

- Plan de Negocios: Todo para abrir una lavandería • Nuevos centros comerciales, grandes oportunidades de negocio •



LA AUTORIDAD PARA EL EMPRENDEDOR

Entrepreneur®

WWW.SOYENTREPRENEUR.COM

ISSN 1665-5087

Elija el mejor local para su negocio



- Pague la renta justa • Consejos para elegirlo •
- Tips para ubicarse en plazas comerciales •

DESTINOS EMPRENDEDORES

León, Puebla, Mérida,
Tijuana, San Luis Potosí

¡Lo tienen todo para el triunfo de su empresa!

PÁG. 36

EU \$4.00 CAN \$4.50
INVERSIÓN GARANTIZADA \$35.00



"LAS LECCIONES APRENDIDAS EN NUESTRA EXPANSIÓN SON 1-NO DAR POR SENTADO QUE LOS MERCADOS INTERNACIONALES SON COMO EL PROPIO; 2-ESTABLECER ALIANZAS PARA CRECER MÁS RÁPIDO; 3-NUNCA SER MEJOR EN INAUGURAR LOCALES QUE EN OPERARLOS; 4-CONTRATAR LOCALMENTE GERENTES Y EMPLEADOS; 5-ADAPTARSE A LA CULTURA Y GUSTOS LOCALES".
ORIN SMITH, PRESIDENTE EJECUTIVO DE STARBUCKS.

D E F

TIJUANA

5 ciudades

LAS MEJORES CIUDADES EN MÉXICO PARA ABRIR SU NEGOCIO: PUEBLA, TIJUANA, LEÓN, MÉRIDA Y SAN LUIS POTOSÍ

INTRODUCCIÓN:

La decisión de abrir un negocio está tomada. Ahora, el paso inmediato es resolver dos grandes interrogantes: qué negocio y en dónde. En cada una de nuestras publicaciones encuentra varias sugerencias para resolver la primera pregunta, y en esta edición localizará diversas alternativas en cuanto a la segunda.

Para indicarle la geografía que ofrece mejores condiciones para el emprendimiento nos planteamos la siguiente pregunta: más allá del triángulo dorado que conforman el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey ¿qué ciudades mexicanas son más propicias para construir una empresa y obtener una calidad de vida cada vez más frágil en las grandes urbes?

Para obtener esa información, GeoEstrategias, consultora en ubicación comercial y empresarial, desarrolló un análisis en el que consideró diversas variables económicas y sociales (detalladas en nuestro cuadro de Metodología) en municipios con, al menos,

100 mil habitantes, exceptuando a las tres principales ciudades del país.

¿Por qué eliminarlas si manejan una amplia gama de productos y servicios útiles para el emprendedor? Porque México es un país con alta concentración. En las tres primeras ciudades se ubica el 60 por ciento del ingreso y el gasto de las empresas de servicios, aunque sólo 40 por ciento del personal y 30 por ciento de las unidades. Es decir, con menos recursos acaparan mayor parte del mercado.

Sin embargo, una pequeña empresa tiene mejores posibilidades en sitios menos competidos para lo cual las pequeñas y medianas ciudades son excelentes lugares. Por eso se

SAN LUIS POTOSÍ

LEÓN

**Director de la consultora en ubicación Investigación de GeoEstrategias. tonatiuhs@geoestrategias.com.mx*

para emprender

POR TONATIUH SUÁREZ-MEANÉY* . ILUSTRACIONES JESÚS VELIZ



tomó este criterio para desarrollar un análisis de ubicación emprendedora.

Básicamente, se trató de observar, en los últimos 14 años, el crecimiento económico por entidad, medido en la cantidad de empresas que hay en esas demarcaciones, rangos de empleo y desempleo, población con ingresos mensuales equivalentes a diez salarios mínimos diarios. Todo ello basado en datos censales, proveídos por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI.

A partir de esta información, se desarrollaron dos indicadores de factibilidad de inversión, uno orientado a medir la dimensión del mercado y otro el crecimiento. El primero sirve para conocer qué lugares tienen el suficiente mercado para incursionar en ellos, y el

segundo para conocer el dinamismo de la ciudad: qué tan rápido avanza; esto nos sirve para pensar a futuro.

