



BUSINESS INTELLIGENCE

# ESTRATEGIAS DE EXPANSIÓN

# Estrategias de expansión y Geolocalización

El desarrollo de las ciudades ha implicado el cambio en algunas dinámicas sociales, económicas, políticas, ambientales e incluso tecnológicas. Son distintos los indicadores que muestran esta evolución y su análisis da pie a las estrategias de expansión, mismas que tienen como objetivo intensificar los esfuerzos de la actividad empresarial. En este sentido, los esfuerzos de geolocalización presentan grandes beneficios en la presencia, reconocimiento y alcance de las marcas. Entre las principales estrategias de expansión encontramos las siguientes:

## Desarrollo de nuevos mercados:


En la búsqueda de nuevos mercados, la geolocalización permite que el espectro de alcance sea más amplio, puesto que la interconexión y el acceso a los medios digitales, así como los sistemas de posicionamiento global, permiten el direccionamiento de los productos o servicios, potenciar su presencia en un ámbito local o bien trascender a dimensiones internacionales.

## Penetración en el mercado:

Se enfoca en la integración de nuevos consumidores en el mercado actual por medio de estrategias de marketing. El geomarketing resulta un gran aliado ya que permite aumentar la visibilidad de la marca, a través de publicidad digital o aplicaciones propias de la compañía; en este sentido no solos consiguen posicionarse frente a la competencia, sino ofrecer promociones, descuentos y beneficios.

## Desarrollo de productos:

Se enfoca en el mejoramiento o evolución de productos o servicios, con base en las características y demandas generadas en cada zona de operación. En este caso, la geolocalización permite que las estrategias comerciales sean más efectivas, ya que, a través de la inteligencia artificial, los patrones de consumo, los historiales de búsqueda y la matriz informática de los medios digitales, es posible desarrollar estrategias publicitarias enfocadas en el buyer persona, así como identificar las áreas de oportunidad o bien las demandas.



Los patrones de consumo y la implementación de herramientas de localización, permiten que las estrategias comerciales sean más efectivas, ya que la relevancia de la información que proporcionan los millones de datos con respecto a las necesidades y expectativas de los consumidores, posibilitan que el crecimiento empresarial tenga un vínculo cercano a la geolocalización., es decir cruzar datos como la ubicación geográfica de una compañía con otros elementos de análisis empresarial como: la demanda, los índices de consumo, las necesidades, las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales del mercado en desarrollo.

El espacio en el que se desarrollarán las estrategias de expansión resulta fundamental pues de su análisis se puede determinar cuál será el plan idóneo, bajo este contexto las ciudades se han constituido en el elemento esencial, la materia prima para comenzar con la implementación de dichas estrategias.

# Importancia de las Ciudades como centros de desarrollo económico

México se encuentra entre los diez países más poblados del mundo, registrando 126 millones en 2020 (INEGI, 2020). Actualmente el 79% de la población es urbana y las proyecciones poblacionales indican que en 2050 habrá 134 millones de personas que residirán en este tipo de asentamientos.

La urbanización del país es el resultado de la dinámica económica y procesos de expansión física de las ciudades, esta expansión ha asumido características distintas, siguiendo el criterio poblacional y de integración económica, como se observa en el mapa I, se identifican: zonas metropolitanas caracterizadas por su tamaño e intensa integración funcional; las conurbaciones por la continuidad física entre dos o más localidades que constituyen un conglomerado, y; centros urbanos denominados localidades individuales.

## México, sistema urbano nacional por tipo de ciudad 2018\*



\*Fuente: SEDATU, Sistema Nacional Urbano, 2018

# Importancia de las Ciudades como centros de desarrollo económico

Como se puede observar, tanto conurbaciones como centros urbanos se concentran, en su mayoría, en la zona centro del país, las zonas metropolitanas presentan una dispersión más amplia, sobre todo en la zona centro y norte del país, en este contexto, las zonas metropolitanas, como las define CONAPO, se han convertido en importantes territorios de integración socioeconómica. En México en 1960 comenzó el proceso de evolución urbana y las zonas metropolitanas aumentaron seis veces su número, actualmente existen 74, la población ubicada en estas zonas creció en más de 700%, por lo que, actualmente representa el 62.8% de la población total.

Como se puede observar en el mapa y en la tabla I no todas las ciudades se han desarrollado de la misma manera, cada una presenta una mecánica social distinta y un mercado económico diferente, mientras que en algunas zonas prevalece la actividad industrial en el sector de la manufactura, otras se caracterizan por su nivel de exportaciones, e incluso en otras la industria electrónica ha encontrado auge; además del impulso económico y otras variables, se han creado ambientes favorables para el desarrollo de estrategias de expansión.

