



Vol. 11, Nº 25 (diciembre / dezembro 2018)

NIVEL MICRO, MESO, MACRO Y META EN LAS REDES TURÍSTICAS

Georgina Jatzire Arévalo Pacheco¹

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Georgina Jatzire Arévalo Pacheco (2018): "Nivel micro, meso, macro y meta en las redes turísticas", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 25 (diciembre / dezembro 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/25/redes-turisticas.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25redes-turisticas>

Resumen: el objetivo del presente documento es identificar la relación a nivel micro, meso, macro y meta en la formación de redes turísticas. Tomando como base un análisis cualitativo de las características que se presenta en cada nivel y su vínculo en las relaciones que se generan en los nodos que forman redes turísticas, por lo tanto el trabajo es descriptivo y analítico. Se obtiene información relevante para potenciar la articulación de los actores locales en organizaciones que fomentan el conocimiento interno y promueve lazos de cooperación, lealtad, confianza y participación que fortalece las relaciones de redes en el turismo.

Abstract: the objective of this document is to identify the relationship at the micro, meso, macro and meta level in the formation of tourism networks. Based on a qualitative analysis of the characteristics presented at each level and their link in the relationships generated in the nodes that form tourist networks, therefore the work is descriptive and analytical. Relevant information is obtained to strengthen the articulation of local actors in organizations that promote internal knowledge and promote ties of cooperation, trust and participation that strengthens the relationships of networks in tourism.

Palabras clave: teoría de redes, turismo, micro, meso, macro, meta.

Keywords: network theory, tourism, micro, meso, macro, goal.

JEL: O1, O18.

¹ Licenciada en Economía, Maestra en Ciencias del Desarrollo Local y estudiante del doctorado en Ciencias de la Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México. Profesora de la Universidad Nacional Autónoma de México campus Morelia. E-mail: georgina.arevalo@outlook.com

I. Introducción

El análisis de turismo vinculado con la teoría de redes implica diversos niveles de estudio como es el nivel macro que hace referencia a aspectos como la política monetaria, fiscal, cambiaria, comercial, estabilidad legal, ambiente económico y político. En el nivel meso que implica el desarrollo, infraestructura, calidad de vida, nivel de educación, el desarrollo de la ciencia, la tecnología, el medio ambiente y el crecimiento local. El nivel micro se vincula a las empresas y su relación con el entorno, organizaciones sociales y técnicas que permitan la consecución de la calidad y la eficiencia (Morales, et al., 2007). El nivel meta trata de aspectos de la superestructura es decir, ideología, cultura y formas en las que se relacionan los actores.

Los diversos niveles que están presentes en la actividad turística (micro, meso, macro y meta) son esenciales en la formación de redes que articulan a las empresas, sociedad, universidades, gobierno, ONG's y organizaciones en general con la actividad turística. Así las sinergias que se presentan en un lugar pueden denotar en cluster o sistema productivo local por medio de la comunicación, creatividad e innovación de las empresas del territorio donde la confianza, cooperación y lealtad se unen para formar una articulación de redes que van desde el nivel micro hasta meta para fortalecer la actividad turística.

Así el siguiente documento tiene como objetivo identificar la relación que está presente a nivel micro, meso, macro y meta en la formación de redes turísticas. Tomando como base un análisis cualitativo de las características que se presenta en cada nivel y su vínculo en las relaciones que se generan en los nodos que forman redes turísticas, por lo tanto el trabajo es descriptivo y analítico.

El siguiente documento se integra de los siguientes apartados: 1) bases del análisis micro-meso-macro-meta económica, 2) un análisis descriptivo de cada uno de los niveles, 3) las 4M y las redes organizacionales, 4) bases fundamentales de la teoría de redes, 5) teoría de redes más turística y 6) finalmente conclusiones.

II. Bases de micro-meso-macro-meta en la economía

Para analizar la temática de turismo y sus redes se debe analizar sus impactos a nivel territorial y socioeconómico, por lo tanto el primer nivel que se analiza es el micro, seguido de meso, macro y meta. Así primero se puede entender a la microeconomía como: "es la rama de la economía que estudia las decisiones de las familias y las empresas, las formas en que funcionan los mercados, la manera en que se regulan y cómo influyen los impuestos en la asignación de trabajo y de bienes y servicios (Parkin, 1995: 24 citado por Dieckow, 2010).

La meso economía: la meso economía estudia cómo afecta la situación coyuntural (a nivel local y regional) a las relaciones entre los agentes económicos y el desenvolvimiento económico global, estableciéndose como interfase entre la micro y macro economía (Dieckow, 2010), (Salles, 2001).

La macroeconomía por su parte, “es la rama de la ciencia económica que estudia la economía como un todo. En especial estudia la determinación a nivel global de la actividad económica: el desempleo, el ingreso, los precios medios, la inflación y la distribución de la riqueza” (Parkin, 1995: citado por Dieckow, 2010).