¿El resultado? Las ciudades que ofrecen mejores condiciones al emprendedor son Puebla, Tijuana, Mérida, San Luis Potosí y León. Considérelas como una opción para extender sus negocios ya existentes, como posibles socios comerciales, o bien, como un destino de mudanza.

Si tiene la fortuna de habitarlas, anímese a emprender... u otros lo harán por usted.





En las alas de los ángeles

POR SU DIMENSIÓN ECONÓMICA, PUEBLA es la cuarta ciudad de México; está conurbada con San Pedro Cholula, San Andrés Cholula y Cuautlancingo, por lo que maneja una creciente red de servicios urbanos.

El crecimiento más importante del área metropolitana de Puebla se da en San Pedro Cholula. Y las mayores concentraciones en San Andrés Cholula.

Los mayores niveles socioeconómicos están al sur de esa ciudad. Pero la mayor concentración de servicios se da en el centro de Puebla, dándole a la ciudad un carácter monocéntrico que en algún tiempo tendrá que cambiar, pues en todas las áreas de la ciudad ya se comienzan a demandar servicios. No así los comercios que se localizan principalmente al norte, cerca de la central de autobuses, en los centros de Puebla y Cholula y en la Plaza el Campanario.

En general, dicha región proporciona óptimos servicios para el empresariado y, al mismo tiempo, guarda la calidad de vida de una ciudad pequeña.

El estado de Puebla ha registrado una importante migración de habitantes hacia Estados Unidos, especialmente a Nueva York, por lo que las remesas significan una importante aportación a las familias de la entidad. De acuerdo con datos de la Asociación de Mexicanos en el Exterior, Puebla recibe el 6.2 por ciento del total de ingresos por remesas que ingresan al país cada año (en 2003, el total de ingresos por remesas en México sumaron 13 mil 266 millones de dólares).

Ello abre opciones de exportación hacia la Unión Americana. Esta veta ya ha sido aprovechada por los emprendedores de la región, pues sus exportaciones significan 5.1 por ciento del total nacional, con 4 mil 399 millones de dólares; el 98.86 por ciento de las cuales corresponden a la industria manufacturera.

Puebla tiene una extensión de 524.31 kilómetros cuadrados. Su perfil sociodemográfico está conformado por algunas familias del grupo nahua, aunque, en general, la población es mestiza, dándose el caso de descendientes de españoles y árabes.

El área metropolitana cuenta con una población total estimada en 1.9 millones de habitantes, de los cuales el 47.8 por ciento son hombres y el 52.2 por ciento son mujeres, en su mayoría personas de entre 15 y 64 años de edad. Es la tercer ciudad con más estudiantes universitarios.

La ciudad de Puebla, en el contexto nacional, ocupa el cuarto lugar en producción industrial, comercial y de servicios, con el 2.74 por ciento del total, contra el 33.62 por ciento de la Ciudad de México, el 7.13 por ciento de Monterrey, 5.73 por ciento de Guadalajara, así como el 1.38 por ciento de León, 1.28 por ciento de Tijuana y 1.13 por ciento de Mérida.

Aporta el 3.56 por ciento del Producto Interno Bruto Nacional, que en cálculos recientes se estima en 17 mil 600 millones de dólares al año. También destaca en el mercado nacional por su producción de mármol y ónix; muebles rústicos; artesanías y antigüedades; textiles y confección; automóviles y manufacturas. Tiene el



certificado de origen del agua mineral de Tehuacán y de la talavera.

Hay varias casas matrices de reconocidas franquicias, especialmente del giro restaurantero: Fonda de Santa Clara; Topolino; Mi Viejo Pueblito; Café Plaza Restaurante; Mi Viejo Café; Pilates Center Body & Mind; EZ Paisano ATM; Mesones Sacristía; El Arte Francés; Galería Jol; Lúdico; Monigotes; Tortas Tío Memo; Zurich; La Artesa.

