

Las Microempresas en Huejutla, Hidalgo; sede de desarrollo económico hoy en día

The Micro-enterprises In Huejutla, Hidalgo; The Economic Development Headquarters nowadays

Ana Y Morales-Flores ^a, Omar Cruz-Gómez ^b

Abstract:

In our country, a branch of great importance is represented by micro-enterprises (SMEs in the future). The establishment and operation of these companies is the result of human desires to be able to satisfy the needs of a material nature. The owner of a company seeks to achieve a profit through the manufacture and sale of a product or perform a service, at the same time the costumers that buy a product or service seeks to satisfy their own need.

On the other hand, it is the determining factor that motivates the entrepreneurs to establish a company. At the same time, to accept the risk that this decision implies, is to obtain some benefit through the operation of their company.

The success of a company depends, to a large extent, on its knowledge of modern administrative techniques and their ability to put them into practice. (VALENCIA., 2010.)

Keywords:

Entrepreneurs, product, techniques, factor

Resumen:

En nuestro país, una rama de gran importancia está representada por las microempresas (PyMES en lo sucesivo). El establecimiento y la operación de estas empresas es el resultado del deseo humano de poder satisfacer las necesidades de carácter material. El propietario de una empresa busca lograr una utilidad mediante la fabricación y venta de un producto o de realizar algún servicio, a su vez el que compra dicho producto o servicio busca satisfacer una necesidad.

Por un lado, es el factor determinante que motiva al empresario a establecer una empresa y por el otro, a aceptar el riesgo que esta decisión implica, es el de obtener cierta utilidad por medio de la operación de su empresa.

El éxito de una empresa depende, en gran medida, del conocimiento que tenga de las técnicas administrativas modernas y de su capacidad para ponerlas en práctica. (VALENCIA., 2010.)

Palabras Clave:

Empresarios, productos, técnicas, factores

Introducción

Hoy en día el comercio privado ha predominado en la Huasteca Hidalguense, considerando en este caso a la Ciudad de Huejutla, Hgo. en la cual las principales actividades comerciales en esta zona, eran la agricultura y la ganadería. Sin embargo, desde hace ya casi 10 años el comercio privado de la región dio un gran giro. Debido a la introducción de tiendas departamentales y supermercados que se posicionaron en la ciudad de acuerdo a estudios de mercado que ellos establecieron descubrieron poder implementar una serie de estrategias para el éxito de las mismas y determinaron que esta zona es detonador de éxitos

en los negocios, tal es el caso que somos un nicho de mercado, es decir no se cuenta con una variedad de productos y servicios y, tales son los casos de Coppel, Chedraui, AKA, entre otras, muchas tiendas privadas se vieron en la necesidad de cerrar, abriendo así el camino a nuevos emprendimientos que hicieron saber que el comercio en Huejutla ya no sería el mismo.

La presente información explica la factibilidad de expansión de un negocio en la Ciudad de Huejutla, Hidalgo. Le ofrece al público la posibilidad de mantener su pequeña o mediana empresa en marcha y/o emprender nuevas sucursales, mismas que hoy en día necesitan asegurar su éxito a través de los siguientes cuatro factores de acuerdo a (Caamaño

^a Autor de Correspondencia, Ana Y Morales-Flores Docente de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Huejutla, Email: ana_morales9717@uaeh.edu.mx

^b Docente de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Escuela Superior de Huejutla, Email: ocruzg@uaeh.edu.mx

Muñoz, 2011): capital que respalde a la empresa, recurso humano calificado, servicio de calidad y publicidad efectiva.

Los cuatro factores anteriores van de la mano con las principales herramientas mercadológicas aplicables en el mercado fortalecerán las expectativas de poder iniciar un negocio y así poder satisfacer las necesidades que demandan los consumidores, por lo tanto, es necesario que conozcan los requisitos de adquisición de las tiendas, así como las estrategias de ventas que se pueden aplicar y el desarrollo del mismo ya que el fracaso de algunos negocios en esta región se da por la falta de información y el empirismo con el que están acostumbrados a trabajar aún.