Finalmente la meta economía introduce conceptos humanísticos que refuerzan el carácter de ciencia social de la economía. Con ella se hace referencia a aquellos aspectos del sistema económico que tienen que ver la organización social del trabajo, la producción y la economía política que de ella se desprende. Su objeto es ver como las cuestiones culturales afectan a la economía (Dieckow, 2010).

El tema de turismo tiene relación en todos los aspectos antes mencionados. En el ámbito del turismo se destacan dos tipos de empresas: las PyME²s y las empresas familiares que se vincula al área micro (Dussel, et al. 2003). Las PyME son agentes fundamentales en la generación de puestos de trabajo y de innovaciones, el desarrollo del tejido regional, la diversificación del aparato productivo y de las exportaciones constituyen desafíos que difícilmente puedan enfrentarse sin el aporte sustantivo de un sector PyME en expansión” (Cardozo, 2005) (Dieckow, 2010). Así las empresas destacan a nivel micro pero su análisis por medio de las relaciones se estudia desde el nivel meso con un impacto macro y meta. Así las relaciones entre el nivel micro y macro para desarrollar la actividad económica es esencial para ser eficiente y eficaz, el nivel macro implica cuestiones agregadas del turismo a nivel nacional y el nivel meta son acciones vinculadas a la cultura de la población que tiene implicaciones directas con el turismo.

III. Nivel micro

Algunas de las características esenciales del nivel micro son las siguientes en la actividad económica del turismo para su competitividad (Morales, et al. 2007).

a) La conformación del grupo emprendedor del sector para promover las habilidades y el conocimiento del sector productivo.

² Pequeñas y medianas empresas (Pymes).

b) La gestión de la actividad para el manejo de temas críticos de la administración, finanzas, mercados, aspectos legales, las mejores prácticas en el ciclo completo de producción, calidad, gestión tecnológica y capital intelectual.

c) La estructura, la cultura y la estrategia. La estructura puede facilitar las relaciones intra-empresariales en el ambiente laboral para aumentar la innovación, habilidades, capacitaciones y capital humano activo. La estrategia se orienta a los objetivos empresariales de la actividad económica.

d) La capacidad de innovación y de activar los potenciales de aprendizaje en todas las áreas de la organización. Analizar el potencial para la búsqueda consciente del aprendizaje continuo individual u organizacional esto provoca un sector altamente competitivo.

IV. Nivel meso

Su importancia radica en su relación entre los niveles micro y macro, es decir es un medio para vincular las acciones de los sectores público, privado, social y académico. La colaboración entre los actores aunado con una planeación estratégica participativa impulsa el desarrollo y la competitividad de las empresas En este sentido se debe observar a continuación (Morales, et al. 2007) los siguientes elementos:

a) Las redes de colaboración: esto promueve la innovación y colaboración en los actores a diferentes niveles.

b) La estructura física y social: cuenta con la infraestructura física de transporte, telecomunicaciones y energía para que las empresas puedan ser competitivas en el mercado nacional e internacional. Además, implica la formación, capacitación y habilidades desarrolladas de los empresarios, profesionales y población en general.

c) Los incentivos y las regulaciones: implica el aspecto de regulación en el mercado como son aspectos fiscales, incentivos tecnológicos e innovación en el sector.

V. Nivel macro

Este nivel implica su vínculo directo con el gobierno nacional en función de ser promotor de política y generador de entornos favorables (Domareski, et al. 2013).

a) El equilibrio macroeconómico, implica manejar el comportamiento de las variables macroeconómicas de tipo presupuestario, monetario, fiscal, cambiario, comercial, financiero y de competencia. En el sentido que su estabilidad contribuye a generar certidumbre y confianza en los inversionistas y se establecen condiciones propicias para el crecimiento de largo plazo en el país (Morales, et al. 2007).

b) La reglamentación sobre propiedad intelectual, ya que es fundamental contar con unas reglas en los derechos de propiedad intelectual y patentes.

c) El fomento a la internacionalización, es vincular las empresas a nivel internacional, mecanismo que las apoya en la globalización. Además, se contempla el apoyo gubernamental para que capaciten a los empresarios y faciliten el acceso a información.

VI. Nivel meta

Los factores socioculturales que implica el nivel meta son estratégicos para el desarrollo empresarial de los sectores económicos. Es necesario adoptar esquemas de cooperación que faciliten la transferencia del conocimiento para generar procesos competitivos en el largo plazo (Martinovich, 2003).

b) Los valores, tales como el cumplimiento, respeto, lealtad y responsabilidad con los compromisos adquiridos son claves. La perseverancia y el esfuerzo para alcanzar las metas de una forma honesta (Morales, et al. 2007) en el largo plazo.

c) La capacidad estratégica y política que garanticen un desarrollo sostenible. .

VII. Las 4M y las redes organizacionales

El análisis de las 4M (micro-meso-macro-meta) hace necesario identificar y potenciar las relaciones interorganizacionales a través de las relaciones intersectoriales, incrementando la importancia de las alianzas competitivas entre las organizaciones turísticas.

