

L'EMPRESA I EL SEU ENTORN

A partir de l'estudi del cas Mercadona



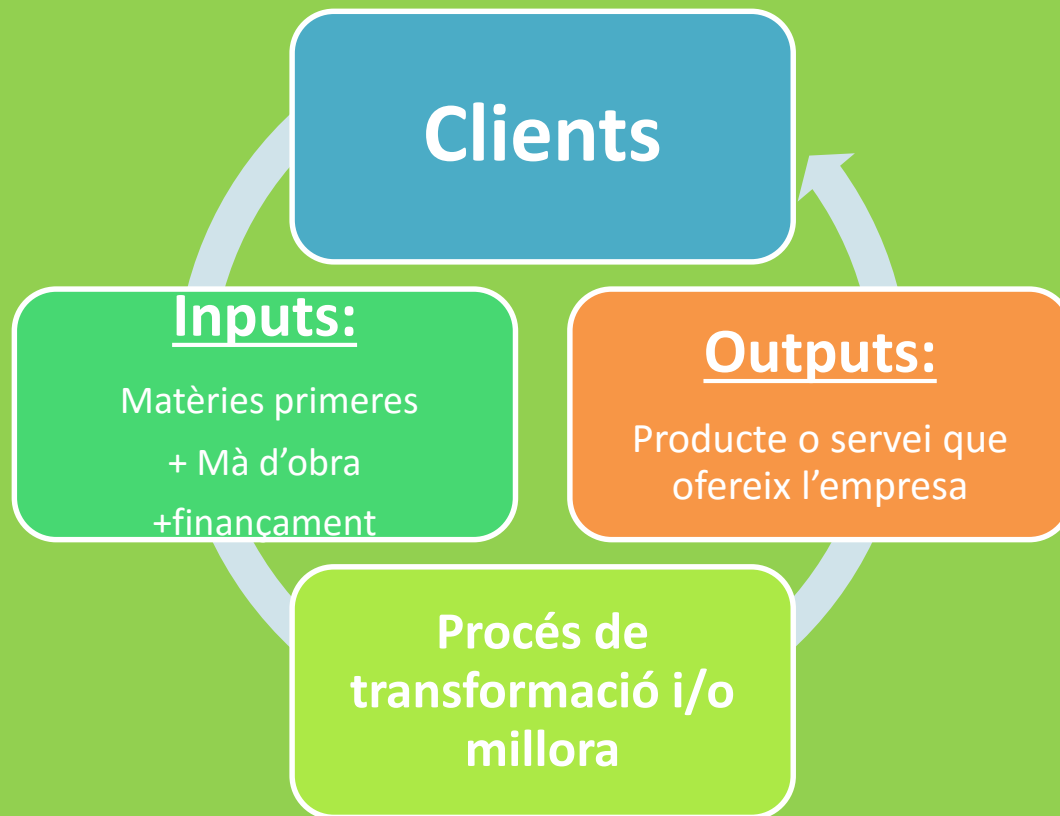
MERCADONA
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

Què és una empresa?



Què és una empresa?

Definició: Una empresa es una **unitat econòmica** de producció que, a partir de la **combinació** organitzada de **diferents factors** materials i humans (inputs), **produeix un bé o servei** amb la **finalitat de crear valor** tant pels clients (que necessiten el producte) com per a l'empresa (que obté un benefici econòmic).



