



GÉOANALYSE MUNICIPALE

Morelia

Michoacán

Rapport généré le 25 août 2026

PROFIL DÉMOGRAPHIQUE,
ÉCONOMIQUE ET PRODUCTIF POUR LES
DÉCISIONS D'INVESTISSEMENT

Comprendre le territoire. Détecter la vocation productive. Trouver l'opportunité.



RAYON DE 100 KILOMÈTRES



POPULATION

3,584,675

HABITANTS

70.3%

NSE D, E y NA



ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE
ET COMMERCIALE

995,354

EMPLOIS

495,499

IAC



CLIMAT

19.97°C

TEMP. MOY. ANNUELLE

Tempéré semi-humide
type de climat



AGRICULTURE ET
ÉLEVAGE

747,458

HECTARES AGRICOLES

\$45,038.2M

valeur de production



CRIMINALITÉ

47,512

DÉLITS ENREGISTRÉS

4.6

vol contre commerce

PRINCIPAUX CONSTATS

Une région ancrée à Morelia qui produit 37.4% de l'avocat et 21.6% de la fraise du Mexique, avec un marché saturé en produits courants et presque vide en loisirs.

Le terroir est déjà de classe mondiale. Reste à savoir qui en garde la valeur.

FICHE TECHNIQUE

	Municipalité principale	Morelia
	Total de municipalités dans la zone	78
	NSE dominant	D, E et NA (70.3%)
	Unités économiques	208,949
	Sources	INEGI 2020-2024 + SMN 2024 + SNSP 2025
	Date du rapport	25 août 2026

01 · INTRODUCTION

Qu'est-ce que la géoanalyse municipale et pourquoi ce rapport réduit-il le risque de votre investissement ?

Ce rapport présente une analyse géostatistique de la zone définie par un rayon de 100 kilomètres autour du point 19.7262, -101.1868, centrée sur la municipalité de Morelia, dans l'État du Michoacán. La zone regroupe 78 municipalités et totalise 3,584,675 habitants.

Les données proviennent de sources officielles : l'INEGI (Recensement de la population et du logement 2020, Recensement économique, Recensement agricole et Parc automobile 2023), le Service météorologique national du Mexique, le Secrétariat exécutif du Système national de sécurité publique, et le modèle statistique de MktCompass.

Le géomarketing consiste à utiliser les données du territoire pour décider où et à qui vendre. Plutôt que de deviner, on mesure : combien de personnes vivent dans la zone, ce qu'elles peuvent dépenser, ce qui s'y produit, quelles marques y sont déjà présentes, et quelles conditions environnementales renchérissent ou facilitent une activité commerciale.

L'analyse répond à trois questions fondamentales :

- Qui habite et travaille dans cette région, et quel est son pouvoir d'achat ?
- Quelle est la structure économique de la région : emploi formel, élevage et agriculture ?
- Quelles conditions de l'environnement (climat, criminalité, mobilité) influent sur la viabilité d'ouvrir ou d'agrandir une entreprise ?

DONNÉES SOLIDES	Recensements et registres officiels de l'INEGI et des agences fédérales, à couverture nationale et méthodologie rigoureuse.
PRÉCISION	Délimitation géographique exacte de la zone analysée, avec comparaisons nationales par décile pour chaque indicateur.
CONSTATS	Constats exploitables sur la démographie, la structure économique, la production agricole, le climat, la criminalité et la mobilité.
ACTION	Opportunités d'affaires issues du profil réel de la région, sans inventer de données.

La méthode étant claire et les sources identifiées, voyons qui habite cette région — car la première étape pour repérer une opportunité est de comprendre à qui vous allez vendre.

02 · PROFIL SOCIOÉCONOMIQUE DE LA POPULATION

Qui vit ici, combien sont-ils et quel est leur pouvoir d'achat ?

Le niveau socioéconomique (NSE) regroupe les ménages selon leur capacité de dépense, leur éducation et leur accès aux services. Le Mexique utilise les niveaux A/B (élevé), C+ (moyen supérieur), C (moyen), C- (moyen inférieur), D (populaire) et E (très faible). Le NSE est le premier filtre pour toute entreprise : il détermine quels prix, produits et stratégies conviennent à la zone.

Répartition socioéconomique de la population

NSE	Population	% du total	Analyse vs moyenne nationale
Population NSE AB et C+ (élevé / moyen supérieur)	49,733	1.4%	Très élevé
Population NSE C et C- (moyen et moyen inférieur)	1,014,863	28.3%	Élevé
Population NSE D, E et NA (populaire, faible et non identifié)	2,520,075	70.3%	Faible
Population totale	3,584,671	—	—

L'INEGI ne publie pas une partie des données pour des raisons de confidentialité statistique : les lignes de ce tableau ne totalisent donc pas la catégorie et les pourcentages ne font pas 100 %. Les données classées couvrent 100 % de la population de la zone (3,584,671 sur 3,584,675). L'écart n'est ni reconstruit ni estimé.

La zone est dominée par les niveaux NSE D, E et NA, qui regroupent 2,520,075 personnes (70.3%, note faible par rapport à la moyenne nationale) : un marché populaire où le prix et l'utilité comptent plus que la marque. Ce qui change la lecture, c'est le segment C et C-, avec 1,014,863 personnes (28.3%, note élevée) : c'est une véritable base de classe moyenne, pas un résidu, et en volume elle dépasse la population de nombreuses capitales d'État mexicaines. Le NSE ABC+ ne représente que 49,733 personnes (1.4%), mais avec une note très élevée par rapport à la moyenne nationale : une niche modeste en volume qui ne peut pas porter à elle seule la recommandation numéro un, mais qui justifie une gamme premium au sein d'un format plus large.

Répartition de la population par groupe d'âge

Groupe d'âge	Population	% du total	Analyse vs moyenne nationale
0 à 4 ans	309,662	8.6%	Dans la moyenne
5 à 9 ans	318,995	8.9%	Faible
10 à 14 ans	315,546	8.8%	Faible
15 à 19 ans	307,208	8.6%	Dans la moyenne
20 à 24 ans	297,565	8.3%	Élevé
25 à 29 ans	277,138	7.7%	Élevé
30 à 39 ans	501,295	14.0%	Élevé
40 à 49 ans	438,595	12.2%	Dans la moyenne

Groupe d'âge	Population	% du total	Analyse vs moyenne nationale
50 à 59 ans	341,213	9.5%	Dans la moyenne
60 à 69 ans	247,402	6.9%	Dans la moyenne
70 ans et plus	230,056	6.4%	Dans la moyenne
Population totale	3,584,675	—	—

L'INEGI ne publie pas une partie des données pour des raisons de confidentialité statistique : les lignes de ce tableau ne totalisent donc pas la catégorie et les pourcentages ne font pas 100 %. Les données classées couvrent 100 % de la population de la zone (3,584,675 sur 3,584,675). L'écart n'est ni reconstruit ni estimé.

La structure par âge favorise les tranches de 20 à 39 ans, toutes trois au-dessus de la moyenne nationale : 20 à 24 ans avec 297,565 personnes (8.3%), 25 à 29 ans avec 277,138 (7.7%) et 30 à 39 ans avec 501,295 (14.0%), soit 1,075,998 personnes au total. C'est une population en âge de fonder un foyer, avec une consommation active. Les tranches de 5 à 14 ans se situent en dessous de la moyenne nationale, signe d'une structure démographique qui a déjà commencé à mûrir sans être encore vieillissante.

Données démographiques clés

Indicateur	Valeur	% / Référence	Analyse
Population totale 2020	3,584,675	100.0%	—
Population totale 2010	3,301,655	Croissance : +8.6%	En croissance
Population féminine	1,853,051	51.7%	—
Population masculine	1,731,624	48.3%	—
PEA (population économiquement active)	1,712,680	47.8%	Très faible
Population avec sécurité sociale	1,150,249	32.1%	Très faible
Population sans sécurité sociale	2,426,944	67.7%	Très faible
Logements totaux	1,316,607	—	—
Logements occupés	961,557	73.0%	—

Biens du ménage (pénétration et décile)

Bien ou service	Ménages	% pénétration	Décile	Analyse
Électricité	953,947	99.2%	9	Dans la moyenne
Électricité, eau courante et égouts	897,330	93.3%	7	Faible
Réfrigérateur	854,505	88.9%	8	Dans la moyenne
Téléviseur	893,702	92.9%	9	Dans la moyenne
Téléphone mobile	827,553	86.1%	8	Dans la moyenne

Bien ou service	Ménages	% pénétration	Décile	Analyse
Internet à domicile	395,680	41.1%	8	Dans la moyenne
Voiture ou camionnette	453,933	47.2%	8	Dans la moyenne
Ordinateur, portable ou tablette	281,105	29.2%	9	Dans la moyenne
Télévision payante	429,772	44.7%	7	Dans la moyenne
Moto ou scooter	159,774	16.6%	8	Très élevé

Le décile indique la position de la zone face aux autres municipalités du pays : 1 est le plus bas et 10 le plus élevé.