Desarrollo

En la propuesta de este trabajo se explican de manera concisa y clara las principales herramientas que deben tener en cuenta los emprendedores antes de abrir una nueva sucursal, pero sobre todo si esta se trata de darle competencia a una serie de empresas como Coppel, Chedraui, AKA, Bodega Aurrera, Coppel Canadá, que si bien han tenido un gran éxito en esta región, es posiblemente por la facilidad de compra, comodidad y la experiencia que ofrece el adquirir un producto sin preocuparse por pagarlo en ese momento (créditos). Dichas herramientas se explican a continuación.

Estudio de Mercado: La presente se muestra como una herramienta primordial en toda empresa de cualquier giro empresarial que hoy en día muestra las herramientas de posicionamiento en el mercado consta de la determinación y cuantificación de la demanda es decir de un número de determinado de consumidores cuantificar el segmento diferenciado, indiferenciado y concentrado de los clientes reales y potenciales para así coadyuvar los resultados reales y estándares del estudio de investigación ahora bien de los estudios sobre la oferta conocer el número de productores en esta zona de determinados actividades o productos que se cultivan y pudieran ser los intermediarios para el abastecimiento o alianzas con las empresas, el análisis de los precios es de vital importancia ya que existen los métodos con los costos fijos y variables para la asignación del precio, ya sea a costo unitario o precio de venta, contemplando una serie de cálculos determinando las materias primas directas así como indirectas, la mano de obra directa e indirecta, una fijación de precios se puede aplicar ya sea a precio descremado, por costumbre, la cultura, por sobrevivencia o un simple estudio de las diferentes técnicas de comercialización. El objetivo general de es verificar la posibilidad real de penetración del producto y/o servicio en un mercado determinado.

Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero es perceptible, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de

campo, principalmente en fuentes primarias. (URBINA., 2010.)

Estudio Técnico: Para la presente es todo lo concerniente al funcionamiento operativo de una micro mediana o grande empresas posicionada en un mercado estratégico, aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización.

Se presentan algunas interrogantes en el estudio técnico como son cómo, cuándo, dónde y el qué se va elaborar o a prestar un servicio.

Ubicación: Es muy importante ya que de ella depende la rentabilidad de la empresa, para elegir la ubicación de la futura se deben tomar en cuenta una serie de factores como son: Ubicación geográfica, comunicaciones, facilidad de transporte entre otros.

Clima: Niveles de contaminación, facilidades de servicios públicos, posición de los clientes es decir cerca del mercado que va atender.

Los insumos, debe ubicarse lo más cerca posible del aprovisionamiento de los productos, fácil acceso a los materiales y facilidad de servicios requeridos por la empresa.

Tamaño de la empresa: Es el nivel de producción o de servicios que una empresa puede ofrecer en base a las especificaciones técnicas de los equipos que utiliza. Así como el volumen o nivel de producción o de servicios que en condiciones normales una empresa puede ofrecer, la producción de servicios que una empresa realmente alcanza teniendo en cuenta los eventos, contingencias y situaciones que con frecuencia se pueden presentar y que afectan el resultado, por ejemplo: accidentes, errores técnicos o humanos, daños, varada de una máquina.

Capital Humano. El personal necesario para la puesta en marcha de la pyme, la podemos clasificar en:

Mano de Obra Directa: Son las personas que intervienen directamente en el proceso operativo de la empresa, es decir los que transforman la materia prima en productos.

Mano de Obra Indirecta: Son aquellas personas que no tienen relación directa con la producción del producto.

Materia Prima: Corresponde a los insumos que se utilizarán en el proceso productivo que se utilizarán para la elaboración de determinado producto.

Es necesario tener la ficha técnica de cada insumo o materia prima, la cual debe contener los siguientes puntos: Color, Olor, Tamaño, Peso, Dimensiones, Marca registrada, fechas de elaboración o de vencimiento, domicilio, permisos legales o jurídicos, códigos de registro, producto nacional o extranjero, así como los teléfonos de la empresa y registros de emergencia por alguna contingencia que llevara a suceder si el producto sufre daño alguno.