\* Fuente: CONAPO, Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2015.

## Evolución de los indicadores de las zonas metropolitanas\*

Proceso de metropolización 1960-2015				
Indicador	1960	2000	2010	2015
Zonas metropolitanas	12	55	59	74
Demarcaciones y municipios metropolitanos	64	309	367	417
Población total (millones)	9	51.5	63.8	75.1
Porcentaje de población nacional	25.6	52.8	56.8	62.8

Zonas metropolitanas por rangos de población 2015		
Número de habitantes	Zonas metropolitanas	Población 2015
5,000,000 habitantes	1	20,892,724
1,000,000 a 4,999,999 habitantes	12	25,734,673
500,000 a 999,999 habitantes	23	17,892,903
Menos de 500,000 habitantes	38	10,562,158
Total: Zonas metropolitanas	74	75,082,458

# Importancia de las Ciudades como centros de desarrollo económico

En este contexto, uno de los indicadores que permiten medir la confianza que tiene un lugar, es la inversión extranjera directa (IED), durante 2021, la Ciudad de México ocupó la primera posición: recibió 5,056.90 millones de dólares, el 16% del total registrado ese año; seguido de Nuevo León que recibió 4,026.20 millones de dólares, el 12.7%; Jalisco ocupó la cuarta posición con 2,098.30 millones de dólares (Secretaría de Economía, 2021). Estas cifras no representan algo novedoso, pues la Ciudad de México es el principal centro económico del país y la ciudad central de la zona metropolitana más grande e importante, Jalisco tiene la segunda zona metropolitana más poblada y Nuevo León la tercera, los tres mercados más importantes del país.

Sin embargo, una interpretación aislada de éste o de cualquier otro indicador económico, da un panorama limitado para el desarrollo de estrategias en la búsqueda de nuevos territorios de expansión; tenemos que entender que las zonas metropolitanas antes mencionadas, son mercados consolidados desde hace varias décadas. En términos de población el dinamismo es distinto en estas tres zonas metropolitanas, con excepción de Nuevo León, los estados tienen una tasa de crecimiento poblacional bajo, por ejemplo, la Ciudad de México tiene una tasa de 0.4, la última posición, Jalisco tiene una tasa de 1.3, un punto por debajo de Nuevo León con 2.3 (INEGI. 2021)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Los mercados en ciudades con crecimientos lentos, como la Ciudad de México, aún representan un lugar atractivo para la inversión, debido a que, si un negocio no funciona, gracias al tamaño del mercado siempre, hay más posibilidades de reconversión o liquidación de los activos que en ciudades más pequeñas. (Molano, 2018)

# Importancia de las Ciudades como centros de desarrollo económico

Recordemos que una ciudad no puede crecer ilimitadamente, mientras que en los estados donde se encuentran las zonas metropolitanas importantes y consolidadas el crecimiento poblacional es bajo, algunos estados han adquirido especial relevancia, como el caso de Querétaro y su zona metropolitana. De acuerdo al Censo 2021, el estado a pesar de ocupar la posición vigésimo primera en cuanto a población, tuvo una tasa de crecimiento poblacional de 2.7, la segunda más alta a nivel nacional.

Si bien Querétaro no es comparable con los mercados más grandes, pues ocupa la posición décimo quinta con 817.4 millones de dólares, el 2.6% de la IED total, existen algunos indicadores que resaltan su crecimiento. De acuerdo con el Índice de Competitividad Estatal (ICE) en 2014, el estado pasó de ser la quinta posición con un valor de 53 puntos, a ser el tercer estado más competitivo del país, con un valor de 60 puntos, solo por debajo de la Ciudad de México y Nuevo León (IMCO, 2021). A nivel ciudad, Querétaro se encuentra entre las ciudades más competitivas de más de un millón de habitantes, ocupa la tercera posición solo por debajo del Valle de México y Guadalajara. (IMCO, 2021)



# Importancia de las Ciudades como centros de desarrollo económico

Querétaro ha registrado 27 parques industriales, 4 microparques y 5 parques industriales en construcción. Entre los parques industriales de Querétaro se pueden mencionar Parque Industrial FINSA Queretaro (29 empresas, ubicado en el municipio de El Marqués), O'Donnell Airport Queretaro Industrial Park (17 empresas, ubicado en el municipio de El Marqués) y AeroTech Industrial Park (13 empresas, ubicado en el municipio de Colón). (Dataméxico, 2021)

