



GEOANÁLISIS MUNICIPAL

Morelia

Michoacán

Reporte generado el 25 de agosto de 2026

PERFIL DEMOGRÁFICO, ECONÓMICO Y PRODUCTIVO PARA DECISIONES DE INVERSIÓN

Entiende el territorio. Detecta la vocación productiva. Encuentra la oportunidad.



RADIO DE 100 KILÓMETROS



POBLACIÓN

3,584,675

HABITANTES

70.3%

NSE D, E y NA



ACTIVIDAD ECONÓMICA Y COMERCIAL

995,354

EMPLEOS

495,499

IDC



CLIMA

19.97°C

TEMP. MEDIA ANUAL

Templado subhúmedo

tipo de clima



AGRICULTURA Y GANADERÍA

747,458

HECTÁREAS AGRÍCOLAS

\$45,038.2M

valor de producción



CRIMEN

47,512

DELITOS REGISTRADOS

4.6

robo a negocio

HALLAZGOS PRINCIPALES

Una región anclada en Morelia que concentra 37.4% del aguacate y 21.6% de la fresa de México, con un mercado formal denso en lo básico y casi vacío en ocio y retail especializado.

El campo ya es de talla mundial. La pregunta es cuánto de ese valor se queda aquí.

FICHA TÉCNICA



Municipio principal

Morelia



Total de municipios en el área

78



NSE dominante

D, E y NA (70.3%)



Unidades económicas

208,949



Fuentes

INEGI 2020-2024 + SMN 2024 + SNSP 2025



Fecha del reporte

25 de agosto de 2026

01 · INTRODUCCIÓN

¿Qué es el geoanálisis municipal y por qué este reporte reduce el riesgo de tu inversión?

Este reporte presenta un análisis geoestadístico del área definida por un radio de 100 kilómetros alrededor del punto 19.7262, -101.1868, con centro en el municipio de Morelia, Michoacán. El área agrega 78 municipios y suma 3,584,675 habitantes.

Los datos provienen de fuentes oficiales: el INEGI (Censo de Población y Vivienda 2020, Censo Económico, Censo Agropecuario y Parque Vehicular 2023), el Servicio Meteorológico Nacional, el Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública y el modelo estadístico MktCompass.

El geomarketing consiste en usar datos del territorio para decidir dónde y a quién vender. En lugar de suponer, se mide: cuánta gente vive en el área, qué puede gastar, qué se produce, qué marcas ya operan y qué condiciones del entorno encarecen o facilitan un negocio.

El análisis responde tres preguntas fundamentales:

- ¿Quiénes son los habitantes y trabajadores de esta región y cuál es su poder adquisitivo?
- ¿Cuál es la estructura económica de la región: empleo formal, ganadería y agricultura?
- ¿Qué condiciones del entorno (clima, crimen, movilidad) afectan la viabilidad de instalar o expandir un negocio?

DATOS DUROS	Censos y registros oficiales del INEGI y dependencias federales, con cobertura nacional y metodología rigurosa.
PRECISIÓN	Delimitación geográfica exacta del área analizada, con comparativos nacionales por decil para cada indicador.
INSIGHTS	Hallazgos accionables sobre demografía, estructura económica, producción agropecuaria, clima, crimen y movilidad.
ACCIÓN	Oportunidades de negocio derivadas del perfil real de la región, sin inventar datos que no existen.

Con el método claro y las fuentes identificadas, pasamos a conocer a fondo quiénes habitan esta región — porque el primer paso para identificar una oportunidad es entender a quién le vas a vender.

02 · PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN

¿Quiénes viven aquí, cuántos son y qué tan alto es su poder adquisitivo?

El Nivel Socioeconómico (NSE) agrupa a los hogares según su capacidad de gasto, nivel educativo y acceso a servicios. En México se emplean los niveles A/B (alto), C+ (medio-alto), C (medio), C- (medio-bajo), D (popular) y E (muy bajo). El NSE es el primer filtro para cualquier negocio: determina qué precios, productos y estrategias son apropiados en la zona.

Distribución socioeconómica de la población

NSE	Población	% del total	Análisis vs. promedio nacional
Población NSE AB y C+ (alto / medio-alto)	49,733	1.4%	Muy alto
Población NSE C y C- (medio y medio-bajo)	1,014,863	28.3%	Alto
Población NSE D, E y NA (popular, bajo y no identificado)	2,520,075	70.3%	Bajo
Total población	3,584,671	—	—

El INEGI no publica parte de la información por confidencialidad estadística, así que los renglones de esta tabla no suman el total de la categoría y los porcentajes no suman 100%. Los datos clasificados cubren 100% de la población del área (3,584,671 de 3,584,675). El faltante no se reconstruye ni se estima.

El área está dominada por los niveles D, E y NA, que agrupan a 2,520,075 personas (70.3%, calificación bajo frente al promedio nacional): un mercado popular donde el precio y la utilidad pesan más que la marca. El dato que cambia la lectura es el bloque C y C-, con 1,014,863 personas (28.3%, calificación alta): es una base de clase media real, no un residuo, y en volumen supera a la población de muchas capitales estatales. El NSE ABC+ es apenas 49,733 personas (1.4%), pero con calificación muy alto frente al promedio nacional: un nicho pequeño en volumen que no sostiene una recomendación número uno, pero sí justifica una línea premium dentro de un formato más amplio.

Distribución de la población por grupo de edad

Grupo de edad	Población	% del total	Análisis vs. promedio nacional
0 a 4 años	309,662	8.6%	Regular
5 a 9 años	318,995	8.9%	Bajo
10 a 14 años	315,546	8.8%	Bajo
15 a 19 años	307,208	8.6%	Regular
20 a 24 años	297,565	8.3%	Alto
25 a 29 años	277,138	7.7%	Alto
30 a 39 años	501,295	14.0%	Alto
40 a 49 años	438,595	12.2%	Regular
50 a 59 años	341,213	9.5%	Regular

Grupo de edad	Población	% del total	Análisis vs. promedio nacional
60 a 69 años	247,402	6.9%	Regular
70 años o más	230,056	6.4%	Regular
Total población	3,584,675	—	—

El INEGI no publica parte de la información por confidencialidad estadística, así que los renglones de esta tabla no suman el total de la categoría y los porcentajes no suman 100%. Los datos clasificados cubren 100% de la población del área (3,584,675 de 3,584,675). El faltante no se reconstruye ni se estima.

La estructura de edad favorece los grupos de 20 a 39 años, los tres por encima del promedio nacional: 20 a 24 años con 297,565 personas (8.3%), 25 a 29 con 277,138 (7.7%) y 30 a 39 con 501,295 (14.0%), un total de 1,075,998 personas. Es población en edad de formar hogar y de consumo activo. Los grupos de 5 a 14 años están por debajo del promedio nacional, señal de una estructura que ya empezó a madurar sin ser todavía una población mayor.

Datos demográficos clave

Indicador	Dato	% / Referencia	Análisis
Población total 2020	3,584,675	100.0%	—
Población total 2010	3,301,655	Crecimiento: +8.6%	En crecimiento
Población femenina	1,853,051	51.7%	—
Población masculina	1,731,624	48.3%	—
PEA (población económicamente activa)	1,712,680	47.8%	Muy bajo
Población con derecho a seguridad social	1,150,249	32.1%	Muy bajo
Población sin derecho a seguridad social	2,426,944	67.7%	Muy bajo
Viviendas totales	1,316,607	—	—
Viviendas habitadas	961,557	73.0%	—

Bienes en el hogar (penetración y decil)

Bien o servicio	Hogares	% penetración	Decil	Análisis
Energía eléctrica	953,947	99.2%	9	Regular
Energía eléctrica, agua entubada y drenaje	897,330	93.3%	7	Bajo
Refrigerador	854,505	88.9%	8	Regular
Televisor	893,702	92.9%	9	Regular
Teléfono celular	827,553	86.1%	8	Regular
Internet en casa	395,680	41.1%	8	Regular

Bien o servicio	Hogares	% penetración	Decil	Análisis
Automóvil o camioneta	453,933	47.2%	8	Regular
Computadora, laptop o tableta	281,105	29.2%	9	Regular
Televisión de paga	429,772	44.7%	7	Regular
Motocicleta o motoneta	159,774	16.6%	8	Muy alto

El decil indica la posición del área frente al resto de los municipios del país: 1 es el más bajo y 10 el más alto.