La relación entre sectores conforma “redes” que permiten hacer frente a adversidades y son capaces de generar innovaciones y conocimiento. Además con el tiempo las organizaciones que generan las redes evolucionan para promover cooperación y confianza con fines productivos, empresariales y sociales.

La evolución de las organizaciones esta cimentada en la evolución de la cooperación como estrategia de crecimiento y de fortalecimiento organizacional. Así el desarrollo de las organizaciones promueven las redes en su entorno en constante actividad modificando las estructuras de las mismas redes (Vega y Rojo, 2010).

Los niveles micro y meso en el entorno territorial son centrales en la organización y desarrollo de las redes en el largo plazo. Algunas características que promueven son las siguientes (Vega y Rojo, 2010).

- Poseen elementos para contribuir al desarrollo de la región, por la articulación de las redes organizacionales que se involucran activamente y se generan sinergias.
- Reflejan el interés de las comunidades, así la actividad productiva al estar presente en la zona puede promoverse una vocación productiva que refleja los intereses directos de la población.
- Las organizaciones son interdependientes entre sí, pero al estar interactuando unas con otras el vínculo de autonomía, cooperación y confianza es sólido porque tienen un objetivo en común, y pueden crear sistemas productivos locales o clusters.
- Las organizaciones tienen relaciones nacionales e internacionales a nivel micro, meso, macro y meta donde la interacción de las redes y sus diversos niveles están en constante intercambio de ideas, propuestas y proyectos generando un sector dinámico.
- Las redes promueven la conservación del medio ambiente.
- Los participantes en la red dan lugar al conocimiento y capital humano que promueve y genera innovaciones en las comunidades para participar en procesos para lograr el desarrollo sostenible de la región.

Así la vinculación de las 4M en las redes de las organizaciones que se gestan en el entorno se vincula a las actividades económicas y a las necesidades de la población. El diagrama 1 identifica los aspectos centrales de las 4M, las cuales involucran progresos colectivos e individuales, en condiciones de equidad, seguridad, sostenibilidad ambiental, soberanía nacional, paz interna y externa (Vega y Rojo, 2010), (Domareski, et al. 2013).

Diagrama 1. Factores de competitividad



Fuente: Woo, 2001.

En el nivel micro están las empresas a nivel local con sus acciones colectivas y de cooperación, luego a nivel meso se crean las bases de las ventajas competitivas de la zona por medio de políticas que se implementan a nivel macro. Así el nivel macro se vincula a las normativas políticas, legales y económicas desde el Estado y finalmente el nivel meta con aspectos culturales, sociales y colectivos que se han promovido por los niveles anteriores que hacen sinergias sociales en el ámbito de conocimiento colectivo empresarial.

En el diagrama 1 se muestra que en el nivel micro se buscan estrategias estructurales, dotación de factores de forma eficiente, la innovación de la organización empresarial, entorno empresarial en formación, especialización del entorno, cooperación y aprendizaje colectivo. En el nivel meso se articulan los sectores para promover conexiones en el desarrollo de redes de colaboración, incentivos de cooperación y regulación, sinergias con otros sectores de compra y venta promoviendo las bases de sistemas productivos o clúster.

El nivel macro maneja las condiciones de la demanda o competitividad nacional, además de promover las oportunidades de dotación de factores, control de variables macroeconómicas para mantener la estabilidad, generación y mantenimiento de instituciones o normas legales. El nivel meta contempla factores sistémicos socioculturales y el aprendizaje colectivo.

Así estos niveles se articulan para formar sinergias en las organizaciones empresariales y se promueve la generación de redes sociales que se apoyan en acciones o proyectos que se vinculan con la actividad económica que desean denotar en el largo plazo. El proceso da lugar a redes que innovan, crean, diseñan que desarrollan proyectos, ideas y conocimiento adquirido en beneficio de las redes.

VIII. Bases fundamentales de la teoría de redes

En lo que se refiere al concepto de las redes cada área de la ciencia utiliza una terminología diferente para el mismo aunque existe consenso acerca de que donde hay algún *nodo* existe una red. En cada área del conocimiento tiene connotaciones diferentes, por ejemplo en matemática se utiliza la “Teoría de grafos”, en biología las redes de la vida, en informática las redes de computadoras, en las organizaciones las redes reciben denominaciones tales como: *clusters*, aglomeraciones, APL (Arreglos Productivos Locales) o SLPI (Sistemas Locales de Producción e Innovación) y en las redes sociales los nodos pasan a denominarse actores debido a las relaciones producidas entre las personas. Para la administración, la aplicabilidad de las redes puede ser vista como la cooperación existente entre un conjunto de empresas y sus respectivos vínculos (Oliveira, et al. 2012).

