



GEOANÁLISIS URBANO

Chapultepec

Guadalajara, Jalisco

Reporte generado el 25 de agosto de 2026

INTELIGENCIA GEOGRÁFICA PARA DECISIONES DE INVERSIÓN

Entiende el mercado. Detecta la demanda.
Encuentra la oportunidad.



ISÓCRONA DE 5 MINUTOS EN AUTOMÓVIL



POBLACIÓN

16,992

HABITANTES

66.3%

NSE C y C-



ACT. ECONÓMICA

54,295

EMPLEOS

3.2x

empleos por habitante



ACT. COMERCIAL

15,271

ÍNDICE ACTIV. COMERCIAL

89.9%

vs. población



GASTO MENSUAL

\$209.4 M

PESOS

\$33,781

promedio por hogar



OPORTUNIDADES

10

GIROS RECOMENDADOS

35

con demanda insatisfecha

HALLAZGOS PRINCIPALES

En esta isócrona de 5 minutos en automóvil sobre avenida Chapultepec, Guadalajara, conviven **54,295 empleos** frente a apenas **16,992 habitantes**: una relación de 3.2 a 1 que define un corredor laboral, no un barrio residencial.

La oportunidad central está en servicios de necesidad diaria para la fuerza laboral — cafetería de cadena, farmacia, salón de belleza, lavandería — con déficits de 56% a 71% frente a una oferta casi enteramente informal.

FICHA TÉCNICA



Puntos de interés 4,505



Unidades económicas 4,340



Viviendas 7,885 totales · 6,198 habitadas (78.6%)



Coordenadas 20.6696, -103.3682



Fuentes Censo 2020, CE 2024, ENIGH 2024



Fecha del reporte 25 de agosto de 2026

01 · INTRODUCCIÓN

¿Por qué este análisis reduce el riesgo de tu inversión?

Este reporte analiza una isócrona de 5 minutos en automóvil con centro sobre avenida Chapultepec, en la colonia Americana de Guadalajara, Jalisco, dentro de la Zona Metropolitana de Guadalajara y a corta distancia del Centro Histórico y del Parque Revolución (Parque Rojo). Una isócrona delimita el territorio real desde el cual un cliente puede llegar a un negocio en ese tiempo de traslado: es el mercado verdadero, no un círculo arbitrario en el mapa.

El geomarketing combina datos geográficos, demográficos y económicos para responder con evidencia las preguntas que definen el éxito de una inversión comercial. Los datos provienen del INEGI (Censo de Población 2020, Censo Económico 2024 y ENIGH 2024), procesados con el modelo estadístico de MktCompass.

- ¿Quiénes son mis clientes potenciales y cuánto gastan?
- ¿Cuántos negocios similares al mío ya existen en la zona?
- ¿Qué giros tienen demanda insatisfecha y representan una oportunidad real?

¿Por qué decidir con datos?	Descripción
DATOS DUROS	Censos y encuestas oficiales del INEGI con cobertura nacional y metodología rigurosa.
PRECISIÓN	Delimitación geográfica exacta del mercado potencial en tiempo real de traslado.
INSIGHTS	Hallazgos accionables que reducen el riesgo de inversión y mejoran la toma de decisiones.
ACCIÓN	Identificación de oportunidades con demanda insatisfecha y giros con saturación a evitar.

Con el método claro, el primer paso es conocer a fondo a quienes habitan esta zona: cuántos son, cómo se distribuyen y cuál es su verdadero poder de compra.

02 · PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN

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

El Nivel Socioeconómico (NSE) es una herramienta de clasificación que 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+/D (popular) y E (muy bajo). Para cualquier negocio o franquicia, el NSE es el primer filtro: 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+	4,253	25%	Regular
Población NSE C y C-	11,274	66.3%	Muy Alto
Población NSE D+, D, E y NA	1,465	8.6%	Bajo
Total población	16,992	100%	—

La estructura socioeconómica está dominada por los niveles C y C- (66.3% de la población, Muy Alto frente al promedio nacional), con 25.0% en AB y C+ y solo 8.6% en los niveles D+, D y E (Bajo). Es una zona de ingreso medio, no premium — pero conviene leerla junto al perfil de los empleos, sensiblemente más alto (ver sección 03).

Distribución de la población por grupo de edad

Grupo de edad	Población	% del total	Análisis vs. promedio nacional
0 a 4 años	476	2.8%	Muy Bajo
5 a 9 años	490	2.9%	Muy Bajo
10 a 14 años	540	3.2%	Muy Bajo
15 a 19 años	617	3.6%	Muy Bajo
20 a 24 años	1,396	8.2%	Bajo
25 a 29 años	1,512	8.9%	Muy Alto
30 a 39 años	2,903	17.1%	Muy Alto
40 a 49 años	1,745	10.3%	Muy Bajo
50 a 59 años	1,584	9.3%	Muy Bajo
60 a 69 años	1,306	7.7%	Bajo
70 años o más	1,019	6%	Regular
Total población	16,992	100%	—

La población se concentra con fuerza entre los 25 y 39 años (26.0% combinado, ambos grupos Muy Alto frente al promedio nacional), mientras los menores de 15 años están muy por debajo del promedio en las tres categorías (Muy bajo): un perfil de adultos jóvenes y profesionales, no de familias con hijos pequeños.