El parque de bienes del hogar confirma una zona donde la motocicleta pesa más que en el resto del país: 16.6% de los hogares tiene motocicleta o motoneta, con calificación muy alto, frente a 47.2% que tiene automóvil o camioneta, calificación regular. El acceso a agua entubada de la red pública es la brecha más marcada: solo 72.4% de los hogares la tiene, calificación muy bajo, muy por debajo de drenaje (95.2%) o de los tres servicios básicos juntos (93.3%). Cualquier negocio intensivo en agua debe verificar el suministro antes de comprometerse.

Insights socioeconómicos clave

01

EL BOLSILLO MEDIO ES MÁS GRANDE DE LO QUE PARECE

El bloque C y C- suma 1,014,863 personas con calificación alta frente al promedio nacional. No es el NSE dominante del área, pero en volumen supera a la población de muchas capitales estatales: es la base real de un formato de precio medio.

02

LA MOTOCICLETA ES CANAL DE ACCESO, NO SOLO EL AUTO

16.6% de los hogares tiene motocicleta con calificación muy alto, frente a 47.2% con automóvil. Un negocio que solo diseña su acceso para autos deja fuera a una porción de clientes mayor que en el resto del país.

03

EL AGUA ES EL SERVICIO QUE FALTA, NO LA ELECTRICIDAD

72.4% de los hogares tiene agua entubada de la red pública (calificación muy bajo) frente a 99.2% con electricidad. Cualquier giro intensivo en agua debe verificar suministro antes de firmar la renta.

04

POBLACIÓN JOVEN-ADULTA, DEMANDA DE FORMACIÓN DE HOGAR

Los grupos de 20 a 39 años suman 1,075,998 personas, todos con calificación alta frente al promedio nacional. Es demanda de formación de hogar: mueblería, electrodomésticos, crédito al consumo y guardería tienen aquí una base estructural.

05

UN NICHOS ABC+ PEQUEÑO PERO REAL

El NSE ABC+ suma solo 49,733 personas (1.4%), pero con calificación muy alto frente al promedio nacional. No sostiene un negocio de destino por sí solo, pero sí justifica una línea premium dentro de un formato de precio medio.

Ahora que conocemos a los residentes, necesitamos entender a quienes trabajan aquí — porque los empleados de la región son también consumidores diarios que alimentan la demanda comercial.

03 · PERFIL ECONÓMICO: EMPLEO Y UNIDADES ECONÓMICAS

¿Cuántos empleados hay en esta región y qué tan formal es el ecosistema de negocios?

El perfil económico revela la estructura productiva formal de la región. Los empleos determinan el poder adquisitivo de quienes trabajan aquí; las unidades económicas muestran el nivel de formalización del ecosistema empresarial local.

Distribución de empleos por sector

Sector	Empleos	% del total	Análisis vs. promedio
Agricultura, minería, pesca y ganadería	10,021	1.0%	Alto
Industria y energía	137,241	13.8%	Bajo
Comercio	387,083	38.9%	Regular
Servicios	452,957	45.5%	Bajo
Tecnologías y comunicación	8,052	0.8%	Regular
Total	995,354	100.0%	—

Distribución de empleos por NSE

NSE de los empleados	Empleos estimados	% del total	Análisis
Empleos de NSE ABC+	155,084	15.6%	Bajo
Empleos de NSE C y C-	523,144	52.6%	Bajo
Empleos de NSE D, E y NA	317,126	31.9%	Muy bajo
Total	995,354	—	—

Índice de Actividad Comercial (IDC)

Índice de Actividad Comercial: 495,499 | IDC/Empleos: Muy alto | IDC/Población: Regular

El IDC no se evalúa en términos absolutos ni se compara entre regiones de distinto tamaño: se lee con los dos indicadores relativos que publica la fuente. El IDC representa un nivel Muy alto del empleo total (49.8%) y un nivel Regular de la población (13.8%).

Los dos indicadores del IDC apuntan en direcciones distintas y por eso conviene leerlos juntos. Frente al empleo, la actividad comercial es muy alta: 49.8% de los empleos del área están vinculados a giros que generan tráfico de compradores. Frente a la población, es regular (13.8%): en un área de 3,584,675 habitantes y 78 municipios, ese patrón es el esperado a esta escala, no una señal de debilidad. La lectura es la misma que en cualquier radio grande: hay núcleos comerciales con tráfico intenso rodeados de municipios con menos oferta formal.

Unidades económicas por sector

Sector	Unidades económicas	% del total	Análisis
Agricultura, minería, pesca y ganadería	689	0.3%	Regular
Industria y energía	27,416	13.1%	Regular
Comercio	102,725	49.2%	Bajo
Servicios	77,106	36.9%	Bajo
Tecnologías y comunicación	1,013	0.5%	Bajo
Total	208,949	100.0%	—

Unidades económicas por tamaño

Tamaño	Cantidad	% del total	Análisis	Tipo representativo
Micro (1 a 5 empleados)	190,661	91.2%	Bajo	Tiendas de barrio, fondas, talleres
Pequeña (6 a 25)	15,877	7.6%	Bajo	Restaurantes, farmacias, escuelas
Mediana (26 a 100)	1,835	0.9%	Bajo	Cadenas regionales, clínicas
Grande (más de 100)	576	0.3%	Bajo	Hospitales, cadenas nacionales
Total	208,949	100.0%	—	—

Insights económicos clave

01

ES UNA ECONOMÍA DE SERVICIOS Y COMERCIO, NO DE CAMPO

El sector servicios ocupa 45.5% del empleo y el comercio 38.9%; el sector primario apenas 1.0%. El campo produce el valor de exportación pero emplea poco: la demanda cotidiana la mueven empleados de comercio y servicios.

02

EL EMPLEO PRIMARIO ES MUY ALTO PARA EL PAÍS, AUNQUE PAREZCA PEQUEÑO

Aunque solo represente 1.0% del empleo local, esa proporción tiene calificación alta frente al promedio nacional. El agro pesa aquí más que en la mayoría del país, aun con una base de empleo formal pequeña.

03

COMPETENCIA INFORMAL, VENTAJA FORMAL

91.2% de las unidades económicas son micronegocios de 1 a 5 empleados. Un negocio formal con procesos, factura y garantía compite contra changarros: la diferenciación por servicio es viable desde el día uno.

04

MASA CRÍTICA DE CLIENTES-TRABAJADORES

995,354 empleos formales en el área significan una comida fuera de casa, un café y un traslado diarios para una base amplia de trabajadores. Los formatos de paso en corredores de empleo tienen flujo garantizado de lunes a viernes.

Residentes más empleados son el mercado real de la región. Ahora veamos qué grandes marcas ya operan aquí — para entender quién lidera el mercado formal y qué espacios quedan abiertos.

04 · ACTIVIDAD COMERCIAL Y PRESENCIA DE MARCAS

¿Qué grandes marcas ya operan en la región, cuántas sucursales tienen y a cuánta población atiende cada una?

Índice de Actividad Comercial: 495,499 | IDC/Empleos: Muy alto | IDC/Población: Regular

Los datos de esta sección se calculan como el agregado de los municipios que componen el área analizada. Las comparaciones de decil contra municipios individuales del país pueden subestimar la competitividad real de la zona.

El Reporte de Presencia y Cobertura de Marcas identifica las cadenas con presencia en el área y las mide en tres dimensiones distintas que conviene no confundir. La primera es la cobertura geográfica: en cuántos de los 78 municipios del área está presente la marca. La segunda es la densidad física: cuántas sucursales tiene realmente. La tercera es la carga poblacional: a cuánta población atiende en promedio cada sucursal.