Así las redes son estructuras abiertas formadas por un conjunto de nodos en las cuales cualquiera puede conectarse mientras que mantenga relaciones de flujos de información, productos y/o servicios (Oliveira, et al. 2012). Las redes son no lineales, tienen realimentación, capacidad de autodesarrollarse, multiplicación de acciones, evolucionan con el aprendizaje adquirido, innovan, fortalecen los nodos, reformulación de los nodos, generan sinergias colectivas e interdisciplinaridad. La mejor manera de estudiarlas es por medio de una visión sistémica e implementando la teoría de la complejidad.

Las redes presentan acciones de voluntariedad, la autonomía y el objetivo común delineados por la red son preceptos básicos de operatividad del sistema, pues los recursos ofrecidos por cada nodo tienen el propósito de una participación activa en pro de la eficacia de la red, como por ejemplo de las redes sociales: *Las redes sociales pueden ser clasificadas de dos importantes maneras. 1) Pueden conformar un agrupamiento no trivial o red de transitividad; y, 2) muestran correlaciones positivas ya que una ordenadamente las relaciones entre los nodos. Las redes sociales son muchas veces divididas en grupos o comunidades, y recientemente se sugirió que esa división podría explicar los nodos del agrupamiento observado demostrando que la estructura del grupo en redes también puede explicar los grados de las correlaciones* (Newman & Park, 2003:1 citado por Oliveira, et al. 2012).

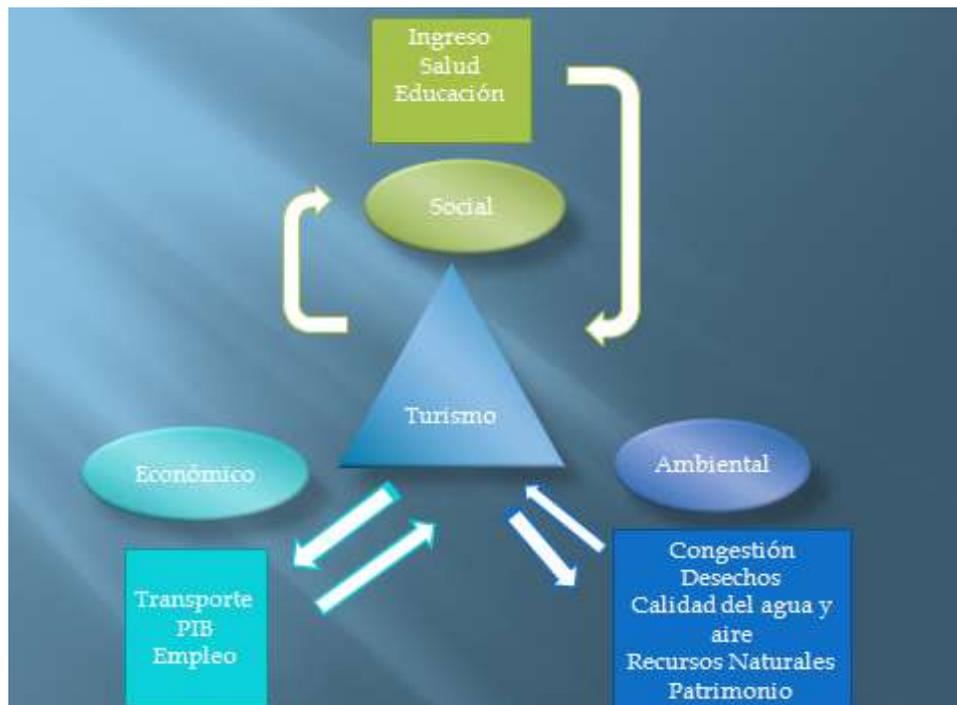
Las redes vinculadas al tema turístico son sistemas dinámicos y proporciona resultados para un destino, como son la vinculación o colaboración de grupos dentro del mismo sector promoviendo redes en relación a su funcionalidad, niveles de integración de un grupo, límites geográficos e iniciativas de reestructuración estratégica turística (Oliveira, et al. 2012).

La creación de redes es condición para potenciar las relaciones internas de la población para promover el desarrollo endógeno y con ello descentralizar la toma de decisiones del territorio con una fuerte participación de los actores que se involucran en el diseño de estrategias, así como en su gestión y evaluación de proyectos para impulsar el empleo, capacitación y formación tomando como base la actividad turística (Artesia, 2003).

Así el desarrollo regional es creado por el capital social, las empresas, las organizaciones y su integración en redes, así como su estatus de competitividad de las ciudades o regiones, en definitiva implica “la capacidad interna del sistema para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio capaces de provocar modificaciones cualitativas en el sistema” (Artesia, 2001).

En las mismas circulan fluidamente la información para la competitividad y potenciar los productos, servicios y personas (Artesia, 2001). En el siguiente diagrama se puede identificar como los vínculos entre las redes existentes en la actividad económica de turismo se vinculan de forma positiva o negativa (ITAM, 2006).