Funció econòmicosocial de les empreses

Creació de valor i redistribució de riquesa

CLIENTS

TREBALLADORS

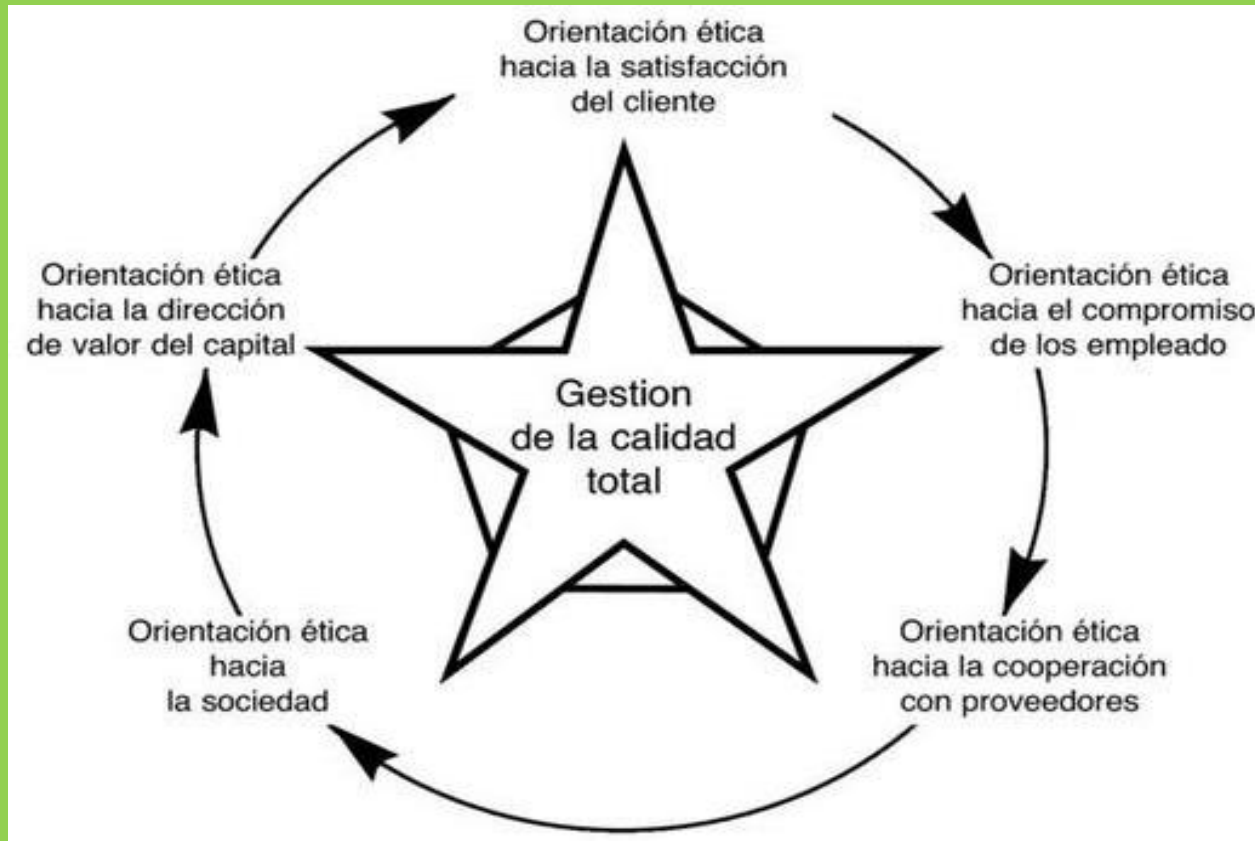
INTERMEDIARIS

FONTS DE
FINANÇAMENT

ESTAT

CREIXEMENT ECONÒMIC

Grups d'interès o stakeholders



Entorn de l'empresa

Definició d'entorn:

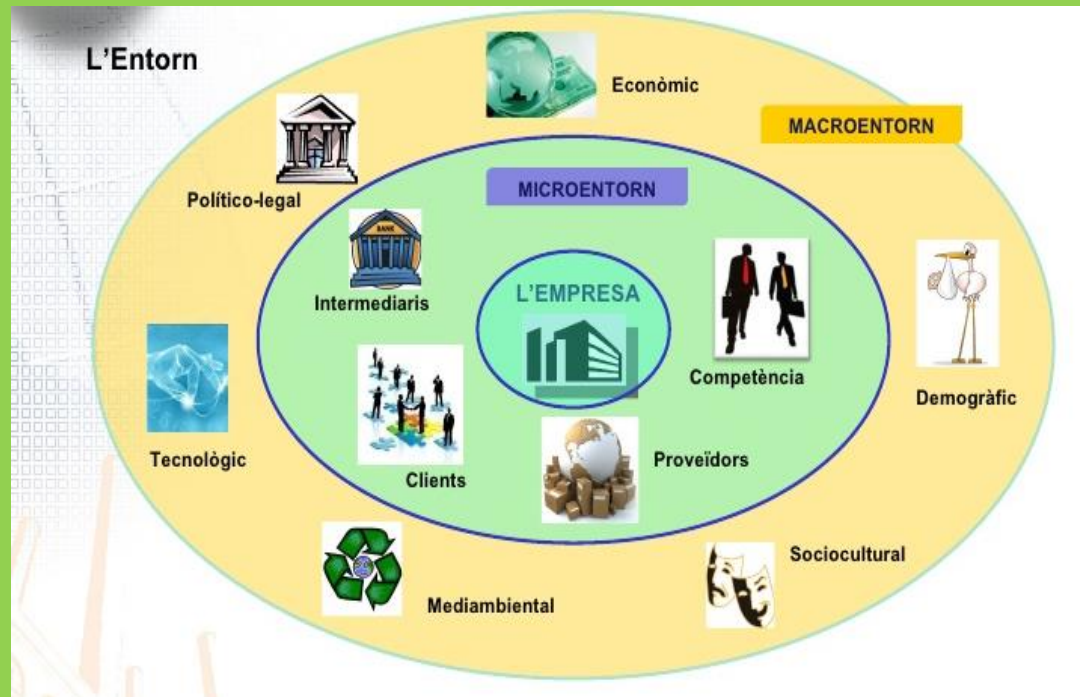
Conjunt factors externs que condicionen l'activitat de l'empresa. Sobre els quals pot influir, però no controlar.