Su oferta hotelera consiste en 2 mil 121 habitaciones, pertenecientes a 22 hoteles de cuatro y cinco estrellas, Gran Turismo y Categoría Especial.

Por las calles de esa zona metropolitana circula cerca de medio millón de automóviles.

El Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias de la Universidad Nacional Autónoma de México estima que dentro de 25 años la Zona Metropolitana del Valle de México ya habrá establecido un corredor comercial e industrial que integrará al DF con Toluca, Cuernavaca, Pachuca y, por supuesto, Puebla, creando una megalópolis. La mayor parte de los servicios financieros y comerciales estarán en el Distrito Federal, mientras que la industria se concentrará en el resto de los estados.

De acuerdo con nuestro análisis, entre estos protagonistas, Puebla es la ciudad que hoy ofrece excelentes condiciones de emprendimiento. Acójase a la sombra de los ángeles.

CUÁNTAS VIVIENDAS SE NECESITAN EN PUEBLA

(por número de viviendas 2003-2004)

VIVIENDA NUEVA	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA	TOTAL
35,063	9,926	54,989

FUENTE: CÁMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN, CMIC.

CANTIDAD DE EMPRESAS EN LA CIUDAD DE PUEBLA

(por número de empresas a 2003)

INDUSTRIA	COMERCIO	SERVICIOS	TOTAL
1,903	4,849	2,405	9,157

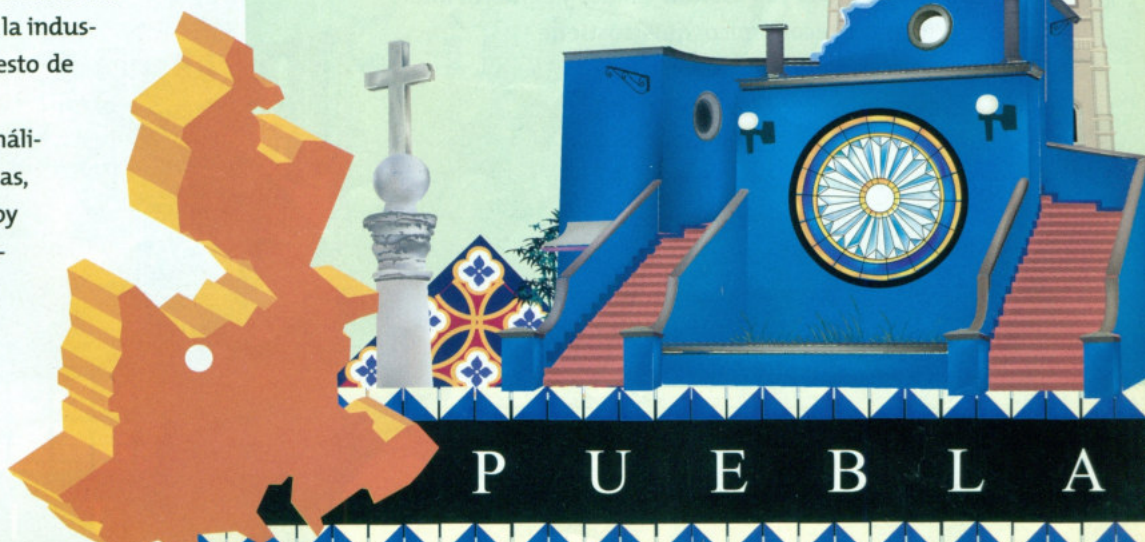
FUENTE: SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO, SIEM.

PARA EL FICHERO

TOTAL DE HABITANTES EN EL ESTADO DE PUEBLA: 5.3 millones de habitantes y una densidad de 155.58 habitantes por Km².

TOTAL DE HABITANTES EN LA CAPITAL POBLANA: 1.9 millones

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MÁS ATRACTIVAS: todo tipo de empresas que apoyen con productos y servicios a los restaurantes y hoteles ya establecidos; empresas de entretenimiento, orientación vocacional así como productos y servicios de todo tipo para jóvenes de entre 15 y 22 años; construcción de estacionamientos y establecimientos relativos al mantenimiento de autos; casas subastadoras; centros de diseño y apoyo a la exportación; espacios de almacenamiento y refrigerados; empresas del giro de la construcción, tanto en vivienda como urbana; servicios a empresas.