Presencia de marcas comerciales en la región

Sector: Cafeterías

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Cafetería de cadena	Black Coffee	3	3	3.8%	Muy bajo	1,194,892
Cafetería de cadena	Café Europa	11	1	1.3%	Muy bajo	325,880
Cafetería de cadena	Café La Cabaña	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cafetería de cadena	Caffeto	3	3	3.8%	Muy bajo	1,194,892
Cafetería de cadena	Diletto	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cafetería de cadena	Italian Coffee	6	3	3.8%	Muy bajo	597,446
Cafetería de cadena	Punta del Cielo	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cafetería de cadena	Starbucks	13	4	5.1%	Muy bajo	275,744
Total Cafetería de cadena	—	39	—	—	—	91,915
Total Cafeterías	—	39	—	—	—	91,915

Sector: Comercio

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Supermercados	Bodega Aurrera	24	13	16.7%	Muy bajo	149,361
Supermercados	Bodega Aurrera Express	26	5	6.4%	Muy bajo	137,872
Supermercados	Chedraui	5	3	3.8%	Muy bajo	716,935
Supermercados	Costco	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Supermercados	Mi Bodega Aurrera	18	17	21.8%	Bajo	199,149
Supermercados	Sams Club	5	4	5.1%	Muy bajo	716,935

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Supermercados	Soriana	22	12	15.4%	Muy bajo	162,940
Supermercados	Waldos	16	12	15.4%	Muy bajo	224,042
Supermercados	Walmart	20	7	9.0%	Muy bajo	179,234
Total Supermercados	—	138	—	—	—	25,976
Tiendas de conveniencia	Circle K	8	3	3.8%	Muy bajo	448,084
Tiendas de conveniencia	Del Río	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Tiendas de conveniencia	Extra	22	4	5.1%	Muy bajo	162,940
Tiendas de conveniencia	Kiosko	7	3	3.8%	Muy bajo	512,096
Tiendas de conveniencia	Modelorama	286	58	74.4%	Alto	12,534
Tiendas de conveniencia	Neto	8	7	9.0%	Muy bajo	448,084
Tiendas de conveniencia	Oxxo	564	46	59.0%	Regular	6,356
Tiendas de conveniencia	Super Six	8	5	6.4%	Muy bajo	448,084
Tiendas de conveniencia	Tiendas 3B	86	34	43.6%	Regular	41,682
Total Tiendas de conveniencia	—	990	—	—	—	3,621
Tiendas de vinos y licores	La Europea	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Tiendas de vinos y licores	La Vinata	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Tiendas de vinos y licores	Tecate Six	127	16	20.5%	Bajo	28,226
Total Tiendas de vinos y licores	—	132	—	—	—	27,157
Tiendas departamentales	C&A	4	3	3.8%	Muy bajo	896,169
Tiendas departamentales	Coppel	71	26	33.3%	Bajo	50,488
Tiendas departamentales	Liverpool	5	3	3.8%	Muy bajo	716,935
Tiendas departamentales	Sanborns	4	2	2.6%	Muy bajo	896,169
Tiendas departamentales	Sears	4	2	2.6%	Muy bajo	896,169
Tiendas departamentales	Suburbia	8	6	7.7%	Muy bajo	448,084
Total Tiendas departamentales	—	96	—	—	—	37,340
Total Comercio	—	1,356	—	—	—	2,644

Sector: Entretenimiento y cultura

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Cines	Cinemex	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Cines	Cinepolis	17	9	11.5%	Muy bajo	210,863
Total Cines	—	19	—	—	—	188,667
Total Entretenimiento y cultura	—	19	—	—	—	188,667

Sector: Farmacias

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Cadena F. Nacional	Benavides	11	7	9.0%	Muy bajo	325,880
Cadena F. Nacional	Delta	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. ABC	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. Ahuacatlán	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cadena F. Nacional	F. Calderón	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Cadena F. Nacional	F. de GI	50	17	21.8%	Bajo	71,694
Cadena F. Nacional	F. del Ahorro	80	18	23.1%	Bajo	44,808
Cadena F. Nacional	F. dr Símil	321	60	76.9%	Alto	11,167
Cadena F. Nacional	F. Guadalajara	109	23	29.5%	Bajo	32,887
Cadena F. Nacional	F. Roma	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cadena F. Nacional	F. Yza	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Cadena F. Nacional	Farmapronto	54	28	35.9%	Bajo	66,383
Cadena F. Nacional	La Paz	9	4	5.1%	Muy bajo	398,297
Cadena F. Nacional	Medisim	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Total Cadena F. Nacional	—	646	—	—	—	5,549
Total Farmacias	—	646	—	—	—	5,549

Sector: Restaurantes y bares

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Alitas	Las Alitas	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Alitas	Vancouver Wings	2	1	1.3%	Muy bajo	1,792,338

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Alitas	Wings Army	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Total Alitas	—	6	—	—	—	597,446
Cadenas otras	Applebees	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cadenas otras	Bisquets de Obregón	2	1	1.3%	Muy bajo	1,792,338
Cadenas otras	Chilis	4	3	3.8%	Muy bajo	896,169
Cadenas otras	Dennys	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Cadenas otras	El Portón	6	2	2.6%	Muy bajo	597,446
Cadenas otras	Ihop	2	1	1.3%	Muy bajo	1,792,338
Cadenas otras	María Bonita	9	6	7.7%	Muy bajo	398,297
Cadenas otras	Subway	13	6	7.7%	Muy bajo	275,744
Cadenas otras	Toks	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Cadenas otras	Vips	6	3	3.8%	Muy bajo	597,446
Total Cadenas otras	—	47	—	—	—	76,270
Hamburguesas	Burger King	2	1	1.3%	Muy bajo	1,792,338
Hamburguesas	Carls Junior	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Hamburguesas	Cuarto de Kilo	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Hamburguesas	McDonalds	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Total Hamburguesas	—	8	—	—	—	448,084
Pizzas e italiana	Dominos Pizza	27	14	17.9%	Muy bajo	132,766
Pizzas e italiana	Ginos Pizza	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Pizzas e italiana	Little Caesars	9	4	5.1%	Muy bajo	398,297
Pizzas e italiana	Pizza Hut	4	3	3.8%	Muy bajo	896,169
Total Pizzas e italiana	—	41	—	—	—	87,431
Pollos	El Pollo Feliz	40	17	21.8%	Bajo	89,617
Pollos	KFC	9	4	5.1%	Muy bajo	398,297
Total Pollos	—	49	—	—	—	73,157
Total Restaurantes y bares	—	151	—	—	—	23,740

Sector: Ropa y calzado

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Ropa de marca	Aldo Conti	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Ropa de marca	Andre Badi	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Aura	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Benetton	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Bershka	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Ropa de marca	Cuidado con el perro	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Ropa de marca	Forever 21	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Ropa de marca	Julio	3	3	3.8%	Muy bajo	1,194,892
Ropa de marca	Lacoste	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Levis	6	5	6.4%	Muy bajo	597,446
Ropa de marca	Liz Minelli	5	2	2.6%	Muy bajo	716,935
Ropa de marca	LOB	4	4	5.1%	Muy bajo	896,169
Ropa de marca	Massimo Dutti	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Milano	17	13	16.7%	Muy bajo	210,863
Ropa de marca	Scappino	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Sfera	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Ropa de marca	Stop	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Studio F	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Todo Moda	15	7	9.0%	Muy bajo	238,978
Ropa de marca	Tommy Hilfiger	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Ropa de marca	Vittorio Forti	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Ropa de marca	Zara	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Ropa de marca	Zoe	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Total Ropa de marca	—	75	—	—	—	47,796
Tienda de lencería	Ilusion	11	8	10.3%	Muy bajo	325,880
Tienda de lencería	Vicky Form	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Total Tienda de lencería	—	13	—	—	—	275,744
Total Ropa y calzado	—	88	—	—	—	40,735

