

OBJETIVO

Determinar si el negocio familiar “Pantufas Aztahuacan” es rentable. Capítulo

CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Localización

La localización de este negocio familiar ya está determinada y no precisamente se basa en el resultado de una evaluación pero se tratará de adecuar a disminuir las debilidades que esto implique. Esto nos determinara la demanda real del proyecto, costos, ingresos y beneficios para el impacto de la zona.

Se debe conocer el desarrollo que tendrá el proyecto para encontrar los factores de trascendencia y las variables que permitirán evaluarlos, y desechar variables sin ningún valor.

1.1.1 Etapas

El análisis de la localización se realiza en dos etapas:

1. **Macrolocalización**. Son las variables consideradas que afectan o definen una zona, como por ejemplo: clima, cercanías de proveedores, del mercado, etc.
2. **Microlocalización**. Estudio detallado de la zona, evaluación de servicios, costo del terreno, permisos y trámites legales.

1.1.2 Factores de la localización

Los factores de localización son elementos objetivos y subjetivos que afectan o afectarán el desarrollo del proyecto y merecen ser reconocidos y evaluados dependiendo el tipo de empresa a analizar.

En este caso la empresa de producción de artesanías de piel es manufacturera, es una compañía que transforma la materia prima en productos terminados y de consumo final; es decir, son las que producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, alimentos, aparatos eléctricos, etc. Se reconocen los siguientes factores:

1. Condiciones sociales y culturales.
2. Reglamentos locales de instalación y operación.
3. Situación política.
4. Conveniencia del terreno y el clima.
5. Disponibilidad de servicios públicos.
6. Personal.
7. Concesiones especiales.

1.1.3 Metodología para la selección de la ubicación

Este método es ideal ya que para cada proyecto, puede haber una solución o más de una solución factible adecuada; así que se elige aquella con mayores posibilidades de éxito de acuerdo con una evaluación de factores para la decisión de localización; la cual se basa en:

➤ Aditivo de puntaje

Se definen todos los elementos relevantes de la localización, si los factores pueden cuantificarse por costos (se le da un puntaje menor a la alternativa más costosa); o puede ser por puntaje utilizando una escala cualquiera (de uno a diez), que permita calificar cada factor de localización. Se realiza de la siguiente manera¹:

1. Se le asignan un orden de importancia a cada uno de los elementos utilizando una escala, que permita distinguir claramente la posición relativa entre cada uno de los factores es decir; ponderación del factor.
2. Se multiplica cada calificación por el factor de ponderación apropiado, y se suman los resultados de cada factor; así se comparan la suma de todas las ubicaciones y se elige la suma de mayor total.

Una vez determinados los factores necesarios se procede a un aditivo de puntaje. Definición de todos los factores relevantes de la localización depende si existen costos o no.

En este caso no tenemos costos; así sólo se tomaran en cuenta valores de (cero a diez por ciento) lo cual nos indicara de menor a mayor la oportunidad sobre ese factor en caso de no tenerlo se evaluara si es necesario y como corregirlo hasta conseguir un cien por ciento de todos los factores.

1.2 Marco de referencia

Una vez determinada la localización de la empresa es necesario conocer detalladamente las características que definen el lugar como son:

- Geográficas (localización y clima).
- Actividades productivas principales.
- Sociodemográficas.
- Comercio.
- Infraestructura.
- Servicios.
- Mano de obra.
- Competencia.
- Proyecciones de crecimiento.
- Gobierno y administración.
- Impacto ambiental del proyecto.
- Costumbres y tradiciones que puedan influir en el proyecto o que este pueda alterar.

¹ “EVALUACIÓN DE PROYECTOS”. Gabriel Baca Urbina. 5ª Edición Mc Graw Hill. 2006 México.

1.3 Estudio de mercado

Tiene como objetivo estudiar la conducta del consumidor con respecto a la oferta y la demanda; así como su relación con el precio, distribución y promoción. Tomando en cuenta las consideraciones económicas y/o sociales para establecer una estimación futura de dicha oferta y demanda. Esto a su vez nos da como consecuencia la demanda potencial, el mercado meta y el programa de ventas (estrategias de mercadotecnia) para el proyecto a estudiar².

1.4 Consideraciones de carácter legal que deben considerarse

Los aspectos legales más importantes se dan en materia de localización, estudio técnico, financiamiento y organización.

En relación a la localización destacan:

- Títulos del bien raíz, vigencia del dominio, hipotecas e impuesto predial.
- Gastos notariales, transferencia, adquisición e inscripción de la propiedad.
- Terrenos adyacentes. Derechos que puedan tener los vecinos (agua, límites, construcción, etc.).
- Honorarios de los profesionales que efectúen dichos estudios.
- Derechos de propiedad.

1.5 Estudio técnico

La investigación técnica puede desarrollarse en los niveles de idea, pre factibilidad, factibilidad y proyecto definitivo.

El estudio técnico procurara contestar algunas de las preguntas como:

- ¿Cómo producir lo que el mercado demanda?
- ¿Cuál debe ser la combinación de factores productivos?
- ¿Dónde producir?
- ¿Qué materias primas e insumos se requieren?
- ¿Qué equipos e instalaciones físicas se necesitan?
- ¿Cuánto y cuando producir?

² IDEM. Página 2.