Le profil des biens du foyer confirme une zone où la moto pèse plus que dans le reste du pays : 16.6% des foyers possèdent une moto ou un scooter, note très élevée, contre 47.2% qui possèdent une voiture ou une camionnette, note dans la moyenne. L'accès à l'eau courante du réseau public est l'écart le plus marqué : seulement 72.4% des foyers en disposent, note très faible, bien en dessous des égouts (95.2%) ou des trois services de base réunis (93.3%). Toute activité intensive en eau doit vérifier l'approvisionnement avant de s'engager.

Constats socioéconomiques clés

01

LE SEGMENT MOYEN EST PLUS GRAND QU'IL N'Y PARAÎT

Le segment C et C- totalise 1,014,863 personnes, note élevée par rapport à la moyenne nationale. Ce n'est pas le NSE dominant de la zone, mais en volume il dépasse la population de nombreuses capitales d'État : c'est la base réelle d'un format de milieu de gamme.

02

LA MOTO EST UN CANAL D'ACCÈS, PAS SEULEMENT LA VOITURE

16.6% des foyers possèdent une moto, note très élevée, contre 47.2% avec une voiture. Une activité qui ne pense son accès que pour les voitures exclut une part de clientèle plus large qu'ailleurs dans le pays.

03

L'EAU EST LE SERVICE QUI MANQUE, PAS L'ÉLECTRICITÉ

72.4% des foyers ont l'eau courante du réseau public (note très faible) contre 99.2% avec l'électricité. Toute activité intensive en eau doit vérifier l'approvisionnement avant de signer un bail.

04

UNE POPULATION JEUNE ADULTE, DEMANDE DE FORMATION DE FOYER

Les tranches de 20 à 39 ans totalisent 1,075,998 personnes, toutes avec une note élevée par rapport à la moyenne nationale. C'est une demande de formation de foyer : ameublement, électroménager, crédit à la consommation et garde d'enfants ont ici une base structurelle.

05

UNE PETITE NICHE ABC+ BIEN RÉELLE

Le NSE ABC+ ne totalise que 49,733 personnes (1.4%), mais avec une note très élevée par rapport à la moyenne nationale. Il ne suffit pas à faire un commerce de destination à lui seul, mais il justifie une gamme premium au sein d'un format de milieu de gamme.

Maintenant que nous connaissons les résidents, il faut comprendre qui travaille ici — car les employés de la région sont aussi des consommateurs quotidiens qui alimentent la demande commerciale.

03 · PROFIL ÉCONOMIQUE : EMPLOIS ET UNITÉS ÉCONOMIQUES

Combien de personnes travaillent dans cette région et quel est le degré de formalité du tissu économique ?

Le profil économique révèle la structure productive formelle de la région. Les emplois déterminent le pouvoir d'achat de ceux qui y travaillent ; les unités économiques montrent le degré de formalisation du tissu entrepreneurial local.

Répartition des emplois par secteur

Secteur	Emplois	% du total	Analyse vs moyenne
Agriculture, mines, pêche et élevage	10,021	1.0%	Élevé
Industrie et énergie	137,241	13.8%	Faible
Commerce	387,083	38.9%	Dans la moyenne
Services	452,957	45.5%	Faible
Technologies et communication	8,052	0.8%	Dans la moyenne
Total	995,354	100.0%	—

Répartition des emplois par NSE

NSE des employés	Emplois estimés	% du total	Analyse
Emplois NSE ABC+	155,084	15.6%	Faible
Emplois NSE C et C-	523,144	52.6%	Faible
Emplois NSE D, E et NA	317,126	31.9%	Très faible
Total	995,354	—	—

Indice d'Activité Commerciale (IAC)

Indice d'Activité Commerciale : 495,499 | IAC/Emplois : Très élevé | IAC/Population : Dans la moyenne

L'IAC ne s'évalue pas en termes absolus ni ne se compare entre régions de tailles différentes : il se lit à travers les deux indicateurs relatifs publiés par la source. L'IAC représente un niveau Très élevé de l'emploi total (49.8 %) et un niveau Dans la moyenne de la population (13.8 %).

Les deux lectures de l'IAC pointent dans des directions différentes, et c'est justement pour cela qu'il faut les lire ensemble. Face à l'emploi, l'activité commerciale est très élevée : 49.8% des emplois de la zone sont liés à des commerces qui génèrent du trafic d'acheteurs. Face à la population, elle est dans la moyenne (13.8%) : sur une zone de 3,584,675 habitants et 78 municipalités, ce schéma est celui attendu à cette échelle, pas un signe de faiblesse. C'est la même lecture que dans n'importe quel grand rayon : des pôles commerciaux denses entourés de municipalités avec moins d'offre formelle.

Unités économiques par secteur

Secteur	Unités économiques	% du total	Analyse
Agriculture, mines, pêche et élevage	689	0.3%	Dans la moyenne
Industrie et énergie	27,416	13.1%	Dans la moyenne
Commerce	102,725	49.2%	Faible
Services	77,106	36.9%	Faible
Technologies et communication	1,013	0.5%	Faible
Total	208,949	100.0%	—

Unités économiques par taille

Taille	Nombre	% du total	Analyse	Type représentatif
Micro (1 à 5 employés)	190,661	91.2%	Faible	Épiceries de quartier, gargotes, ateliers
Petite (6 à 25)	15,877	7.6%	Faible	Restaurants, pharmacies, écoles
Moyenne (26 à 100)	1,835	0.9%	Faible	Chaînes régionales, cliniques
Grande (plus de 100)	576	0.3%	Faible	Hôpitaux, chaînes nationales
Total	208,949	100.0%	—	—

Constats économiques clés

01

UNE ÉCONOMIE DE SERVICES ET DE COMMERCE, PAS UNE ÉCONOMIE AGRICOLE

Le secteur des services occupe 45.5% de l'emploi et le commerce 38.9% ; le secteur primaire à peine 1.0%. Le terroir génère la valeur d'exportation mais emploie peu : la demande quotidienne est portée par les employés du commerce et des services.

02

L'EMPLOI PRIMAIRE EST TRÈS ÉLEVÉ POUR LE PAYS, MÊME S'IL PARAÎT PETIT

Bien qu'il ne représente que 1.0% de l'emploi local, cette proportion a une note élevée par rapport à la moyenne nationale. Le terroir pèse ici plus que dans la majorité du pays, même avec une base d'emploi formel réduite.

03

CONCURRENCE INFORMELLE, AVANTAGE FORMEL

91.2% des unités économiques sont des microentreprises de 1 à 5 employés. Un commerce formel avec des processus réels, une facturation et une garantie affronte des commerces informels : la différenciation par le service est viable dès le premier jour.

04

UNE MASSE CRITIQUE DE CLIENTS-TRAVAILLEURS

995,354 emplois formels dans la zone signifient un repas à l'extérieur, un café et un trajet chaque jour pour une large base de travailleurs. Les formats de passage situés sur les corridors d'emploi ont un flux garanti du lundi au vendredi.

Ce rapport est fourni à titre informatif. Il ne constitue pas un conseil financier et ne garantit aucun résultat d'investissement.

Les résidents plus les employés forment le marché réel de la région. Voyons maintenant quelles grandes marques y opèrent déjà — pour comprendre qui domine le marché formel et quels espaces restent ouverts.

04 · ACTIVITÉ COMMERCIALE ET PRÉSENCE DES MARQUES

Quelles grandes marques opèrent déjà dans la région, combien de succursales ont-elles et combien d'habitants chacune dessert-elle ?

Indice d'Activité Commerciale : 495,499 | IAC/Emplois : Très élevé | IAC/Population : Dans la moyenne

Les données de cette section correspondent à l'agrégat des municipalités qui composent la zone analysée. Les comparaisons par décile face aux municipalités individuelles du pays peuvent sous-estimer la compétitivité réelle de la zone.