Sector: Servicios comerciales

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Gimnasios	Any Time Fitness	2	1	1.3%	Muy bajo	1,792,338
Gimnasios	Be Fit	3	2	2.6%	Muy bajo	1,194,892
Gimnasios	Evolution	7	7	9.0%	Muy bajo	512,096
Gimnasios	Family Fitness	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Gimnasios	Fitness center	90	26	33.3%	Bajo	39,830
Gimnasios	Master Gym	5	5	6.4%	Muy bajo	716,935
Gimnasios	Power Gym	2	2	2.6%	Muy bajo	1,792,338
Gimnasios	SmartFit	8	3	3.8%	Muy bajo	448,084
Gimnasios	Ultragym	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Total Gimnasios	—	119	—	—	—	30,123
Total Servicios comerciales	—	119	—	—	—	30,123

Sector: Servicios financieros

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
Bancos	Actinver	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Bancos	Banca Afirme	26	5	6.4%	Muy bajo	137,872
Bancos	Banca Mifel	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Bancos	Banco ABC	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Bancos	Banco Azteca	103	43	55.1%	Regular	34,803
Bancos	Banco Compartamos	15	11	14.1%	Muy bajo	238,978
Bancos	Banco del Bajío	43	12	15.4%	Muy bajo	83,365
Bancos	Banco Famsa	4	4	5.1%	Muy bajo	896,169
Bancos	Bancoppel	50	22	28.2%	Bajo	71,694
Bancos	Bankaool	1	1	1.3%	Muy bajo	3,584,675
Bancos	Banregio	5	2	2.6%	Muy bajo	716,935
Bancos	CI Banco	7	3	3.8%	Muy bajo	512,096
Bancos	Citibanamex	139	30	38.5%	Bajo	25,789
Bancos	HSBC	69	18	23.1%	Bajo	51,952
Bancos	Inbursa	24	4	5.1%	Muy bajo	149,361
Bancos	Multiva	5	2	2.6%	Muy bajo	716,935
Bancos	Otros bancos	7	4	5.1%	Muy bajo	512,096
Bancos	Santander	86	18	23.1%	Bajo	41,682
Bancos	Scotiabank	20	6	7.7%	Muy bajo	179,234
Total Bancos	—	607	—	—	—	5,906
Total Servicios financieros	—	607	—	—	—	5,906

Giro	Marca	Sucursales	Municipios	Cobertura %	Análisis	Hab. por sucursal
TOTAL GENERAL	—	3,025	—	—	—	1,185

En las filas de total, la columna Municipios del archivo es una suma aritmética que puede superar los 78 municipios del área; por eso no se muestra: no representa municipios únicos con presencia. Las columnas Sucursales y Hab. por sucursal sí son válidas y miden la densidad comercial del grupo completo. La cobertura y el análisis no aplican a agregados.

Resumen: densidad comercial por giro

Giro	Sucursales	Hab. por sucursal	Lectura
Tiendas de conveniencia	990	3,621	Saturado
Cadena F. Nacional	646	5,549	Saturado

Giro	Sucursales	Hab. por sucursal	Lectura
Bancos	607	5,906	Saturado
Supermercados	138	25,976	Saturado
Tiendas de vinos y licores	132	27,157	Saturado
Gimnasios	119	30,123	Cubierto
Tiendas departamentales	96	37,340	Cubierto
Ropa de marca	75	47,796	Cubierto
Pollos	49	73,157	Cubierto
Cadenas otras	47	76,270	Cubierto
Pizzas e italiana	41	87,431	Cubierto
Cafetería de cadena	39	91,915	Desatendido
Cines	19	188,667	Desatendido
Tienda de lencería	13	275,744	Desatendido
Hamburguesas	8	448,084	Desatendido
Alitas	6	597,446	Desatendido

La lectura compara los giros entre sí dentro de esta área, no contra el país: el tercio de giros con menos habitantes por sucursal se marca como saturado y el tercio con más, como desatendido. Es una lectura relativa del mercado formal local.

Las tres dimensiones del panorama comercial cuentan historias distintas. En cobertura geográfica, ninguna marca llega a los 78 municipios del área: incluso las de mayor alcance, F. dr Símil y Modelorama, cubren 76.9% y 74.4% de los municipios respectivamente, y son la excepción, no la regla. En densidad física, el área tiene 3,025 sucursales formales de 127 marcas, una por cada 1,185 habitantes: es un mercado formal maduro, no virgen. En carga poblacional por sucursal, el contraste es amplio: Tiendas de conveniencia tiene una sucursal por cada 3,621 habitantes, el giro más saturado, mientras Alitas tiene una por cada 597,446, el más desatendido. El mercado formal está saturado en consumo básico diario y casi vacío en ocio y especialidad.

Insights de presencia comercial

01

EL CONSUMO BÁSICO DIARIO DOMINA

Tiendas de conveniencia (990 sucursales, 3,621 hab/sucursal) y Cadena F. Nacional en Farmacias (646 sucursales, 5,549 hab/sucursal) encabezan la densidad del mercado formal. Competir ahí exige una escala logística que un operador independiente no iguala fácilmente.

02

LA COBERTURA REGIONAL REAL ES DE UNA SOLA CIUDAD

McDonald's, Burger King, Applebee's, IHOP y Dennys aparecen cada uno en solo 1 de los 78 municipios del área (1.3% de cobertura), con 1 o 2 sucursales. Estos formatos reconocidos prácticamente no han salido del núcleo urbano principal.

03

EL SECTOR MÁS DENSO Y EL MÁS ESCASO

El sector Comercio tiene 2,644 habitantes por sucursal, el más denso del área; Entretenimiento y cultura tiene 188,667, el más escaso. La brecha entre lo saturado y lo vacío es de 71 veces.

04

EL OCIO FORMAL ESTÁ AUSENTE

Con una sucursal de Alitas por cada 597,446 habitantes y solo 6 sucursales en 5 de los 78 municipios, el entretenimiento y la restauración de especialidad son la brecha más clara del mercado formal.

05

EL GIRO MÁS DESATENDIDO EN PROPORCIÓN

Alitas registra una sucursal por cada 597,446 habitantes frente a las 3,621 de Tiendas de conveniencia: una diferencia de casi 165 veces. El formato de destino especializado es el segmento formal más desatendido del área.

Con el mapa de marcas y actividad comercial claro, entramos al corazón productivo de la región — los datos agropecuarios que revelan la vocación económica del campo y qué cadenas de valor genera.

05 · PERFIL PRODUCTIVO: GANADERÍA Y AGRICULTURA

¿Cuál es el potencial productivo del campo en esta región y qué oportunidades de negocio genera?

Los datos de esta sección se calculan como el agregado de los municipios que componen el área analizada. Las comparaciones de decil contra municipios individuales del país pueden subestimar la competitividad real de la zona.

5A · Censo Ganadero 2023

Estadístico	Producción anual	Existencias totales
Total de unidades productoras	51,211	542,913
Cabezas en libre pastoreo	11,924	202,321
Cabezas en pastoreo controlado	4,569	82,352
Cabezas estabuladas	6,538	93,451
Cabezas semiestabuladas	3,455	86,145

La ganadería del área combina dos modelos, no uno solo. De las cabezas con sistema identificado, 202,321 están en libre pastoreo, 82,352 en pastoreo controlado y 179,596 en establos (93,451 estabuladas y 86,145 semiestabuladas). Es un sistema mixto: la porción en libre pastoreo demanda cercado, sanidad de hato y transporte de ganado en pie; la porción estabulada y semiestabulada demanda alimento balanceado y manejo técnico. El total de unidades ganaderas del área registra una producción de 51,211 y existencias de 542,913.

