propio prestigio de la firma, los precios, los servicios y comodidades que se ofrecen, la calidad del servicio, los convenios que se tengan con las empresas de la zona, las promociones que se brindan (Chung y Kalnins, 2001; Alcocer y Campos, 2013).

Como se demostró en líneas anteriores el modelo de localización de hoteles para la ZMT no responde a los aros concéntricos que proponen Egan y Nield, sin embargo, a manera de ejemplo se muestran las diferencias de las localizaciones de hoteles de acuerdo a su categoría (Figura 3.7)

Figura 3.7 Jerarquía espacial de los tipos de Hoteles en la ZMT



Fuente: Elaboración propia.

Esta figura hace referencia a la estructura del modelo monocéntrico de Egan y Nield el cual está conformado por una serie de aros en donde se asume que en la ciudad existe un distrito central de negocios, en que se lleva a cabo la producción e intercambio de bienes y servicios y la periferia de la ciudad en donde reside la población, por lo que se tiene que desplazar de la periferia al centro de la ciudad para trabajar y adquirir los bienes y servicios que necesita. Las negociaciones cara a cara hacen que las oficinas industriales se localicen en el sector central, a fin de tener contactos directos. Sin embargo, en la ZMT si hay una concentración de bienes y servicios en el centro en donde la población se desplaza para tener acceso a ellos, pero la periferia la conforman hoteles de lujo de negocios.

Griffin y Ford (1980) mencionan que la ciudad tradicional latinoamericana ha experimentado cambios observando que efectivamente los componentes principales son un distrito central de negocios económicamente dinámico. En este caso haciendo referencia al mismo autor la zona de madurez sería en donde se encuentran los hoteles económicos de la ciudad, la zona de acreción in situ en donde se encuentran los hoteles de negocios de lujo que es precisamente en la zona industrial y la zona de asentamientos de ocupantes periféricos es en donde están los hoteles económicos en el exterior de la ciudad, la cual sería la peor sección en cuanto a la calidad de la vivienda y servicios públicos.

Un acierto en el modelo de Egan y Nield es que el modelo de la ZMT responde a una afirmación "con el fin de reducir el costo de la tierra, los hoteles grandes generalmente tienden a ubicarse lejos del centro de la ciudad, ya que se requiere menos renta en la periferia de la ciudad. también Egan y Nield mencionan que los hoteles de lujo (4 y 5 estrellas) atraen a viajeros de negocios adinerados.

Por lo que los hoteles de lujo no se encuentran en el centro de la ciudad como el modelo lo expone sino en la zona industrial la cual de acuerdo con Alcocer y Campos es uno de los principales clusters de hoteles en la ZMT. Alcocer y Campos (2012) llevaron a cabo un análisis del comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje, quienes identificaron que la oferta de hospedaje se concentra en cuatro zonas (clusters): Centro histórico, Torre bicentenario, Tollocan tecnológico y aeropuerto.

Esto responde a que la mayor derrama económica se concentra en el centro de la ciudad, entendiéndose que su principal fuerte puede ser el turismo cultural o de ocio, sin embargo, esta ZMT se caracteriza por ser una zona en donde predomina el turismo de negocios.

Rivers et al (1991) también hacen referencia que la conveniencia de la ubicación influye para todos los turistas especialmente a los turistas de negocios, lo cual se puede observar con claridad ya que actualmente la estructura metropolitana se organiza en torno de la ciudad central (Toluca) como el principal centro de servicios de la región, que se articula a ella el resto del espacio metropolitano a través de relaciones funcionales con un entorno que gana importancia demográfica con

respecto a este centro, como consecuencia del desarrollo de zonas residenciales (García et al 2015).

De acuerdo con Asuad (2014) quien divide los modelos de ubicación de hoteles en tres categorías principales: modelos teóricos, modelos empíricos y modelos operativos, el modelo de Egan y Nield forma parte de los modelos teóricos los cuales establecen la elección de la ubicación espacial de hoteles, además es de los modelos monocéntricos el cual describe la distribución de los patrones de usos del suelo como varios anillos monocéntricos de acuerdo con la distancia desde el centro de la ciudad y enfatiza la importancia primordial de la accesibilidad en la configuración de este patrón.