Si bien en Querétaro se ha instalado la industria automotriz y manufacturera, una de las que ha llevado mayor innovación al estado ha sido el desarrollo de la industria aeroespacial, en el marco del ranking Aerospace Cities 2020/21 de la publicación fDi, de Financial Times. El estado de Querétaro se ha posicionado en el octavo lugar del top diez a nivel mundial, de la categoría de desempeño de Inversión Extranjera Directa (IED). (Secretaría de Desarrollo Sustentable, 2020)

Otra ciudad que está adquiriendo especial relevancia y que presenta una oportunidad en la búsqueda de nuevos mercados es Saltillo. El Índice

de Competitividad Urbana (ICU) mide la capacidad de las ciudades mexicanas para atraer y retener talento e inversiones, en este índice, Saltillo escaló posiciones en los últimos años, en 2014 ocupó la segunda posición después de Cancún, entre las ciudades más competitivas con población de 500 mil a un 1 millón de habitantes, para 2021, se posicionó en el primer lugar como la ciudad más competitiva en esta categoría (IMCO, 2021).

El IMCO desarrolló la metodología para Medición de Actividad Económica con Grandes Datos (MAGDA), esta herramienta utiliza imágenes satelitales e información sobre transacciones en cajeros automáticos para medir el desempeño económico y los niveles de actividad social. De acuerdo con esta medición, Saltillo, capital de Coahuila, ha crecido a un ritmo promedio de 6.86% anual desde 2014, llegando incluso a crecer a doble dígito en 2018 (14.64%). Esta ciudad cuenta con una economía diversificada no sólo para satisfacer necesidades, sino para crear y disfrutar de entornos productivos.



En las estrategias de expansión no sólo son necesarios los datos económicos y la dinámica poblacional, también es importante prestar atención a la información referente al gasto, pues este análisis permite tener una aproximación sobre las preferencias de los consumidores o potenciales consumidores.

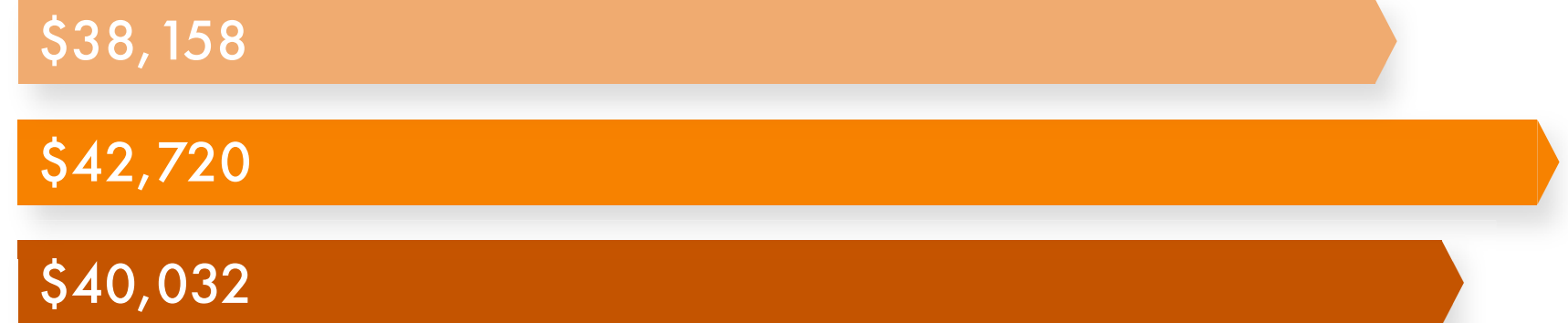
Retomando el ejemplo de las ciudades competitivas y con base en la información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares, analizando el gasto promedio trimestral en los hogares de Querétaro y Saltillo se encuentra la siguiente evolución:

Para ambos estados el gasto trimestral se ubicó por arriba de los \$30,000.00, mientras Querétaro registró un gasto de \$40,032.00 durante 2020, el gasto trimestral promedio de Saltillo fue de \$33,529.00, ambos se ubican por encima del gasto promedio nacional que fue de \$29,910.00.