5B · Censo Agrícola 2023

Cultivo	Superficie (ha)	Volumen (ton)	Valor económico (MXN)	Decil	Relativo Nacional
Agave	1,014	76,684	\$873,577,638	10	4.3%
Aguacate	82,268	914,137	\$19,268,618,742	10	37.4%
Alfalfa verde	10,638	826,192	\$631,513,626	10	3.9%
Avena forrajera en verde	24,295	313,388	\$266,842,265	10	3.1%
Caña de azúcar	7,200	538,917	\$452,710,154	9	0.98%
Cebolla	1,438	36,514	\$222,993,382	10	2.5%
Chile verde	493	7,054	\$80,124,776	9	0.29%
Fresa	3,270	117,355	\$2,026,574,570	10	21.6%
Limón	248	2,392	\$16,581,810	9	0.08%
Maíz grano	393,305	1,919,986	\$10,370,465,278	10	7.0%
Mango	3,323	24,249	\$154,871,196	10	1.1%
Papa	275	7,447	\$56,160,349	8	0.38%
Papaya	186	6,255	\$41,668,493	9	0.55%
Pepino	1,771	65,462	\$404,988,813	10	6.3%
Plátano	64	1,050	\$5,633,080	6	0.04%
Sorgo grano	82,943	446,198	\$2,406,655,321	10	10.2%
Tomate rojo (jitomate)	2,243	75,769	\$714,348,409	10	2.3%
Trigo grano	48,544	306,366	\$1,719,963,909	10	9.3%

Cultivo	Superficie (ha)	Volumen (ton)	Valor económico (MXN)	Decil	Relativo Nacional
Espárrago	1,335	12,876	\$520,718,323	10	3.9%
Uva	2	16	\$308,908	2	<0.01%
Chile seco	105	103	\$3,822,840	7	0.08%
Frijol	9,390	12,281	\$170,719,736	10	0.95%
Manzana	153	1,161	\$5,855,187	10	0.18%
Naranja	39	346	\$1,554,635	5	<0.01%
Otros granos	42,620	219,885	\$1,279,592,208	10	3.1%
Otras frutas	16,291	219,876	\$1,305,426,785	10	4.8%
Otras moras	2,523	42,700	\$850,442,794	10	11.3%
Otras flores	62	1,048,252	\$35,802,866	10	2.7%
Otros diversos	11,423	315,863	\$1,149,617,043	10	2.5%
Total	747,458	7,558,745	\$45,038,153,131	10	3.2%

Se muestran los 29 cultivos con producción real en el área, en el orden del catálogo de la fuente; los cultivos que no se producen aquí se omiten. El Relativo Nacional es el porcentaje que representa el volumen del área respecto al total de la producción nacional de ese mismo cultivo. En la fila de total representa el peso del volumen agrícola completo del área frente al volumen agrícola nacional de todos los cultivos.

Los cultivos compuestos agregan varias especies de precio y uso distintos: la cadena de valor relevante depende de cuál domine en la región.

Aquí está el motor del área. El aguacate concentra 37.4% del volumen nacional (decil 10, \$19,268.6 millones de pesos), lo que convierte a la región en el mayor productor del país en ese cultivo. La fresa suma 21.6% (decil 10, \$2,026.6 millones de pesos), y sorgo grano (10.2%), trigo grano (9.3%) y maíz grano (7.0%, con el mayor volumen del área: 1,919,986 toneladas) completan el grupo de cultivos en decil 10. El volumen agrícola total del área equivale a 3.2% del volumen agrícola nacional de todos los cultivos juntos. Con solo 1.0% del empleo local en el sector primario, el área produce a escala nacional con una estructura de empleo que ya es mayoritariamente urbana.

Insights agropecuarios clave

01

EL MAYOR PRODUCTOR DE AGUACATE DEL PAÍS

37.4% del volumen nacional de aguacate, en decil 10 y con un valor de \$19,268.6 millones de pesos. Cualquier negocio de empaque, cadena de frío o exportación tiene aquí demanda estructural, no especulativa.

02

EL MAÍZ ES EL VOLUMEN, EL AGUACATE ES EL VALOR

1,919,986 toneladas de maíz grano (7.0% nacional) mueven acopio y transporte a granel; el aguacate, con menos de la mitad del volumen (914,137 toneladas), genera casi 1.9 veces el valor. Son dos negocios de escala distinta en el mismo territorio.

03

LA FRESA CONSOLIDA UN SEGUNDO MOTOR DE EXPORTACIÓN

117,355 toneladas de fresa, 21.6% del volumen nacional en decil 10. Junto con el aguacate, define una vocación de fruta perecedera de exportación que exige cadena de frío desde el huerto.

04

GANADERÍA MIXTA: INSUMOS DE CAMPO Y ALIMENTO TÉCNICO A LA VEZ

202,321 cabezas en libre pastoreo conviven con 179,596 en establos: no es un solo negocio, son dos clientes distintos con necesidades distintas dentro de la misma área.

Con el perfil productivo del campo claro, analizamos las condiciones del entorno — clima, criminalidad y parque vehicular — que definen los riesgos operativos y las demandas específicas de cualquier negocio en esta región.

06 · CONDICIONES DEL ENTORNO: CLIMA, CRIMEN Y MOVILIDAD

¿Qué tan favorable es el entorno externo para operar un negocio en esta región?

6A · Datos del clima (SMN, septiembre 2023 a agosto 2024)

Estadístico climático	Media	Decil	Análisis
Temperatura media anual (°C)	19.97	3	Bajo
Media de temperatura mínima (°C)	11.81	3	Bajo
Temperatura mínima general (°C)	7.03	4	Bajo
Meses con mínima ≤15 °C	8.04	7	Alto
Meses con mínima ≤8 °C	3.57	6	Regular
Media de temperatura máxima (°C)	28.29	4	Bajo
Temperatura máxima general (°C)	34.41	4	Bajo
Meses con máxima ≥30 °C	3.69	4	Bajo
Meses con máxima ≥35 °C	1.56	3	Bajo
Meses con lluvia moderada (>50 ml/m²)	4	6	Regular
Meses con lluvia extrema (>150 ml/m²)	1.81	3	Bajo
Media de lluvia por mes (ml/m²)	65.67	5	Regular

El área incluye 78 municipios: los datos climáticos representan el promedio de sus estaciones.

El área tiene un clima templado de altiplano, no cálido: 20.0°C de media anual con decil 3 (bajo), 8 meses al año con mínimas de 15°C o menos (decil 7, alto) y apenas mes y medio con máximas de 35°C o más (decil 3, bajo). Es un clima que reduce la urgencia de climatización por calor extremo, pero impone su propia demanda: la de espacios cálidos y confortables durante buena parte del año.

Insights climáticos

01

OCHO MESES DE CLIMA FRESCO, NO DE CALOR

Con 8 meses al año de mínimas de 15°C o menos (decil 7, alto), la demanda estructural es de bebida caliente, alimento reconfortante y espacios cerrados o techados, no de bebida fría todo el año.

02

EL AIRE ACONDICIONADO NO ES CONDICIÓN DE ENTRADA

Apenas mes y medio con máximas de 35°C o más (decil 3, bajo). A diferencia de zonas cálidas del país, aquí el diferenciador es el confort térmico en temporada fría, no la inversión en climatización industrial.

03

TERRAZA CUBIERTA, NO TERRAZA ABIERTA TODO EL AÑO

Con una media de temperatura máxima de 28.3°C (decil 4, bajo) y meses fríos frecuentes, el espacio exterior rinde más si está techado y con alguna fuente de calor que si se deja completamente abierto.

04

LLUVIA REGULAR, SIN RESTRICCIÓN CLIMÁTICA DE AGUA

65.67 ml/m² de lluvia mensual promedio (decil 5, regular): el clima no es el factor limitante del agua en el área; la brecha de agua está en la infraestructura de hogar (72.4% con agua entubada), no en la lluvia.

05

EL MISMO CLIMA QUE LIMITA EL CALOR SOSTIENE EL AGRO ESTRELLA DEL ÁREA

El aguacate y la fresa, los dos cultivos con mayor participación nacional del área, requieren clima templado y no calor extremo. El clima que reduce la demanda de aire acondicionado es el mismo que hace posible el liderazgo agroindustrial.