En resumen, este modelo que propone Egan y Nield proporciona una poderosa herramienta analítica, análisis de alquiler de ofertas para examinar la ubicación del hotel y otras actividades en el ámbito de toda la ciudad. En general estos modelos resaltan una fuerza centrípeta en ubicaciones de hoteles de lujo, mientras que una fuerza centrífuga en lugares de escala reducida. Sin embargo, debido a la compleja decisión de localización de hoteles por los diferentes factores que en ella intervienen algunos de ellos han sido considerados demasiado irreales, demasiado por realistas para los casos generales de ubicación de hoteles (Shoval, 2006).

Reflexiones finales

Con el análisis de comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje ha quedado comprobada la dificultad no sólo en México de tratar de explicar y formular un modelo, que generalice la ubicación del sector servicios, categoría, tamaño y valor de la renta de unidades de hospedaje, especialmente en ciudades de Latinoamérica. Las ciudades de países en desarrollo, aunque presentan características similares a las de países desarrollados, poseen particularidades.

Son regularmente poco planeadas y con algunas problemáticas. Con esto se crea una nueva centralidad, llamada policentrismo como es el caso de la ZMT. Esto crea procesos como, por ejemplo, la creación de hoteles hechos para viajeros próximos a terminales aéreas como sucede en esta zona.

La ZMT, como área urbana policéntrica tiende a expulsar diferentes actividades económicas hacia su periferia, entre ellas las de hospedaje. En esta nueva localización y creación de actividades de hospedaje se identificaron las agrupaciones Torre Bicentenario, Tollocan-Tecnológico y Aeropuerto, las cuales coexisten con actividades industriales de importancia. Esto nos lleva a un nuevo mercado que es muy específico, como sería el *turismo de negocios*. Dentro de dichas agrupaciones no se resaltan características de proximidad a sitios específicamente turísticos (e.g. culturales, históricos, paisajísticos).

Para la localización del servicio de hospedaje, la infraestructura vial de primer orden juega un papel importante pues sobre ella (Paseo Tollocan y Boulevard Aeropuerto) se localizan tres de las cuatro agrupaciones identificadas. Las agrupaciones ubicadas sobre vialidades concentran casi 48% (2 010 habitaciones) del total en la ZMT en solo 18 hoteles, los cuales en promedio no tienen más de dos décadas de funcionamiento. Esto es reflejo de una fuerte transformación del sector hotelero en el área.

Se puede decir que, para la ZMT, el modelo de ubicación concéntrico (Egan y Nield, 2000) de localización de unidades de hospedaje no es adaptable. Con este estudio se mostró que la mayor parte de las unidades de mayor calidad, capacidad y

costo por noche no se ubican en el centro de la ciudad, sino en la periferia de la ciudad.

En el sector hotelero la ZMT se observa un fenómeno de conversión de capital local a extranjero que se da por medio de la incorporación de unidades locales a cadenas de GTI. Hay por lo menos tres ejemplos: el Hotel Mexiquense, ubicado en la avenida A. López Mateos, y el Hotel Márquez, ubicado en Paseo Tollocan, ahora forman parte de la cadena Best Western; el tercero es el Hotel del Rey Ejecutivo, ubicado en Paseo Tollocan, ahora forma parte de la cadena Holiday Inn.

Respecto a la calidad del servicio de hospedaje, particularmente en el centro, se encuentra un servicio de baja calidad. Si partimos del supuesto de que el tipo y las condiciones de la infraestructura turística son un elemento clave para la atracción de visitantes en la ZMT y en particular del centro de Toluca, no lo cumple.

Resultaría de gran utilidad abundar en estudios en el sector turístico en diversas ciudades de México que marquen la pauta para identificar y clasificar las ciudades en función de su infraestructura turística con la finalidad de otorgar una mejor organización de servicios turísticos a nivel intraurbano.

El sector terciario mexicano está conformado, en definitiva, por dos grupos bien definidos: uno minoritario, que se ubica dentro de la esfera del sistema imperante y presta servicios de calidad, necesarios para el desarrollo de las actividades económicas, y otro mayoritario, que agrupa servicios que se pueden identificar como banales y de poca calidad. Este último grupo se identifica en gran parte con la economía informal y se manifiesta en numerosas actividades del sector: comercio, servicios personales, hotelería, alimentos y bebidas.

