

4.3. LOCALIZACIÓN

Para hacer este apartado es necesario leer la teoría.

TRABAJO A REALIZAR EN DRIVE

1. Importancia de la localización

Explica por qué es una decisión clave

2. Tipo de localización

Indica que tipo de localización vas a llevar a cabo: empresa física y/o online

3. Localización

A. Buscar local para oficina

- Enlazar con página www.idealista.com u otro portal de búsqueda de inmuebles que consideréis.
- Características del local y su dirección (localidad, calle, número).
- Pegar imágenes de las instalaciones.
- Incluir mapa google maps con localización
- Calcular costes anuales (indicar el alquiler mensual).
- **Justificar la elección con los factores de localización: comercio (muy importante).**

B. Buscar local para local comercial

- Mismas instrucciones que para (A).
- **Justificar la elección con los factores de localización: comercio (muy importante).**

C. Buscar instalaciones para fábrica

- Mismas instrucciones que para (A).
- **Justificar la elección con los factores de localización: industria (muy importante).**

Teoría

1. Importancia de la localización

La localización o ubicación de la empresa puede ser una decisión clave para el éxito de determinadas empresas. Es una decisión estratégica que afecta a la empresa a largo plazo. Cualquier error puede perjudicar el futuro de la empresa ya que corregirlo implica incurrir en elevados costes.

2. Tipo de localización

Antes de tomar la decisión definitiva sobre la localización de la empresa, hay que evaluar dos aspectos:

¿va ser física u online?

3. Factores de localización

Señala los distintos factores que vais a tener en cuenta en función de si la empresa es física u online.

▪ Comercio

Si nuestra empresa es un comercio buscaremos el fácil acceso para sus clientes.

Los factores de localización más importantes son:

- **Proximidad a la demanda:** estar cerca de los clientes es determinante. Ej: restaurante de lujo se situará en un barrio en el que el poder adquisitivo sea alto.
- **Visibilidad:** grandes fachadas, calles comerciales, calles peatonales, plazas céntricas, centros comerciales, etc.

- **Coste:** los locales mejor situados suelen ser los más caros, pero proporcionan una mayor rentabilidad.
- **Acceso:** fácil acceso para los usuarios a través del transporte público o facilidades de aparcamiento...
- **Centros comerciales:** son atractivos por ofrecer servicios complementarios son muy atractivos y fácil acceso.

▪ **Fábrica**

Si nuestra empresa es un comercio buscaremos el menor coste de producción posible.

Los factores de localización más importantes son:

- **Disponibilidad y coste del terreno:** requieren grandes superficies por lo que tienden a localizarse alejadas de los núcleos urbanos, donde el suelo más barato.
- **Facilidad de acceso a las materias primas:** situarse cerca de sus fuentes de suministro reduce costes, ahorra tiempo y disminuye riesgos de manipulación. Ejemplo: conserveras, centrales lecheras...
- **Mano de obra cualificada:** existencia de trabajadores cualificados para cubrir los puestos de trabajo. También conocer el coste y leyes laborales...
- **Polígonos industriales:** están dotados de las infraestructuras necesarias (luz, agua, Internet). Se debe considerar el nivel industrial de la zona y la existencia de otras empresas auxiliares: asesoría, hostelería...
- **Transporte y comunicaciones:** situarse próximo a buenas redes de comunicación (autovías, puertos, ferrocarril...) que la conecten con el resto del territorio.
- **Desarrollo económico y social de la zona:** en regiones más desarrolladas resulta más fácil que una empresa prospere.
- **Existencia de ayudas económicas o fiscales:** la Administración concede determinadas ventajas económicas y fiscales.

▪ **Empresa online**

Hay que contestar las siguientes cuestiones:

- **Dominio**

¿**Cuál será vuestro dominio?** A la hora de elegir el dominio para tu negocio web este debe llamarse igual que la empresa. Puedes comprarlo en cualquier página web dedicada a ello y suele rondar el precio de 10€, depende de la extensión que quieras, aunque te aconsejamos usar la que toda actividad comercial utiliza: la .com.

- **Hosting**

¿**Qué tipo de hosting o alojamiento web vais a utilizar?** Investiga en Internet. Una vez comprado el dominio debes hacerte con un hosting que es básicamente donde se guarda toda la información que pones en tu página web y donde entran tus usuarios. Piensa que si tu página llega a buen puerto, y seguro que sí, debe estar preparada para tener un número considerable de visitantes y de flujo de ventas sin cargar a un ritmo lento o que directamente se caiga.

