

# MOVILIDAD INTRAMETROPOLITANA EN LA ZONA METROPOLITANA DE TOLUCA. CON ÉNFASIS EN LAS ACTIVIDADES COMERCIALES

*Dr. U. Noé Gaspar Sánchez<sup>1</sup>*

*Mtro. Javier Romero Torres*

## RESUMEN

La investigación se ubica en el área de desarrollo urbano-metropolitano; focaliza el análisis de la organización espacial de las aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca en el período 1990-2012 y su incidencia en la configuración urbana. Los referentes analizados coinciden en confirmar que los procesos de descentralización de las actividades económicas y la población trasladan la centralidad a la periferia, lo cual está alterando profundamente las decisiones de localización y la estructura productiva urbana, y está causalmente vinculado a las iniciativas e intereses de los sectores público y privado, que promueven la urbanización y la competitividad económica. En este contexto se analiza la organización espacial de las aglomeraciones comerciales localizados en la ZMT: Centro de la ciudad de Toluca (Portales), Toluca-Norte (Chedraui-Alfredo del Mazo), Multiplaza Santín, Plaza Galerías Metepec, Plaza Sendero, Plazas Outlet, Lerma y el Tianguis Aviación, se caracterizan sus ventajas comparativas-competitivas y estructura jerárquica, y determina el papel que desempeñan en la estructuración metropolitana. La contribución de la investigación se sintetiza en la conjugación de anteriores y nuevos enfoques teóricos, las experiencias empíricas y el trabajo de campo, para explicar los determinantes de la organización espacial de las aglomeraciones comerciales y su relación con el fenómeno metropolitano.

---

<sup>1</sup> Doctor en Urbanismo. Unidad Académica Profesional Nezahualcóyotl. UAEMex. E-mail: [noecorriendo@hotmail.com](mailto:noecorriendo@hotmail.com)

\*Maestro en Ingeniería. Unidad Académica Profesional Nezahualcóyotl. UAEMex. E.mail: [javromerot@gmail.com](mailto:javromerot@gmail.com)

## **1. BREVE PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

La recomposición y los cambios que se produjeron en la estructura económica de México a partir de 1990, resalta la explosión del comercio informal (Duahu y Giglia, 2007:30) y la difusión del autoservicio mediante grandes establecimientos comerciales. El comercio informal persiste como un problema estructural que se ha convertido en el refugio y forma de vida de la población desempleada y el autoservicio es producto de la transformación de los modos de producción y los mecanismos de distribución comercial, esta modalidad de comercio, surgida a mediados del siglo veinte con el *Shopping Mall* en los Estados Unidos de América (Pérez, Salcedo, Cáceres, 2012: 55), ha experimentado una expansión sin precedentes que impulsa una profunda recomposición económica en las principales ciudades y zonas metropolitanas del país.

La recomposición se materializa en novedosas formas urbanas, plazas comerciales y supermercados que se constituyen en lugares privilegiados como difusores del consumo y las amenidades, creando una nueva división espacial de las funciones urbanas (Aguilar, 2011: 11). En este orden de ideas se puede afirmar que los nuevos espacios comerciales y la accesibilidad mediante las vías de comunicación de alcance regional, los ubica como una estructura de aglomeraciones de atracción que organizan los flujos de consumidores, productos e información, al mismo tiempo que difunden la urbanización y suburbanización en territorios cada vez más amplios, estas características son atributos propios del fenómeno metropolitano contemporáneo.

La Zona Metropolitana de Toluca (ZMT) está conformada<sup>2</sup> por los municipios de Almoloya de Juárez, Calimaya, Chapultepec, Lerma, Metepec, Mexicaltzingo, Ocoyoacac, Otzolotepec, San

---

<sup>2</sup> De acuerdo a la SEDESOL-CONAPO-INEGI (2007), los elementos para la composición, definición y delimitación de una zona metropolitana son:

Antonio la Isla, San Mateo Atenco, Santa María Rayón, Toluca, Xonacatlán y Zinacantepec. La zona metropolitana para el 2010, registró un millón 846 mil 602 personas o el 12.17% de la población total de la entidad (INEGI, 2010) y, de acuerdo con los datos de los censos económicos (INEGI, 2004), su estructura económica se caracteriza por el predominio de las actividades terciarias, este sector responde en tres sentidos a la economía urbana: el primero impulsa los servicios productivos de apoyo y abastecimiento a la industria; el segundo orienta la auto-ocupación, misma que es implementada como una estrategia emergente y que cae en el ámbito de la informalidad, y el tercero se corresponde con la aparición de nuevos focos de acumulación y crecimiento, representados por los hipermercados, plazas comerciales, centros educativos privados y nuevas unidades habitacionales horizontales (Orozco, 2006).

Por lo tanto el objetivo del presente trabajo es identificar los movimientos intrametropolitanos que determinan los surgimientos de nuevas aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca, a través de indicadores socioeconómico-territoriales, resultado de datos estadísticos oficiales así como datos recopilados en trabajo de campo.

## **2. CONCLUSIONES PRELIMINARES**

Los fundamentos de esta investigación orientaron el análisis de la movilidad intrametropolitana en la Zona Metropolitana de Toluca en el período 1990-2012, con el objeto de determinar la jerarquización comercial y su incidencia en la dinámica demográfica en el área de estudio. Se planteó que la organización espacial de las aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca se concibe como un hecho de innovación causalmente vinculado a las iniciativas e intereses de los sectores público y privado, a las ventajas comparativas de la

- 
- Contar con una ciudad de fuerte concentración demográfica (ciudad central)
  - Contar con unidades administrativas
  - La funcionalidad entre la periferia y el núcleo central
  - Volumen de población

localización: costo del suelo, el mercado (oferta y demanda), la distancia (lugares de consumo y oferta), los costos de transporte y a las ventajas competitivas de la aglomeración: lo atractivo de los establecimientos, la magnitud del mercado o área de influencia, la accesibilidad (infraestructura vial de alcance regional) y perfil económico de los consumidores, la conjunción de estos factores incentiva la dispersión de fragmentos urbanos y suburbanos en la zona de estudio.