Le rapport de présence et de couverture des marques identifie les enseignes présentes dans la zone et les mesure selon trois dimensions distinctes à ne pas confondre. La première est la couverture géographique : dans combien des 78 municipalités de la zone la marque est présente. La deuxième est la densité physique : combien de succursales elle possède réellement. La troisième est la charge de population : combien d'habitants chaque succursale dessert en moyenne.

Présence des marques commerciales dans la région

Secteur : Cafeterías

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Cafetería de cadena	Black Coffee	3	3	3.8%	Très faible	1,194,892
Cafetería de cadena	Café Europa	11	1	1.3%	Très faible	325,880
Cafetería de cadena	Café La Cabaña	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cafetería de cadena	Caffeto	3	3	3.8%	Très faible	1,194,892
Cafetería de cadena	Diletto	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cafetería de cadena	Italian Coffee	6	3	3.8%	Très faible	597,446
Cafetería de cadena	Punta del Cielo	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cafetería de cadena	Starbucks	13	4	5.1%	Très faible	275,744
Total Cafetería de cadena	—	39	—	—	—	91,915
Total Cafeterías	—	39	—	—	—	91,915

Secteur : Comercio

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Supermercados	Bodega Aurrera	24	13	16.7%	Très faible	149,361
Supermercados	Bodega Aurrera Express	26	5	6.4%	Très faible	137,872
Supermercados	Chedraui	5	3	3.8%	Très faible	716,935
Supermercados	Costco	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Supermercados	Mi Bodega Aurrera	18	17	21.8%	Faible	199,149
Supermercados	Sams Club	5	4	5.1%	Très faible	716,935
Supermercados	Soriana	22	12	15.4%	Très faible	162,940
Supermercados	Waldos	16	12	15.4%	Très faible	224,042
Supermercados	Walmart	20	7	9.0%	Très faible	179,234
Total Supermercados	—	138	—	—	—	25,976
Tiendas de conveniencia	Circle K	8	3	3.8%	Très faible	448,084
Tiendas de conveniencia	Del Río	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Tiendas de conveniencia	Extra	22	4	5.1%	Très faible	162,940
Tiendas de conveniencia	Kiosko	7	3	3.8%	Très faible	512,096
Tiendas de conveniencia	Modelorama	286	58	74.4%	Élevé	12,534
Tiendas de conveniencia	Neto	8	7	9.0%	Très faible	448,084
Tiendas de conveniencia	Oxxo	564	46	59.0%	Dans la moyenne	6,356
Tiendas de conveniencia	Super Six	8	5	6.4%	Très faible	448,084
Tiendas de conveniencia	Tiendas 3B	86	34	43.6%	Dans la moyenne	41,682
Total Tiendas de conveniencia	—	990	—	—	—	3,621
Tiendas de vinos y licores	La Europea	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Tiendas de vinos y licores	La Vinata	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892
Tiendas de vinos y licores	Tecate Six	127	16	20.5%	Faible	28,226
Total Tiendas de vinos y licores	—	132	—	—	—	27,157
Tiendas departamentales	C&A	4	3	3.8%	Très faible	896,169
Tiendas departamentales	Coppel	71	26	33.3%	Faible	50,488
Tiendas departamentales	Liverpool	5	3	3.8%	Très faible	716,935
Tiendas departamentales	Sanborns	4	2	2.6%	Très faible	896,169
Tiendas departamentales	Sears	4	2	2.6%	Très faible	896,169
Tiendas departamentales	Suburbia	8	6	7.7%	Très faible	448,084

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Total Tiendas departamentales	—	96	—	—	—	37,340
Total Comercio	—	1,356	—	—	—	2,644

Secteur : Entretenimiento y cultura

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Cines	Cinemex	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Cines	Cinepolis	17	9	11.5%	Très faible	210,863
Total Cines	—	19	—	—	—	188,667
Total Entretenimiento y cultura	—	19	—	—	—	188,667

Secteur : Farmacias

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Cadena F. Nacional	Benavides	11	7	9.0%	Très faible	325,880
Cadena F. Nacional	Delta	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. ABC	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. Ahuacatlán	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cadena F. Nacional	F. Calderón	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. de GI	50	17	21.8%	Faible	71,694
Cadena F. Nacional	F. del Ahorro	80	18	23.1%	Faible	44,808
Cadena F. Nacional	F. dr Símil	321	60	76.9%	Élevé	11,167
Cadena F. Nacional	F. Guadalajara	109	23	29.5%	Faible	32,887
Cadena F. Nacional	F. Roma	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cadena F. Nacional	F. Yza	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892
Cadena F. Nacional	Farmapronto	54	28	35.9%	Faible	66,383
Cadena F. Nacional	La Paz	9	4	5.1%	Très faible	398,297
Cadena F. Nacional	Medisim	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Total Cadena F. Nacional	—	646	—	—	—	5,549

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Total Farmacias	—	646	—	—	—	5,549

Secteur : Restaurants y bares

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Alitas	Las Alitas	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Alitas	Vancouver Wings	2	1	1.3%	Très faible	1,792,338
Alitas	Wings Army	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Total Alitas	—	6	—	—	—	597,446
Cadenas otras	Applebees	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cadenas otras	Bisquets de Obregón	2	1	1.3%	Très faible	1,792,338
Cadenas otras	Chilis	4	3	3.8%	Très faible	896,169
Cadenas otras	Dennys	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Cadenas otras	El Portón	6	2	2.6%	Très faible	597,446
Cadenas otras	Ihop	2	1	1.3%	Très faible	1,792,338
Cadenas otras	María Bonita	9	6	7.7%	Très faible	398,297
Cadenas otras	Subway	13	6	7.7%	Très faible	275,744
Cadenas otras	Toks	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892
Cadenas otras	Vips	6	3	3.8%	Très faible	597,446
Total Cadenas otras	—	47	—	—	—	76,270
Hamburguesas	Burger King	2	1	1.3%	Très faible	1,792,338
Hamburguesas	Carls Junior	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892
Hamburguesas	Cuarto de Kilo	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Hamburguesas	McDonalds	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Total Hamburguesas	—	8	—	—	—	448,084
Pizzas e italiana	Dominos Pizza	27	14	17.9%	Très faible	132,766
Pizzas e italiana	Ginos Pizza	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Pizzas e italiana	Little Caesars	9	4	5.1%	Très faible	398,297
Pizzas e italiana	Pizza Hut	4	3	3.8%	Très faible	896,169
Total Pizzas e italiana	—	41	—	—	—	87,431
Pollos	El Pollo Feliz	40	17	21.8%	Faible	89,617
Pollos	KFC	9	4	5.1%	Très faible	398,297
Total Pollos	—	49	—	—	—	73,157
Total Restaurants y bares	—	151	—	—	—	23,740

Secteur : Ropa y calzado

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Ropa de marca	Aldo Conti	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892
Ropa de marca	Andre Badi	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Aura	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Benetton	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Bershka	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Cuidado con el perro	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Forever 21	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Julio	3	3	3.8%	Très faible	1,194,892
Ropa de marca	Lacoste	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Levis	6	5	6.4%	Très faible	597,446
Ropa de marca	Liz Minelli	5	2	2.6%	Très faible	716,935
Ropa de marca	LOB	4	4	5.1%	Très faible	896,169
Ropa de marca	Massimo Dutti	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Milano	17	13	16.7%	Très faible	210,863
Ropa de marca	Scappino	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Sfera	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Stop	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Studio F	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Todo Moda	15	7	9.0%	Très faible	238,978
Ropa de marca	Tommy Hilfiger	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Vittorio Forti	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Ropa de marca	Zara	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Ropa de marca	Zoe	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Total Ropa de marca	—	75	—	—	—	47,796
Tienda de lencería	Ilusion	11	8	10.3%	Très faible	325,880
Tienda de lencería	Vicky Form	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Total Tienda de lencería	—	13	—	—	—	275,744
Total Ropa y calzado	—	88	—	—	—	40,735

Secteur : Servicios comerciales

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Gimnasios	Any Time Fitness	2	1	1.3%	Très faible	1,792,338
Gimnasios	Be Fit	3	2	2.6%	Très faible	1,194,892