Datos demográficos clave

Indicador	Dato	% / Referencia	Análisis
Población total 2020	16,992	100%	—
Población total 2010	17,435	Crecimiento: -2.5%	Bajo
Población femenina	8,540	50.3%	—
Población masculina	8,248	48.5%	—
PEA (Pob. económicamente activa)	10,214	60.1%	Alto
Pob. con derecho a seguridad social	786	4.6%	Muy Bajo
Pob. sin derecho a seguridad social	3,904	23%	Bajo
Viviendas totales	7,885	—	—
Viviendas habitadas	6,198	78.6% de ocupación	—

La población cayó -2.5% entre 2010 y 2020 (Bajo frente al promedio nacional), mientras la actividad laboral de la zona equivale a más del triple de su tamaño poblacional (empleo/población de 3.2). Es consistente con un corredor urbano inclinado hacia el uso comercial y de oficinas, aunque este dato por sí solo no lo confirma (inferencia declarada, no verificable con este indicador aislado). La PEA es del 60.1% (Alto). De la población económicamente activa, 3,904 personas se reportan sin seguridad social (Bajo frente al promedio nacional) y 786 con seguridad social registrada (Muy bajo); la fuente reporta ambos indicadores por separado. El 78.6% de las 7,885 viviendas totales están habitadas.

Bienes en el hogar (penetración)

Bien o servicio	Hogares	% penetración	Análisis
Energía eléctrica	5,767	93%	Muy Bajo
Drenaje	5,766	93%	Muy Bajo
Energía eléctrica, agua entubada de la red pública y drenaje	5,755	92.9%	Muy Bajo
Agua entubada y se abastecen del servicio público	5,732	92.5%	Bajo
Refrigerador	5,684	91.7%	Bajo
Teléfono celular	5,437	87.7%	Muy Bajo
Televisor	5,394	87%	Muy Bajo
Internet	5,014	80.9%	Regular
Lavadora	4,926	79.5%	Bajo
Computadora, laptop o tablet	4,350	70.2%	Alto

El 60.0% de los hogares tiene automóvil (Regular) y el 70.2% cuenta con computadora, laptop o tablet (Alto), pero el dato más distintivo es el 26.6% de hogares que usa la bicicleta como medio de transporte, muy por encima del promedio nacional (Muy Alto): cualquier negocio en la zona debe resolver tanto estacionamiento como accesos peatonales y ciclistas.

Gasto mensual estimado en hogares (ENIGH 2024)

Rubro de gasto	Estimación mensual (MXN)	% del total	Análisis
Alimentos y bebidas consumidas dentro del hogar	\$46.6 M	22.2%	Regular
Transporte; mantenimiento, accesorios y servicios para vehículos	\$36.1 M	17.3%	Regular
Vivienda y servicios de conservación	\$20.3 M	9.7%	Regular
Refacciones, partes, accesorios, mantenimiento, combustibles y servicio para vehículos	\$14.7 M	7%	Alto
Educación servicios y artículos	\$13.4 M	6.4%	Regular
Alimentos y bebidas consumidas fuera del hogar	\$11 M	5.3%	Regular
Cuidados personales	\$10.2 M	4.9%	Regular
Comunicaciones (teléfono, internet, celular, tv paga)	\$9.9 M	4.7%	Regular
Electricidad y combustibles	\$8.1 M	3.8%	Regular
Artículos y servicios para la limpieza y cuidados de la casa	\$7.9 M	3.8%	Bajo
TOTAL ESTIMADO	\$209.4 M	100%	—

Un gasto mensual estimado de \$209.4 millones (cerca de \$33,781 por hogar habitado), con sobreponderación en refacciones y mantenimiento vehicular (Alto, 7.0% del gasto) y en gasto médico de embarazo y parto (Alto, montos puntuales): son señales específicas, no un patrón de gasto premium generalizado — el poder de compra fuerte de la zona vive más en el empleo que en el consumo residencial.

Insights socioeconómicos clave

01

DOS ECONOMÍAS EN UN MISMO CORREDOR

El residente típico es NSE C/C-, pero 22.6% de los empleos de la zona es NSE ABC+ (Muy Alto frente al promedio nacional): una propuesta pensada solo para el residente deja fuera al segmento de mayor poder de compra, que llega cada día a trabajar.

02

ADULTOS JÓVENES, SIN NIÑOS

Con 26.0% de la población entre 25 y 39 años y los menores de 15 muy por debajo del promedio, los giros orientados a familias con hijos pequeños no encuentran aquí su mercado natural; los orientados a profesionistas solteros o en pareja, sí.

03

MOVILIDAD ACTIVA COMO VENTAJA

26.6% de los hogares usa la bicicleta como medio de transporte, muy por encima del promedio nacional: los negocios con buen acceso peatonal y ciclista capturan un segmento que el estacionamiento por sí solo no resuelve.

04

POBLACIÓN QUE DECRECE, EMPLEO QUE DOMINA

La caída poblacional de -2.5% en la década no debe leerse como un mercado que se apaga: la señal dominante de esta zona es laboral, no residencial (ver sección 03).

16,992 habitantes	-2.5% crecimiento 2010-2020	66.3% NSE C y C-
26.0% población 25-39 años	60.0% hogares con automóvil	26.6% hogares con bicicleta (Muy Alto)
\$209.4 M gasto mensual	\$33,781 gasto por hogar	6,198 viviendas habitadas

Los residentes son solo una parte del mercado: cada día llegan más de tres veces esa cifra en trabajadores. Veamos cuántos son y de qué perfil.

03 · PERFIL ECONÓMICO: EMPLEO Y UNIDADES ECONÓMICAS

¿Cuántos empleados transitan esta zona a diario y qué tan formal es el ecosistema de negocios?

El empleo local define el consumo de lunes a viernes en horario laboral: en una zona donde el empleo triplica a la población, los giros de necesidad diaria y de servicios personales viven más del trabajador que del residente.

Distribución de empleos por sector

Sector	Empleos	% del total	Análisis vs. promedio
Sector 1: Agricultura, minería, pesca y ganadería	72	0.1%	Bajo
Sector 2: Industrial y energía	7,897	14.5%	Muy Alto
Sector 3: Comercio	12,699	23.4%	Bajo
Sector 3: Servicios	31,987	58.9%	Regular
Sector 4: Tecnologías y comunicación	1,640	3%	Muy Alto
TOTAL	54,295	100%	—

Servicios concentra el 58.9% del empleo (Regular) y comercio el 23.4% (Bajo frente al promedio), pero el dato más revelador es la sobrerrepresentación del sector industrial (14.5%, Muy Alto) y de tecnología (3.0%, Muy Alto): un corredor de oficinas profesionales y actividad técnica, no un barrio de comercio tradicional.