### **3. PALABRAS O CONCEPTOS CLAVE QUE AYUDEN A IDENTIFICAR TEMÁTICAMENTE EL TRABAJO (3)**

PALABRAS CLAVE: 1. Movilidad intrametropolitana. 2. Actividades terciarias. 3. Giro comercial

#### **MOVILIDAD INTRAMETROPOLITANA**

En los últimos años se ha experimentado un proceso de reconfiguración territorial y reorganización del sistema urbano, manifiesto en los cambios en el número, el tamaño relativo, la función económica y la interdependencia de las ciudades que lo integran, éste proceso de transformación territorial se debe a una nueva etapa en el proceso de urbanización en el país caracterizada por seis elementos (Sobrino, 1999):

- Disminución del peso relativo de las zonas metropolitana ya consolidadas
- Descenso demográfico de las cuatro Zonas Metropolitanas (Guadalajara, México, Monterrey y Puebla).
- Reorientación de flujos Migratorios interurbanos e interregionales.
- Aumento en movimientos demográficos intrametropolitanos del tipo Centro-Periferia
- Crecimiento relativo más importante en ciudades de menor tamaño
- Redistribución de población sobre el territorio.

## **CONFORMACIÓN DE ZONAS METROPOLITANAS.**

En las últimas décadas, las ciudades han evolucionado hacia el proceso de metropolización, producto de un incremento de población y actividades urbanas, estableciendo redes económicas; estos cambios están asociados a un nuevo régimen de acumulación global que se caracteriza con la transición de las ciudades centrales hacia nuevos espacios urbanos de mayor extensión.

El analizar el crecimiento de ciudades en México implica, saber que estos son resultado de un proceso de urbanización de acuerdo con Aranda (2000), pueden identificarse tres periodos:

- Urbanización preindustrial (años treinta)
- Urbanización influida por la industrialización (1950-1970)
- Consolidación de la industria y el auge del sector terciario (1970-1980)

En el primer período para lograr la urbanización son cruciales las actividades primarias, cuya producción sólo era destinada para el consumo local, con lo referente a las actividades comerciales, estas se conforman por pequeños comercios; el segundo periodo es el surgimiento de corredores industriales, en las principales ciudades del país, lo cual trae consigo la construcción de fraccionamientos, habitados principalmente por trabajadores del sector industrial, esto se dio principalmente entre 1950 y 1970.

El tercer período es la consolidación del sector industrial y el auge de la actividad terciaria, estos dos han sido factores esenciales para conformar una zona metropolitana. La característica primordial es que las principales ciudades del país se convierten más en un área de crecimiento que en un lugar central, es decir su área urbana estuvo sufriendo una transformación interna al grado de existir una saturación que conllevó a la descentralización de actividades a la periferia urbana.

De acuerdo a Sobrino (1996), el cambio que presenta internamente el área urbana de una ciudad se llama proceso urbano intrametropolitano, esto se refiere a la dinámica de crecimiento de las distintas partes de una ciudad y que de manera general se caracteriza por un desplazamiento, primero de población y posteriormente de las actividades económicas, del centro hacia la periferia.

El crecimiento de actividades industriales y terciarias implica una ampliación explosiva de las ciudades, es decir estas dos actividades provocan el crecimiento hacia poblados aledaños del área central, específicamente se empezó a invadir tierras ejidales; lo anterior conllevó al surgimiento de nuevas centralidades, provocando una conformación metropolitana.

Esta nueva reestructuración metropolitana, de acuerdo con Méndez, (2003:43), se está dando en dos direcciones convergentes:

*“La primera es de una creciente integración y dependencia entre territorios cada vez más articulados por todo tipo de flujos tanto de materiales como inmateriales. El segundo es una dispersión de las actividades y la población que reduce el gradiente densimétrico para favorecer la formación de subcentros en nodos de alta accesibilidad conectados a las principales arterias donde se localizan actividades industriales, logísticas y grandes superficies comerciales”.*

Por lo tanto la conformación metropolitana ocurre cuando una ciudad, independientemente de su tamaño, rebasa su límite territorial político-administrativo y conforma un área urbana ubicada en dos o más municipios. Tal fenómeno es la expansión urbana y la desconcentración de actividades económicas, parece ser un proceso inevitable, lo anterior no es otra cosa que los efectos de aglomeración y proximidad (Currie, 1976).

Este fenómeno conjuga tres elementos (Sobrino, 1999):

- Componente demográfico (crecimiento de población, movimientos intraurbanos de tipo centro-periferia)
- Distribución del empleo (patrones de relocalización espacial para cada sector económico)
- Territorialidad, determinada por el grado de fragmentación de las vialidades federales en los municipios.

Cuando se presentan los tres elementos anteriores en una ciudad se tiene la necesidad de descongestionar las calles de automóviles y la densidad de población, llevándose la industria y la vivienda fuera de la ciudad; lo anterior se caracteriza por el mayor crecimiento relativo de la periferia respecto a la ciudad central. Representa una simultánea centralización y descentralización de capital y el espacio, es el crecimiento de pueblos contiguos a la ciudad central.

Recapitulando, con el análisis de los estudios anteriores se puede afirmar que en los últimos años en México se ha experimentado un proceso de reconfiguración territorial y reorganización del sistema urbano, se tiene una reorientación de flujos migratorios intrametropolitanos, es decir dentro de una región, lo que conlleva a nuevas formas espaciales como nodos, subcentros o que se tenga una policentralidad de actividades, lo que a continuación se describe.

#### *Generación de policentralidad*

Desde la década de los ochenta en América Latina se empezó a reportar la desconcentración de funciones urbanas y de población de las grandes ciudades, siguiendo un patrón urbano policéntrico con el crecimiento de ciudades intermedias, teniendo una estructura urbana polarizada (Guillermo, 2002:9); es decir una ciudad tiene un principal centro identificable

(Centro Histórico) pero al mismo tiempo existen otros subcentros con los que establece una serie de relaciones complementarias o de competencia (centros comerciales y comercio informal), producen o promueven la formación de núcleos urbanos periféricos como parte de la reestructuración territorial en el contexto de la globalización económica (Borja y Castells, 1997). *Policentro*, es la creación de distintos centros múltiples a partir de núcleos originales, dando paso a la llamada metrópoli policéntrica discontinua, es decir la mancha urbana central se ha desbordado sobre los límites de la ciudad hacia áreas rurales; también se define como la tendencia de la población y la actividad económica a aglomerarse de forma significativa en algunos núcleos del sistema urbano con capacidad para ejercer influencia sobre la estructura urbana (Trullen y Boix, 2003:11).

Un factor importante para la desconcentración de actividades y que conlleva a la formación de subcentros, es la infraestructura carretera y aeroportuaria, lo que permite tener una mayor movilización de bienes y servicios, además cuando los costos de congestión en el centro se incrementan y rebasa las ganancias obtenidas, estas tenderán a descentralizarse de una manera policéntrica.