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Gimnasios	Evolution	7	7	9.0%	Très faible	512,096
Gimnasios	Family Fitness	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Gimnasios	Fitness center	90	26	33.3%	Faible	39,830
Gimnasios	Master Gym	5	5	6.4%	Très faible	716,935
Gimnasios	Power Gym	2	2	2.6%	Très faible	1,792,338
Gimnasios	SmartFit	8	3	3.8%	Très faible	448,084
Gimnasios	Ultragym	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Total Gimnasios	—	119	—	—	—	30,123
Total Servicios comerciales	—	119	—	—	—	30,123

Secteur : Servicios financieros

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
Bancos	Actinver	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Bancos	Banca Afirme	26	5	6.4%	Très faible	137,872
Bancos	Banca Mifel	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Bancos	Banco ABC	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Bancos	Banco Azteca	103	43	55.1%	Dans la moyenne	34,803
Bancos	Banco Compartamos	15	11	14.1%	Très faible	238,978
Bancos	Banco del Bajío	43	12	15.4%	Très faible	83,365
Bancos	Banco Famsa	4	4	5.1%	Très faible	896,169
Bancos	Bancoppel	50	22	28.2%	Faible	71,694
Bancos	Bankaool	1	1	1.3%	Très faible	3,584,675
Bancos	Banregio	5	2	2.6%	Très faible	716,935
Bancos	CI Banco	7	3	3.8%	Très faible	512,096
Bancos	Citibanamex	139	30	38.5%	Faible	25,789
Bancos	HSBC	69	18	23.1%	Faible	51,952
Bancos	Inbursa	24	4	5.1%	Très faible	149,361
Bancos	Multiva	5	2	2.6%	Très faible	716,935
Bancos	Otros bancos	7	4	5.1%	Très faible	512,096
Bancos	Santander	86	18	23.1%	Faible	41,682
Bancos	Scotiabank	20	6	7.7%	Très faible	179,234
Total Bancos	—	607	—	—	—	5,906
Total Servicios financieros	—	607	—	—	—	5,906

Catégorie	Marque	Succursales	Municipalités	Couverture %	Analyse	Habitants par succursale
TOTAL GÉNÉRAL	—	3,025	—	—	—	1,185

Dans les lignes de total, la colonne Municipalités du fichier est une somme arithmétique qui peut dépasser les 78 municipalités de la zone ; elle n'est donc pas affichée : elle ne représente pas des municipalités uniques avec présence. Les colonnes Succursales et Habitants par succursale sont valides et mesurent la densité commerciale de tout le groupe. La couverture et l'analyse ne s'appliquent pas aux agrégats.

Résumé : densité commerciale par catégorie

Catégorie	Succursales	Habitants par succursale	Lecture
Tiendas de conveniencia	990	3,621	Saturé
Cadena F. Nacional	646	5,549	Saturé
Bancos	607	5,906	Saturé
Supermercados	138	25,976	Saturé
Tiendas de vinos y licores	132	27,157	Saturé
Gimnasios	119	30,123	Couvert
Tiendas departamentales	96	37,340	Couvert
Ropa de marca	75	47,796	Couvert
Pollos	49	73,157	Couvert
Cadenas otras	47	76,270	Couvert
Pizzas e italiana	41	87,431	Couvert
Cafetería de cadena	39	91,915	Sous-desservi
Cines	19	188,667	Sous-desservi
Tienda de lencería	13	275,744	Sous-desservi
Hamburguesas	8	448,084	Sous-desservi
Alitas	6	597,446	Sous-desservi

La lecture compare les catégories entre elles au sein de cette zone, et non face au pays : le tiers des catégories avec le moins d'habitants par succursale est marqué saturé et le tiers avec le plus, sous-desservi. C'est une lecture relative du marché formel local.

Les trois dimensions du paysage commercial racontent des histoires différentes. En couverture géographique, aucune marque n'atteint les 78 municipalités de la zone : même les plus étendues, F. dr Símil et Modelorama, couvrent respectivement 76.9% et 74.4% des municipalités, et elles font figure d'exception, pas de règle. En densité physique, la zone compte 3,025 points de vente formels répartis sur 127 marques, soit un pour 1,185 habitants : c'est un marché formel mature, pas vierge. En charge de population par point de vente, le contraste est net : Tiendas de conveniencia compte un point de vente pour 3,621 habitants, la catégorie la plus saturée, tandis qu'Alitas en compte un pour 597,446, la plus délaissée. Le marché formel est saturé dans les produits courants et presque vide en loisirs et en spécialités.

Constats sur la présence commerciale

01

LES PRODUITS COURANTS DOMINENT

Tiendas de conveniencia (990 points de vente, 3,621 habitants par point de vente) et Cadena F. Nacional dans le secteur Farmacias (646 points de vente, 5,549 habitants par point de vente) mènent la densité du marché formel. Y concurrencer exige une échelle logistique qu'un opérateur indépendant ne peut pas facilement égaler.

02

LA COUVERTURE RÉGIONALE RÉELLE NE DÉPASSE PAS UNE SEULE VILLE

McDonald's, Burger King, Applebee's, IHOP et Dennys n'apparaissent chacun que dans 1 des 78 municipalités de la zone (1.3% de couverture), avec 1 ou 2 points de vente. Ces enseignes reconnues n'ont pratiquement pas quitté le principal pôle urbain.

03

LE SECTEUR LE PLUS DENSE ET LE PLUS RARE

Le secteur Comercio compte 2,644 habitants par point de vente, le plus dense de la zone ; Entretenimiento y cultura en compte 188,667, le plus rare. L'écart entre ce qui est déjà saturé et ce qui reste vide atteint 71 fois.

04

LES LOISIRS FORMELS SONT ABSENTS

Avec un point de vente Alitas pour 597,446 habitants et seulement 6 points de vente répartis sur 5 des 78 municipalités, la restauration de spécialité et le divertissement forment l'écart le plus net du marché formel.

05

LA CATÉGORIE LA PLUS DÉLAISSÉE, EN PROPORTION

Alitas compte un point de vente pour 597,446 habitants contre 3,621 pour Tiendas de conveniencia — un écart de près de 165 fois. Les formats de spécialité à destination sont le segment formel le plus délaissé de la zone.

La carte des marques et de l'activité commerciale étant claire, entrons au cœur productif de la région — les données agricoles qui révèlent la vocation économique des campagnes et les chaînes de valeur qu'elles génèrent.

05 · PROFIL PRODUCTIF : ÉLEVAGE ET AGRICULTURE

Quel est le potentiel productif agricole de cette région et quelles opportunités d'affaires en découlent ?

Les données de cette section correspondent à l'agrégat des municipalités qui composent la zone analysée. Les comparaisons par décile face aux municipalités individuelles du pays peuvent sous-estimer la compétitivité réelle de la zone.

5A · Recensement de l'élevage 2023

Statistique	Production annuelle	Cheptel total
Total d'unités de production	51,211	542,913
Têtes en pâturage libre	11,924	202,321
Têtes en pâturage contrôlé	4,569	82,352
Têtes en stabulation	6,538	93,451
Têtes en semi-stabulation	3,455	86,145

L'élevage de la zone combine deux modèles, pas un seul. Parmi les têtes dont le système est identifié, 202,321 sont en pâturage libre, 82,352 en pâturage contrôlé et 179,596 en stabulation (93,451 en stabulation complète et 86,145 en semi-stabulation). C'est un système mixte : la part en pâturage libre demande de la clôture, des soins sanitaires du troupeau et un transport du bétail sur pied ; la part en stabulation et semi-stabulation demande un aliment équilibré et une gestion technique. Le total des unités d'élevage de la zone affiche une production de 51,211 et un cheptel de 542,913.