Diagrama 2. El impacto de las redes del turismo



Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en el diagrama 2 en el aspecto económico el transporte impacta de forma positiva al turismo, mientras que el PIB y el empleo son retroalimentados por dicha actividad. A nivel ambiental los aspectos positivos son el cuidado de la biodiversidad, gestión de parques, conservación de los recursos naturales, calidad del agua y aire y el patrimonio cultural. Dentro de los aspectos negativos esta la congestión que puede tener un impacto en la calidad del manejo del agua y los desechos.

A nivel social los aspectos que pueden ser positivos o negativos, sino se cuenta con una buena gestión del turismo, así los ingresos implican una equidad en la distribución, acceso a servicios o educación y salud. Así las redes que se van generando en la actividad turísticas son múltiples en diversos niveles territoriales (micro, meso, macro, meta) (Dussel, et al. 2003).

El análisis del turismo y las redes se puede analizar o vincular con: 1) los actores (número y tipo involucrado, las necesidades e intereses, interdependencias, capacidades y recursos, grado de profesionalización, mandato, rol percibido y actitudes de los agentes); 2) la función de la red (acceso al proceso de toma de decisiones, consulta e intercambio entre los participantes, negociación y coordinación, cooperación en la formulación de las políticas), estructura de la red (tamaño, nivel de apertura, requisitos de los miembros, patrones en los vínculos, fortaleza de las relaciones, densidad, agrupaciones, centralidad, reciprocidad), características de la institucionalización, normas de conducta (negociación y gestión de intereses conflictivos, sentido compartido de bienestar público, apertura), relaciones de poder (autonomía, equilibrio entre estado y grupos de interés, hegemonía), estrategias de los actores (para estructurar relaciones en la red, para influir la selección de actores en la red, para influir en la función de la red, para crear cierto interés) (Muños y Fuentes, 2013).

IX. Teoría de redes y turismo

Durante la última década se realizaron estudios para entender el uso de las redes y explicar sus relaciones con el turismo. Las redes y el turismo se articulan porque los actores turísticos locales mantienen una relación intensa de dependencia fomentando la interconexión de todos sus componentes, lo que resulta en la formación de un grupo denominado red turística (Dussel, et al. 2003). Además de la articulación que debe tener con otras empresas para desarrollar la experiencia turística (hoteles, restaurantes, tiendas, instalaciones y transporte) (Oliveira, 2012).

La importancia que tienen los actores locales en la red es centran en la formación de las redes de cooperación entre las empresas, ya que representan un papel importante en la identidad regional, por el trasfondo cultural, los símbolos, valores y aspiraciones más profundas de su región (Oliveira, 2012).

En el análisis de las redes es importante destacar que las empresas en la búsqueda de la consolidación del sistema no cuentan con los mismos recursos, capacidades o condiciones (movilidad imperfecta), lo que explica los diferentes niveles de rentabilidad (Muños y Fuentes, 2013) y por lo tanto la red debe consolidar la posibilidad cooperar y colaborar para que las empresas cuenten con semejantes oportunidades para potenciar la red y hacerla competitiva, además que tienen un impacto en la imagen del sitio turístico.

Para la definición de la estructura del capital intelectual de los destinos turísticos se parte de dos aportaciones (Martinovich, 2003).

a) El capital estructural de un destino incluye todas las formas de depositar conocimientos, pero no sustentadas en los seres humanos, sino en la propia organización. El capital estructural del destino es la infraestructura que ayuda a incorporar, mantener la forma de funcionar, la cultura y las rutinas del destino turístico. Dentro de este concepto se incluyen las rutinas del destino, las estrategias, los procesos, bases de datos, sistemas basados en las tecnologías y estructura organizativa formal e informal del destino (Muños y Fuentes, 2013).

b) El capital relacional de las organizaciones se refiere al conocimiento que reside en todas y cada una de las relaciones del destino. Su base es el conocimiento acumulado por las partes en los intercambios de conocimiento que promueve su duración en el tiempo. Sus factores determinantes son las relaciones de mercado, el capital social, las posibles sinergias, los valores compartidos entre el sector privado y otros organismos (Muños y Fuentes, 2013).

Por lo tanto el capital relacional y estructural son esenciales en el sector turístico, para la agrupación de clusters o sistema productivos locales. Así la consolidación de la red involucra procesos estratégicos de obtener beneficios mutuos o ganancias, así se originan redes de participación, coordinación y cooperación (Dussel, et al. 2003). Entonces la red del turismo puede reflejarse en el siguiente diagrama 3 donde se muestran los diversos actores que están presentes en la actividad.