Distribución de empleos por NSE

NSE de los empleados	Empleos estimados	% del total	Análisis
Estimación de empleos de NSE ABC+	12,247	22.6%	Muy Alto
Estimación de empleos de NSE C y C-	27,705	51%	Bajo
Estimación de empleos de NSE D+, D y E	14,343	26.4%	Muy Bajo
TOTAL	54,295	100%	—

22.6% de los empleos corresponde a NSE ABC+ (Muy Alto frente al promedio nacional) y solo 26.4% a NSE D+, D y E (Muy bajo): los empleos de la zona son, en promedio, de mejor calidad que el promedio nacional.

Unidades económicas por tamaño

Tamaño	Cantidad	% del total	Análisis	Tipo representativo
Unidades económicas 1 a 5 empleos	2,799	64.5%	Bajo	Consultorios, bufetes chicos, cafés de barrio
Unidades económicas 6 a 25 empleos	1,265	29.1%	Muy Alto	Restaurantes, clínicas dentales, despachos medianos

Tamaño	Cantidad	% del total	Análisis	Tipo representativo
Unidades económicas 26 a 100 empleos	194	4.5%	Alto	Bufetes jurídicos consolidados, bancos, corporativos medianos
Unidades económicas >100 empleos	82	1.9%	Alto	Torres de oficinas y corporativos grandes
TOTAL	4,340	100%	—	—

Las microempresas (1 a 5 empleados) representan 64.5% de las unidades económicas, por debajo del promedio nacional (Bajo) — lo contrario de lo habitual en México: 35.5% son empresas pequeñas, medianas o grandes, con una nómina mucho más formal e institucional que el promedio.

Insights económicos clave

01

CASI EL TRIPLE DE EMPLEO QUE POBLACIÓN

54,295 empleos frente a 16,992 habitantes (razón de 3.2) hacen del horario de oficina, no del fin de semana, la franja de mayor oportunidad para casi cualquier giro de necesidad diaria.

02

FORMALIDAD COMO SEÑAL DE ESTABILIDAD

El peso inusualmente bajo de microempresas (64.5%, Bajo) frente a un 35.5% de empresas pequeñas, medianas y grandes implica nóminas más formales y consumo recurrente predecible entre semana.

03

CORREDOR DE SERVICIOS PROFESIONALES

El empleo técnico y de tecnología está sobrerrepresentado (Muy Alto) y el directorio de negocios registra 142 unidades del giro Legales y 100 del giro Bancos: un corredor de servicios profesionales y financieros, no de manufactura pesada, pese al peso del sector industrial en la cifra agregada de empleo.

54,295 empleos totales	58.9% en servicios	23.4% en comercio
14.5% en industrial (Muy alto)	22.6% empleos NSE ABC+	4,340 unidades económicas
35.5% empresas no-micro	64.5% microempresas (Bajo)	1,541 empresas pequeñas o mayores

Residentes más empleados forman el mercado potencial. La siguiente pregunta es cuánta de esa masa se convierte en tráfico comercial activo — y el IDC lo mide con precisión.

04 · NIVEL DE ACTIVIDAD COMERCIAL

¿Cuántas personas activas transitan por la zona y en qué horarios hay más movimiento?

El Índice de Actividad Comercial (IDC) mide los empleos en sectores que generan paseantes y compradores: cafeterías, farmacias, comercio al detalle, entretenimiento, restaurantes, bares y servicios personales. A mayor IDC, más consumidores activos transitan diariamente.

El total de puntos de interés de este reporte (4,505) y el total de unidades económicas del Censo Económico (4,340) difieren porque enlistan giros distintos con metodologías de conteo diferentes dentro del área — es una nota metodológica normal, no una discrepancia de datos.

Índice de Actividad Comercial: 15,271 — clasificación BAJA en volumen absoluto (umbral ALTA: 100,000 / REGULAR: 40,000-100,000).

El ratio IDC/empleos totales es del 28.1% y el ratio IDC/población es del 89.9%: la actividad comercial es proporcional al tamaño poblacional de la zona, pero baja frente a la enorme masa laboral que la cruza a diario. La lectura correcta: la zona sostiene comparación e impulso principalmente con la demanda de quienes trabajan aquí y con diferenciador frente al polo cercano, no con paseantes de fin de semana.

Puntos de interés clave por giro (Top 10 por volumen)

Giro	Cantidad	Marcas dominantes	Relevancia para el tráfico diario
Otros restaurantes chicos	188	Independientes sin marca reconocida	Comida rápida de mediodía para la masa laboral, alta rotación entre semana
Consultorios privados	188	Independientes sin marca reconocida	Tráfico de cita de alta permanencia; farmacias y cafeterías satélite capturan el flujo
Legales	142	Bufetes jurídicos, Notarías públicas, Servicios de apoyo para efectuar trámites legales	Bufetes jurídicos dominan el giro (69%); tráfico profesional de cita, no de paso
Pisos	137	Independientes sin marca reconocida	—
Salones de belleza	131	Salón de belleza o estética, Barberías, Spa o masajes	Visitas recurrentes; base para servicios personales complementarios
Actividades Manufactureras	111	Impresión de formas continuas y otros impresos, Productos de herrería, Artículos de alfarería, porcelana y loza	—
Artículos para el hogar	106	Telas, Cristalería, loza y utensilios de cocina, Alfombras y cortinas	—

Giro	Cantidad	Marcas dominantes	Relevancia para el tráfico diario
Maquinaria y equipo	104	Equipo y material eléctrico, Independientes sin marca reconocida, Para otros servicios y para actividades comerciales	—
Bancos	100	Cajero bancario, Santander, Banorte IXE	Trámites de media mañana; tráfico peatonal cautivo del cajero
Consultorios dentales privados	89	Independientes sin marca reconocida	—