5B · Recensement agricole 2023

Culture	Superficie (ha)	Volume (t)	Valeur économique (MXN)	Décile	Part de la production nationale
Agave	1,014	76,684	\$873,577,638	10	4.3%
Avocat	82,268	914,137	\$19,268,618,742	10	37.4%
Luzerne verte	10,638	826,192	\$631,513,626	10	3.9%
Avoine fourragère verte	24,295	313,388	\$266,842,265	10	3.1%
Canne à sucre	7,200	538,917	\$452,710,154	9	0.98%
Oignon	1,438	36,514	\$222,993,382	10	2.5%
Piment vert	493	7,054	\$80,124,776	9	0.29%
Fraise	3,270	117,355	\$2,026,574,570	10	21.6%
Citron vert	248	2,392	\$16,581,810	9	0.08%
Maïs grain	393,305	1,919,986	\$10,370,465,278	10	7.0%
Mangue	3,323	24,249	\$154,871,196	10	1.1%
Pomme de terre	275	7,447	\$56,160,349	8	0.38%
Papaye	186	6,255	\$41,668,493	9	0.55%
Concombre	1,771	65,462	\$404,988,813	10	6.3%
Banane	64	1,050	\$5,633,080	6	0.04%
Sorgho grain	82,943	446,198	\$2,406,655,321	10	10.2%
Tomate	2,243	75,769	\$714,348,409	10	2.3%
Blé grain	48,544	306,366	\$1,719,963,909	10	9.3%

Culture	Superficie (ha)	Volume (t)	Valeur économique (MXN)	Décile	Part de la production nationale
Asperge	1,335	12,876	\$520,718,323	10	3.9%
Raisin	2	16	\$308,908	2	<0.01%
Piment séché	105	103	\$3,822,840	7	0.08%
Haricot sec	9,390	12,281	\$170,719,736	10	0.95%
Pomme	153	1,161	\$5,855,187	10	0.18%
Orange	39	346	\$1,554,635	5	<0.01%
Autres céréales	42,620	219,885	\$1,279,592,208	10	3.1%
Autres fruits	16,291	219,876	\$1,305,426,785	10	4.8%
Autres baies	2,523	42,700	\$850,442,794	10	11.3%
Autres fleurs	62	1,048,252	\$35,802,866	10	2.7%
Autres cultures diverses	11,423	315,863	\$1,149,617,043	10	2.5%
Total	747,458	7,558,745	\$45,038,153,131	10	3.2%

Les 29 cultures effectivement produites dans la zone sont affichées, dans l'ordre du catalogue de la source ; les cultures absentes sont omises. La part de la production nationale est le pourcentage que représente le volume de la zone sur le total national de cette même culture. Dans la ligne de total, elle représente le poids du volume agricole complet de la zone face au volume agricole national de toutes les cultures.

Les cultures composites regroupent plusieurs espèces de prix et d'usages différents : la chaîne de valeur pertinente dépend de celle qui domine localement.

C'est ici le moteur de la zone. L'avocat représente 37.4% du volume national (décile 10, 19,268.6 millions de pesos), ce qui fait de la région le premier producteur du pays pour cette culture. La fraise ajoute 21.6% (décile 10, 2,026.6 millions de pesos), et le sorgho grain (10.2%), le blé grain (9.3%) et le maïs grain (7.0%, avec le plus grand volume de la zone : 1,919,986 tonnes) complètent le groupe de cultures au décile 10. Le volume agricole total de la zone équivaut à 3.2% du volume agricole national toutes cultures confondues. Avec seulement 1.0% de l'emploi local dans le secteur primaire, la zone produit à l'échelle nationale sur une structure d'emploi déjà majoritairement urbaine.

Constats agricoles clés

01

LE PREMIER PRODUCTEUR D'AVOCAT DU PAYS

37.4% du volume national d'avocat, au décile 10 et d'une valeur de 19,268.6 millions de pesos. Toute activité d'emballage, de chaîne du froid ou d'exportation y trouve une demande structurelle, pas spéculative.

02

LE MAÏS FAIT LE VOLUME, L'AVOCAT FAIT LA VALEUR

1,919,986 tonnes de maïs grain (7.0% du volume national) alimentent la collecte et le transport en vrac ; l'avocat, avec moins de la moitié de ce volume (914,137 tonnes), génère près de 1.9 fois la valeur. Ce sont deux activités d'échelle très différente sur le même territoire.

03

LA FRAISE CONSOLIDE UN SECOND MOTEUR D'EXPORTATION

117,355 tonnes de fraise, soit 21.6% du volume national au décile 10. Avec l'avocat, elle définit une vocation de fruit périssable d'exportation qui exige une chaîne du froid dès le verger.

04

ÉLEVAGE MIXTE : INTRANTS DE CAMPAGNE ET ALIMENT TECHNIQUE À LA FOIS

202,321 têtes en pâturage libre coexistent avec 179,596 têtes en stabulation : ce n'est pas une seule activité, ce sont deux clients distincts aux besoins différents sur le même territoire.

Le profil agricole étant clair, analysons les conditions de l'environnement — climat, criminalité et parc automobile — qui définissent les risques opérationnels et les demandes spécifiques de toute entreprise dans cette région.

06 · CONDITIONS DE L'ENVIRONNEMENT : CLIMAT, CRIMINALITÉ ET MOBILITÉ

Dans quelle mesure l'environnement extérieur est-il favorable à l'exploitation d'une entreprise dans cette région ?

6A · Données climatiques (SMN, septembre 2023 à août 2024)

Statistique climatique	Moyenne	Décile	Analyse
Température moyenne annuelle (°C)	19.97	3	Faible
Température minimale moyenne (°C)	11.81	3	Faible
Température minimale absolue (°C)	7.03	4	Faible
Mois avec minimale ≤15 °C	8.04	7	Élevé
Mois avec minimale ≤8 °C	3.57	6	Dans la moyenne
Température maximale moyenne (°C)	28.29	4	Faible
Température maximale absolue (°C)	34.41	4	Faible
Mois avec maximale ≥30 °C	3.69	4	Faible
Mois avec maximale ≥35 °C	1.56	3	Faible
Mois avec pluie modérée (>50 ml/m²)	4	6	Dans la moyenne
Mois avec pluie extrême (>150 ml/m²)	1.81	3	Faible
Pluie moyenne mensuelle (ml/m²)	65.67	5	Dans la moyenne

La zone comprend 78 municipalités : les données climatiques représentent la moyenne de leurs stations.

La zone a un climat tempéré d'altitude, pas un climat chaud : 20.0°C de température moyenne annuelle au décile 3 (faible), 8 mois par an avec des minimales de 15°C ou moins (décile 7, élevé) et à peine un mois et demi avec des maximales de 35°C ou plus (décile 3, faible). C'est un climat qui réduit l'urgence de la climatisation pour chaleur extrême, mais qui impose sa propre demande : des espaces chauds et confortables pendant une bonne partie de l'année.

Constats climatiques

01

HUIT MOIS DE FRAÎCHEUR, PAS DE CHALEUR

Avec 8 mois par an de minimales à 15°C ou moins (décile 7, élevé), la demande structurelle va vers les boissons chaudes, les plats réconfortants et les espaces fermés ou couverts, pas vers les boissons fraîches toute l'année.

02

LA CLIMATISATION N'EST PAS UNE CONDITION D'ENTRÉE

À peine un mois et demi avec des maximales de 35°C ou plus (décile 3, faible). Contrairement aux régions chaudes du pays, le facteur différenciant ici est le confort thermique intérieur en saison froide, pas l'investissement en climatisation industrielle.

03

UNE TERRASSE COUVERTE, PAS UNE TERRASSE OUVERTE TOUTE L'ANNÉE

Avec une maximale moyenne de 28.3°C (décile 4, faible) et des mois froids fréquents, l'espace extérieur rentabilise mieux couvert et chauffé que laissé entièrement ouvert.

04

PLUIE RÉGULIÈRE, SANS CONTRAINTES CLIMATIQUE SUR L'EAU

65.67 ml/m² de pluie mensuelle moyenne (décile 5, dans la moyenne) : le climat n'est pas le facteur limitant de l'eau dans la zone ; l'écart hydrique se situe dans l'infrastructure du foyer (72.4% avec eau courante), pas dans la pluviométrie.

05

LE MÊME CLIMAT QUI LIMITE LA CHALEUR SOUTIENT LES CULTURES PHARES DE LA ZONE

L'avocat et la fraise, les deux cultures à la plus forte part nationale de la zone, exigent tous deux un climat tempéré plutôt qu'une chaleur extrême. Le même climat qui réduit la demande de climatisation est celui qui rend possible le leadership agro-industriel de la zone.

6B · Criminalité 2025

L'analyse suivante est présentée strictement sous l'angle commercial : ce n'est pas un jugement sur la communauté, mais une lecture des coûts d'exploitation qu'une entreprise doit prévoir dans cette région.