6B · Criminalidad 2025

El análisis siguiente se presenta exclusivamente en clave comercial: no es un juicio sobre la comunidad, sino una lectura de los costos operativos que un negocio debe presupuestar en esta región.

Delitos contra personas

Tipo de delito	Total delitos	Índice (tasa)	Decil	Análisis
Lesiones dolosas (por 100 mil hab.)	6,469	180.46	9	Muy alto
Homicidio doloso (por 100 mil hab.)	827	23.07	7	Alto
Homicidio culposo (por 100 mil hab.)	939	26.19	7	Alto
Violación (por 100 mil hab.)	476	13.28	5	Regular
Abuso sexual (por 100 mil hab.)	832	23.21	5	Regular
Otros delitos contra la integridad personal (por 100 mil hab.)	4,993	139.29	5	Regular
Robo a transeúnte (por 100 mil hab.)	422	11.77	5	Regular
Lesiones culposas (por 100 mil hab.)	656	18.3	4	Bajo
Secuestro (por 100 mil hab.)	45	1.26	4	Bajo
Feminicidio (por 100 mil hab.)	18	0.5	2	Muy bajo

Delitos contra negocios, viviendas y vehículos

Tipo de delito	Total delitos	Índice (tasa)	Decil	Análisis
Otros robos (por 100 mil hab.)	11,789	328.87	9	Muy alto
Otros bienes públicos afectados (por 100 mil hab.)	12,415	346.34	9	Muy alto
Narcomenudeo (por 100 mil hab.)	2,151	60.01	8	Alto
Robo de automotores (por 100 mil automotores)	3,210	207.97	7	Alto
Extorsión (por 100 mil hab.)	337	9.4	6	Regular
Robo a negocio (por mil UE)	962	4.6	5	Regular

Tipo de delito	Total delitos	Índice (tasa)	Decil	Análisis
Robo a casa habitación (por 10 mil viviendas)	945	7.18	5	Regular
Robo de autopartes (por 100 mil automotores)	26	1.68	1	Muy bajo

Un total de cero significa que no se documentaron delitos de ese tipo en el periodo; no es un dato faltante.

La lectura es exclusivamente de costo operativo. Lesiones dolosas (6,469 casos), otros robos (11,789) y otros bienes públicos afectados (12,415) registran los tres decil 9 con calificación muy alto: son el costo de seguridad, iluminación y protocolos que cualquier negocio debe presupuestar desde el primer mes. El narcomenudeo (2,151 casos, decil 8) y el homicidio doloso y culposo (827 y 939 casos, ambos decil 7) afectan sobre todo la decisión de horario: cerrar temprano reduce exposición pero también ventas, y esa decisión debe tomarse con números, no por percepción. El dato que contrasta con todo esto es que el robo a negocio en sí registra apenas decil 5, calificación regular: el riesgo del área no es que asalten el mostrador, es el entorno general en el que opera cualquier comercio.

6C · Parque vehicular 2023

Composición del parque vehicular local

Tipo de vehículo	Total	% del total
Automóviles de uso oficial	2,760	0.2%
Automóviles de uso público	14,682	1.0%
Automóviles particulares	741,084	48.0%
Camiones de pasajeros de uso oficial	98	0.0%
Camiones de pasajeros públicos	938	0.1%
Camiones de pasajeros particulares	5,126	0.3%
Camiones de carga de uso oficial	4,876	0.3%
Camiones de carga públicos	6,044	0.4%
Camiones de carga particulares	478,515	31.0%
Motocicletas de uso oficial	1,173	0.1%
Motocicletas de alquiler	N/D	0.0%
Motocicletas particulares	288,229	18.7%

Los tipos específicos de vehículos se reportan como datos descriptivos de la composición del parque local: la distribución por tipo no es comparable entre municipios de forma significativa, porque los vehículos circulan en municipios distintos al del domicilio fiscal donde están registrados.

Indicadores de motorización

Estadístico	Total / Valor	% del total	Análisis
Parque automotor total 2023	1,543,525	—	Alto
Vehículos por cada mil habitantes 2023	431	—	Muy alto

Estadístico	Total / Valor	% del total	Análisis
Decil del total de vehículos (vs. municipios del país)	10	—	—
Decil de vehículos por cada mil habitantes	8	—	—
Parque automotor 2022 / Crecimiento 2023	1,431,327	7.8%	—

Con 1,543,525 vehículos y 431 por cada mil habitantes (decil 8, muy alto), el área está entre las más motorizadas del país, y el parque creció 7.8% de 2022 a 2023. La composición del parque local se reporta solo como descripción: los vehículos circulan en municipios distintos a aquel donde están registrados, así que su distribución por tipo no admite comparación entre municipios.

Insights de movilidad

01

DECIL 10 EN PARQUE VEHICULAR TOTAL

1,543,525 vehículos registrados: el área tiene más vehículos que casi cualquier municipio del país. Los formatos sobre corredor carretero y de servicio al auto tienen aquí una base real.

02

431 VEHÍCULOS POR CADA MIL HABITANTES, PERO NO TODOS SON AUTOS

Con decil 8 y calificación muy alto en vehículos por cada mil habitantes, el área está muy motorizada. Pero solo 47.2% de los hogares tiene automóvil (decil 8, regular) frente a 16.6% con motocicleta (decil 8, muy alto): diseñar el acceso solo para autos deja fuera a un cliente relevante.

03

EL PARQUE CRECIÓ 7.8% EN UN AÑO

112,198 vehículos más entre 2022 y 2023. La demanda de servicio, refacciones, lavado y seguro automotor y de motocicleta crece al mismo ritmo: es de los pocos giros con demanda verificablemente en expansión.

04

TALLER DE MOTOCICLETAS, NO SOLO DE AUTOS

288,229 motocicletas particulares forman parte del parque vehicular del área. Un taller especializado en motocicleta, con menos competencia formal que uno de autos, atiende un canal de movilidad más grande de lo típico en el país.

05

REPARTO A DOMICILIO VIABLE SIN FLOTA PROPIA

Con 1,543,525 vehículos entre autos y motocicletas ya circulando en el área, tercerizar el reparto a domicilio de comercio básico o de producto agrícola de valor es barato: no exige inversión propia en unidades.

Con el panorama completo de producción agropecuaria, clima, seguridad y movilidad, llegamos al momento central del reporte: las 10 recomendaciones estratégicas de negocio.

07 · RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO

¿Cuáles son los 10 negocios con mayor probabilidad de éxito en esta región específica?

Con base en el análisis integral de esta región se identifican los 10 giros con mayor probabilidad de éxito, ordenados del más al menos viable. Cada recomendación se deriva únicamente de los datos de las secciones anteriores.

01

Empaque y cadena de frío para aguacate y fresa de exportación

El área produce 37.4% del aguacate y 21.6% de la fresa nacionales, ambos en decil 10 y perecederos de alto valor que exigen cadena de frío desde el huerto. El diferenciador es la vinculación de Morelia con la vertiente aguacatera de Michoacán.

NSE: B2B | Edad: Productores | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Lun-Sáb, temporada de cosecha

02

Agroindustria de valor agregado de aguacate (guacamole, pulpa congelada, aceite)

Con apenas 1.0% del empleo local en el sector primario pero 37.4% del aguacate nacional, el área produce materia prima de exportación sin transformar la mayor parte localmente. Cada tonelada procesada retiene un margen que hoy se va sin agregar valor.

NSE: B2B | Edad: Productores | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Lun-Vie, turnos de producción

03

Acopio y logística de granos a granel (sorgo, trigo, maíz)

Sorgo grano (10.2% nacional), trigo grano (9.3%) y maíz grano (7.0%, 1,919,986 toneladas), los tres en decil 10, mueven un volumen de granel que exige transporte y almacenamiento distinto al de la fruta de exportación.