## **DINÁMICA DEMOGRÁFICA Y ECONÓMICA DE LA ZONA METROPOLITANA DE TOLUCA**

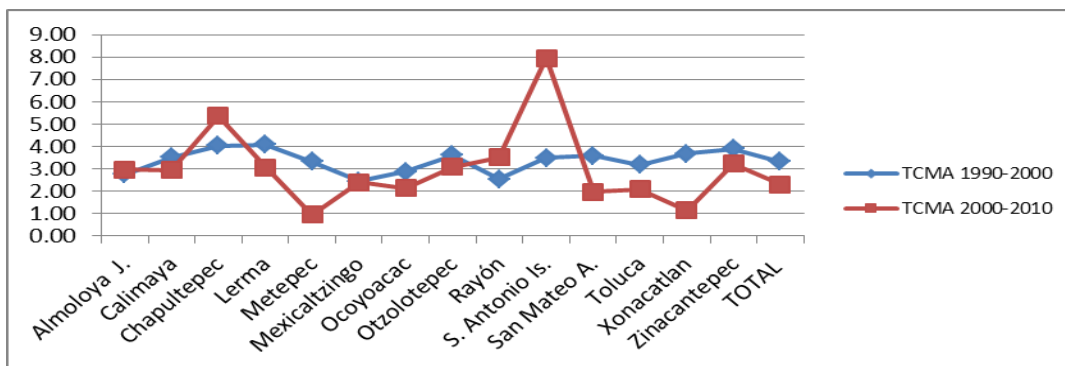
El conocimiento sobre la estructura demográfica y económica de la zona de estudio, tiene como objetivo comprender el papel que desempeña el sector terciario en la economía metropolitana y contextualizar la distribución espacial de las aglomeraciones comerciales.



## DINÁMICA DEMOGRÁFICA

La distribución de la población y los patrones de ocupación que adquiere su concentración y dispersión en el territorio metropolitano, exhiben en una primera aproximación el potencial de mano de obra y la demanda de bienes de consumo que oferta el sector terciario. El análisis de la información en el período 1990 al 2010, resalta el crecimiento demográfico de los municipios periféricos: Lerma, Calimaya, Chapultepec, Rayón, San Antonio la Isla, (Gráfica 1), el suelo rústico es accesible y la oferta de variados proyectos inmobiliarios de casas habitación, influyen en la fuerte dinámica que se está teniendo en estos territorios, cumpliéndose el primer factor para la localización de centros comerciales, que es el contar con consumidores potenciales.

**Gráfica 1. Tasa de crecimiento de la población en la ZMT, 1990-2000 y 2000-2010**



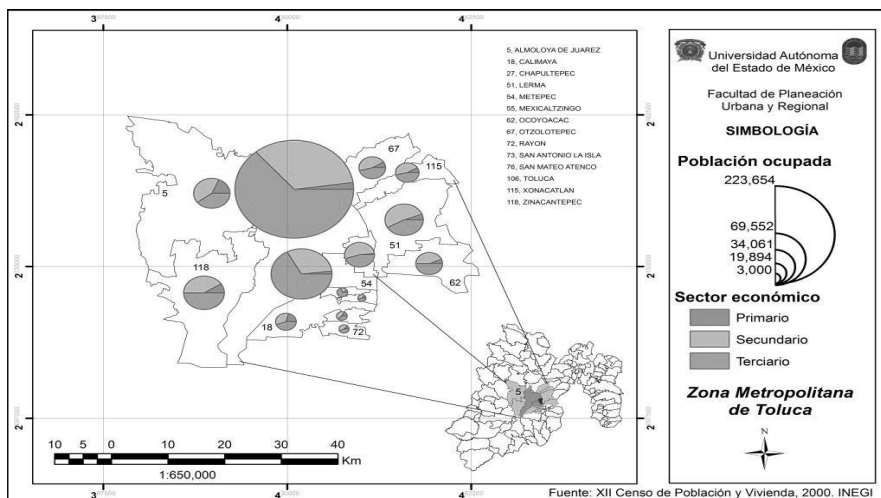
**Fuente: Elaboración propia con base en Censos de Población y Vivienda 1990,2000 y 2010**

Los datos 2010 confirman que el municipio de Toluca alberga el 44.39% de la población de la ZMT, seguido por Metepec (11.60%) y Zinacantepec (4.08%), la concentración de población se relaciona con una densidad de población media en Metepec y Toluca, y alta en San Mateo Atenco, al mismo tiempo que deja de manifiesto, por un lado la jerarquía demográfica de los municipios centrales (Toluca y Metepec) y por el otro lado, el potencial de crecimiento de los municipios periféricos.

## DISTRIBUCIÓN DEL SECTOR TERCIARIO

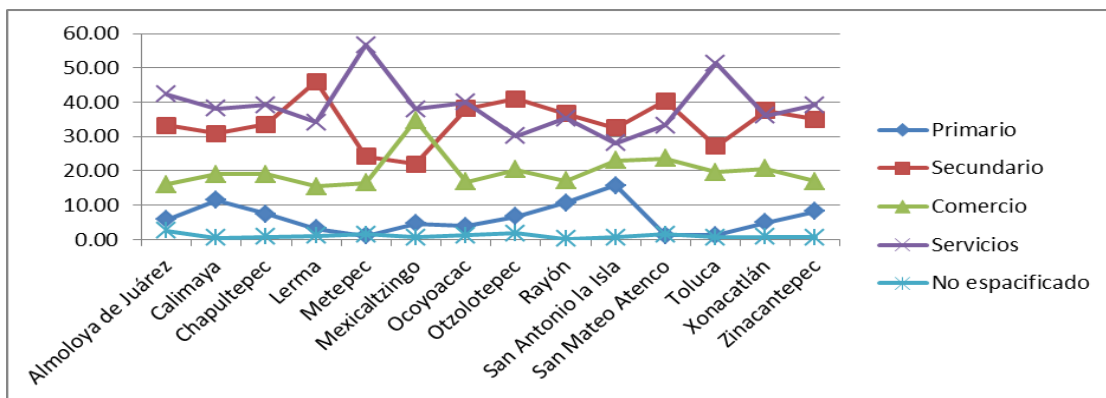
La expansión del sector terciario es hoy uno de los fenómenos más relevantes para la mano de obra mexicana de ambos géneros, se trata de un espacio económico muy heterogéneo (García, en García y Ordorica, 2010). El sector terciario mexicano da ocupación a más de la mitad de la población trabajadora del país y genera más del 70% de los ingresos totales, por lo tanto éste sector se ha vuelto un sector dinámico (Hurtado y Córdoba, 2006: 120). Lo anterior se identifica en el mapa 1, el auge que ha venido presentando las actividades terciarias, sobre todo Toluca en el año 2000, es el municipio de mayor población ocupada en este sector, seguido de Metepec y Zinacantepec.