Marcas dominantes en los giros de mayor presencia

Giro	Total	Marca líder (suc.)	% del giro	Segunda marca (suc.)
Otros restaurantes chicos	188	Independientes sin marca reconocida (188)	100%	—
Consultorios privados	188	Independientes sin marca reconocida (188)	100%	—
Legales	142	Bufetes jurídicos (98)	69%	Notarías públicas (29)
Pisos	137	Independientes sin marca reconocida (137)	100%	—
Salones de belleza	131	Salón de belleza o estética (80)	61.1%	Barberías (18)
Actividades Manufactureras	111	Impresión de formas continuas y otros impresos (36)	32.4%	Productos de herrería (7)
Artículos para el hogar	106	Telas (24)	22.6%	Cristalería, loza y utensilios de cocina (18)
Maquinaria y equipo	104	Equipo y material eléctrico (37)	35.6%	Independientes sin marca reconocida (27)
Bancos	100	Cajero bancario (51)	51%	Santander (12)
Consultorios dentales privados	89	Independientes sin marca reconocida (89)	100%	—

Insights de actividad comercial

01

CONSUMO DE TRABAJADOR, NO DE PASEANTE

La franja de mañana entre semana tiene una razón empleos/población de 3.2, la más alta de las tres franjas del análisis: el tráfico dominante llega a trabajar, no a pasear.

02

GENERADOR SUBESTIMADO: EL CORREDOR DE CONSULTORIOS Y BUFETES

188 consultorios privados y 142 unidades del giro Legales generan visitas de cita de alta permanencia que farmacias, papelerías y cafeterías cercanas pueden capturar sin depender del tráfico de paso.

03

POTENCIAL DE TARDE-NOCHE ENTRE SEMANA, NO DE FIN DE SEMANA

La franja de tarde-noche entre semana también se estima ALTA (empleos ponderados por presencia extendida de POIs sobre población, cercana a 1.5): el corredor gastronómico y de café ya consolidado como clúster (cafetería de especialidad +304.8%, mariscos +483.3%, bares +240.9%) confirma que existe tráfico de salida de oficina, aunque el IDC de fin de semana sea bajo.

04

MERCADO MAYORITARIAMENTE SIN MARCA FORMAL

De los principales giros de oportunidad de la sección 05, la mayoría no tiene ninguna marca reconocida; donde sí la hay (Starbucks, Sanborns, Soriana, Cinépolis, Oxxo, farmacias de cadena), ningún jugador domina el giro por completo: terreno fértil para la primera marca formal y consistente.

El mapa de tráfico está claro. La pregunta crítica para invertir: ¿qué giros tienen escasez de oferta comprobada por el modelo y cuáles están saturados y deben evitarse?

05 · OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

¿Qué negocios tienen demanda insatisfecha y cuáles debo evitar por saturación extrema?

El modelo MktCompass compara los negocios existentes por giro contra el promedio esperado para una zona con estas características de población, empleo y actividad comercial.

Nota importante: la cantidad de negocios es solo el primer filtro. Un giro aparentemente saturado puede tener oportunidad si la oferta existente es de baja calidad o no atiende al NSE dominante de la zona. Siempre validar con investigación de campo.

Uno o más giros de esta tabla están clasificados como *Clúster*: la cantidad encontrada supera en más del triple lo que el modelo esperaría para una zona de este tamaño. No es un exceso cualquiera: es una concentración comercial que atrae clientes desde un entorno más amplio, como ocurre en centros comerciales con decenas de tiendas del mismo giro o en corredores gastronómicos con abundancia de restaurantes y bares. Se clasifica como riesgo para un negocio nuevo, pero es matizable: una estrategia de diferenciación por calidad, variedad, ambiente o especialidad puede competir exitosamente dentro de un clúster, aprovechando el tráfico de destino que ya existe. Nunca se presenta como oportunidad por brecha; si aparece en una recomendación, es siempre como una jugada de diferenciación declarada, no como un vacío de mercado.

Uno o más giros de esta tabla están clasificados como *Poca oferta*: la brecha entre lo encontrado y lo esperado es tan extrema que puede reflejar una limitación estructural —el NSE de la zona, la falta de locales o centros comerciales adecuados, permisos especiales difíciles de conseguir, o el tipo de avenida— en lugar de demanda insatisfecha real. Con la información disponible no es posible distinguir cuál de estas causas aplica en cada caso, así que este reporte no recomienda estos giros como oportunidad de negocio.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE CONVENIENCIA (3-5 MINUTOS EN AUTO, 10 MINUTOS A PIE)

Giro	Encontrado	Esperado	Análisis	Marcas dominantes
Cafetería de cadena	2	7	Oportunidad	Black Coffee, Starbucks
Carne de ave	6	9	Oportunidad	Independientes predominan
Carnicerías	7	23	Oportunidad	Independientes predominan
Frutas y verduras	8	23	Oportunidad	Independientes predominan
Paletas y helados	14	26	Oportunidad	Dolphy
Papelerías	23	50	Oportunidad	Independientes predominan
Pastelería	4	10	Oportunidad	Independientes predominan
Perfumerías	14	27	Oportunidad	Independientes predominan

Giro	Encontrado	Esperado	Análisis	Marcas dominantes
Tienda de abarrotes	82	154	Oportunidad	Independientes predominan
Tiendas de bebidas	3	5	Oportunidad	Independientes predominan
Tiendas de conveniencia	35	60	Oportunidad	Oxxo, 7Eleven
Tiendas de vinos y licores	14	22	Oportunidad	Tecate Six
Cadena F. Nacional	16	24	Oportunidad	Benavides, F. del Ahorro
F. Independiente	8	26	Oportunidad	Independientes predominan
Comida típica	52	89	Oportunidad	Independientes predominan
Gimnasios	14	30	Oportunidad	Gimnasio, Centro deportivo
Lavanderías/Tintorerías	21	48	Oportunidad	Independientes predominan
Artículos de uso personal	60	37	Riesgo	Anteojos y lentes, Artículos ortopédicos
Cafetería de especialidad	85	21	Clúster	Independientes predominan
Pescadería	0	6	Poca oferta	—
Tortillería	5	27	Poca oferta	Independientes predominan