Atteintes aux personnes

Type d'infraction	Total d'infractions	Taux	Décile	Analyse
Coups et blessures volontaires (pour 100 000 habitants)	6,469	180.46	9	Très élevé
Homicide volontaire (pour 100 000 habitants)	827	23.07	7	Élevé
Homicide involontaire (pour 100 000 habitants)	939	26.19	7	Élevé
Viol (pour 100 000 habitants)	476	13.28	5	Dans la moyenne
Agression sexuelle (pour 100 000 habitants)	832	23.21	5	Dans la moyenne
Autres atteintes à l'intégrité de la personne (pour 100 000 habitants)	4,993	139.29	5	Dans la moyenne
Vol à la tire dans la rue (pour 100 000 habitants)	422	11.77	5	Dans la moyenne
Blessures involontaires (pour 100 000 habitants)	656	18.3	4	Faible
Enlèvement (pour 100 000 habitants)	45	1.26	4	Faible
Féminicide (pour 100 000 habitants)	18	0.5	2	Très faible

Atteintes aux commerces, logements et véhicules

Type d'infraction	Total d'infractions	Taux	Décile	Analyse
Autres vols (pour 100 000 habitants)	11,789	328.87	9	Très élevé
Autres atteintes aux biens publics (pour 100 000 habitants)	12,415	346.34	9	Très élevé
Trafic de drogue au détail (pour 100 000 habitants)	2,151	60.01	8	Élevé
Vol de véhicules (pour 100 000 véhicules)	3,210	207.97	7	Élevé
Extorsion (pour 100 000 habitants)	337	9.4	6	Dans la moyenne
Vol dans un commerce (pour 1 000 unités économiques)	962	4.6	5	Dans la moyenne
Cambriolage de logement (pour 10 000 logements)	945	7.18	5	Dans la moyenne
Vol de pièces automobiles (pour 100 000 véhicules)	26	1.68	1	Très faible

Un total de zéro signifie qu'aucune infraction de ce type n'a été signalée dans la période ; ce n'est pas une donnée manquante.

La lecture ici relève strictement du coût d'exploitation. Les coups et blessures volontaires (6,469 cas), les autres vols (11,789) et les autres atteintes aux biens publics (12,415) atteignent tous les trois le décile 9, note très élevée : c'est le coût de la sécurité, de l'éclairage et des protocoles que toute activité doit budgéter dès le premier mois. Le trafic de drogue au détail (2,151 cas, décile 8) et l'homicide volontaire et involontaire (827 et 939 cas, tous deux décile 7) affectent surtout la décision des horaires : fermer plus tôt réduit l'exposition mais aussi les ventes, et cette décision doit se prendre avec des chiffres, pas au ressenti. Ce qui tranche avec tout cela, c'est que le vol dans un commerce lui-même n'atteint que le décile 5, note dans la moyenne : le risque de la zone n'est pas qu'on s'attaque directement au comptoir, c'est l'environnement général dans lequel opère tout commerce.

6C · Parc automobile 2023

Composition du parc automobile local

Type de véhicule	Total	% du total
Voitures à usage officiel	2,760	0.2%
Voitures à usage public	14,682	1.0%
Voitures particulières	741,084	48.0%
Autobus à usage officiel	98	0.0%
Autobus publics	938	0.1%
Autobus particuliers	5,126	0.3%
Camions de marchandises à usage officiel	4,876	0.3%

Type de véhicule	Total	% du total
Camions de marchandises publics	6,044	0.4%
Camions de marchandises particuliers	478,515	31.0%
Motos à usage officiel	1,173	0.1%
Motos de location	N/D	0.0%
Motos particulières	288,229	18.7%

Les types de véhicules spécifiques sont présentés comme des données descriptives de la composition du parc local : la répartition par type n'est pas comparable de façon significative entre municipalités, car les véhicules circulent ailleurs que dans la municipalité où ils sont immatriculés.

Indicateurs de motorisation

Statistique	Total / Valeur	% du total	Analyse
Parc automobile total 2023	1,543,525	—	Élevé
Véhicules pour 1 000 habitants 2023	431	—	Très élevé
Décile du total de véhicules (vs municipalités du pays)	10	—	—
Décile de véhicules pour 1 000 habitants	8	—	—
Parc automobile 2022 / croissance 2023	1,431,327	7.8%	—

Avec 1,543,525 véhicules et 431 pour 1,000 habitants (décile 8, très élevé), la zone figure parmi les plus motorisées du pays, et le parc a crû de 7.8% entre 2022 et 2023. La composition du parc local est présentée à titre descriptif uniquement : les véhicules circulent dans des municipalités autres que celle où ils sont immatriculés, donc leur répartition par type ne se prête pas à une comparaison entre municipalités.

Constats de mobilité

01

DÉCILE 10 POUR LE PARC AUTOMOBILE TOTAL

1,543,525 véhicules immatriculés : la zone compte plus de véhicules que presque n'importe quelle municipalité du pays. Les formats en bord de corridor routier et le service au volant y trouvent une base réelle.

02

431 VÉHICULES POUR 1,000 HABITANTS, MAIS PAS QUE DES VOITURES

Au décile 8 et avec une note très élevée pour les véhicules pour 1,000 habitants, la zone est fortement motorisée. Mais seulement 47.2% des foyers possèdent une voiture (décile 8, dans la moyenne) contre 16.6% avec une moto (décile 8, très élevé) : concevoir l'accès uniquement pour les voitures exclut une clientèle pertinente.

03

LE PARC A CRÛ DE 7.8% EN UN AN

112,198 véhicules de plus entre 2022 et 2023. La demande de service, de pièces, de lavage et d'assurance pour voitures comme pour motos croît au même rythme : c'est l'une des rares activités dont la demande est en expansion vérifiable.

04

UN ATELIER DE MOTOS, PAS SEULEMENT DE VOITURES

288,229 motos particulières font partie du parc automobile de la zone. Un atelier spécialisé en motos capte un canal de mobilité plus important qu'ailleurs dans le pays, avec moins de concurrence formelle qu'un atelier automobile.

05

LA LIVRAISON À DOMICILE EST VIABLE SANS FLOTTE PROPRE

Avec 1,543,525 véhicules, voitures et motos confondues, déjà en circulation dans la zone, soustraire la livraison à domicile de produits courants ou de produits agricoles à forte valeur revient peu cher : cela n'exige pas d'investir dans une flotte.

Avec le panorama complet de la production agricole, du climat, de la sécurité et de la mobilité, nous arrivons au cœur du rapport : les 10 recommandations stratégiques d'affaires.

07 · RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES D'AFFAIRES

Quelles sont les 10 activités ayant la plus forte probabilité de succès dans cette région précise ?

Sur la base de l'analyse intégrale de cette région, nous identifions les 10 catégories d'activité à la plus forte probabilité de succès, de la plus viable à la moins viable. Chaque recommandation découle uniquement des données des sections précédentes.

01

Emballage et chaîne du froid pour l'avocat et la fraise d'exportation

La zone produit 37.4% de l'avocat et 21.6% de la fraise nationaux, tous deux au décile 10 et tous deux des produits périssables à forte valeur qui exigent une chaîne du froid dès le verger. Le facteur différenciant est le lien de Morelia avec la région avocatière du Michoacán.

NSE: B2B | Âge: Producteurs | Genre: Mixte | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Lun-Sam, saison de récolte

02

Transformation à valeur ajoutée de l'avocat (guacamole, pulpe congelée, huile)

Avec à peine 1.0% de l'emploi local dans le secteur primaire mais 37.4% de l'avocat national, la zone produit une matière première d'exportation sans transformer localement la majeure partie. Chaque tonne transformée retient une marge qui aujourd'hui échappe à la région.

NSE: B2B | Âge: Producteurs | Genre: Mixte | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Lun-Ven, équipes de production

03

Collecte et logistique en vrac des céréales (sorgho, blé, maïs)

Le sorgho grain (10.2% du volume national), le blé grain (9.3%) et le maïs grain (7.0%, 1,919,986 tonnes), tous trois au décile 10, mobilisent un volume en vrac qui exige un transport et un stockage distincts de la chaîne du froid des fruits d'exportation.

NSE: B2B | Âge: Producteurs | Genre: Mixte | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Lun-Sam, saison de récolte

04

Service et pièces pour motos

16.6% des foyers possèdent une moto au décile 8, note très élevée, et les motos particulières représentent 288,229 unités du parc. Un atelier spécialisé en motos capte un canal de mobilité plus important qu'ailleurs dans le pays, avec moins de concurrence formelle qu'un atelier automobile.