**Mapa 1. Distribución de la población ocupada, por sector productivo en el 2000**



La grafica 2, confirma lo que ya mencionaba Garza (2006: 58), un cambio de jerarquía laboral, elevando la participación de la población ocupada (PO) en el sector terciario, seguida de una reducción en las actividades primarias, en una etapa inicial y la de las secundarias, en una fase avanzada.

**Grafica 2. Población Ocupada en los tres sectores productivos de la ZMT, 2010**



Fuente: Elaboración propia con base en Censo de Población y Vivienda 2010.

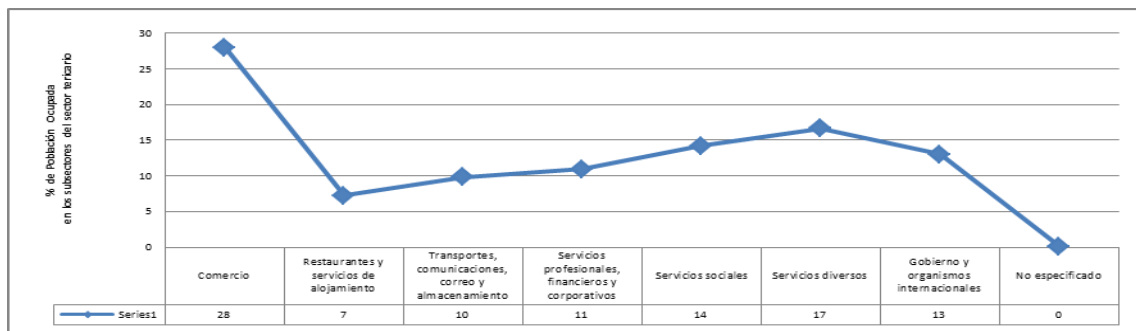
Partiendo de la idea, que antes las oportunidades de empleo se concentraban en el centro de la ciudad principal, sin embargo, como se observa en la gráfica y el mapa anterior, la población ocupada en el sector secundario y terciario está creciendo en municipios periféricos, por lo que se está empezando a gestar un modelo de dispersión. Para concluir se puede decir que la actividad económica, así como los flujos migratorios internos e internacionales se han visto notablemente influidos por el cambio en la estrategia de desarrollo económico que ha tenido México, para ser preciso, a partir de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994.

## COMERCIO AL POR MENOR A NIVEL MUNICIPAL

La urbanización junto con la intensificación del comercio, forman parte integral del proceso de desarrollo, por lo que son procesos imprescindibles para el éxito económico de un país (Banco Mundial, 2009), a partir de esta idea se aborda la importancia que tiene la actividad comercial minorista en la dinámica económica interna del país. El comercio al por menor, es una actividad frecuentemente desarrollada por cuenta propia; es decir la fuerza de trabajo en el comercio y los servicios ha ido ganando terreno de manera sistemática frente a la agrícola y a la

industrial (García, en García y Ordorica, 2010: 387). El rubro de comercio, restaurantes y hoteles apareció entre los de mejor crecimiento relativo en dos etapas expansionistas (1986-1994 y 1995-2000), lo que habla del repunte del comercio interno ante una probable mejoría en el ingreso real de las familias, sobre todo las de estratos medios y altos (Sobrino, en Garza y Schteingart, 2010: 132), lo anterior se puede observar en la gráfica 3, donde se ha incrementado la población ocupada principalmente en el rubro de servicios y comercio.

**Gráfica 3. Distribución porcentual de población ocupada en el sector terciario 2011**



**Fuente: Elaboración propia con base en reporte trimestral de actividades económicas 2011.**

Siguiendo con el auge del sector terciario y más aún el de la actividad comercial, en el cuadro 1, se identifica que el comercio al por menor en tiendas de autoservicio y departamentales, es el que concentra mayor número de población ocupada (PO) en seis municipios, que incluyen tanto centrales como periféricos, con base en lo anterior se puede decir que las cadenas comerciales de autoservicio o departamentales, forman parte de las políticas de regeneración urbana, los cuales han creado fragmentos ya no tan exclusivos de la ciudad, pues existen espacios comerciales para todo nivel de ingresos, desde los que se accede con membresía, hasta los que aceptan vales de despensa que se reparten principalmente entre los trabajadores del sector industrial.

**Cuadro 1. Participación relativa de la población ocupada en el comercio al por menor en la ZMT**

	TCMA 2004-2009								
	461 COMERCIO AL POR MENOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO	462 COMERCIO AL POR MENOR EN TIENDAS DE AUTOSERVICIO Y DEPARTAMENTALES	463 COMERCIO AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, ACCESORIOS DE VESTIR Y CALZADO	464 COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS PARA EL CUIDADO DE LA SALUD	465 COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE PAPELERIA, PARA EL ESPARCIMIENTO Y OTROS ARTICULOS DE USO PERSONAL	466 COMERCIO AL POR MENOR DE ENSERES DOMESTICOS, COMPUTADORAS Y ARTICULOS PARA LA DECORACION DE INTERIORES	467 COMERCIO AL POR MENOR DE ARTICULOS DE FERRETERIA, TLAPALERIA Y VIDRIOS	468 COMERCIO AL POR MENOR DE VEHICULOS DE MOTOR, REFACCIONES, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	469 INTERMEDIACION Y COMERCIO AL POR MENOR POR MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y OTROS MEDIOS
Almoloya J.	2.83	14.87	6.69	10.53	6.12	2.71	5.07	5.28	-
Calimaya	6.95	-100.00	12.12	5.34	17.77	22.01	18.16	16.98	-
Chapultepec	6.55	-	-3.93	4.94	4.72	-7.79	5.92	14.87	-
Lerma	5.33	68.76	15.26	3.16	10.08	23.99	6.75	9.78	-
Metepec	4.78	12.11	9.22	6.05	6.35	4.82	2.59	11.93	-
Mexicaltzingo	7.44	0.00	19.30	8.45	11.84	24.57	6.23	6.83	-
Ocoyoacac	6.22	19.92	10.49	12.92	14.78	14.87	2.84	14.51	-
Otzolotepec	10.40	41.32	22.92	7.93	15.87	0.50	9.21	-8.92	-
Rayón	8.55	-100.00	23.16	-3.58	18.07	25.74	1.92	0.00	-
S. Antonio Is.	9.98	-	21.67	8.45	10.46	60.35	13.56	-	-
San Mateo A. Toluca	4.78 2.92	66.78 0.88	-8.21 4.55	1.99 5.14	12.45 5.91	18.50 0.98	0.40 2.04	3.47 -1.39	-
Xonacatlan	7.47	-	20.07	24.57	9.86	13.02	6.55	15.07	-
Zinacantepec	8.02	2.46	3.78	10.11	15.03	12.22	14.26	5.44	-
<b>TOTAL</b>	<b>4.43</b>	<b>8.22</b>	<b>3.23</b>	<b>5.90</b>	<b>7.89</b>	<b>4.59</b>	<b>3.22</b>	<b>2.47</b>	<b>12.30</b>