Cabe mencionar que esta tesis de investigación aportó al entendimiento de la localización de infraestructura hotelera en el Área Metropolitana de Toluca. Además de ampliar las fronteras del conocimiento ya que el estudio del desarrollo socioespacial de la hotelería dentro de ciudades latinoamericanas no ha presentado demasiado interés en México, incluso, se podría decir que es inexistente, en contraste con lo que ocurre en ciudades europeas y norteamericanas (Chung y Kalnins, 2001). Desde el punto de vista *Metodológico* se fundamentó en un modelo concéntrico, que trato de explicar una probable jerarquización de hoteles basados en su localización (*Towards a Theory of Intraurban Hotel Location*), sobre todo para analizar aspectos

de comportamiento espacial de hoteles de acuerdo a su categoría y características como el número de habitaciones y desde una perspectiva aplicada, este estudio puede resultar de gran utilidad para el sector turístico en diversas ciudades de México al marcar una pauta para identificar y clasificar las ciudades en función de su infraestructura hotelera con la finalidad de otorgar una mejor organización de servicios turísticos a nivel intraurbano.

Bibliografía

Acerenza, M. (2001). *Administración del Turismo*. Vol. 1. Editorial Trillas. México

Alcocer García, O. y Campos Alanís, J. (2013). "Comportamiento espacial de la infraestructura de hospedaje en el Área Metropolitana de Toluca", en *Ciencia Ergo Sum*, vol. 20, núm. 2, pp. 94-106. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10426848001>

Ascanio, A. (2010) "El objeto del turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?", *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, núm. 4, pp. 633-641
Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88115181016>

Asuad, N. (2014). *Teorías de la distribución espacial de las actividades económicas*. Ciudad: editorial

Bauman, Z. (2016) *En busca de la política*. México: Fondo de Cultura Económica

Blanco, M. (2008). "Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio." Disponible en: [www. territorioscentroamericanos. org/turismorural](http://www.territorioscentroamericanos.org/turismorural)

Bohórquez, I. y Velásquez, H. (2008). "Algunos conceptos de la econometría espacial y el análisis exploratorio de datos espaciales". *Ecos de Economía: A Latin American Journal of Applied Economics*.

Briceño, F. (2000). *Turismo 2020. Ediciones IESA. Caracas*.

Buzai, G. (2014) "Geografía Global+ NeoGeografía: Actuales espacios de integración científica y social en entornos digitales." *Estudios Socioterritoriales*.

Cárdenas, F. (2001). Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado. 3ra. ed. Editorial Trillas. México.
Trillas. México.

Cárdenas Gómez, E. y Arellano Ríos, A. (2014) "La zona metropolitana de Puerto Vallarta: estudio y políticas para una urbe turística de sol y playa." *Provincia 32*.

Capanegra, C. "La política turística en la Argentina en el siglo XX." *Aportes y transferencias*. Pp. 43-61.

Cobos, E. (2005) "Zona metropolitana del Valle de México: megaciudad sin proyecto." *Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid*. Pp. 83-104.

COESPO – Consejo Estatal de Población (2014). "Zonas Metropolitanas del Estado de México". Disponible en: http://coespo.edomex.gob.mx/zonas_metropolitanas

CONAPO - Consejo Nacional de Población (2005). "Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2005". Disponible en:
http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/zonas_metropolitanas/completoZM2005.pdf

CONAPO - Consejo Nacional de Población (2010). "Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010". Disponible en:
http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Delimitacion_zonas_metropolitanas_2010_Capitulos_I_a_IV

CONAPO- Consejo Nacional de Población (2015) "Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015". Disponible en:
<https://www.gob.mx/conapo/documentos/delimitacion-de-las-zonas-metropolitanas-de-mexico-2015>

Claval, P. (2002) "El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio".

Chung, W. y Arturs K. (2001) "Agglomeration effects and performance: A test of the Texas lodging industry." *Strategic Management Journal* 22.10 pp: 969-988.