Conclusión

La determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal. Recordemos que los factores cualitativos, tales como apoyos fiscales, el clima y la actitud de la comunidad. (URBINA., 2010.)

Estudio Económico: Su objetivo es ordenar la información de carácter monetario, y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. (URBINA., 2010.)

El análisis económico es la disciplina que nos muestra un diagnóstico de la capacidad que tiene la empresa para generar beneficios y atender adecuadamente los compromisos de pagos, evalúa su viabilidad futura y facilita tomar decisiones encaminadas a mejorar la gestión de los recursos de la empresa.

Como objetivos a corto plazo es evaluar la evolución las causas de los cambios de dicha situación, así como estimar y predecir la evolución futura de la situación económica y financiera para poder emitir resultados razonados que permita la posible toma de decisiones posterior. Por todo ello, es una parte imprescindible del análisis interno de la empresa.

La ventaja que el análisis económico aporta a los propietarios, gerentes y directivos de la Pyme reside en conocer si la empresa es económica y financieramente viable en el futuro, reduciendo al mínimo sus incertidumbres sobre la utilización eficiente de los recursos.

La parte económica contribuyen positiva y negativamente en los resultados de la empresa y en la rentabilidad de los recursos, así como la capacidad que tiene para mejorar su gestión económica y crear riqueza. El análisis de liquidez informaría sobre la capacidad de la empresa para hacer frente a los compromisos de pago que vencen a corto plazo.

El análisis económico es evaluar la situación económico actual de la empresa y proyectar su futuro, enjuiciar la gestión empresarial para predecir su evolución futura y poder tomar decisiones con la menor incertidumbre, con el plan financiero tratamos de averiguar la liquidez futura de la empresa, podemos confeccionar de la forma más oportuna para poner en evidencia los resultados.

Análisis y administración del riesgo: Se llama analítico-administrativo porque no sólo cuantifica de cierta forma el riesgo, sino que, mediante su administración, previene la quiebra de la inversión hecha al anticipar la situación para evitarla. (URBINA., 2010.)

El crear un negocio conlleva una serie de pasos como la idea del negocio, formación jurídica de la entidad y sus adaptación al régimen fiscal que le corresponda de acuerdo al CFF(Código Fiscal de la Federación), formulación de estrategias de ventas así como estructurar sus planes de acción para él, los estudios pertinentes para su desarrollo y contar con el factor humano para su realización, hoy en día un negocio crece gracias a las expectativas del equipo de trabajo, una empresa es un ende que implica varios personajes y varias ideas para seguir permaneciendo en el mercado. La tendencia del futuro es venderle la idea al emprendedor que vender el día de hoy no asegura que permanezca en el mercado. Seguramente las estrategias que implementaran en un futuro para determinar el éxito de la empresa se formularan de acuerdo a las necesidades que le incumban al empresario en su quehacer empresarial.

Referencias

- Caamaño Muñoz, J. (17 de julio de 2011). *Xing*. Obtenido de Administración de empresas, LOS CUATRO FACTORES DE EXITO DE UNA EMPRESA: <https://www.xing.com/communities/posts/los-cuatro-factores-de-exito-de-una-empresa-dot-dot-dot-1003329646>
- Quora. (29 de Mayo de 2017). *Forbes*. Recuperado el 14 de Julio de 2018, de México: <https://www.forbes.com.mx/cuales-los-herramientas-marketing-una-pyme/>
- R. Jones, G., & M. George, J. (2014). *Administración contemporánea. Octava Edición*. Nuevo León : Mc. Graw Hill.
- URBINA., G. B. (2010.). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MÉXICO,D.F.: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES,S.A. DE C.V.
- VALENCIA., J. R. (2010.). *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS*. MÉXICO,D.F.: CENGAGE Learning.