Diagrama 3. Red del turismo



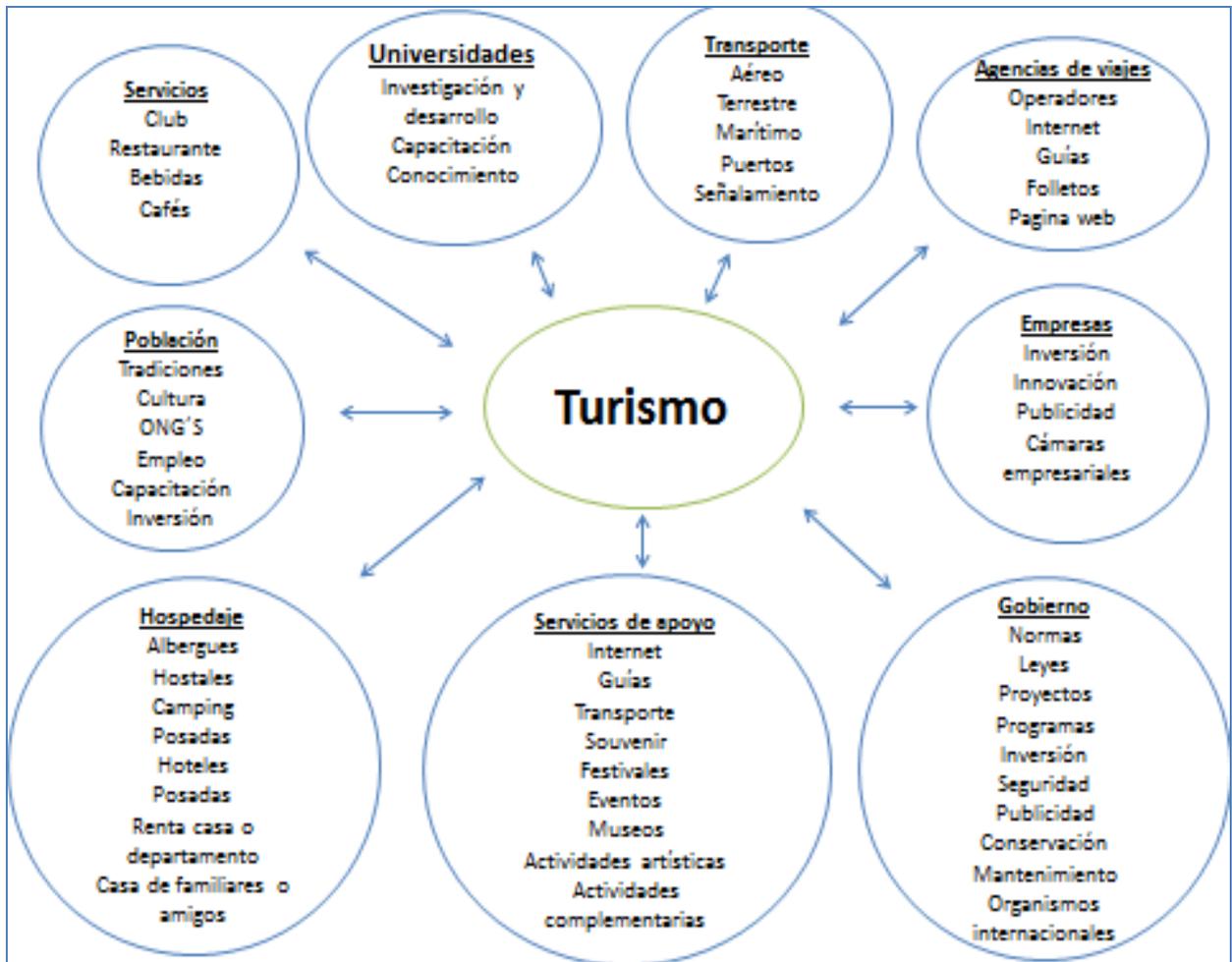
Fuente: elaboración propia.

Así la vinculación de las empresas turísticas en el entorno de la red provoca una disminución de costos trayendo consigo algunas ventajas como son las siguientes:

1. Especialización de las empresas turísticas.
2. Red de contactos y organización inter empresarial
3. Mercado laboral capacitando en el tema turístico que permite la circulación de ideas e innovación en la red.

Las ventajas se vinculan con el desarrollo local para mejorar las infraestructuras, vías de comunicaciones, la capacitación de recursos humanos, difusión tecnológica, innovación, cooperación empresarial y fortalecer la capacidad organizativa del territorio a través del apoyo y estímulo de las redes. El análisis de las múltiples redes y actividades que se vinculan al turismo se muestra en el siguiente diagrama 4.