Fuente: Elaboración propia con base en Censos Económicos 2004 y 2009.

## AGLOMERACIONES COMERCIALES EN LA ZONA METROPOLITANA DE TOLUCA

El presente apartado pretende, como primer punto, ubicar territorialmente las aglomeraciones comerciales para, posteriormente, caracterizar las ventajas competitivas de estos espacios y, finalmente, señalar el grado de influencia que tienen en el proceso de metropolización. La delimitación de las aglomeraciones comerciales no tiene límites determinados, más bien se debilitan con la distancia del origen o foco de actividad (Gárnica, 2008: 768). Se tiene para la Zona Metropolitana de Toluca un crecimiento comercial al por menor en la periferia, reflejándose en la construcción de centros comerciales, que tuvo un estancamiento en la crisis mundial del 2008 (Véase Cuadro 2).

**Cuadro 2. Aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca, 1998-2010**

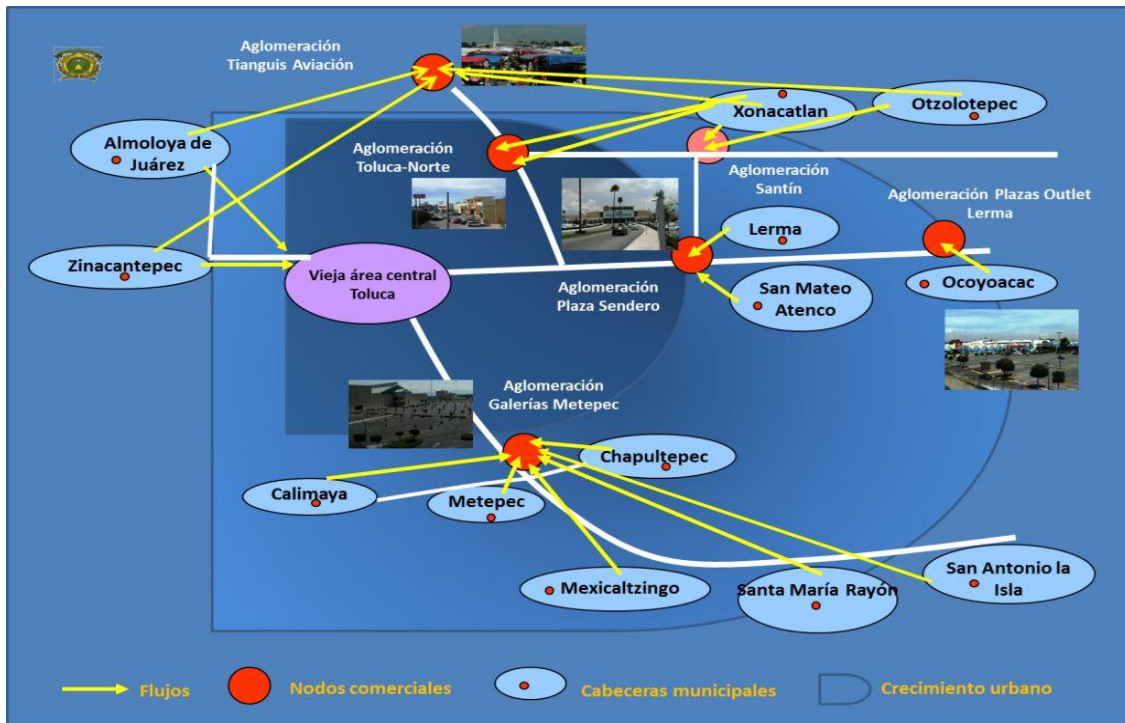
AGLOMERACIÓN COMERCIAL	INAUGURACIÓN	DESCRIPCIÓN
Galerías Metepec	Octubre 1998	Superficie total 33,200m <sup>2</sup> 110 locales Cajones de estacionamiento 3,500.
Las Plazas Outlet Lerma	Noviembre 2001	Superficie total 100,000 m <sup>2</sup> Superficie rentable 32,956 m <sup>2</sup> 141 locales Cajones de estacionamiento 2,428
Plaza Sendero Toluca	2006	Superficie total 189,384 m <sup>2</sup> Superficie rentable 49,181m <sup>2</sup> 127 locales Cajones de estacionamiento 2,746
Toluca Norte	Chedraui 2001 Unidad Wal-Mart 2007 Home-Depot 2008 Plaza el Punto 2009 SAM'S y Suburbia 2011	Superficie promedio total: 5933 m <sup>2</sup>
Tianguis Aviación	2007	Superficie total 12 hectáreas Planta tratadora de aguas negras Puente peatonal de 128 metros
Multiplaza Santín	2010	Superficie total 57,162 m <sup>2</sup> Superficie rentable 35,180 m <sup>2</sup> 156 locales Cajones estacionamiento 1,164
Centro Histórico de Toluca	1832-1844 construcción	-

**Fuente: Elaboración propia**

Por lo anterior, y para efectos de esta investigación, se analizan siete aglomeraciones comerciales, que a saber son: Centro Histórico de la Ciudad de Toluca, Toluca Norte, Multiplaza Santín, Plaza Galerías Metepec, Plaza Sendero, Plazas Outlet Lerma y Tianguis Aviación.

De acuerdo con el Esquema 1, puede observarse un patrón de concentración y descentralización de las actividades terciarias en la ZMT, lo cual muestra no sólo la expansión de la ciudad de Toluca a una región más amplia, sino la gestación de economías de urbanización que presentan desarrollos desiguales.

**Esquema 1. Aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca**



Fuente: Elaboración propia, con base en recorridos de campo.