NSE: B2B | Edad: Productores | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Lun-Sáb, temporada de cosecha

04

Servicio y refacciones para motocicleta

16.6% de los hogares tiene motocicleta con decil 8 y calificación muy alto, y las motos particulares suman 288,229 unidades del parque. Un taller especializado en motocicleta atiende un canal de movilidad más grande que en el resto del país, con menos competencia formal que el de autos.

NSE: C y D | Edad: 20-45 | Género: Mixto | Competencia: MEDIA | Horario pico: Lun-Sáb 9:00-19:00

05

Restaurante o cafetería techada con espacio de confort térmico

Con solo mes y medio de máximas de 35°C o más (decil 3, bajo) pero 8 meses con mínimas de 15°C o menos (decil 7, alto), la demanda no es de aire acondicionado sino de espacio cálido y bebida caliente; y Alitas, con 597,446 habitantes por sucursal, muestra que el ocio formal está prácticamente ausente.

NSE: C y C- | Edad: 25-45 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Jue-Dom 18:00-23:00

06

Clínica privada con enfoque en accesibilidad

192,506 personas con alguna discapacidad (5.4%, calificación alta) y el giro Farmacias ya saturado (5,549 habitantes por sucursal, el segundo más denso del área). En vez de competir en venta de medicamento, un consultorio con acceso universal y laboratorio atiende una necesidad no cubierta.

NSE: C y C- | Edad: Todas | Género: Mixto | Competencia: MEDIA | Horario pico: Lun-Sáb 8:00-20:00

07

Seguridad privada y monitoreo para comercio

Lesiones dolosas, otros robos y otros bienes públicos afectados registran decil 9 con calificación muy alto. Cada negocio del área necesita presupuestar vigilancia, aunque el robo a negocio en sí sea apenas regular (decil 5): el riesgo viene del entorno general, no de un blanco directo al comercio.

NSE: B2B | Edad: Comercios | Género: Mixto | Competencia: MEDIA | Horario pico: Lun-Dom 24 h

08

Insumos y sanidad para ganadería mixta

202,321 cabezas están en libre pastoreo y 179,596 en establos (estabuladas y semiestabuladas): un sistema híbrido que demanda tanto sanidad e insumos de campo como alimento balanceado técnico, dos negocios en un mismo territorio.

NSE: B2B | Edad: Productores | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Lun-Sáb 8:00-18:00

09

Retail especializado para el bolsillo C y C-

La población NSE C y C- suma 1,014,863 personas (28.3%, calificación alta) y el giro Tienda de lencería, con 275,744 habitantes por sucursal, muestra que el retail especializado está entre los más desatendidos del área. Un formato de precio medio con curaduría captura ese volumen sin pelear contra la conveniencia ya saturada.

NSE: C y C- | Edad: 25-50 | Género: Femenino | Competencia: BAJA | Horario pico: Lun-Sáb 11:00-20:00

10

Transporte especializado y logística de última milla

Con 1,543,525 vehículos registrados (decil 10) y un parque que creció 7.8% en un año, el ecosistema de transporte ya existe; sumado a 288,229 motocicletas particulares, el reparto de comercio básico y de producto agrícola de valor puede tercerizarse sin inversión propia en unidades.

NSE: B2B | Edad: Operadores | Género: Mixto | Competencia: MEDIA | Horario pico: Lun-Dom, según demanda

Días y horarios de mayor consumo

Tipo de negocio	Días pico	Horario pico	Tipo de consumidor
Formato de paso (café, pan, bebida caliente)	Lun-Vie	7:00-9:00 y 18:00-20:00	Empleado urbano y familia NSE C
Comercio básico y conveniencia	Vie-Dom	17:00-21:00	Familia NSE C y D con motocicleta o auto
Restaurante y ocio techado	Jue-Sáb	19:00-23:00	C y C- de 25 a 45 años
Taller de motocicletas	Sáb	9:00-14:00	Propietario de motocicleta, 20 a 45
Agroinsumos y acopio B2B	Lun-Sáb	8:00-11:00	Productor en temporada de siembra o cosecha

Giros que se desaconsejan

GIROS QUE SE DESACONSEJAN SIN DIFERENCIACIÓN MUY CLARA O VENTAJA COMPETITIVA SÓLIDA

Tiendas de conveniencia — 990 sucursales y 3,621 habitantes por sucursal, el giro más saturado del área: competir sin escala logística es entrar en desventaja frente a cadenas ya establecidas.

Cadena F. Nacional (farmacias) — 646 sucursales con 5,549 habitantes por sucursal, el segundo giro más denso: el mercado de medicamento de mostrador ya está cubierto.

Giros intensivos en agua sin fuente propia — con 72.4% de hogares con agua entubada de la red pública (decil 4, muy bajo), verificar suministro es indispensable antes de comprometer un modelo de negocio.

Comercio nocturno sin plan de seguridad — con lesiones dolosas y otros robos en decil 9, el horario extendido sin protocolo de seguridad es exposición directa.

Factores clave de éxito en la región

- Verificación de suministro de agua antes de firmar cualquier renta: solo 72.4% de los hogares tiene agua entubada de la red pública, decil 4.
- Plan de seguridad presupuestado desde el día uno: lesiones dolosas, otros robos y otros bienes públicos afectados están en decil 9.
- Capacitación interna del personal: el grado promedio de escolaridad es de 7.6 años, equivalente a secundaria incompleta.
- Estrategia de movilidad mixta auto y motocicleta: 47.2% de los hogares tiene auto (decil 8) y 16.6% tiene motocicleta con calificación muy alto.
- Cadena de frío como eje de cualquier proyecto ligado al campo: el área concentra 37.4% del volumen nacional de aguacate.

Con las recomendaciones establecidas, pasamos a la clasificación formal de la región y al mapa de riesgos comerciales que todo inversionista debe conocer antes de decidir.

08 · CLASIFICACIÓN DE LA REGIÓN Y RIESGOS

¿Cómo se clasifica esta región y cuáles son los riesgos comerciales que debes conocer antes de invertir?

Tipo de región	AGROINDUSTRIAL — solo 1.0% del empleo local es del sector primario, pero el área concentra 37.4% del volumen nacional de aguacate y participa con decil 10 en más de veinte cultivos: campo de escala nacional con una estructura de empleo mayoritariamente de comercio y servicios.
Capacidad de consumo	MEDIA — NSE dominante D, E y NA (70.3%) con un bolsillo de NSE C y C- de 1,014,863 personas (28.3%, calificación alta) y un nicho ABC+ de 49,733 personas (1.4%, calificación muy alto). PEA de 1,712,680 personas (47.8%, calificación muy bajo).
Perfil de clientes	Población joven-adulta con familia en formación (grupos de 20 a 39 años sobre el promedio nacional), mayoritariamente NSE D, E y NA con un bolsillo medio relevante, movilidad mixta con un uso de motocicleta notablemente alto, y un componente de arraigo local marcado por baja migración de otras entidades y presencia de lengua indígena por encima del promedio nacional.
Actividad comercial	Índice de Actividad Comercial: 495,499 IDC/Empleos: Muy alto IDC/Población: Regular — núcleos comerciales con tráfico intenso (IDC/empleos muy alto) dentro de un área extensa donde el comercio formal por habitante es más limitado (IDC/población regular), patrón esperado a esta escala regional.

Principales riesgos comerciales

Riesgo comercial	Nivel
Lesiones dolosas, otros robos y otros bienes públicos afectados registran decil 9 con calificación muy alto: seguro, vigilancia e iluminación son costo fijo desde el primer mes en cualquier operación nocturna o de alto tráfico.	Alto
Dependencia de dos cultivos de exportación (aguacate y fresa) sensibles a heladas, sequía y condiciones fitosanitarias: un ciclo agrícola adverso golpea el consumo de toda la región, no solo al campo.	Alto
Solo 72.4% de los hogares tiene agua entubada de la red pública (decil 4, muy bajo): cualquier giro intensivo en agua debe verificar suministro antes de comprometer inversión.	medio
Grado promedio de escolaridad de 7.6 años, calificación muy bajo: exige capacitación interna presupuestada desde el arranque de cualquier operación.	medio
El giro de conveniencia y el de farmacias ya concentran la mayor densidad de sucursales formales del área: entrar sin diferenciador es competir por precio contra escala ya instalada.	Bajo

Factores clave de éxito

- Ubicación sobre el corredor que conecta Morelia con la vertiente aguacatera de Michoacán.
- Diferenciación por accesibilidad y servicio frente a un mercado formal ya denso en conveniencia y farmacia.

