



1. [L'empresa: finalitats, recursos i tipus](#)
 2. [L'entorn empresarial](#)
 3. [El mercat](#)
 4. [Cultura i imatge corporativa](#)
 5. [Anàlisi DAFO](#)
 6. [Construcció del model de negoci](#)
- [Organitzo les meves idees](#)

L'empresa i el seu entorn

1. L'empresa: finalitats, recursos i tipus

Definició d'empresa

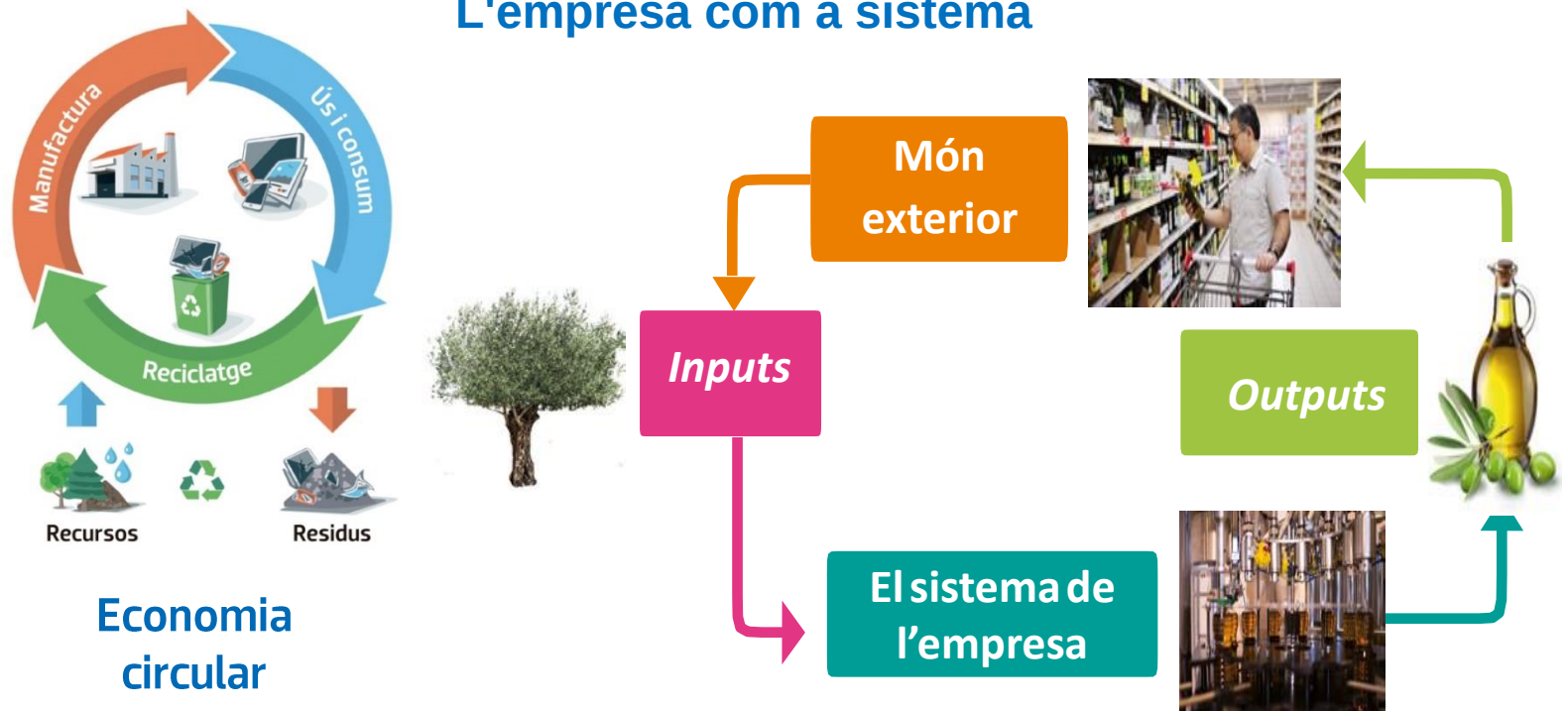
Unitat econòmica
de producció

Combina factors
productius

Obté béns o
serveis

Finalitat o
objectiu