Egan, D. y Nield, K. (2000) Towards a Theory of Intraurban Hotel Location. *Urban Studies*, Vol. 37, No. 3, 611–621, Paper received in final form, August 1999]

De Borja Solé, L., Casanovas, J. y Bosch, R. (2002). *El consumidor turístico*. Esic Editorial.

Delgado, O. (2001). "Geografía, espacio y teoría social." *Espacio y territorios. Razón, pasión e imaginarios*. Universidad Nacional. Bogotá

De Cella, J. (1998). "Nuevas tendencias turísticas en la sociedad global y su influencia en el turismo de sol y playa." *Papers de Turisme* 23 pp: 98-111.

Díaz Barrueta, J. y Pineda Guzmán, J. (2013) Geografía de las sucursales bancarias en el Área Metropolitana de Toluca 1989-2009.

Díaz, F., Álvarez, J., et al. (2006). Política Turística. Editorial Tirant Lo Blanch. España.

Duhau, E. y Giglia, A. (2008). *Las reglas del desorden: habitar la metrópoli*. Siglo XXI,

Egan, D., y Nield, K. (2000). "Towards a theory of intraurban hotel location." *Urban Studies* 37.3 pp: 611-621.

Flores Sánchez, C. A., Castillo Ponce, R. A. y Rodríguez Espinosa, M. d. L., (2013). "La importancia del sector servicios en la economía mexicana: un análisis de series de tiempo". *Paradigma económico*, Issue 1, pp. 5-27.

Estay, M., y Chávez, C. (2015). "Decisiones de localización y cambios regulatorios: el caso de la acuicultura en Chile." *Latin american journal of aquatic research* 43.4 pp: 700-717.

Frejomil, E., y Sánchez A. (2002). "Estructura regional del turismo en México." *Ería: Revista cuatrimestral de geografía* 59 pp: 386-394.

Frick, D. (2014) *Una teoría del urbanismo*. Editorial Universidad del Rosario, 2014.

Gallegos Contreras, J. (2016) "Caracterización del desarrollo urbano en México (1950-2010).".

García-González, M. y Adame-Martínez, S. y Sánchez-Nájera, R. (2015). Expansión metropolitana de Toluca: caso de estudio municipio de Calimaya, México. Quivera. *Revista de Estudios Territoriales*, [en línea] 17(1), pp.35-53. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40140031003>

García, N. (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI.

Garrocho, C. y Campos, J. (2007). "Dinámica de la estructura policéntrica del empleo terciario en el área metropolitana de Toluca, 1994-2004". *Papeles de Población*, [en línea] 13(52), pp.109-135. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11205205>

Garrocho Rangel, C., (1992). Localización de servicios en la planeación urbana y regional: aspectos básicos y ejemplos de aplicación. Zinacantepec. Estado de México. El colegio mexiquense.

Garrocho Rangel, C., (2003). "La teoría de interacción espacial como síntesis de las teorías de localización de actividades comerciales y de servicios". *redalyc*, IV (14), pp. 203-251.

Garrocho, C., and Flores, Z. (2009). "Delimitación del centro tradicional de comercio y servicios de la Zona Metropolitana de Toluca." *Papeles de población* 15.61 pp: 233-274.

Garrocho-Rangel, C., y Campos-Alanís, J. (2010). "Organización espacial del sistema bancario dentro de la ciudad: estrategia territorial, accesibilidad y factores de localización." *Economía, sociedad y territorio* 10.33 pp: 413-453.

Garrocho Rangel, C. y D. Buzai, G., (2015). Geografía aplicada en Iberoamérica: avances, retos y perspectivas. Zinacantepec, Estado de México: El Colegio Mexiquense, A.C.

Garrocho, C., (2013). Advances un commercial geography: prospects, methods and applications. Zinacantepec, Estado de México: El Colegio Mexiquense, A.C.

Garrocho, C., Campos, J. y Chávez, T., (2018). Análisis Espacial de los Inmuebles Dañados por el Sismo 19S-2017 en la Ciudad de México. *salud pública de México*, 60(1).

González, Morales, y J. Vázquez. (2000) "Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos." *Revista contaduría y administración* 197 pp: 47-63.