El patrón es consistente: los giros cotidianos de abasto, cuidado personal y café presentan déficits severos y casi ninguna marca formal, mientras las tiendas de bicicletas y la cafetería de especialidad ya están saturadas o consolidadas como clúster.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE COMPARACIÓN (5-10 MINUTOS EN AUTO, 15 MINUTOS A PIE)

Giro	Encontrado	Esperado	Análisis	Marcas dominantes
Supermercados	2	8	Oportunidad	Soriana
Tiendas de deportes	6	17	Oportunidad	Independientes predominan
Tiendas de mascotas	7	11	Oportunidad	Independientes predominan
Tiendas departamentales	1	4	Oportunidad	Sanborns
E. Básica públicas	9	36	Oportunidad	Independientes predominan
E. Básica-Media privadas	6	11	Oportunidad	Independientes predominan

Giro	Encontrado	Esperado	Análisis	Marcas dominantes
E. Básica-Media públicas	1	2	Oportunidad	Independientes predominan
Boliches	1	0	Oportunidad	Independientes predominan
Cines	1	2	Oportunidad	Cinepolis
Salones para eventos	9	17	Oportunidad	Independientes predominan
Cadenas otras	1	4	Oportunidad	Subway
Hamburguesas	11	17	Oportunidad	Hotdogs, Carls Junior
Otros restaurantes grandes	2	3	Oportunidad	Independientes predominan
Autolavados	8	19	Oportunidad	Independientes predominan
Moteles	1	3	Oportunidad	Independientes predominan
Salones de belleza	131	303	Oportunidad	Salón de belleza o estética, Barberías
Otro tipo de ropa	67	113	Oportunidad	Independientes predominan
Tienda de lencería	5	7	Oportunidad	Independientes predominan
Tiendas de bicicletas	7	3	Riesgo	Independientes predominan
Tiendas de electrodomésticos	16	8	Riesgo	Independientes predominan
Alitas	7	5	Riesgo	Alas Wings, Wingman
Carnes	11	7	Riesgo	Independientes predominan
Comida saludable	7	3	Riesgo	Independientes predominan
Otros restaurantes chicos	188	126	Riesgo	Independientes predominan
Servicios de revelado e impresión de fotografías	2	1	Riesgo	Independientes predominan
Tiendas de cómputo y accesorios	30	5	Clúster	Independientes predominan
Bares	75	22	Clúster	Independientes predominan
Mariscos	35	6	Clúster	Independientes predominan
Casinos	0	7	Poca oferta	—

Giro	Encontrado	Esperado	Análisis	Marcas dominantes
Carnitas y chicharrones	1	5	Poca oferta	Independientes predominan
Pollos	3	16	Poca oferta	Pollo Rostizado
Ropa de dama	0	4	Poca oferta	—
Ropa de marca	0	6	Poca oferta	—
Ropa infantil	0	6	Poca oferta	—
Tienda de accesorios	0	6	Poca oferta	—
Zapatería	5	26	Poca oferta	Independientes predominan

En bienes y servicios de comparación la zona combina déficits reales en salud, belleza y vestimenta general con una saturación extrema y muy concentrada en gastronomía de destino (mariscos, bares, cómputo y accesorios): dos historias distintas bajo la misma subsección.

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ESPECIALIDAD (10-15 MINUTOS EN AUTO)

Aviso del modelo MktCompass: la isócrona analizada es más chica que el rango válido de esta subsección (10-15 minutos en automóvil); con un área tan pequeña no se puede concluir si la cantidad de negocios por giro es menor, igual o superior a la esperada. Se presenta únicamente el inventario de cantidades encontradas, sin clasificación de oportunidad o riesgo, y sus giros no son candidatos de recomendación por brecha.

Sector	Giro	Cantidad encontrada
Comercio	Joyerías	0
Comercio	Jugueterías	4
Comercio	Lámparas ornamentales y candiles	4
Comercio	Mueblerías	62
Comercio	Tiendas de instrumentos musicales	1
Educación	E. Media privadas	18
Educación	E. Media públicas	2
Educación	Educación especial	2
Educación	Escuela de artes	11
Educación	Escuelas de Computación	0
Educación	Escuelas de deportes	8
Educación	Escuelas de idiomas	12
Entretenimiento	Teatros	1
Finanzas	Cajas de ahorro popular	3
Finanzas	Casas de cambio	1

Sector	Giro	Cantidad encontrada
Finanzas	Casas de empeño	0
Restaurantes	Centros nocturnos	7
Salud	Clínicas privadas	9
Salud	Hospitales privados	7
Salud	Laboratorios privados	29
Servicios	Hoteles	45

Insights de oportunidades clave

01

CAFÉ DE CADENA: LA MENOR FORMALIZACIÓN DEL CORREDOR

2 encontrados contra 7 esperados (-71.4%) en la subsección de conveniencia, en la zona con la relación empleo/población más alta del análisis: dos marcas presentes (Black Coffee, Starbucks) sin dominancia clara dejan espacio para un tercer jugador.

02

SERVICIOS PERSONALES CON LA MAYOR BRECHA ABSOLUTA

Faltan 172 salones de belleza (131 de 303 esperados, -56.8%), fragmentados entre 8 categorías sin ninguna con más del 61.1% del giro: volumen suficiente para un formato de cadena con estándares y citas digitales.

03

RIESGO EXTREMO: BICICLETAS Y COMIDA SALUDABLE SATURADAS

Tiendas de bicicletas y Comida saludable superan en +133.3% lo esperado; entrar sin una propuesta radicalmente distinta es apostar contra la estadística, incluso con la alta tasa de uso de bicicleta de la zona (26.6% de los hogares, Muy Alto).