IMPORTÀNCIA D'ANALITZAR L'ENTORN



- ❖ ANTICIPAR-NOS
- ❖ ASSEGURAR LA SUPERVIVÈNCIA DE L'EMPRESA

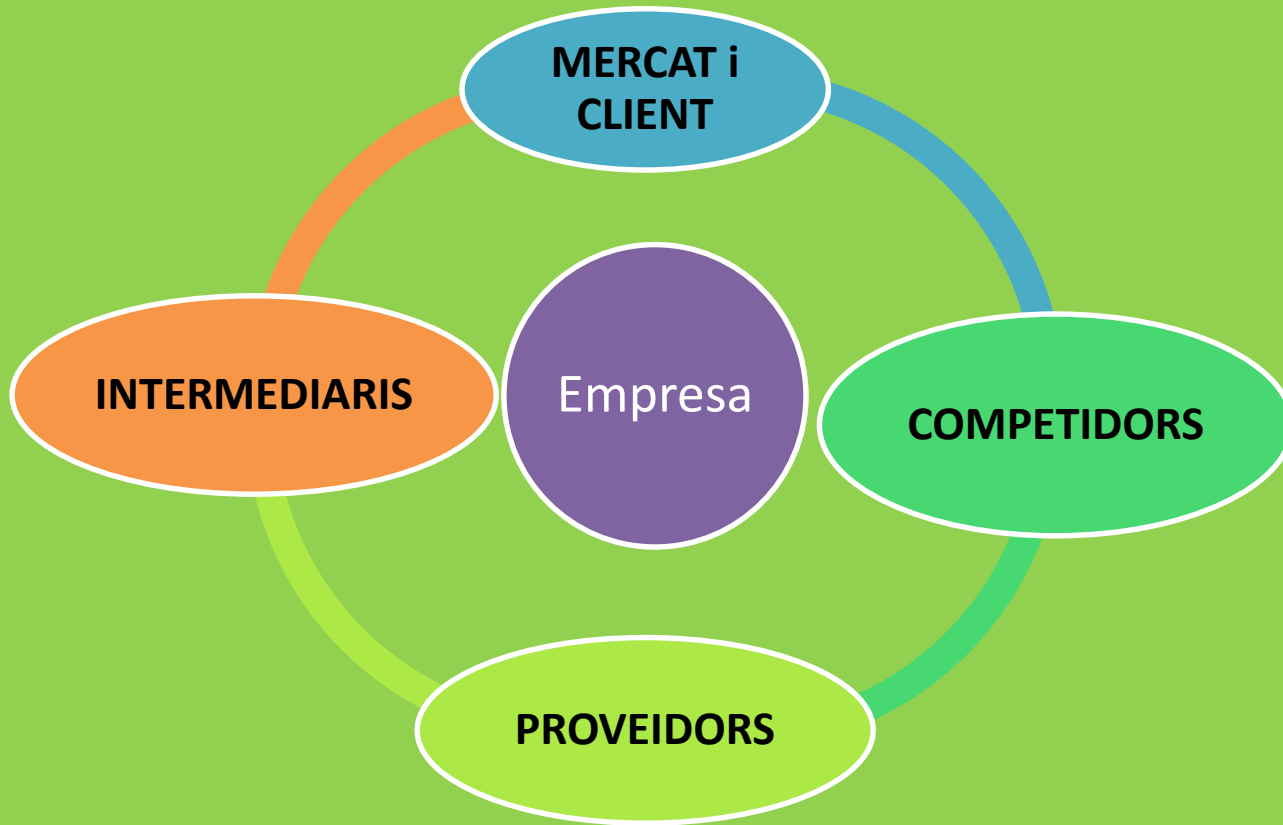
Factors



Macroentorn: és un conjunt d'aspectes socioeconòmics que de manera **indirecta** condicionen l'àmbit d'actuació empresarial. Les forces del macroentorn **existeixen amb independència de l'empresa.**