## VENTAJAS COMPETITIVAS DE LAS AGLOMERACIONES COMERCIALES

Después de haber tratado aspectos que hacen comparativos entre las aglomeraciones comerciales, es importante señalar las fortalezas que hacen competitivas a un espacio comercial. El concepto de *competitividad*, ha evolucionado desde distintos puntos de vista, el enfoque urbano lo concibe como el grado en que las ciudades producen bienes y servicios que enfrentan a la prueba de los mercados regional, nacional e internacional (Manzano, 2009: 56).

La competitividad de una aglomeración comercial estará condicionada cada vez menos por los factores endógenos y más determinada por la atmósfera internacional. Porter (1991) menciona que cada empresa puede construir sus propias ventajas competitivas, pues son capaces de innovar; de estas premisas se parte para entender a la competitividad como la capacidad de permanecer en el mercado (Orozco, 2007), y para lograr ésta, una aglomeración comercial

debe contar con la capacidad de atracción de recursos sobre todo externos, tener un mercado y planetario de inversiones financieras productivas (Cuervo, 2000: 75-76). Pero ¿cómo se logra la competitividad?, de acuerdo con Manzano (2009) deben los mercados ampliarse, incrementar la productividad y el ingreso real, mejorar las condiciones de empleo, contar con lugares atractivos tanto para emplearse como para el ocio la compra, esto llevará a mejorar la calidad de los habitantes.

El Cuadro 3, permite sintetizar una serie de variables que miden el factor competitivo y un dato a rescatar es la variable limpieza y seguridad, para el caso de los Portales y Tianguis Aviación se tienen una percepción mala, caso contrario en las aglomeraciones comerciales restantes donde la percepción es buena, debido a que en estos espacios regularmente la limpieza de sus instalaciones es su carta de presentación por lo que siempre están impecables; otra variable importante a resaltar son los servicios complementarios, en las siete aglomeraciones se tiene una percepción buena, lo que indica que estos espacios comerciales no son sólo lugares de compra y venta de productos, sino que se están convirtiendo en espacios para otras actividades como la educación el ocio, etc. Para el análisis de las restantes variables enunciadas en el cuadro, se tiene una percepción buena, lo que indica que las aglomeraciones comerciales periféricas presentan mejores condiciones competitivas que el centro tradicional de comercio (Portales).



**Cuadro 3. Resumen de indicadores de ventajas competitivas, 2012**

<b>Variedad</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	1	2	17	34	0	0	7	14	15	30	3	6	21	42
bueno	39	78	31	62	42	84	29	58	28	56	42	84	16	32
excelente	10	20	2	4	8	16	14	28	7	14	5	10	13	26
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100
<b>Calidad</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	15	30	11	22	8	16	14	28	21	42	20	40	16	34
bueno	19	38	30	60	36	72	22	44	27	54	29	58	26	55
excelente	16	32	9	18	6	12	14	28	2	4	1	2	5	11
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	47	100
<b>Ofertas</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	19	38	3	6	23	46	31	62	31	62	8	16	22	44
bueno	23	46	42	84	27	54	13	26	9	18	29	58	20	40
excelente	8	16	5	10	0	0	6	12	10	20	13	26	8	16
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100
<b>Servicios complem.</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	18	36	4	8	2	4	11	22	12	24	17	34	3	6
bueno	27	54	31	62	35	70	26	52	35	70	31	62	41	82
excelente	5	10	15	30	13	26	13	26	3	6	2	4	6	12
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100
<b>Limpieza</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	39	78	5	10	2	4	5	10	15	30	42	84	10	20
bueno	11	22	33	66	39	78	29	58	18	36	8	16	27	54
excelente	0	0	12	24	9	18	16	32	17	34	0	0	13	26
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100
<b>Seguridad</b>	Portales	%	Toluca Norte	%	Galerías Metepec	%	Plaza Sendero	%	Multiplaza Santín	%	Tianguis Aviación	%	Plazas Outlet Lerma	%
malo	31	62	11	22	4	8	17	34	19	38	38	76	3	6
bueno	16	32	31	62	39	78	29	58	26	52	12	24	33	66
excelente	3	6	8	16	7	14	4	8	5	10	0	0	14	28
<b>total</b>	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100

Fuente: Elaboración propia

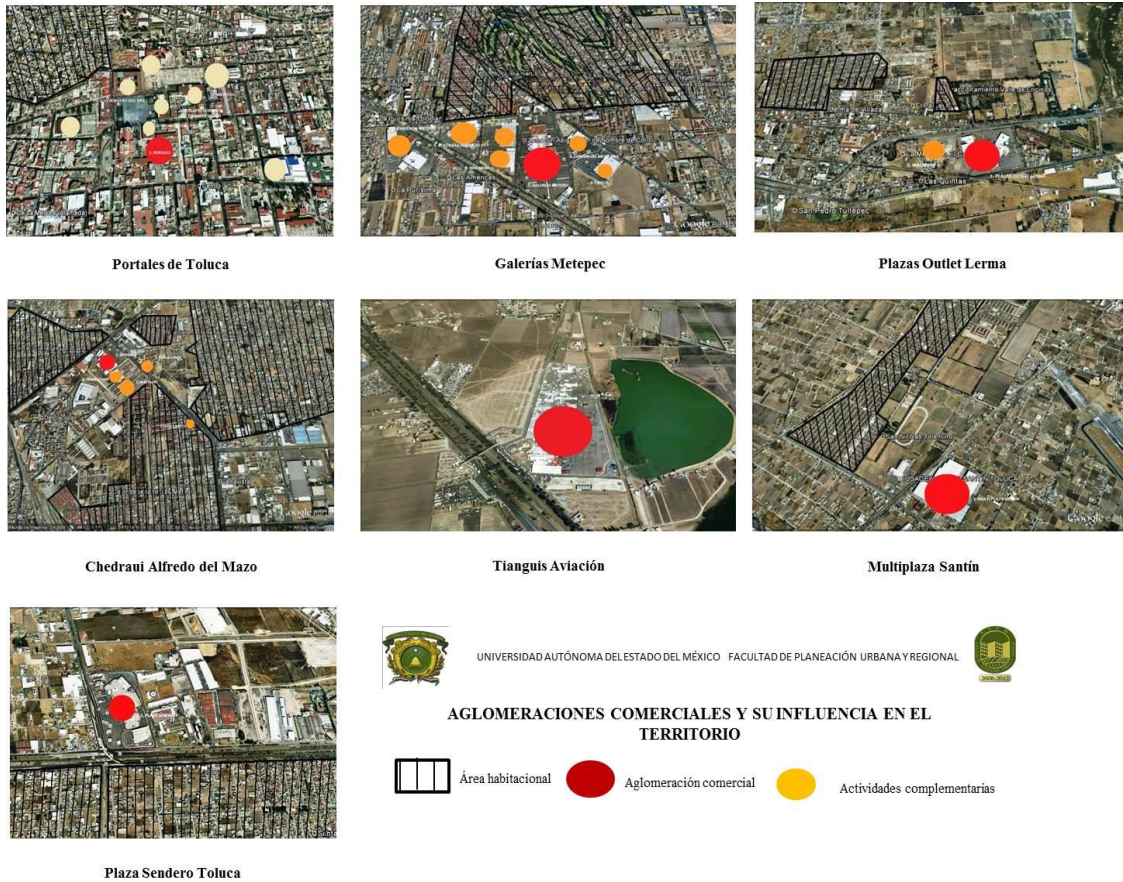
El análisis del cuadro anterior permite señalar que la nueva dinámica competitiva de los centros comerciales periféricos tiende a cambiar el modo de organización del micro comercio tradicional, así como la forma de realizar sus ventas, provocando una reorganización jerárquica comercial. En un principio la jerarquización comercial estaba dada por el reconocimiento de una vieja área central con espacios comerciales bien definidos; con el pasar de los años, la actividad comercial se ha expandido del centro a la periferia, teniendo como resultado nuevas aglomeraciones comerciales en espacios cada vez más alejados, provocando una posible degradación de las antiguas áreas centrales. Lo anterior refleja claramente a la actividad comercial como uno de tantos indicadores de la dinámica urbana en una zona metropolitana.