04

DÉFICIT DE FARMACIA JUNTO A UN CLÚSTER DE SALUD

8 farmacias independientes contra 26 esperadas (-69.2%), a la vuelta de 188 consultorios privados y 89 consultorios dentales privados: la demanda de salud ya está ahí, el abasto de medicamentos de proximidad no.

05

EL CLÚSTER MÁS GRANDE NO TIENE NI UNA SOLA MARCA

85 cafeterías de especialidad contra 21 esperadas (+304.8%, clúster), 100% independientes sin marca reconocida: el tráfico de destino ya existe, falta quien lo capture con consistencia de imagen.

Con las brechas cuantificadas y el perfil de la competencia claro, el siguiente paso es concreto: los diez negocios con mayor probabilidad de éxito, en orden.

06 · RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO

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

Las siguientes recomendaciones cruzan tres filtros: brecha de oferta comprobada en las subsecciones que aplican (sección 05), alineación con el NSE y el gasto de la zona (sección 02), y masa de empleos y tráfico (secciones 03-04). El supuesto de inversionista es individual o de formato de barrio (\$300 mil a \$5 millones de pesos). Fuera de este alcance quedan los formatos ancla que exceden ese rango — Supermercados (-75.0%, Soriana presente), Tiendas departamentales (-75.0%, Sanborns presente) y Cines (-50.0%, Cinépolis presente) — que representan oportunidad real pero para un operador mayor, no para el semáforo de esta sección. Las posiciones 9 y 10 se reservan para jugadas de diferenciación declarada dentro de clústeres ya consolidados, siguiendo la doctrina de la zona: no compiten por brecha, compiten por calidad dentro de un tráfico que ya existe.

1

Cafetería de cadena

Déficit del 71.4% (2 encontrados contra 7 esperados) en la subsección de conveniencia, en la zona con la relación empleo/población más alta del análisis (3.2). Dos marcas presentes (Black Coffee, Starbucks) sin dominancia clara; el 22.6% de empleos NSE ABC+ sostiene un ticket de cadena.

NSE: ABC+ y C+ (vía empleo) | Edad: 25-45 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-V 7:00-10:00 y 13:00-16:00

2

Carnicería

Déficit del 69.6% (7 contra 23 esperados), mercado 100% independiente sin ninguna marca reconocida, en un giro de necesidad diaria para los 6,198 hogares habitados de la zona.

NSE: C y C- | Edad: 30-59 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-S 8:00-19:00

3

Farmacia independiente o de cadena regional

Doble déficit en el giro: farmacias independientes -69.2% (8 contra 26) y cadena nacional -33.3% (16 contra 24, con Benavides y Farmacias del Ahorro presentes pero insuficientes). La demanda está sostenida por 188 consultorios privados y 89 consultorios dentales privados a la vuelta de la esquina.

NSE: C, C- y ABC+ (vía consultorios) | Edad: Todas las edades | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: Todos los días 8:00-21:00

4

Frutas y verduras

Déficit del 65.2% (8 contra 23 esperados), mercado 100% independiente. La alta tasa de bicicleta como medio de transporte (26.6% de los hogares, Muy Alto) es consistente con un perfil de residente joven con hábitos de movilidad activa.

NSE: C y C- | Edad: 25-45 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-S 7:00-15:00

5

Pastelería

Déficit del 60.0% (4 contra 10 esperados), sin ninguna marca formal en el giro. Complementa naturalmente la oportunidad de cafetería de cadena y el flujo de trabajadores de oficina.

NSE: C y C-, ABC+ vía empleo | Edad: 25-45 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-V 7:00-19:00, S 9:00-15:00

6

Autolavado

Déficit del 57.9% (8 contra 19 esperados), 100% independiente. El 60.0% de los hogares tiene automóvil y miles de trabajadores dejan su auto estacionado toda la jornada laboral: un servicio de lavado 'mientras trabajas' captura ese tiempo muerto sin depender del tráfico de fin de semana.

NSE: C y C- | Edad: 25-55 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-V 8:00-18:00

7

Salón de belleza con estándares de cadena

La mayor brecha absoluta del análisis: faltan 172 unidades (131 contra 303 esperados, -56.8%), fragmentadas entre 8 categorías sin ninguna con más del 61.1% del giro. Con 26.0% de la población entre 25 y 39 años, hay base de clientela recurrente para un formato con citas digitales.

NSE: C y C- | Edad: 25-39 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-S 10:00-19:00

8

Lavandería / tintorería

Déficit del 56.2% (21 contra 48 esperados), 100% independiente. Encaja directamente con el perfil de trabajador de oficina con poco tiempo: la relación empleo/población de 3.2 es la señal más fuerte de todo el reporte de que la zona vive del trabajador, no del residente.

NSE: C y C-, ABC+ vía empleo | Edad: 25-55 | Género: Mixto | Competencia: BAJA | Horario pico: L-V 8:00-19:00

9

Cafetería de especialidad — diferenciación declarada (clúster)

Clúster consolidado (+304.8%, 85 contra 21 esperados), 100% independiente y sin ninguna marca reconocida: el tráfico de destino ya existe pero nadie lo captura con consistencia de imagen ni programa de lealtad. Jugada de diferenciación, no de brecha: se entra a competir por calidad y experiencia dentro de un corredor que ya funciona como polo de café, no a abrir demanda nueva.

NSE: ABC+ y C+ (vía empleo) | Edad: 22-40 | Género: Mixto | Competencia: ALTA — clúster de destino, sin marca dominante | Horario pico: L-V 8:00-13:00 y sábado por la tarde

10

Tienda y servicio de cómputo y accesorios — diferenciación declarada (clúster)

El clúster más extremo del reporte (+500.0%, 30 contra 5 esperados), 100% independiente. Con 142 unidades del giro Legales, 100 del giro Bancos y una masa de 54,295 empleos de oficina, la demanda de soporte técnico, insumos y reparación de equipo es estructural; un formato con garantía y servicio a domicilio para oficinas compite por calidad de servicio, no por precio.