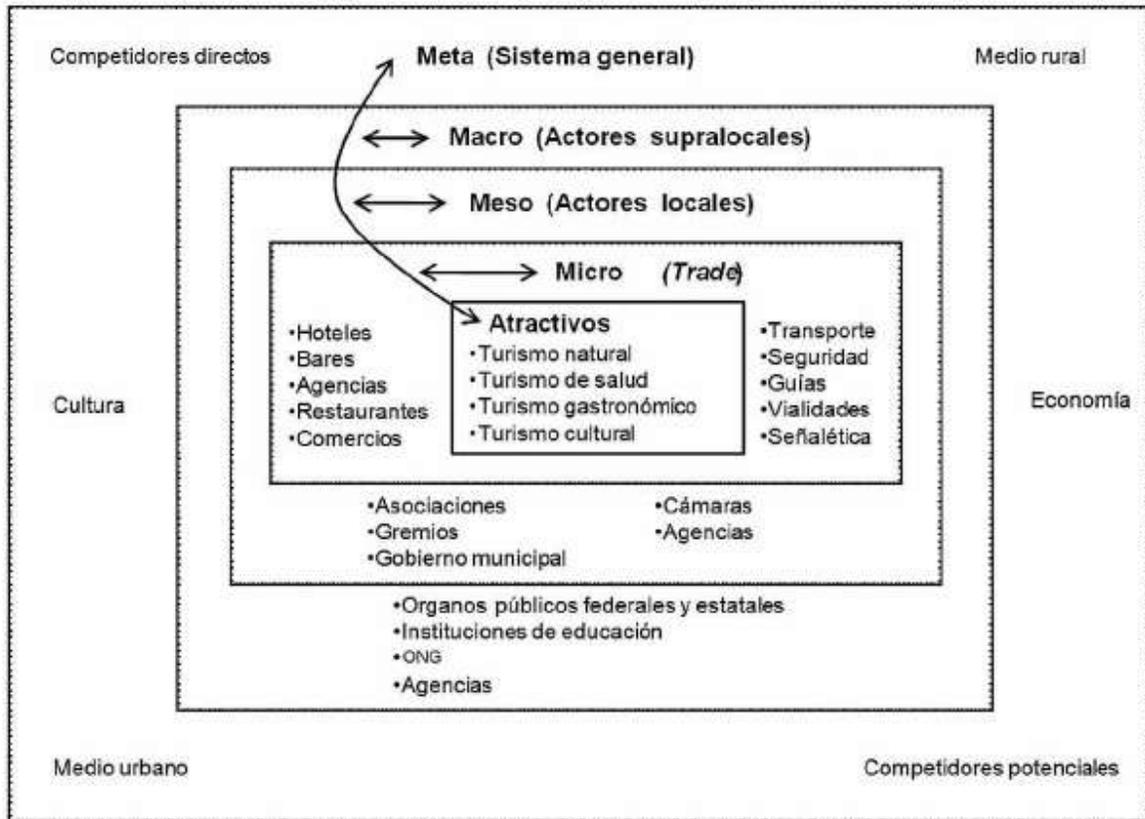
Diagrama 4. Redes dentro del sistema turístico



Fuente: elaboración propia.

Los actores que se involucran en las redes dan lugar a la red turística, los cuales se encuentran en el ámbito público, privado, Pymes, grandes empresas, gobierno, universidades, centro de capacitación, centro de investigación, sindicatos, asociaciones comerciales o empresariales, cámara del comercio, cooperativas, movimientos ciudadanos, gobierno municipal, estatal y federal, ONG's, y población en general (Arévalo, 2015). Por lo tanto el vínculo de los actores en la red involucra a las 4M (micro, meso, macro, meta) a continuación se muestra el diagrama 5 donde se visualiza las redes de turismo y las 4M.

Diagrama 5. Red del turismo a nivel micro, meso, macro y meta



Fuente: (Montaño-Arango, et al. 2012:9).

A nivel micro están presentes las empresas y todos los atractivos turístico que están en la zona, además de las empresas que se vinculan con la actividad turística como es el transporte, hoteles, seguridad, bares, guías, agencias de viaje, señalización, restaurantes y comercios. A nivel meso esta la articulación e involucramiento de los actores en la actividad turística para organizarse y formar colectivos, cooperativas, empresas, agencias, asociaciones o asambleas donde la participación propicie la confianza y las relaciones internas para fortalecer los lazos socioeconómicos. A nivel macro implica los aspectos gubernamentales, normas, leyes, proyectos o programas de nivel nacional, así como instituciones públicas, ONG, instituciones educativas o políticas públicas. El nivel meta comprende competidores directos, medio rural, cultura, economía, medio urbano y competidores potenciales. Las 4M se interrelacionan entre ellas en la actividad turística (Arévalo, 2015).

Así las redes de turismo comprenden en vínculo de diferentes niveles desde micro hasta meta en el desarrollo de las estrategias turísticas óptimas para su crecimiento en el tiempo. Además los lazos sociales son centrales en el conocimiento colectivo, la confianza y participación en la toma de decisiones de la actividad y su entorno que conlleva la calidad de vida de la población.

X. Conclusiones

La actividad turística como se analizó en el documento implica múltiples sectores para su desarrollo. Los niveles micro, meso, macro y meta ejemplifican bien la necesidad de la articulación de los cuatro niveles para un buen diseño y puesta en marcha de proyectos turísticos. Los diversos niveles pueden denotar en el diseño de un clúster o sistema productivo local que se generan por medio de las redes que articulan los actores. Así la red turística implica innovación, conocimiento local, sinergias, participación, cultura, planeación y normas. La base central de las redes es la participación social en la toma de decisiones del destino turísticos a partir de las oportunidades y amenazas que tenga el lugar.