P U E B L A



Apetitosa frontera

TIJUANA ES UNA DE LAS CIUDADES QUE REGISTRA el más rápido crecimiento poblacional del país. Al cierre de 2004 estará muy cerca de albergar 1.5 millones de habitantes. Hoy concentra el 49 por ciento de la población total de Baja California.

En los últimos 20 años, el crecimiento de la población de Tijuana se ha situado en una tasa promedio del 4.9 por ciento, ritmo superior al de Baja California, su estado, (3.9 por ciento) y al nivel nacional (2.3 por ciento).

Debe tomarse en cuenta que, cada año, llegan a Tijuana alrededor de 65 mil personas en búsqueda de empleo, dada su fortaleza en la industria manufacturera. De hecho, en esta ciudad hay instaladas 27 maquiladoras, las cuales confirmaron, a mediados del año en curso, que aumentarán sus inversiones locales, en montos que van de cuatro a 50 millones de dólares cada una.

En total, el estado de Baja California recibirá este año inversiones por 600 millones de dólares provenientes de la industria manufacturera, lo que se reflejará en 21 mil nuevos empleos.

Este movimiento poblacional desata una serie de necesidades en infraestructura básica: vivienda, educación, servicios de salud y empleo. Este hecho, aunado a su vecindad con Estados Unidos y el fuerte intercambio económico que sostiene con San Diego, hace de este punto geográfico un imán para los emprendedores.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Municipal 2004, elaborado por el gobierno local, la población tijuanense es joven: la mayoría de sus habitantes tienen entre 15 y 25 años de edad.

PARA EL FICHERO

TOTAL DE HABITANTES EN BAJA CALIFORNIA: 2.8 millones de personas

TOTAL DE HABITANTES EN TIJUANA: 1.3 millones de personas, con una densidad de 976.9 personas por Km².

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MÁS ATRACTIVAS: por su inmediata posición en el mercado estadounidense tiene oportunidades para los servicios aduanales, enseñanza del inglés, jurídicos, colocación de empleo y comerciales diversos. También requiere ampliar toda su oferta de servicios educativos. Propicia para la germinación de empresas profesionales de seguridad privada, empresarial, comercial y de tecnología; negocios de consultoría en la importación y la administración de corporativos; requiere de servicios de arquitectura de paisaje; construcción de vivienda; proveeduría industrial; telefonía fija y móvil; servicios de salud a todos los niveles; centros culturales para atracción turística, tanto nacional como estadounidense.





Éxito con garra

LA CIUDAD DE LEÓN ES CONOCIDA como la Capital Mundial del Calzado debido a que produce un promedio anual de 25 millones de pares de zapatos, de los cuales exporta casi 30 por ciento hacia Estados Unidos. La ciudad también destaca por sus industrias extractivas de arena, arcilla y otros materiales para la industria de la construcción; productos alimenticios y prendas de vestir.

Mantiene un dinámico intercambio comercial con el resto del país en lo que se refiere a productos lácteos, producción textil y alimenticia. León es la columna dorsal de la próspera región de El Bajío, corredor industrial en ebullición, por lo que abre constantes oportunidades de negocio en servicios empresariales de toda índole.

Además, tiene un crecimiento poblacional de seis por ciento anual (cada familia está conformada, en promedio, por 5.4 personas), hecho que promueve opciones para los emprendedores en la oferta de satisfactores que cubran las necesidades básicas de sus pobladores: vivienda, salud, educación y entretenimiento.

Al cierre de 2004 tendrá una población cercana a los 1.1 millones de habitantes. Casi el 50 por ciento de su población se dedica al sector terciario (servicios), en parte por su estratégica posición entre Guadalajara y otras ciudades. Su población tiene una tasa de desempleo del 2.7 por ciento, ligeramente inferior a la media nacional (2.8 por ciento).