- **Sistema gestor de contenidos**

¿**Qué sistema de gestor de contenidos vais a utilizar?** Investiga en Internet. Hay que seleccionar un sistema. Hay varios sistemas como wordpress, wix, weebly, drupal, joomla o prestashop. Infórmate y elige el que más se adecúe a las características que quieres que tenga tu sitio web.

- **Distribuidor del producto**

¿**Qué distribuidor vais a seleccionar?** Investiga en Internet. Elige una buena distribuidora que entregue tus productos. Ésta elección es muy importante porque el cliente querrá que su producto llegue a tiempo y en perfectas condiciones. Si no, lo más seguro es que esa persona se convierta en un cliente que nunca volverá a nuestra empresa.

- **Sistemas de pago**

¿Qué sistema de pago vais a utilizar? Investiga en Internet. Elige el sistema de pago que más se adecue a tu empresa. No obstante, te recomendamos que incluyas todos los disponibles en la actualidad: transferencia bancaria, tarjeta de crédito y Paypal.

- Redes sociales

¿En qué plataformas estará vuestra empresa, cómo queréis que os perciban y qué ofreceréis a diario en vuestro perfil? Los perfiles fuertes en redes sociales pueden hacer que tu negocio triunfe por todo lo alto. Dedícale tiempo a pensar en cómo quieres que los clientes perciban tu marca, qué quieres decirles a diario, qué les puedes ofrecer y hazte una gran pregunta: ¿por qué te seguirías tú? ¿Qué tiene un perfil en una red social que hace que tú y mucha gente le siga?

- Contenido multimedia

¿Cómo será tu contenido multimedia? Además ten siempre material multimedia de calidad, ya sean fotos de los productos, vídeos o incluso un banner que pongas en tu web o una foto para un post. Recuerda: los sitios web de calidad y agradables a la vista atraen a clientes.

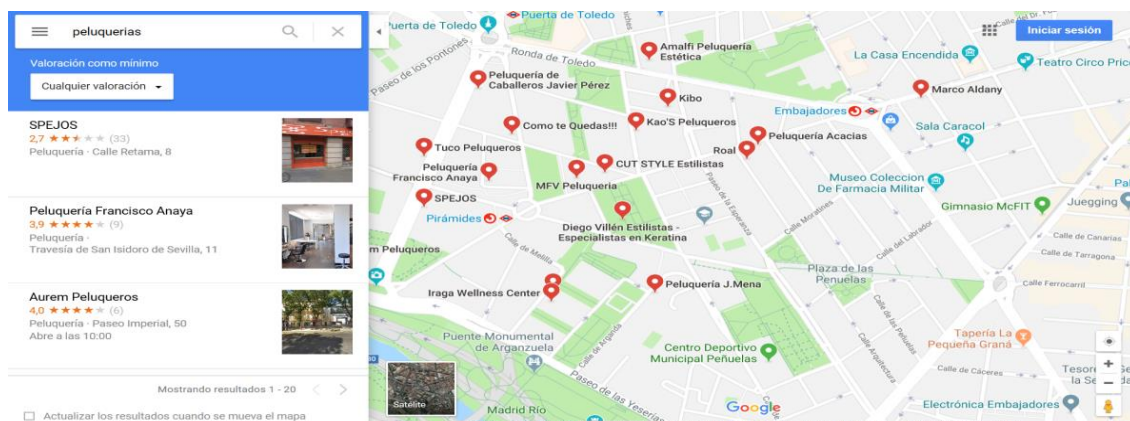
- Campañas de publicidad y marketing

¿Qué objetivo tiene? Una vez que tu página web esté creada, tienes que darla a conocer, que los clientes vean tus productos y convencerlos de que los compren. Diariamente debes repasar tus analíticas y seguir los resultados de tus campañas, estúdielos bien e intenta identificar qué funciona y qué no, prueba cosas distintas a ver cómo reaccionan tus clientes y seguidores, así poco a poco irás conociéndolos.

4. Ubicación del negocio

a. Localidad y calle

Añadid un mapa dónde aparezca tu ubicación. Busca en google maps.



b. Características del local

Comenta el tamaño, la distribución, el alquiler, etc.

Puedes buscar un local en www.idealista.com, así como añadir alguna foto.