NSE: ABC+ (vía empleo de oficina) | Edad: 25-50 | Género: Mixto | Competencia: ALTA — clúster de destino, sin marca dominante | Horario pico: L-V 9:00-19:00

Días y horarios de mayor consumo general

Tipo de negocio	Días pico	Horario pico	Tipo de consumidor
Café y desayuno	L-V	7:00-10:00	Empleados de oficina y consultorios camino al trabajo
Necesidad diaria y comida de mediodía	L-V	13:00-16:00	Trabajadores en hora de comida, residentes
Servicios personales (salón, lavandería, autolavado)	L-S	10:00-19:00	Trabajadores después de oficina y residentes

Tipo de negocio	Días pico	Horario pico	Tipo de consumidor
Gastronomía y café de destino (clústeres ya consolidados)	Jue-Sáb	19:00-23:00	Trabajadores saliendo de oficina, comensales del corredor

Giros que se desaconsejan — Saturación extrema

GIROS QUE SE DESACONSEJAN POR SATURACIÓN EXTREMA:

Tiendas de bicicletas (7 contra 3 esperados, +133.3%) y Comida saludable (7 contra 3, +133.3%) están en el nivel de saturación más alto del reporte. Tiendas de electrodomésticos (16 contra 8, +100.0%) y Artículos de uso personal (60 contra 37, +62.2%, liderado por ópticas y ortopedia) completan la lista. Los clústeres gastronómicos de mariscos (+483.3%) y bares (+240.9%) también están saturados: solo son viables como jugada de diferenciación declarada, nunca como apuesta directa a la brecha.

Factores clave de éxito en la zona

- Diseñar horario y personal para el flujo de trabajadores (empleo/población de 3.2), no para un barrio residencial: la franja fuerte es de lunes a viernes, en la mañana y en la tarde-noche.
- Responder con un diferenciador concreto frente al polo comercial cercano en las categorías de comparación donde sí compite directamente: cercanía caminable, rapidez y trato personalizado.
- Resolver acceso peatonal y ciclista, no solo estacionamiento: 26.6% de los hogares usa bicicleta como medio de transporte, muy por encima del promedio nacional.
- Calibrar precio a dos públicos distintos en el mismo local: el residente NSE C/C- (66.3% de la población) y el trabajador de oficina con NSE más alto (22.6% de los empleos es ABC+).
- Formalizar donde el mercado sigue siendo informal: en la mayoría de los giros recomendados, toda la oferta actual es independiente y sin marca reconocida — la primera marca consistente tiene ventaja de pionero.

Con las diez apuestas ordenadas, toca dar un paso atrás: cómo se clasifica la zona en su conjunto y qué riesgos debe conocer quien decida invertir aquí.

07 · CLASIFICACIÓN DE LA ZONA Y RIESGOS

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

Clasificación del área

Tipo de zona	ZONA DE TRABAJO — relación empleo/población de 3.2 (54,295 empleos contra 16,992 habitantes, banda ALTA ≥ 1.5) con IDC/empleos de 28.1% (banda BAJA $< 40\%$): el corredor funciona primordialmente como destino laboral entre semana, no como barrio residencial ni como polo de paseo de fin de semana.
Capacidad de consumo	MIXTA, CON DOS VELOCIDADES — la población residente es mayoritariamente NSE C y C- (66.3%), pero 22.6% de los empleos corresponde a NSE ABC+ (Muy Alto frente al promedio nacional): el gasto diario de los trabajadores eleva el poder de compra efectivo por encima del que sugiere el NSE residencial por sí solo.
Perfil de clientes	Profesionistas jóvenes de 25 a 39 años (26.0% de la población, Muy Alto frente al promedio) empleados en el corredor de oficinas, bufetes y consultorios, más un núcleo residente de menor tamaño con alta movilidad no motorizada (26.6% en bicicleta, Muy Alto).
Actividad comercial	IDC de 15,271, clasificación BAJA (menor a 40,000) pero con ratio IDC/población de 89.9%: la actividad es proporcional al peso poblacional de la zona, no un síntoma de mercado muerto. El techo real está en atender mejor a los 54,295 empleos que ya cruzan la zona a diario, no en atraer más paseantes de fin de semana.

Principales riesgos comerciales

Riesgo comercial	Nivel
IDC clasificado como BAJA: el tráfico de paseante de fin de semana es limitado y los negocios de comparación e impulso dependen casi enteramente de la demanda entre semana	Alto
Saturación extrema en gastronomía de mariscos, bares y cafeterías de especialidad (clústeres de +240% a +500%): entrar sin una propuesta claramente diferenciada es una apuesta de alto riesgo	Alto
Polo comercial consolidado a corta distancia en automóvil que compite por categorías de comparación como ropa general y artículos deportivos	Medio
Población residente en declive (-2.5% 2010-2020) mientras el empleo se concentra: la base de clientela fija de fin de semana es más limitada que la de un barrio puramente residencial	Medio
Dependencia parcial del automóvil combinada con una proporción alta de movilidad no motorizada (26.6% bicicleta): negocios sin buen acceso peatonal y ciclista dejan fuera a un segmento relevante	Bajo

Factores clave de éxito

- El corredor vive de quien trabaja aquí, no de quien pasea: cualquier modelo financiero debe anclarse en el flujo entre semana, no en el fin de semana.

- La informalidad casi total en los giros de oportunidad es a la vez el riesgo y la oportunidad: el primer negocio que formalice cada giro tiene ventaja de pionero.
- El polo comercial más cercano compite por retail de comparación, no por servicios de necesidad diaria: ahí está el terreno más seguro para entrar.

Los riesgos son gestionables con la estrategia correcta. Queda una dimensión que los análisis convencionales ignoran: los datos sociales que abren oportunidades con impacto positivo.