Para que la red sea sostenible en el tiempo es necesario que los actores cuenten con el conocimiento adquirido de la relaciones entre ellos y la innovación, esto es posible por medio de los vínculos que se promueven de confianza y colaboración empresarial que son clave para tener más mecanismos de solución ante nuevos proyectos o adversidades.

Así la red turística tiene como base el nivel micro que son las empresas turísticas, pero es clave el nivel meso donde la articulación y redes empresariales o sociales se hacen presentes provocando un empoderamiento de la población de sus propios procesos de desarrollo y crecimiento. El nivel macro desde el entorno institucional pone en marcha acciones concretas que pueden apoyar directamente al nivel micro en su impulso y crecimiento empresarial por medio de políticas públicas o planes de desarrollo que estratégicamente consideren al turismo como esencial para las zonas que lo promuevan. Finalmente en nivel meta es uno de los más importantes porque implica aspectos como la cultura, si la cultura es muy individualista puede traer problemas en la constitución de las redes, pero si la cultura contempla aspectos colectivos pueden promover la articulaciones de redes y potenciar su formación en múltiples actividades económicas que propicien la participación activa de la población en sus procesos de desarrollo en las redes con la finalidad de mantener o aumentar su calidad de vida.

Bibliografía

- Arévalo, G. (2015). Los actores del desarrollo local y su interacción sistémica en la actividad del turismo de salud: caso de la ruta de la salud, Michoacán. Revista DELOS: Desarrollo Local Sostenible. Volumen 8, número 24.
- Arévalo, G. (2015). MESMIS un instrumento en el diseño de indicadores de sustentabilidad para el sistema de turismo de la Ruta de la Salud, Michoacán. Tesis de Maestría para obtener el grado de Maestra en Ciencias por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Artesia, L. (2001). Turismo, desarrollo local y redes. Universidad Nacional de la Patagonia Austral. Revista Aportes y transparencia. Pp. 71-92.

- Artesia, L. (2003). Desarrollo local y redes: el turismo. El caso El Calafate. Tesis de Maestría en Desarrollo Económico Local que dictara la Universidad Autónoma de Madrid en convenio con la Universidad Nacional de Rosario durante los años 1999 a 2001.
- Cardozo, A (2005): PyME's: Intuición y método. Temas. Bs. As.
- Dussel, E; Galindo, L; Loría, E. (2003). Condiciones y efectos de la Inversión Extranjera Directa y del proceso de integración regional en México durante los años noventa: Una perspectiva microeconómica. Facultad de Economía Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Banco Interamericano de Desarrollo Departamento de Integración y Programas Regionales Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe BID – INTAL.
- Dieckow, L. (2010). Turismo: Un abordaje micro y macro económico. Tesis.
- Domareski, T; Antojos, F; Gadotti, S. (2013). Competitividad de destinos turísticos. Estudio de caso de foz do iguaçu (Paraná, Brasil). Cuadernos de Turismo, nº 31, (2013); pp. 83-103 Universidad de Murcia. ISSN: 1139-7861.
- ITAM. (2006). Concepto de competitividad sistémica. Centro de Estudios de Competitividad, ITAM y Secretaria de Gobierno del Estado de México.
- Martinovich, G. (2003). Declarada de interés cultural por la legislatura de la ciudad autónoma de Buenos Aires. Resolución No 289/2003. Año 18. Número 29.
- Muños, A; Fuentes, L. (2013). La cooperación público privada en el ámbito de la promoción de los destinos. el análisis de redes sociales como propuesta metodológica. Cuadernos de Turismo, nº 31, (2013); pp. 199-223 Universidad de Murcia. ISSN: 1139-7861.
- Morales, M; Castellanos, O; Jiménez, C. (2007). Consideraciones metodológicas para el análisis de la competitividad en empresas de base tecnológica. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, vol. XV, núm. 2, diciembre, 2007, pp. 97-112. Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia.
- Montaño-Arango, O; Corona-Armenta, J; Garnica-González, J; Niccolas-Morales, H; Martínez-Castelán, P; Ortega-Reyes, A. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un cluster turístico regional de naturaleza sustentable. Economía, Sociedad y Territorio, vol. xii, núm. 39, 2012, 493-525.
- Oliveira, R; Reis, T; Cabral, A; Luiz, M. (2012). Redes de turismo: La dinámica de las conexiones de la ciudad de Ouro Preto – Brasil. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 21 (2012) pp. 495 – 514.

Salles, V. (2001). El debate micro-macro: dilemas y contextos. Revista Perfiles latinoamericanos. Número 18. Pp. 115-151.

Vega, M; Rojo, Y. (2010). Contribución al desarrollo local de la conformación de redes intersectoriales. Opción, vol. 26, núm. 63, septiembre-diciembre, 2010, pp. 105-116. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Woo, L. (2001). Desarrollo Regional y Competitividad. Foro Regional Hacia un Nuevo proyecto de Desarrollo. Guadalajara, México. Disponible en web: <https://es.slideshare.net/cneconomistas/09-guillermo-woo-des-regional-y-competitividad>