León tiene cerca de 200 mil viviendas, dotadas al 70 por ciento de infraestructura pública básica. Sin embargo, la constante demanda de nuevas viviendas supera la

oferta, especialmente en la cabecera municipal.

Los niveles socioeconómicos altos se encuentran distribuidos por toda la ciudad, aunque con mayor preponderancia hacia el norte. La concentración de servicios se da en el centro, al igual que la de comercio. Lea más sobre León en www.SoyEntrepreneur.com

PARA EL FICHERO

TOTAL DE HABITANTES EN EL ESTADO:

4.2 millones de personas

TOTAL DE HABITANTES EN LEÓN:

1.1 millones, que se refleja en una densidad poblacional de casi 600 personas por Km².

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MÁS ATRACTIVAS:

empresas relacionadas con la construcción de vivienda (desde materiales hasta decorativos); empresas que apoyen la oferta industrial existente; negocios de soporte tecnológico; centros de exportación (diseño, trámites aduanales y asesoría); centros de capacitación empresarial; centros de agronegocios que den valor agregado (elaboración de conservas, congelación y otras presentaciones) a las cosechas de la región; desarrollo de centros de turismo de aventura y turismo rural.





Blanca oportunidad

CONOCIDA COMO LA CIUDAD BLANCA POR SU INTERESANTE ambiente y arquitectura tropical de fachadas claras, **MÉRIDA** es eminentemente turística, hecho que la convierte en una fortaleza en la industria de los servicios.

Es habitada por poco más de 700 mil personas, con una edad promedio de 27 años. El 48 por ciento son hombres y el 52 por ciento, mujeres. En la ciudad hay 172 mil 498 viviendas.

Las actividades económicas que predominan están en el Comercio y la industria de Servicios. Por lo anterior y dada la juventud de sus pobladores y el vasto territorio disponible, resultan viables los negocios de giro industrial que puedan aprovechar todos los recursos de la ciudad y su cercanía a la frontera con Centroamérica.

Mérida se encuentra por debajo de la media nacional en materia de desempleo tras el 2.4 por ciento registrado durante el mes de enero del año en curso. De esta manera, su poder adquisitivo es medio y estable.

Según datos de INEGI, en los últimos cinco años se han creado unas 20 mil empresas en Mérida, en su mayoría de giro comercial. En el estado de Yucatán se estima que hay 73 mil empresas.

También en el estado, según estimaciones de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, AMIA, al concluir 2003 se registraron poco más de 63 mil automóviles y 26 mil unidades de transporte de carga.

En la ciudad blanca hay un grupo empresarial que ha originado varias franquicias. Se trata de Oxygen Café: restaurante con venta de oxígeno y café, que maneja también el centro de relajación Spa Bar; el bar Spa O2 Lounge; las franquicias Theme Spa's y las máquinas expendedoras de oxígeno Oxy Vent.

PARA EL FICHERO

TOTAL DE HABITANTES EN EL ESTADO: 1.6 millones de personas

TOTAL DE HABITANTES EN MÉRIDA: 700 mil personas; 42 habitantes por kilómetro cuadrado.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MÁS ATRACTIVAS: Construcción de vivienda y urbanismo, esto se acrecenta por su cercanía a Cancún. Su calidad vial, asociada a su gran turismo hacen que sea importante el giro de renta de automóviles o de transportes colectivos. Las empresas que ofrezcan productos y servicios a su industria turística y de servicios (bajo el esquema de outsourcing o como proveedores) también resultan viables. También se requiere del desarrollo de centros de agronegocios, para procesar y dar mayor valor agregado a los productos de la región. Por la belleza y tranquilidad de su ambiente, es un lugar propicio para casas de retiro.





Tradición de vanguardia

SAN LUIS POTOSÍ FUE UNA DE LAS CIUDADES más importantes en el periodo colonial mexicano por su vocación minera. Aunque esta industria persiste en la actualidad, al igual que la industria eléctrica, ahora también son importantes otras actividades: más del 60 por ciento de la población se dedica al sector terciario (servicios).