08 · 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 zona. 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
15 años y más analfabeta	79	0.5%
15 años y más sin escolaridad	91	0.5%
15 años y más con primaria completa	647	3.8%
15 años y más con secundaria completa	1,294	7.6%
18 años y más con educación posbásica	10,612	62.5%

Discapacidad en la zona

Tipo de discapacidad	Personas	% de la población
Población con alguna discapacidad	563	3.3%
Caminar, subir o bajar	212	1.2%
Ver, aun usando lentes	119	0.7%
Hablar o comunicarse	24	0.1%
Oír, aun usando aparato auditivo	48	0.3%
Vestirse, bañarse o comer	56	0.3%
Recordar o concentrarse	43	0.3%
Con algún problema o condición mental	183	1.1%

Origen poblacional

Indicador	Personas	% de la población
Población nacida en otra entidad	2,898	17.1%
Población de 3 años y más que habla alguna lengua indígena	23	0.1%

Insights sociales clave

01

ACCESIBILIDAD COMO VENTAJA COMPETITIVA

La prevalencia de discapacidad está por debajo del promedio nacional (3.3% de la población, Bajo), pero casi toda la oferta actual de los giros analizados es informal: un formato accesible y con estándares de servicio tiene ventaja inmediata sobre una competencia fragmentada, sin necesidad de un mercado de nicho grande para justificarlo.

02

CAPITAL HUMANO CALIFICADO

62.5% de la población de 18 años y más cuenta con educación posbásica (Alto frente al promedio nacional): talento calificado para reclutar en los giros recomendados y una clientela que exige consistencia y buen servicio, no solo precio.

03

COMUNIDAD MIXTA, SIN DOMINANCIA DE RECIÉN LLEGADOS

17.1% de los residentes nació en otra entidad (Regular frente al promedio nacional): una comunidad con presencia de recién llegados pero sin dominar sobre el residente local, combinación favorable para conceptos nuevos que igual necesitan una base de clientela recurrente.

Con el contexto demográfico, económico, comercial y social completo, es momento de sintetizar el argumento en conclusiones accionables.

09 · CONCLUSIONES Y SIGUIENTES PASOS

La zona en 3 datos

3.2 empleos por habitante El corredor es, ante todo, un destino laboral: 54,295 empleos frente a apenas 16,992 residentes.	Mercado mayoritariamente sin marca formal Los diez negocios recomendados enfrentan una oferta dominada por independientes, sin competencia de marca consolidada.	Entrar entre semana, no en fin de semana El IDC bajo confirma que el tráfico de paseante de fin de semana es limitado: la apuesta gana o pierde de lunes a viernes.
--	--	---

Las mejores apuestas — Semáforo de oportunidades

Giro recomendado	Oportunidad	Competencia
Cafetería de cadena	ALTA	Baja — 2 marcas presentes sin dominancia (Black Coffee, Starbucks)
Salón de belleza	ALTA	Baja — fragmentada entre 8 categorías, ninguna supera el 61%
Farmacia independiente o de cadena regional	ALTA	Baja — cadenas nacionales presentes pero insuficientes
Lavandería / tintorería	ALTA	Baja — sin marcas formales
Carnicería	ALTA	Baja — sin marcas formales

- **ALTA** oportunidad (demanda insatisfecha + NSE alineado + baja competencia formal)
- **MEDIA** oportunidad (demanda real pero con mayor competencia o inversión requerida)

Los 2 riesgos que no puedes ignorar

Riesgo 1 — El fin de semana no es el negocio Con un IDC clasificado como BAJA, la zona no atrae al paseante de fin de semana en el volumen de un corredor comercial consolidado. Un modelo financiero que dependa del tráfico de sábado y domingo para ser rentable no está calibrado a esta zona: la apuesta segura vive de lunes a viernes.	Riesgo 2 — El polo cercano compite por comparación, no por necesidad Un centro comercial consolidado está a corta distancia en automóvil y puede absorber parte del gasto en ropa general y artículos deportivos. Los giros de necesidad diaria recomendados en este reporte —farmacia, salón de belleza, lavandería, carnicería— no compiten directamente con ese formato.
---	---

Carta al Inversionista

Encontramos un corredor que trabaja mucho más de lo que vive: llegan cada día muchas más personas a trabajar de las que residen aquí, y casi toda la oferta que las atiende sigue siendo informal, sin marca, sin consistencia.

La apuesta no es competir por el paseante de fin de semana, que aquí es escaso, sino resolver lo que esa fuerza laboral necesita entre semana: un café confiable en la mañana, un lugar donde dejar el auto limpio mientras se trabaja, una farmacia junto al consultorio, un salón que no dependa de la suerte de encontrar quien atienda bien. Quien formalice primero esas categorías se queda con una clientela cautiva que hoy no tiene dónde ir.

El corredor ya tiene el tráfico. Falta quien lo reciba con un negocio a la altura.

Recomendaciones para estudio más profundo

- Análisis comparativo con MktCompass: replicar este análisis en múltiples zonas de la ciudad para comparar isócronas y evaluar cuál ubicación 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.
- Aforos vehiculares y peatonales en intersecciones de interés para estimar el tráfico real en distintos horarios y días de la semana.
- Entrevistas a residentes y empleados sobre hábitos, necesidades y disposición de gasto en los giros identificados como oportunidad.

AVISO LEGAL

Los datos presentados provienen de censos y encuestas con fechas específicas (2020–2024) y pueden no reflejar cambios ocurridos desde entonces. Este reporte no incluye análisis cualitativo del potencial de mercado ni evaluación directa de los competidores existentes. Las proyecciones y oportunidades identificadas son indicativas y deben validarse con investigación de campo antes de tomar cualquier decisión de inversión. MktCompass no garantiza resultados comerciales.

Geomarketing · Guadalajara, Jalisco · Isócrona 5 min en automóvil | INEGI Censo 2020 · CE 2024 · ENIGH 2024 + MktCompass