## **AGLOMERACIONES COMERCIALES Y SU INFLUENCIA EN EL TERRITORIO**

¿Por qué se aglomeran los comercios? Con base en lo expuesto, se agrupan para aumentar la oferta y mejorar la capacidad de elección de los consumidores, beneficiándose de este modo de la atracción conjunta. La actividad comercial constituye uno de los ingredientes esenciales para el desarrollo urbano, representa un elemento estructurador de la ciudad que en un principio le imprimió vitalidad a las viejas áreas centrales y en la actualidad a espacios periféricos urbanos, por lo que este proceso cobra nueva importancia en el proceso de planeación territorial periférica, dada su potencialidad para generar vitalidad a nuevos centros urbanos.

En el Mapa 2 se aprecian las aglomeraciones comerciales periféricas con el surgimiento de núcleos comerciales que se localizan cerca de las zonas habitacionales más densas de la Zona Metropolitana de Toluca, generando actividades complementarias como pueden ser la de servicios especializados. Aunque diversos investigadores Basker (2007) ven a los hipermercados (Wal-Mart) como establecimientos que no generan economías de aglomeración en el mercado minorista, pues influyen para la desaparición o desplazamiento a otros lugares de micro comercios establecidos, también existen autores como Goetz y Swaminathan (2006) que analizan el efecto de los supermercados Wal-Mart en los niveles de pobreza y concluyen que estas grandes tiendas generan tanto beneficios como costos en los lugares donde se instalan.

**Mapa 2. Centros comerciales y actividades complementarias, 2012**



Observando el Mapa 2, se identifica inmediatamente una dispersión de actividades lo que conlleva a una urbanización difusa, es decir, una fragmentación del hábitat urbano. Esta fragmentación y dispersión de la ciudad se debe a las nuevas aglomeraciones comerciales y de servicios.

**Discusión de resultados**

Los fundamentos de esta investigación orientaron la movilidad intrametropolitana de la Zona Metropolitana de Toluca a través de la organización espacial de las aglomeraciones comerciales en el período 1990-2012, con el objeto de determinar la jerarquización comercial y su incidencia en la estructuración del territorio metropolitano.

Se planteó que la organización espacial de las aglomeraciones comerciales en la Zona Metropolitana de Toluca se concibe como un hecho de innovación causalmente vinculado a las iniciativas e intereses de los sectores público y privado, La búsqueda de la causalidad en la organización espacial de las aglomeraciones comerciales en la zona de estudio, nos llevó a un diseño metodológico analítico-explicativo integrado por varios niveles que contemplan la base teórica metodológica que permitió construir el objeto de estudio y transitar a los variados niveles empíricos: estructura demográfica y económica, ventajas competitivas y organización espacial y el papel de las aglomeraciones comerciales en la configuración del hecho urbano y metropolitano.

Los referentes analizados coinciden en confirmar el traslado de la centralidad a la periferia, lo cual se expresa en la formación de un patrón de ocupación territorial disperso y policéntrico, sin embargo las discontinuidades urbanas presentes en las zona metropolitana indican que los centros urbanos y aglomeraciones económicas, que configuran la policentralidad regional, difunden la urbanización del centro a la periferia (radial) y que, por lo tanto, en un futuro inmediato se tendrá una posición distinta en el escenario metropolitano.

En estos términos la Zona Metropolitana de Toluca presenta un estado intermedio cuya organización en red está en ciernes y persisten los flujos de interacción radial a partir de la formación de nuevos centros o aglomeraciones económicas que están articulados por vías de comunicación de alcance regional y forman su propia área de gravitación e influencia en la que se incentiva y expande la suburbanización.

La ocupación territorial de la Zona Metropolitana de Toluca es congruente con un patrón difuso, disperso y fragmentado, en el que destacan las economías de urbanización generadas por los centros comerciales descentralizados, aquellos espacios en los que se concentran las

actividades de compra y venta de productos y servicios que abastecen un área de mercado o zona de influencia y se localizan en lugares con densidades elevadas de población.

Cabe precisar que nuestro análisis incluye también las aglomeraciones comerciales centralizadas en un centro urbano principal, es el caso de los Portales ubicado en el primer cuadro de la ciudad de Toluca y Plaza Galerías Metepec, lo cual permitió identificar las relaciones de intercambio que se producen a partir de las aglomeraciones comerciales centralizadas y descentralizadas, éstas varían en función de la dirección y la magnitud de las fuerzas centrípetas o de atracción que determinan la confluencia y la movilidad de los consumidores hacia una localización económica, mientras los mecanismos de atracción o ventajas competitivas están determinados por la imagen atractiva de los emplazamientos comerciales y por la diversidad de productos ofertados.