NSE: C et D | Âge: 20-45 ans | Genre: Mixte | Concurrence: MOYENNE | Heures de pointe: Lun-Sam 9h-19h

05

Restaurant ou café couvert pensé pour le confort thermique

Avec à peine un mois et demi de maximales à 35°C ou plus (décile 3, faible) mais 8 mois de minimales à 15°C ou moins (décile 7, élevé), la demande ne va pas vers la climatisation mais vers des espaces chauds et des boissons chaudes ; et Alitas, avec 597,446 habitants par point de vente, montre que les loisirs formels sont pratiquement absents.

NSE: C et C- | Âge: 25-45 ans | Genre: Mixte | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Jeu-Dim 18h-23h

06

Clinique privée axée sur l'accessibilité

192,506 personnes avec un handicap quelconque (5.4%, note élevée) et le secteur Farmacias déjà saturé (5,549 habitants par point de vente, le deuxième plus dense de la zone). Plutôt que de concurrencer sur la vente de médicaments, un cabinet avec accès universel et laboratoire répond à un besoin non couvert.

NSE: C et C- | Âge: Tous âges | Genre: Mixte | Concurrence: MOYENNE | Heures de pointe: Lun-Sam 8h-20h

07

Sécurité privée et surveillance pour commerces

Les coups et blessures volontaires, les autres vols et les autres atteintes aux biens publics atteignent tous le décile 9, note très élevée. Tout commerce de la zone doit budgéter la sécurité, même si le vol dans un commerce lui-même n'est que dans la moyenne (décile 5) : le risque vient de l'environnement général, pas d'une attaque directe du commerce.

NSE: B2B | Âge: Commerces | Genre: Mixte | Concurrence: MOYENNE | Heures de pointe: Lun-Dim 24h

08

Intrants et santé animale pour un élevage mixte

202,321 têtes sont en pâturage libre et 179,596 en stabulation (complète et semi-stabulation réunies) : un système hybride qui demande à la fois des intrants de campagne et des soins sanitaires du troupeau, ainsi qu'un aliment équilibré technique — deux activités sur le même territoire.

NSE: B2B | Âge: Producteurs | Genre: Mixte | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Lun-Sam 8h-18h

09

Commerce de spécialité pour le segment C et C-

La population NSE C et C- totalise 1,014,863 personnes (28.3%, note élevée), et la catégorie Tienda de lencería, avec 275,744 habitants par point de vente, montre que le commerce de spécialité est parmi les plus délaissés de la zone. Un format de milieu de gamme avec une sélection soignée capte ce volume sans affronter les enseignes de proximité déjà saturées.

NSE: C et C- | Âge: 25-50 ans | Genre: Féminin | Concurrence: FAIBLE | Heures de pointe: Lun-Sam 11h-20h

10

Transport spécialisé et logistique du dernier kilomètre

Avec 1,543,525 véhicules immatriculés (décile 10) et un parc qui a crû de 7.8% en un an, l'écosystème de transport existe déjà ; combiné aux 288,229 motos particulières, la livraison de produits courants et de produits agricoles à forte valeur peut être sous-traitée sans investir dans une flotte.

NSE: B2B | Âge: Opérateurs | Genre: Mixte | Concurrence: MOYENNE | Heures de pointe: Lun-Dim, selon la demande

Jours et heures de plus forte consommation

Type d'activité	Jours de pointe	Heures de pointe	Profil du consommateur
Format de passage (café, pain, boissons chaudes)	Lun-Ven	7h-9h et 18h-20h	Employé urbain et foyer NSE C

Type d'activité	Jours de pointe	Heures de pointe	Profil du consommateur
Produits courants et proximité	Ven-Dim	17h-21h	Foyer NSE C et D avec moto ou voiture
Restauration et loisirs couverts	Jeu-Sam	19h-23h	NSE C et C- de 25 à 45 ans
Atelier de réparation de motos	Sam	9h-14h	Propriétaire de moto, 20 à 45 ans
Intrants agricoles et collecte B2B	Lun-Sam	8h-11h	Producteur en période de semis ou de récolte

Catégories déconseillées

CATÉGORIES DÉCONSEILLÉES SANS DIFFÉRENCIATION TRÈS NETTE OU AVANTAGE CONCURRENTIEL SOLIDE

Tiendas de conveniencia — 990 points de vente et 3,621 habitants par point de vente, la catégorie la plus saturée de la zone : y concurrencer sans échelle logistique revient à partir avec un désavantage structurel face à des enseignes déjà établies.

Cadena F. Nacional (pharmacies) — 646 points de vente à 5,549 habitants par point de vente, la deuxième catégorie la plus dense : le marché du médicament de comptoir est déjà couvert.

Activités intensives en eau sans approvisionnement propre — avec seulement 72.4% des foyers raccordés à l'eau courante du réseau public (décile 4, très faible), vérifier l'approvisionnement est indispensable avant tout engagement.

Commerce nocturne sans plan de sécurité — avec des coups et blessures volontaires et d'autres vols au décile 9, des horaires étendus sans protocole de sécurité constituent une exposition directe.

Facteurs clés de succès dans la région

- Vérifier l'approvisionnement en eau avant de signer tout bail : seulement 72.4% des foyers ont l'eau courante du réseau public, décile 4.
- Budgéter la sécurité dès le premier jour : les coups et blessures volontaires, les autres vols et les autres atteintes aux biens publics sont tous au décile 9.
- Budgéter la formation interne du personnel : le niveau moyen de scolarité est de 7.6 ans, équivalent à un collège inachevé.
- Prévoir une stratégie de mobilité mixte voiture et moto : 47.2% des foyers ont une voiture (décile 8) et 16.6% ont une moto, note très élevée.
- La chaîne du froid comme pilier de tout projet lié au terroir : la zone concentre 37.4% du volume national d'avocat.

Les recommandations étant posées, passons à la classification formelle de la région et à la carte des risques commerciaux que tout investisseur doit connaître avant de décider.

08 · CLASSIFICATION DE LA RÉGION ET RISQUES

Comment cette région est-elle classée et quels risques commerciaux devez-vous connaître avant d'investir ?

Type de région	AGRO-INDUSTRIELLE — seulement 1.0% de l'emploi local relève du secteur primaire, mais la zone concentre 37.4% du volume national d'avocat et atteint le décile 10 dans plus de vingt cultures : un terroir d'échelle nationale sous une structure d'emploi majoritairement commerciale et de services.
Capacité de consommation	MOYENNE — NSE dominant D, E et NA (70.3%), avec un segment NSE C et C- de 1,014,863 personnes (28.3%, note élevée) et une niche ABC+ de 49,733 personnes (1.4%, note très élevée). PEA de 1,712,680 personnes (47.8%, note très faible).
Profil des clients	Population jeune adulte en âge de fonder un foyer (tranches de 20 à 39 ans au-dessus de la moyenne nationale), majoritairement NSE D, E et NA avec un segment moyen significatif, mobilité mixte avec un usage de la moto notablement élevé, et une composante d'ancrage local marquée par une faible migration en provenance d'autres États et une présence de locuteurs d'une langue autochtone supérieure à la moyenne nationale.
Activité commerciale	Indice d'Activité Commerciale : 495,499 IAC/Emplois : Très élevé IAC/Population : Dans la moyenne — des pôles commerciaux à fort trafic (IAC/emplois très élevé) au sein d'une zone étendue où le commerce formel par habitant est plus limité (IAC/population dans la moyenne), un schéma attendu à cette échelle régionale.

Principaux risques commerciaux

Risque commercial	Niveau
Les coups et blessures volontaires, les autres vols et les autres atteintes aux biens publics atteignent tous le décile 9, note très élevée : assurance, sécurité et éclairage sont un coût fixe dès le premier mois pour toute activité nocturne ou à fort trafic.	Élevé
Dépendance à deux cultures d'exportation (avocat et fraise) sensibles au gel, à la sécheresse et aux conditions phytosanitaires : une saison agricole défavorable frappe la consommation de toute la région, pas seulement le terroir.	Élevé
Seulement 72.4% des foyers ont l'eau courante du réseau public (décile 4, très faible) : toute activité intensive en eau doit vérifier l'approvisionnement avant d'engager des capitaux.	medio
Le niveau moyen de scolarité est de 7.6 ans, note très faible : cela exige de budgéter la formation interne dès le lancement de toute activité.	medio
Les magasins de proximité et les pharmacies concentrent déjà la plus forte densité de points de vente formels de la zone : y entrer sans facteur différenciant revient à concurrencer sur le prix face à une échelle déjà installée.	Faible

Facteurs clés de succès

- Emplacement sur le corridor reliant Morelia à la région avocatière du Michoacán.