Graizbord, B., X Iracheta, A., y Vittrup Christensen, E. (2015). Problemas de sustentabilidad urbana: ¿Gobierno para la metrópolis?" Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=wnZJ52QcQpA>

Griffin, E. y Ford, L. (1980). "A Model of Latin American City Structure". *Geographical Review*, Vol. 70, No. 4 (1980) 397-422

Gurría, M. (2004). Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México.

Gutiérrez conde, V. (2012): *Competitividad de la micro y pequeña empresa del sector de alimentos y bebidas en el municipio de Metepec, Estado de México. (Tesis de maestría en estudios turísticos)*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Ibáñez Pérez, R., (2011): "Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México", en *Cuadernos de Turismo*, núm. 28, julio-diciembre, Universidad de Murcia, España, pp. 121-143. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39821278007>

INEGI (2018) "Resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo" Disponible: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/enoe_ie/enoe_ie2018_08.pdf

INEGI (2016) "Sistema de Cuentas Nacionales de México Cuenta satélite del turismo de México 2016 Año base 2013". Disponible en: [https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/CSTM Ed 2018.pdf](https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20compartidos/CSTM_Ed_2018.pdf)

Iracheta, A., (2009). *Políticas públicas para gobernar las metrópolis mexicanas*. s.l.:s.n.

Jafari, J., (2005) "El turismo como disciplina científica." *Política y sociedad* 42.1 pp: 39-56.

Lash, S. y Urry, J. (1998) *Economías de signos y espacio; sobre el capitalismo de la posorganización*. Amorrortu Editores, Buenos Aires.

Lindón, A., (2007). Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Eure*, XXXIII (99), pp. 31-46.

Longley, P., y Mateos P., (2005) "Un nuevo y prominente papel de los SIG y el Geomarketing en la provisión de servicios públicos." *GeoFocus. Revista Internacional de Ciencia y Tecnología de la Información Geográfica* 5 pp: 1-5.

Martínez, T., & Hernández, L. (2015) Sector servicios, principal motor del crecimiento económico. Disponible en: <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/sector-servicios-principal-motor-del-crecimiento-economico.html>

Morillo Moreno, M. (2011) "Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación". *Visión Gerencial*, núm. 1, pp. 135-158
Universidad de los Andes.

López Porras, M., (1992): *La competitividad por el turismo mundial. El caso de México (tesis de licenciatura en relaciones internacionales)*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

OMT- Organización Mundial del Turismo. (2013): "Panorama OMT del turismo internacional". Disponible en: www.mkt.unwto.org/es/publication/pamorama-omt-del-turismo-internacional-edicion-2013

OMT- Organización Mundial del Turismo. (2018): "Panorama OMT del turismo internacional" Edición 2018. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

Pérez Corona, J. y Páez Bureos, C. A. (2017). Planeación de la Infraestructura para el desarrollo. Repositorio digital ipn. [En línea] disponible en: <http://www.repositoriodigital.ipn.mx/handle/123456789/5593> [Último acceso: junio 2017].

Pérez, C., (1996). "La modernización industrial en América Latina y la herencia de la sustitución de importaciones." *Comercio exterior* 46.5 pp: 347-363.

Ramírez, M., (2015) "Modelos de localización óptima para evaluar el grado de justicia territorial en equipamientos colectivos".

Ramírez, L., y Bosque Sendra, J., (2001). "Localización de hospitales: analogías y diferencias del uso del modelo p-mediano en SIG raster y vectorial." *Anales de Geografía de la Universidad complutense*. Vol. 21.

Ramírez, R. (2006). Definición del Turismo. Venezuela, conciencia, turismo y desarrollo.

Regalado Regalado, G., (2012) "La logística de la movilidad urbana y su articulación con el desarrollo de la movilidad metropolitana sostenible caso: Región Metropolitana de Lima".

Ritchie, J., y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination*. Wallingford: CAB International Publishing.

S-A (2017). "Gobierno de Edomex impulsa turismo y empleo; inaugura Centro de Convenciones". *24 horas*. Disponible en: <http://www.24-horas.mx/gobierno-de-edomex-impulsa-turismo-y-empleo-inaugura-centro-de-convenciones/>

Sáez, A., Martín, P. y Pulido, J. I., (2006). Estructura económica del turismo. s.l.: Síntesis.