Microentorn: es un conjunt de factors amb els quals l'empresa **té una relació directa** i afecten directament en el funcionament de l'empresa.

Microentorn



Exercici 2:

Definir el mercat, els competidors i els proveïdors que interaccionen amb Mercadona .

Microentorn Mercadona

MERCAT:

Mercat → Saturat + Madur

Clients → Famílies + Rendes mitjanes + Ritme de vida accelerat (poc temps per comprar) + hàbits saludables + valora la qualitat i el preu.

COMPETIDORS:



Concurrència: **tendes de barri + Centres comercials**

PROVEÏDORS:

Mercadona **alt poder de negociació** → Preus baixos, adaptació

Relacions estables → A llarg termini

Què és un DAFO?

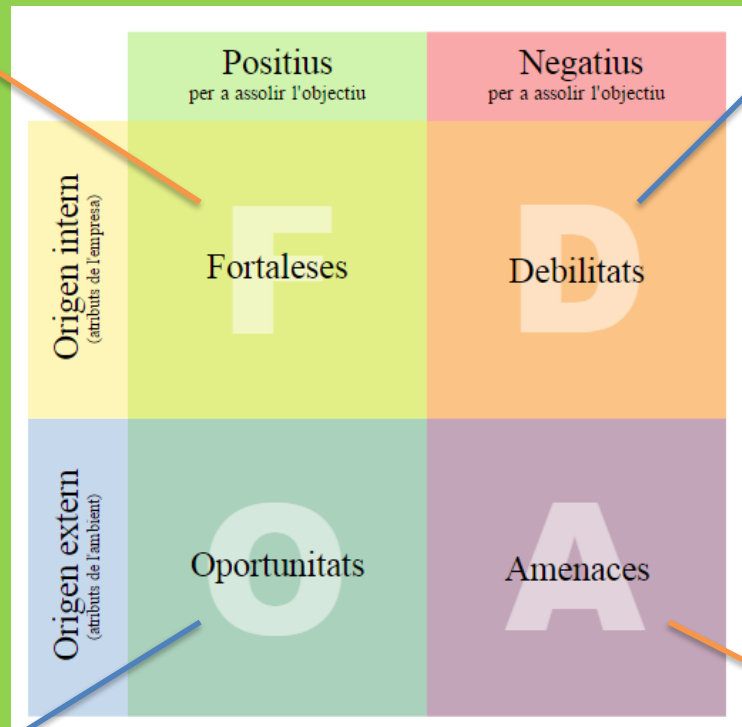
- ❖ Tècnica d'anàlisi empresarial
- ❖ L' objectiu és estudiar i establir un diagnòstic de la **situació competitiva** de l'empresa en un moment concret → **Avançar-nos**
- ❖ Ens permet **prendre decisions estratègiques**



Com s'elabora un DAFO?

Què té la nostra empresa per ser més fort que la competència?

Què no té?
Quins elements ens poden fer fracassar?



Quins factors externs ens afavoreixen?

Quins factors externs redueixen les nostres possibilitats?

Exercici 3:

Elaborar el DAFO de Mercadona

Anàlisi DAFO de Mercadona

Anàlisi intern	FORTALESES	DEBILITATS
	<ul style="list-style-type: none">✓ Proximitat✓ Marca blanca✓ Barats✓ Repartiment a domicili✓ Productes envasats✓ Poder de negociació (proveïdors)✓ Rapidesa de compra✓ No necessita publicitat	<ul style="list-style-type: none">✓ No hi ha un servei específic de grans clients✓ Poca varietat de marques
Anàlisi extern	OPORTUNITATS	AMENACES
	<ul style="list-style-type: none">✓ Mercat internacional✓ Situació econòmica actual	<ul style="list-style-type: none">✓ Menor inversió en la cistella de compra✓ Varietat✓ Horari de servei menor que els grans centres comercials✓ PYMES