- Vinculación con la cadena de exportación del aguacate y la fresa, los dos motores de escala nacional comprobada del área.
- Capacitación interna presupuestada desde el inicio, dado el grado promedio de escolaridad de 7.6 años.

Con el mapa de riesgos claro, cerramos el análisis cuantitativo con las consideraciones sociales — los datos que revelan responsabilidades y oportunidades de negocio con impacto positivo en la comunidad.

09 · CONSIDERACIONES SOCIALES

¿Qué datos sociales abren oportunidades de negocio con impacto positivo en la comunidad?

El análisis de mercado no puede ignorar los aspectos sociales de la región. Estos datos revelan tanto responsabilidades de los negocios que se instalen en ella, como oportunidades para modelos de negocio con impacto social positivo y retorno comercial comprobado.

Educación y capital humano

Indicador educativo	Personas	% de la población	Análisis
Población de 15+ analfabeta	173,814	4.8%	Alto
Población de 15+ sin escolaridad	189,421	5.3%	Alto
Población de 15+ con primaria completa	430,389	12.0%	Alto
Población de 15+ con secundaria completa	640,431	17.9%	Regular
Población de 18+ con educación posbásica	868,707	24.2%	Regular
Grado promedio de escolaridad	7.6	Equivale a secundaria incompleta	Muy bajo

Discapacidad en la región

Tipo de discapacidad	Personas	% de la población
Alguna discapacidad (total)	192,506	5.4%
Para caminar, subir o bajar	98,238	2.7%
Para ver (aun usando lentes)	78,664	2.2%
Para hablar o comunicarse	27,595	0.8%
Para oír (aun con aparato auditivo)	43,951	1.2%
Para vestirse, bañarse o comer	36,709	1.0%
Para recordar o concentrarse	35,981	1.0%
Con algún problema o condición mental	42,620	1.2%

Origen poblacional

Indicador	Personas	% de la población
Nacidos en otra entidad federativa	265,024	7.4%
Hablan alguna lengua indígena (3 años y más)	86,173	2.4%

Insights sociales clave

01

ACCESIBILIDAD COMO VENTAJA COMPETITIVA

192,506 personas con alguna discapacidad (5.4% del área, calificación alta) y 98,238 con dificultad para caminar, subir o bajar. Una rampa y un baño accesible no son trámite: son un segmento que hoy nadie atiende bien.

02

LA CAPACITACIÓN TÉCNICA ES LA BRECHA

Grado promedio de escolaridad de 7.6 años (calificación muy bajo) con 24.2% en educación posbásica. Cualquier operación debe presupuestar formación interna, y la capacitación misma es un giro con demanda propia.

03

MERCADO LOCAL Y ARRAIGADO

Solo 7.4% de la población nació en otra entidad (calificación bajo) y 2.4% habla alguna lengua indígena (calificación alta): un mercado de relación y recomendación de boca en boca, no de rotación de paso.

Con el contexto social completo, llegamos al cierre: las conclusiones accionables, el semáforo de oportunidades y los próximos pasos para convertir este análisis en una decisión de inversión fundamentada.

10 · CONCLUSIONES Y SIGUIENTES PASOS

La región en 3 datos

3,584,675 habitantes en 78 municipios en un radio de 100 km desde Morelia, NSE dominante D, E y NA con un bolsillo C y C- de más de un millón de personas	Mercado maduro en lo básico, vacío en ocio 3,025 sucursales formales, una por cada 1,185 habitantes: conveniencia y farmacia saturadas, alitas y hamburguesas casi ausentes	37.4% del aguacate nacional el área es el mayor productor del país en este cultivo (decil 10), con fresa, sorgo, trigo y maíz también en decil 10
---	---	---

Las mejores apuestas — Semáforo de oportunidades

Giro recomendado	Oportunidad	Competencia
Empaque y cadena de frío para aguacate y fresa de exportación	ALTA	BAJA
Agroindustria de valor agregado de aguacate	ALTA	BAJA
Restaurante o cafetería techada con espacio de confort térmico	ALTA	BAJA
Servicio y refacciones para motocicleta	MEDIA	MEDIA
Seguridad privada y monitoreo para comercio	MEDIA	MEDIA

ALTA oportunidad (demanda estructural + NSE alineado + baja competencia formal). MEDIA oportunidad (demanda real pero con mayor competencia formal).

Los 2 riesgos que no puedes ignorar

Riesgo 1 — El entorno, no el mostrador, es el costo de seguridad <i>Lesiones dolosas, otros robos y otros bienes públicos afectados registran decil 9 con calificación muy alto, mientras que el robo a negocio en sí es apenas regular (decil 5). El costo de operar aquí no viene de un asalto directo al negocio, sino de vigilancia, iluminación y protocolos frente a un entorno general más inseguro que el promedio nacional.</i>	Riesgo 2 — Dos cultivos sostienen buena parte del motor económico <i>El área concentra 37.4% del aguacate nacional y 21.6% de la fresa, ambos en decil 10. Una temporada adversa por helada, sequía o plaga en cualquiera de los dos no solo golpea al campo: contrae el consumo de la región completa, incluidos los giros urbanos que parecen ajenos al ciclo agrícola.</i>
--	---

Carta al Inversionista

Encontramos una región cuyo mayor riesgo no está en el mostrador, sino en el entorno: el índice de inseguridad general de la zona es alto, y cualquier operación debe presupuestar vigilancia e iluminación desde el primer mes, no descubrirlo en el sexto. Dicho esto, el negocio específico de robo a comercio es apenas regular, así que ese costo es manejable con las medidas correctas, no una barrera de entrada.

La oportunidad central es agrícola pero se resuelve con logística: el área produce más de un tercio del aguacate de México y una quinta parte de la fresa, y hoy buena parte de ese valor sale sin transformarse. Quien resuelva el empaque, el frío y el procesamiento captura margen que hoy nadie retiene en la región. En paralelo, el mercado formal urbano está saturado en lo básico —conveniencia, farmacia— pero casi vacío en ocio y retail especializado: ahí hay espacio sin pelear por precio.

El campo ya demostró que puede ser el mejor del país. Ahora toca decidir quién se queda con el valor que hoy se va sin transformar.

Recomendaciones para estudio más profundo

- Análisis comparativo con MktCompass: replicar este análisis en múltiples municipios de la misma región para identificar cuál tiene el mejor balance de demanda y menor competencia directa para el giro seleccionado.
- Encuestas de hábitos de consumo en la zona: validar con consumidores reales qué compran, dónde, con qué frecuencia y qué les falta en la oferta actual.
- Visitas a la competencia como mystery shopper: evaluar calidad, precio, servicio y afluencia de los negocios existentes en los giros de interés.
- Entrevistas a productores agropecuarios sobre necesidades de insumos, servicios y canales de comercialización.
- Análisis de vialidades y tiempos de traslado entre municipios de la región para estimar el radio real de atracción de clientes.
- Aforos vehiculares en intersecciones de interés para estimar el tráfico real en distintos horarios y días de la semana.

AVISO LEGAL

Los datos presentados provienen de censos y registros oficiales con fechas específicas (2020–2025) y pueden no reflejar cambios ocurridos desde entonces. Este reporte no incluye datos de gasto del hogar (ENIGH) ni análisis de brecha oferta-demanda por giro, los cuales no están disponibles a escala municipal. Las oportunidades identificadas son indicativas y deben validarse con investigación de campo antes de tomar cualquier decisión de inversión. MktCompass no garantiza resultados comerciales.