Sanchez Hernandez, J. L., (1992). Urbanismo y geografía urbana: dos ciencias distintas, pero complementarias. *Facultad de Geografía e Historia*, pp. 225-234.

Sancho, A., y Buhalis, D., (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización mundial del turismo, 1998.

Secretaría de Turismo, (2017). SECTUR. [En línea] disponible en: <http://www.gob.mx/sectur/prensa/el-turismo-en-mexico-una-politica-publica-exitosa-del-gobierno-federal-enrique-de-la-madrid?idiom=es> [Último acceso: 10 Abril 2017].

SECTURa (2013): "Agenda de competitividad de los destinos turísticos. Consideraciones analíticas". Toluca, México: SECTUR

SECTURb (2013): "Competitividad de los destinos turísticos, una tarea compartida" Disponible en: [http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4874/1/images/Alberto Colorado.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4874/1/images/Alberto%20Colorado.pdf)

SECTURc (2013). "Evalúa SECTUR 44 destinos turísticos a través de agendas de competitividad". Disponible en: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/B143>

Sobrino, L., (2002): "Competitividad y ventajas competitivas: revisión teórica y ejercicio de aplicación a 30 ciudades de México" en *Estudios Demográficos y Urbanos*, núm. 50, mayo-agosto, El Colegio de México, pp. 311-36. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31205003>

Sosa Frías, Á., (2008). Urbanismo y la teoría de localización industrial. Disponible en: <http://urbanismoyalgomas.blogspot.mx/2008/10/urbanismo-y-la-teoria-de-localizacion.html?m=1>

Shoval, N., (2006) The Geography of Hotels in Cities: An Empirical Validation of a Forgotten Model, *Tourism Geographies*, 8:1, pp: 56-75, Disponible en: <https://doi.org/10.1080/14616680500392499>

Suárez-Lastra, M., y Delgado-Campos, J., (2007). "Estructura y eficiencia urbanas. Accesibilidad a empleos, localización residencial e ingreso en la ZMCM 1990-2000." *Economía, sociedad y territorio* 6.23.

Tibaduiza Rodríguez, O., (2008). Construcción del concepto de espacio geográfico en el estudio y enseñanza. *redalyc*, 13(1), pp. 19-30.

Trinca Figuera, D., (2013). Justicia social... justicia territorial: ¿Un dilema sin resolver en Venezuela? *Perspectiva Geográfica*, 18(1), pp. 117-140.

Ugalde, V., (2007) "Sobre el gobierno en las zonas metropolitanas de México." *Estudios demográficos y urbanos* 22.2 pp: 443-460.

UNESCO. (2016). "Draft outcome document for adoption in Quito", *HABITAT III NEW URBAN AGENDA*.

Valbuena, L., (2013) "Aproximaciones microeconómicas en la Teoría de los Lugares Centrales de Christaller." *Ensayos sobre política económica* 31.70 pp: 67-120.

Valdivia López, M., Delgadillo Macías, J., y Galindo Pérez, C., (2010). "Nuevos patrones espaciales en las derramas de empleo en la zona metropolitana de la Ciudad de México." *Problemas del desarrollo* 41.163 pp: 99-117.

Vázquez Barquero, A., (2000) "Desarrollo económico local y descentralización: aproximación a un marco conceptual".

Vargas Martínez, E. E. y Hernández Esquivel, M., (2006). Importancia de la internacionalización de la empresa hotelera en el valle de Toluca. *redalyc*, 15(1), pp. 45-64.

Venancio Flores, A., (2016). Planificación y gestión del desarrollo de la Zona Metropolitana del Valle de Toluca. Un análisis desde la gobernanza, 2005-2012. Toluca: Instituto de Administración Pública del Estado de México.

WTC- World Economic Forum (2017). "pillar rankings". t & t competitiveness index 2017: wef, p. 45 y 136)

Yang, Y., Wong, K. K. F., Wang, T., (2012). How do hotels choose their location? Evidence from hotels in Beijing. *International Journal of Hospitality Management* 31 (3), 675-685.