

3.1. La localización de la empresa

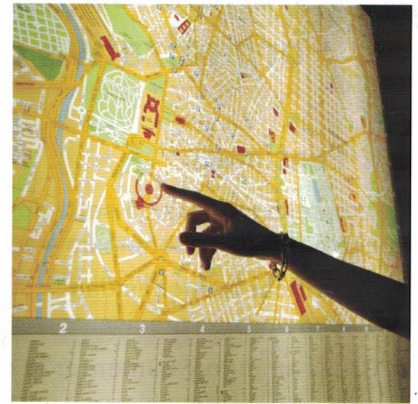
Dada la importancia que tiene el entorno para el adecuado desarrollo de la actividad empresarial, una de las decisiones fundamentales a las que se enfrenta el emprendedor es dónde ubicar su negocio.

Esta es una decisión estratégica a largo plazo, ya que es difícilmente modificable por su elevado coste, y puede suponer el éxito o el fracaso de la empresa.

Las principales variables que debe plantearse el emprendedor al elegir la localización son:

- Buena accesibilidad y cercanía a clientes y proveedores. Comprobar si existen los servicios necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa: mantenimiento, limpieza, gestión de residuos, etc.
- Disponibilidad de mano de obra cualificada.
- Coste de la compra o el alquiler de los locales en la zona.
- Posibles ayudas o subvenciones de las administraciones públicas por instalar una empresa en ese lugar.
- Normativa legal. En ciertos casos, la legislación en materia industrial, medioambiental y urbanística impide la realización de determinadas actividades fuera de zonas concretas y obliga a situarse en polígonos industriales.

Al elegir la localización de la empresa hay que tener en cuenta todos estos factores simultáneamente y realizar un estudio completo del entorno. Existen diferentes métodos para facilitar dicho análisis, entre los que destacamos la matriz DAFO.



3.2. Análisis del entorno: la matriz DAFO

El análisis DAFO constituye un primer paso para el análisis del entorno. Se concreta en la elaboración de una tabla con un listado de los factores internos (debilidades y fortalezas) y factores externos (amenazas y oportunidades) que pueden afectar a la empresa.

A continuación exponemos la definición de cada uno de estos elementos:

Matriz DAFO					
Análisis interno	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">FORTALEZAS</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">DEBILIDADES</td> </tr> <tr> <td> <p>Puntos fuertes internos, gracias a los cuales tenemos más fuerza que la competencia.</p> <p>Ejemplos: productos de calidad, atención exclusiva y de calidad al cliente, tecnología propia, conocimiento del sector, producción a menor coste, etc.</p> </td> <td> <p>Elementos internos de la empresa que suponen una desventaja competitiva y pueden hacer que no se consigan los objetivos.</p> <p>Ejemplos: capacidad de reacción lenta ante pedidos masivos de trabajo, poca rentabilidad en los trabajos que implican desplazamientos geográficos largos, poca experiencia profesional, etc.</p> </td> </tr> </table>	FORTALEZAS	DEBILIDADES	<p>Puntos fuertes internos, gracias a los cuales tenemos más fuerza que la competencia.</p> <p>Ejemplos: productos de calidad, atención exclusiva y de calidad al cliente, tecnología propia, conocimiento del sector, producción a menor coste, etc.</p>	<p>Elementos internos de la empresa que suponen una desventaja competitiva y pueden hacer que no se consigan los objetivos.</p> <p>Ejemplos: capacidad de reacción lenta ante pedidos masivos de trabajo, poca rentabilidad en los trabajos que implican desplazamientos geográficos largos, poca experiencia profesional, etc.</p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES				
<p>Puntos fuertes internos, gracias a los cuales tenemos más fuerza que la competencia.</p> <p>Ejemplos: productos de calidad, atención exclusiva y de calidad al cliente, tecnología propia, conocimiento del sector, producción a menor coste, etc.</p>	<p>Elementos internos de la empresa que suponen una desventaja competitiva y pueden hacer que no se consigan los objetivos.</p> <p>Ejemplos: capacidad de reacción lenta ante pedidos masivos de trabajo, poca rentabilidad en los trabajos que implican desplazamientos geográficos largos, poca experiencia profesional, etc.</p>				
Análisis externo	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">OPORTUNIDADES</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">AMENAZAS</td> </tr> <tr> <td> <p>Elementos positivos para nosotros que provienen del exterior, del entorno.</p> <p>Ejemplos: entrada en nuevos mercados, escasez de competencia en la zona, coyuntura económica favorable, desarrollo de cambios tecnológicos en el mercado, cambios en la normativa legal y política, modificación de los patrones sociales y del estilo de vida, nuevas formas de consumo (compra a través de internet), etc.</p> </td> <td> <p>Dificultades que provienen del exterior y que pueden reducir nuestras posibilidades o que nos pueden expulsar del mercado.</p> <p>Ejemplos: productos de la competencia más baratos, escasez de financiación, un contrato corto de alquiler de un local, continuo aumento del precio de las materias primas o del combustible que utilizamos, aparición de nuevos competidores con costes más bajos, cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.</p> </td> </tr> </table>	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	<p>Elementos positivos para nosotros que provienen del exterior, del entorno.</p> <p>Ejemplos: entrada en nuevos mercados, escasez de competencia en la zona, coyuntura económica favorable, desarrollo de cambios tecnológicos en el mercado, cambios en la normativa legal y política, modificación de los patrones sociales y del estilo de vida, nuevas formas de consumo (compra a través de internet), etc.</p>	<p>Dificultades que provienen del exterior y que pueden reducir nuestras posibilidades o que nos pueden expulsar del mercado.</p> <p>Ejemplos: productos de la competencia más baratos, escasez de financiación, un contrato corto de alquiler de un local, continuo aumento del precio de las materias primas o del combustible que utilizamos, aparición de nuevos competidores con costes más bajos, cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS				
<p>Elementos positivos para nosotros que provienen del exterior, del entorno.</p> <p>Ejemplos: entrada en nuevos mercados, escasez de competencia en la zona, coyuntura económica favorable, desarrollo de cambios tecnológicos en el mercado, cambios en la normativa legal y política, modificación de los patrones sociales y del estilo de vida, nuevas formas de consumo (compra a través de internet), etc.</p>	<p>Dificultades que provienen del exterior y que pueden reducir nuestras posibilidades o que nos pueden expulsar del mercado.</p> <p>Ejemplos: productos de la competencia más baratos, escasez de financiación, un contrato corto de alquiler de un local, continuo aumento del precio de las materias primas o del combustible que utilizamos, aparición de nuevos competidores con costes más bajos, cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.</p>				