Su estructura es del tipo gradiente, es decir, tiene en el centro la parte más concentrada de servicios, oferta que se atenua conforme se distancia del centro. Los comercios tienen una distribución más dispersa por la ciudad.

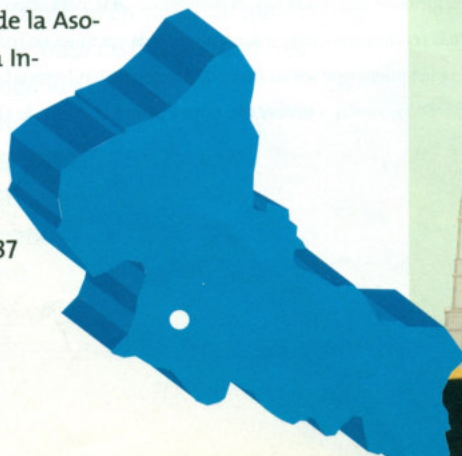
Tiene 740 mil habitantes. El 48 por ciento son hombres y el 52 por ciento son mujeres. El 61 por ciento de su población tiene entre 15 y 64 años de edad. Su ritmo anual de crecimiento poblacional es de 1.4 por ciento.

La cantidad de población que recibe, al menos, 10 salarios mínimos como ingreso mensual se calcula en 16 mil personas.

Los mayores niveles socioeconómicos se localizan al surponiente de la ciudad y también en la avenida Camino Central, al oriente.

El municipio de San Luis Potosí alberga poco más de 150 mil viviendas, que son habitadas, en promedio, por 4.4 personas. Ahí fueron originadas las siguientes franquicias: Kerubin's Los Pasteles de los Panquecitos (pastelería infantil); Helados Sammy; Hiperpaletas; Carbu Injection (refacciones automotrices); Amichi (ropa para dama).

De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz, AMIA, al cierre de 2003 en el estado de San Luis había 72 mil 900 automóviles y 37 mil vehículos de carga.



PARA EL FICHERO

TOTAL DE HABITANTES EN EL ESTADO: 2.3 millones de habitantes.

TOTAL DE HABITANTES EN SAN LUIS POTOSÍ: 740 mil habitantes, con una densidad poblacional de 40 habitantes por kilómetro cuadrado.

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO MÁS ATRACTIVAS: por su paso obligado del centro a Monterrey puede favorecer a algunos giros de transporte y mudanzas. Dada la juventud de su población se requieren escuelas de educación media superior y superior, así como una oferta de actividades didácticas complementarias (idiomas, deportes, científicos, culturales); centros comerciales tipo fashion (con almacenes como tiendas ancla) y de entretenimiento. Proveería para la industria existente y servicios empresariales; soporte tecnológico para las empresas; centros que desarrollen agroproductos.





CUÁNTO CUESTA RENTAR

Dimos un recorrido entre la oferta inmobiliaria de nuestras cinco mejores ciudades para emprender y obtuvimos estos precios promedio de renta sobre locales comerciales.

Para recabar estos datos, solicitamos de 30 a 40 cotizaciones por ciudad, durante 15 días, en el mes de julio del año en curso. Evidentemente estos datos sólo son indicativos; para examinar detalles o datos relevantes estadísticamente se debe obtener una muestra mayor durante más tiempo.

	PUEBLA	LEÓN	MÉRIDA	SAN LUIS POTOSÍ	TIJUANA
	PESOS POR METRO ²	PESOS POR METRO ²	PESOS POR METRO ²	PESOS POR METRO ²	DÓLARES POR METRO ²
MÍNIMO	33	22	17	13	10
MÁXIMO	180	309	703	357	80
PROMEDIO	95	112	114	75	60

* Para el promedio se eliminaron los máximos y mínimos. En Tijuana se calculó en dólares, ya que la oferta así se establece; en este caso el rango es muy variable, por lo que resulta difícil establecer un parámetro.