En el caso de la Zona Metropolitana de Toluca se identificó una dinámica demográfica y económica intrametropolitana, para ser preciso hacia los municipios periféricos, aquellos que rodean a los municipios de Toluca y Metepec (centrales). La forma actual en la periferia urbana es de una urbanización discontinua y menos densa, claro ejemplo son las zonas residenciales cerradas, que se encuentran alejadas de la ciudad central, lo anterior trae como resultado la constitución de una metrópoli.

No obstante que la actividad comercial constituye uno de los elementos esenciales para el desarrollo urbano, pues representa un elemento estructurador de la ciudad que le imprime vitalidad a las viejas áreas centrales y en la actualidad a espacios periféricos urbanos; por lo que este proceso cobra nueva importancia en el proceso de planeación territorial periférica, al mismo tiempo que generan beneficios, también producen altos costos sociales (tráfico, generación de basura, inseguridad) en los lugares donde se instalan.

La contribución de la investigación se sintetiza en conjugar anteriores y nuevos enfoques teóricos, las experiencias empíricas y el trabajo de campo, para explicar los determinantes de la organización espacial de las aglomeraciones comerciales y su relación con el crecimiento y consolidación de la Zona Metropolitana de Toluca, dado que estos espacios son un eje estructurador de la ciudad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**Aguilar, Guillermo Adrián** (2011), “Diferenciación sociodemográfica del espacio urbano en la ciudad de México” en *EURE*, Vol. 37, Núm. 110. Santiago, Chile, pp. 5-30.

**Alcántara Vasconcelos, Eduardo** (2010), *Análisis de la movilidad urbana. Espacio medio ambiente y equidad*, Bogotá Colombia, CAF.

**Barroso González, María de la O y Flores Ruiz, David** (2006), “La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque” en *Cuadernos de turismo*, Núm. 17, Universidad de Huelva, pp. 7-24.

**Basker Emek** (2007). *The causes and consequences of Wal-Mart’s Growth*. University of Missouri

**Coll Hurtado Atlántida y Córdoba Ordoñez Juan** (2006), “La globalización y el sector servicios” en *Investigaciones Geográficas. Boletín del Instituto de Geografía*. Núm. 61, México, UNAM, pp. 114-131.

**Ciccolella Pablo** (1999), “Globalización y dualización en la región metropolitana de Buenos Aires. Grandes inversiones y reestructuración socioterritorial en los años noventa”. *EURE*. Vol. 25, Núm. 76. Chile.

**Cuervo González Mauricio Luis** (2000), “Ciudad y competitividad. Entre las partes y el Todo” en *Territorios*, Núm. 003, Bogotá Colombia.

**De Mota José y Rodríguez Ana Isabel**, (2003). *El factor distancia en la atracción de los centros comerciales. Una aplicación a la ciudad de Aracajú*. RECADM. Vol. 2 Núm.1

**Duhau Emilio y Angela Giglia** (2007), “Nuevas centralidades y prácticas de consumo en la ciudad de México: del micro comercio al hipermercado” en *EURE*, Vol. 33, Núm. 098, mayo, Chile, pp. 77-95.

**García Brigida y Ordorica Manuel**, (2010). *Los grandes problemas de México. Población*. Tomo I, México, Colegio de México.

**Garza Gustavo**, (2006). *La dimensión espacial de la revolución terciaria*. COLMEX.

**Garza Gustavo y Schteingart Martha** (2010), *Los grandes problemas de México. Desarrollo Urbano y Regional*. Tomo II, México, Colegio de México.

**Goetz Stephan J. y Swaminathan Hema** (2006). *Wal-mart and County-Wide Poverty*. Social Science Quarterly. Vol. 87

**INEGI**, (1990). XI Censo General de Población y Vivienda. Estado de México. Resultados definitivos, Tomo II. Tabulados Básicos.

**INEGI**, (2000). XII Censo General de Población y Vivienda. Estado de México. Resultados Definitivos.

**INEGI**, (2010). XIII Censo General de Población y Vivienda. Estado de México. Resultados Definitivos.

**INEGI** (1994). XI Censo Industrial, Comercial y de Servicios. Estado de México

**INEGI** (2004). XII Censo Industrial, Comercial y de Servicios. Estado de México

**INEGI** (2009). XIII Censo Industrial, Comercial y de Servicios. Estado de México

**Krugman Paul y Fujita Masahisa** (2004), "La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro" en *Investigaciones Regionales*, España, Núm. 04, pp. 177-206.

**Méndez Morales José Silvestre** (1998), *Problemas Económicos de México*, México, MC Graw-Hill.

**Méndez Ricardo** (1997), *Geografía Económica. La lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona, Ariel, S.A.

**Méndez Ricardo** (2003). "Trayectorias industriales metropolitanas: nuevos procesos, nuevos contrastes", EURE, Chile, Vol. 29, Núm. 87, septiembre: 37-50.

**Orozco Hernández M. Estela**, (2006). "Escenarios interpretativos. Tendencias en la transformación de espacios rurales y periféricos de la Zona Metropolitana de la Ciudad de Toluca". *Investigaciones Geográficas*, UNAM, núm. 60, pp. 110-126.



**Orozco Hernández M. Estela**, (2007). *Entre la competitividad local y la competitividad global: Floricultura comercial en el Estado de México*. CONVERGENCIA, Vol. 14 Núm. 045. Toluca México.

**O’Sullivan Arthur**, (2007). *Urban Economics*. McGraw-Hill, Boston, USA.

Pérez Miguel, Salcedo Rodrigo y Cáceres Gonzalo, (2012). “*Apropiación y control social en un centro comercial de Santiago: practicas socio espaciales y significaciones adolescentes*”. EURE. Vol. 38, Núm 113. Pp. 53-75

**Pérez Miguel, Salcedo Rodrigo y Cáceres Gonzalo**, (2012). “*Apropiación y control social en un centro comercial de Santiago: practicas socio espaciales y significaciones adolescentes*”. EURE. Vol. 38, Núm 113. Pp. 53-75

**Porte M.E.** (1987). *Ventaja competitiva* (14 edición). C.E.C.S.A. México.

**Rial Boubeta Antonio, Lamas Veiga Dedicia y Varela Mallov Jesús**, (2009). *El factor distancia en la atracción de los centros comerciales. Una aplicación a la ciudad de Aracaju (Sergipe, Brasil)*. RECADM. Vol. 2, Núm. 1. Valladolid.

**Sassen Koob, Saskia** (1998) *The mobility of Labor and Capital*. Cambridge, Cambridge University Press,

**Sobrino Jaime**, (1999). *Desarrollo Urbano en México a partir de 1980*, México, Colegio Mexiquense.