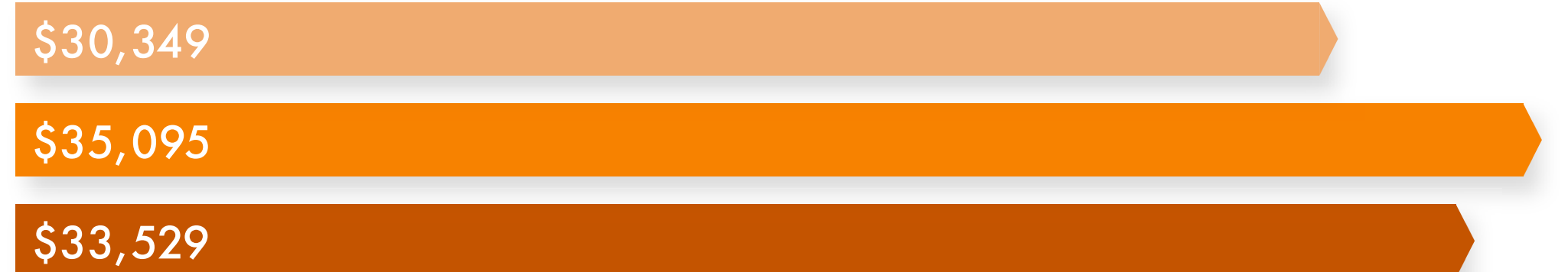
\* Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares.

## Gasto trimestral promedio por ciudad\*

### Querétaro



### Saltillo



● 2016 ● 2018 ● 2020

Gráfica 1. Gasto promedio de los hogares en México 2016-2020

Durante 2016 los grandes rubros de gasto en estas dos Ciudades presentaron los siguientes resultados: en Querétaro se destinaban \$5,677 para servicios de educación y en Saltillo \$4,552; en el rubro de cuidados de la salud ambas ciudades registraron un gasto por debajo de los \$1,000, Querétaro \$823 y Saltillo de \$620.

## Gasto trimestral por rubro 2016\*

### Vestido y calzado

\$1,799

\$1,406

### Artículos y servicios para limpieza

\$2,299

\$1,896

### Cuidados de la salud

\$823

\$620

### Servicios de educación

\$5,677

\$4,552

● Querétaro ● Saltillo

Gráfica 2. Gasto por rubro en las ciudades 2016

\* Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares.

En 2020, en Querétaro se gastaron \$1,206 en vestido y calzado, mientras que en Saltillo para este mismo rubro el gasto fue de \$1,099. En la sección de artículos y servicios de limpieza, el gasto fue de \$2,513 en Saltillo frente a \$2,452. En servicios de educación, el gasto fue más alto para los habitantes de Querétaro \$4,098 frente a \$2,983.

## Gasto trimestral por rubro 2020\*

### Vestido y calzado

\$1,262

\$1,099

### Artículos y servicios para limpieza

\$2,452

\$2,513

### Cuidados de la salud

\$1,647

\$1,182

### Servicios de educación

\$4,098

\$2,983

● Querétaro ● Saltillo

Gráfica 3. Gasto por rubro en las ciudades 2020

\* Fuente: INEGI, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares.

El comparativo permite visualizar como en los últimos años se han modificado los rubros de gasto en estas dos ciudades, el gasto en servicios educativos, por ejemplo se redujo en más de \$1,500, mientras que el de cuidado de salud incrementó en más de \$800 para Querétaro y más de \$500 para Saltillo; el gasto en artículos y servicios de limpieza también se vio incrementado, mayormente debido a la pandemia de COVID-19.

Desarrollar estrategias de expansión no es tarea sencilla, pues se deben considerar innumerables indicadores que proporcionen información valiosa con respecto a las tendencias de consumo de los consumidores y a la conformación territorial. En este sentido el uso de herramientas digitales e innovadoras es esencial para el diseño de los planes de crecimiento, ya que por medio de estas se puede obtener información de valor que contribuya en el éxito, posicionamiento y consolidación de nuevos negocios.

1. INEGI, *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en los Hogares (ENIGH) 2016, 2018 y 2020*.
2. SEDATU, *Sistema Urbano Nacional 2018*, Ciudad de México, disponible en: <https://cutt.ly/fGVdelg> .
3. IMCO, *Índice de Competitividad Urbana 2014, ¿Quién manda aquí? La gobernanza de las Ciudades y el territorio en México*, Ciudad de México, 2014, disponible en: <https://cutt.ly/8G1HIKG> .
4. IMCO, *Índice de Competitividad Urbana 2021*, Ciudad de México, 2021, disponible en: <https://cutt.ly/sHexSZK> .
5. Secretaría de Economía, *DataMéxico, Querétaro*, consultado el 05 de mayo de 2022, disponible en: <https://cutt.ly/XG43imF> .
6. Secretaría de Desarrollo Sustentable, *Querétaro, entre los diez primeros destinos de inversión aeronáutica en el mundo*, 07 de julio de 2020, disponible en: <https://cutt.ly/8G43jJX>
7. Ruiz Oscar, *Las ciudades y la búsqueda de oportunidad*, en *Animal Político*, 24 de diciembre de 2020, disponible en: <https://cutt.ly/EG43Hif>



BUSINESS INTELLIGENCE