OTRAS CINCO

De acuerdo con nuestro estudio sobre ciudades emprendedoras, estas son las siguiente cinco alternativas para iniciar un negocio propio:

CULIACÁN

Su localización intermedia entre la llanura costera y la Sierra Madre Occidental le otorga una variedad climática que, a su vez, se traduce en diversidad económica.

Más del 60 por ciento de la población trabaja en el sector Servicios, el resto en partes semejantes en industria y en actividades primarias, que tienen gran importancia en el estado de Sinaloa. Los principales productos de la zona son las hortalizas, entre los cuales resalta la papa, de calidad reconocida a nivel internacional.

En lo demográfico es una ciudad con crecimiento igual al promedio nacional, básicamente desarrollado en zonas urbanas. Culiacán tiene una posición geográfica privilegiada que permite gran diversidad de actividades. Posee algunos atractivos turísticos relacionados con la migración de animales, los paisajes costeros y balnearios.

Culiacán es una ciudad donde los negocios dentro de la cadena productiva de la agroindustria pueden tener éxito.

QUERÉTARO

Ciudad con clima muy agradable, infraestructura gigante y crecimiento urbano muy ordenado. De belleza colonial, declarada Patrimonio de la Humanidad

Tiene una vida artística muy activa, que incluye la cultura empresarial, pues ahí se desarrollan exposiciones de negocios de todos los giros.

La industria de la Construcción es sólida en esa entidad, por lo que detona diversas oportunidades de negocio. Lo mismo ocurre con la industria de Alimentos, especialmente de lácteos.

En Querétaro existe gran cantidad de oferta educativa y la sociedad presenta innumerables oportunidades de seg-



mentación, dado su carácter migratorio dentro del entorno nacional.

Uno de los aspectos más atractivos para emprender ahí se da por la equidad social que alberga, más extendida que en otras ciudades. La gente cuenta con poder adquisitivo, ya que es uno de los puntos geográficos que manifiestan menor índice de desempleo del país.

Los patrones de consumo de sus habitantes responden a los que se manejan en cualquier metrópoli. Las franquicias y los grandes centros comerciales comienzan a extenderse por toda la ciudad.

En Querétaro los negocios relacionados con la cadena productiva de la industria de la construcción o la cultura tendrán suficientes oportunidades para crecer y competir.

MORELIA

Se trata de una ciudad en expansión con clima favorable y actividades económicas diversas, desde las agrícolas —con un 10 por ciento de tierras de riego— y forestales (muchas de éstas han optado por las modalidades de explotación sustentable), hasta las industriales. Quedó atrás el tiempo en que se catalogaba sólo como una ciudad de artesanías y dulces regionales.

Si a esto se añade que es una ciudad de importancia cultural muy grande por su perfil colonial y gran cantidad de puntos turísticos, estamos frente a un panorama con grandes posibilidades de inversión.

Alberga la Ciudad Industrial de Morelia, donde se asientan pequeñas y medianas empresas dedicadas a diferentes ramos (aceites, plásticos, embotelladoras, fundición, etc.). Además, es un punto comercial muy importante para el estado de Michoacán.

En Morelia tendrán grandes probabilidades de éxito todas las actividades que estén relacionadas con el crecimiento, la investigación de mercados, la exploración de nuevos nichos de consumo, la cultura y las artes.

ACAPULCO

Además de ser un puerto de reconocida fama con temperaturas tropicales favorables al turismo y a las actividades agropecuarias, la localidad ofrece diversas oportunidades para emprender.

Es un foco de atracción migratoria por las fuentes de empleo que ofrecen la gran cantidad de establecimientos turísticos. Por ello, existe una gran demanda de vivienda que no ha sido satisfecha, ni en cantidad ni en calidad necesaria.

El tipo de empleo que ofrece —en su mayoría temporal— hacen que la población no tenga una cobertura amplia a los servicios de salud, por lo que parte de estos quedan en manos privadas. Más o menos las tres cuartas partes laboran en el sector Servicios, índice superior al promedio nacional.