- Différenciation par l'accessibilité et le service dans un marché formel déjà dense en proximité et en pharmacie.
- Lien avec la chaîne d'exportation de l'avocat et de la fraise, les deux moteurs d'échelle nationale avérés de la zone.
- Formation interne budgétée dès le départ, compte tenu du niveau moyen de scolarité de 7.6 ans.

La carte des risques étant claire, nous clôturons l'analyse quantitative par les considérations sociales — les données qui révèlent des responsabilités et des opportunités d'affaires à impact positif sur la communauté.

09 · CONSIDÉRATIONS SOCIALES

Quelles données sociales ouvrent des opportunités d'affaires à impact positif sur la communauté ?

L'analyse de marché ne peut ignorer la dimension sociale de la région. Ces données révèlent à la fois les responsabilités des entreprises qui s'y installent et des opportunités de modèles d'affaires à impact social positif et à rendement commercial éprouvé.

Éducation et capital humain

Indicateur éducatif	Personnes	% de la population	Analyse
Population analphabète de 15 ans et plus	173,814	4.8%	Élevé
Sans scolarité, 15 ans et plus	189,421	5.3%	Élevé
École primaire achevée, 15 ans et plus	430,389	12.0%	Élevé
Collège achevé, 15 ans et plus	640,431	17.9%	Dans la moyenne
Éducation post-obligatoire, 18 ans et plus	868,707	24.2%	Dans la moyenne
Niveau moyen de scolarité	7.6	Équivaut à collège inachevé	Très faible

Handicap dans la région

Type de handicap	Personnes	% de la population
Un handicap quelconque (total)	192,506	5.4%
Marcher, monter ou descendre	98,238	2.7%
Voir, même avec des lunettes	78,664	2.2%
Parler ou communiquer	27,595	0.8%
Entendre, même avec un appareil auditif	43,951	1.2%
S'habiller, se laver ou manger	36,709	1.0%
Se souvenir ou se concentrer	35,981	1.0%
Avec un problème ou une condition mentale	42,620	1.2%

Origine de la population

Indicateur	Personnes	% de la population
Nés dans un autre État	265,024	7.4%
Locuteurs d'une langue autochtone (3 ans et plus)	86,173	2.4%

Constats sociaux clés

01

L'ACCESSIBILITÉ COMME AVANTAGE CONCURRENTIEL

192,506 personnes avec un handicap quelconque (5.4% de la zone, note élevée) et 98,238 avec des difficultés à marcher, monter ou descendre. Une rampe et des toilettes accessibles ne sont pas une formalité : c'est un segment que personne ne sert bien aujourd'hui.

02

LA FORMATION TECHNIQUE EST L'ÉCART À COMBLER

Le niveau moyen de scolarité est de 7.6 ans (note très faible), avec 24.2% ayant une éducation post-obligatoire. Toute activité doit budgéter la formation interne, et la formation elle-même est une activité avec sa propre demande.

03

UN MARCHÉ LOCAL ET ANCRÉ

Seulement 7.4% de la population est née dans un autre État (note faible), et 2.4% parlent une langue autochtone (note élevée) : un marché fondé sur la relation et le bouche-à-oreille, pas sur une clientèle de passage.

Le contexte social étant complet, nous arrivons à la conclusion : les constats exploitables, le feu tricolore des opportunités et les prochaines étapes pour transformer cette analyse en une décision d'investissement fondée.

10 · CONCLUSIONS ET PROCHAINES ÉTAPES

La région en 3 données

3,584,675 habitants répartis sur 78 municipalités dans un rayon de 100 km autour de Morelia, NSE dominant D, E et NA avec un segment C et C– de plus d'un million de personnes	Un marché mature dans les produits courants, vide en loisirs 3,025 points de vente formels, un pour 1,185 habitants : proximité et pharmacie saturées, ailes de poulet et hamburgers presque absents	37.4% de l'avocat national la zone est le premier producteur du pays pour cette culture (décile 10), avec la fraise, le sorgho, le blé et le maïs également au décile 10
--	--	--

Les meilleurs paris — Feu tricolore des opportunités

Catégorie recommandée	Opportunité	Concurrence
Emballage et chaîne du froid pour l'avocat et la fraise d'exportation	ÉLEVÉE	FAIBLE
Transformation à valeur ajoutée de l'avocat	ÉLEVÉE	FAIBLE
Restaurant ou café couvert pensé pour le confort thermique	ÉLEVÉE	FAIBLE
Service et pièces pour motos	MOYENNE	MOYENNE
Sécurité privée et surveillance pour commerces	MOYENNE	MOYENNE

Opportunité ÉLEVÉE (demande structurelle + NSE aligné + faible concurrence formelle). Opportunité MOYENNE (demande réelle mais concurrence formelle plus importante).

Les 2 risques à ne pas ignorer

Risque 1 — C'est l'environnement, pas le comptoir, qui pèse sur le coût de sécurité <i>Les coups et blessures volontaires, les autres vols et les autres atteintes aux biens publics atteignent tous le décile 9, note très élevée, tandis que le vol dans un commerce lui-même n'est que dans la moyenne (décile 5). Le coût d'exploitation ici ne vient pas d'une attaque directe du commerce, mais de la sécurité, de l'éclairage et des protocoles face à un environnement général moins sûr que la moyenne nationale.</i>	Risque 2 — Deux cultures portent une bonne part du moteur économique <i>La zone concentre 37.4% de l'avocat national et 21.6% de la fraise, tous deux au décile 10. Une saison défavorable due au gel, à la sécheresse ou aux ravageurs sur l'une ou l'autre ne frappe pas que le terroir : elle contracte la consommation de toute la région, y compris les commerces urbains qui semblent étrangers au cycle agricole.</i>
--	--

Lettre à l'investisseur

Nous avons trouvé une région dont le plus grand risque ne se trouve pas au comptoir, mais dans l'environnement : l'indice général d'insécurité de la zone est élevé, et toute activité doit budgéter la sécurité et l'éclairage dès le premier mois, pas le découvrir au sixième. Cela dit, le vol dans un commerce en particulier n'est que dans la moyenne, donc ce coût reste maîtrisable avec les bonnes mesures, pas une barrière à l'entrée.

L'opportunité centrale est agricole, mais elle se résout par la logistique : la zone produit plus d'un tiers de l'avocat du Mexique et un cinquième de sa fraise, et aujourd'hui une bonne part de cette valeur part sans être transformée. Qui résout l'emballage, le froid et la transformation capte une marge que personne ne retient aujourd'hui dans la région. En parallèle, le marché formel urbain est saturé dans les produits courants — proximité, pharmacie — mais presque vide en loisirs et en commerce de spécialité : il y a là de la place sans se battre sur le prix.

Le terroir a déjà prouvé qu'il pouvait être le meilleur du pays. Reste à décider qui garde la valeur qui aujourd'hui s'en va sans être transformée.

Recommandations pour une étude approfondie

- Analyse comparative avec MktCompass : reproduire cette analyse dans plusieurs municipalités de la même région pour identifier celle qui offre le meilleur équilibre entre demande et faible concurrence directe pour la catégorie choisie.
- Enquêtes sur les habitudes de consommation dans la zone : valider auprès de consommateurs réels ce qu'ils achètent, où, à quelle fréquence et ce qui manque à l'offre actuelle.
- Visites chez les concurrents en client mystère : évaluer la qualité, le prix, le service et la fréquentation des établissements existants dans les catégories visées.
- Entretiens avec les producteurs agricoles sur leurs besoins en intrants, services et canaux de commercialisation.
- Analyse du réseau routier et des temps de trajet entre les municipalités de la région pour estimer le rayon réel d'attraction des clients.
- Comptages routiers aux intersections d'intérêt pour estimer le trafic réel selon les heures et les jours de la semaine.

AVIS JURIDIQUE

Les données présentées proviennent de recensements et registres officiels à dates précises (2020–2025) et peuvent ne pas refléter les changements survenus depuis. Ce rapport n'inclut pas de données de dépenses des ménages (ENIGH) ni d'analyse d'écart offre-demande par catégorie, non disponibles à l'échelle municipale. Les opportunités identifiées sont indicatives et doivent être validées par une étude de terrain avant toute décision d'investissement. MktCompass ne garantit aucun résultat commercial.