Por otro lado, aunque es una ciudad donde domina el bajo consumo per cápita, en grupo representan un interesante mercado, pues hay acumulación del ingreso y existe el consumo foráneo.

En Acapulco existen grandes oportunidades para las empresas de Servicios y aquellas que resuelven sus problemas derivados de la problemática de la ciudad: empresas de seguridad, de obtención de empleo, de contacto inmobiliario, de servicios outsourcing para hoteles y restaurantes que resuelvan los problemas estacionales de empleo, farmacias y consultorios de bajo costo, escuelas de inglés.

AGUASCALIENTES

Goza de un clima muy agradable para el ser humano y el desarrollo de sus actividades de todo tipo. Es una ciudad en crecimiento donde no existen niveles de pobreza tan alarmantes como en urbes que se han rezagado en el aspecto social. Se califica como una ciudad segura, con gran promoción económica. Es la única entidad mexicana que ha gozado de los beneficios de algunas olas de descentralización federal; destaca por ser la sede nacional de INEGI, fenómeno que ha provocado una interesante concentración de empresas de cómputo.

Si a esto se añade que, por tradición, es un importante centro textil que ha resistido la competencia china, se encuentra una ciudad fértil de oportunidades para emprendedores.

En Aguascalientes tienen muchas probabilidades de éxito empresas que exploten sus ventajas comparativas de interconexión entre ciudades, como todas aquellas dedicadas a la comunicación y el transporte. También tendrán grandes posibilidades aquellas empresas que se logren insertar en la cadena productiva del cómputo, la consultoría estadística y el ramo textil.



LAS MEJORES CIUDADES PARA





INVERTIR

METODOLOGÍA

Para determinar las mejores ciudades para invertir en pequeñas empresas de servicios al consumidor final, se realizó un análisis de diferentes años para determinar no sólo la situación actual de esas entidades, sino aspectos de tendencia.

Se consideró la dimensión de la ciudad en distintos aspectos sociales y económicos, así como su tasa de crecimiento en esos puntos. Además, se dividió el país en regiones para determinar, al menos, una ciudad de cada región.

Primero se eligieron todas las ciudades de más de 100 mil habitantes. Se construyó una base con todas las variables numeradas. Se obtuvieron y analizaron correlaciones entre estas variables.

Se corrió un análisis factorial, que consiste en resumir un gran número de variables en unas cuantas. De todas las variables resultaron seleccionadas para construir el indicador que resumiera el fenómeno buscado las siguientes: personas con alto ingreso en el año 2000 (más de diez salarios mínimos mensuales), unidades en el sector servicios,

crecimiento de la población de alto ingreso, ingreso entre el personal ocupado, ingresos en las actividades de servicios.

Se ha dividido México en cinco regiones como se muestra en el mapa. Estas zonas se han realizado de tal forma que agrupen a los estados más semejantes entre sí, cultural y económicamente. Las variables que se consideraron fueron las siguientes: Población de 1990, 1995 y 2000 (segmento que gana más de 120 salarios mínimos); Gasto de las empresas en Servicios por Actividad 1994, 1998; Ingresos de las empresas en Servicios por la actividad 1994, 1998; Rentabilidad de los negocios en Servicios 1994 y 1998; Crecimiento en la rentabilidad de 1994 a 1998, principalmente.

Con estas variables se construyeron dos indicadores, uno para medir crecimiento y otro para medir tamaño y potencialidad del mercado.

Conozca, a detalle, la metodología completa para aplicar este análisis, disponible en www.SoyEntrepreneur.com

Golfo De México

Matamoros

Altamira

Tampico

Valles

Huejutla

Tuxpan

Poza Rica

Martínez de la Torres

Pachuca

Jalapa

Veracruz

Puebla

Atlixco

Orizaba

San Andrés

Coatzacoalcos

Tehuacán

San Juan

Minatitlán

Huimanguillo

Oaxaca

Tapachula

San Cristóbal

Comitán

Centro

Carmen

Benito Juárez

Othon P. Blanco

Mérida

Campeche

Othon P. Blanco

Tuxtla

San Cristóbal

Comitán

Tapachula