L'empresa com a sistema

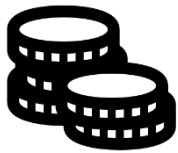


L'empresa i el seu entorn

1. L'empresa: finalitats, recursos i tipus

1.1. Finalitats de l'empresa

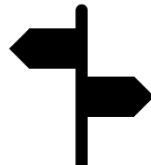
Finalitats de l'empresa



Finalitat econòmica externa



Finalitat econòmica interna



Finalitat social externa

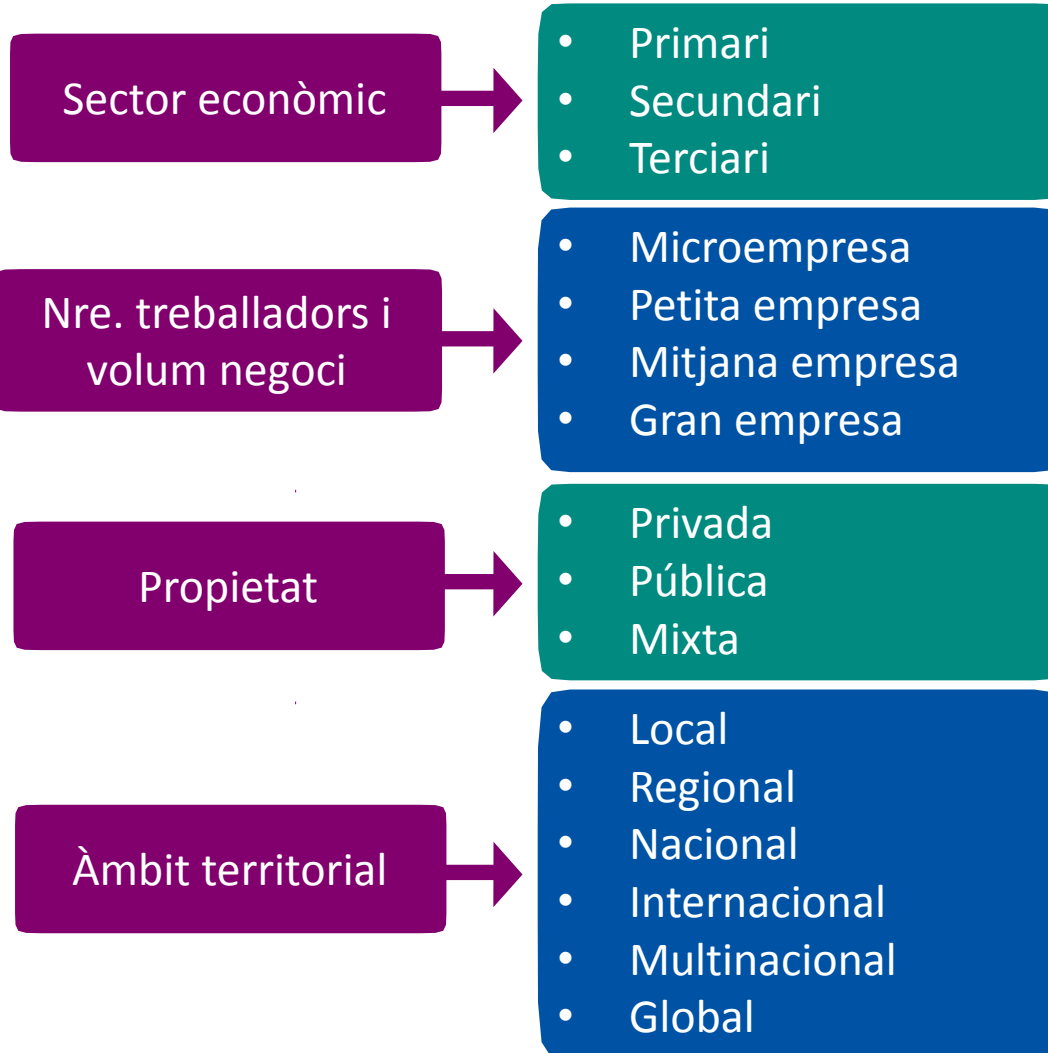


Finalitat social interna

L'empresa i el seu entorn

1. L'empresa: finalitats, recursos i tipus

1.2. Tipus d'empresa



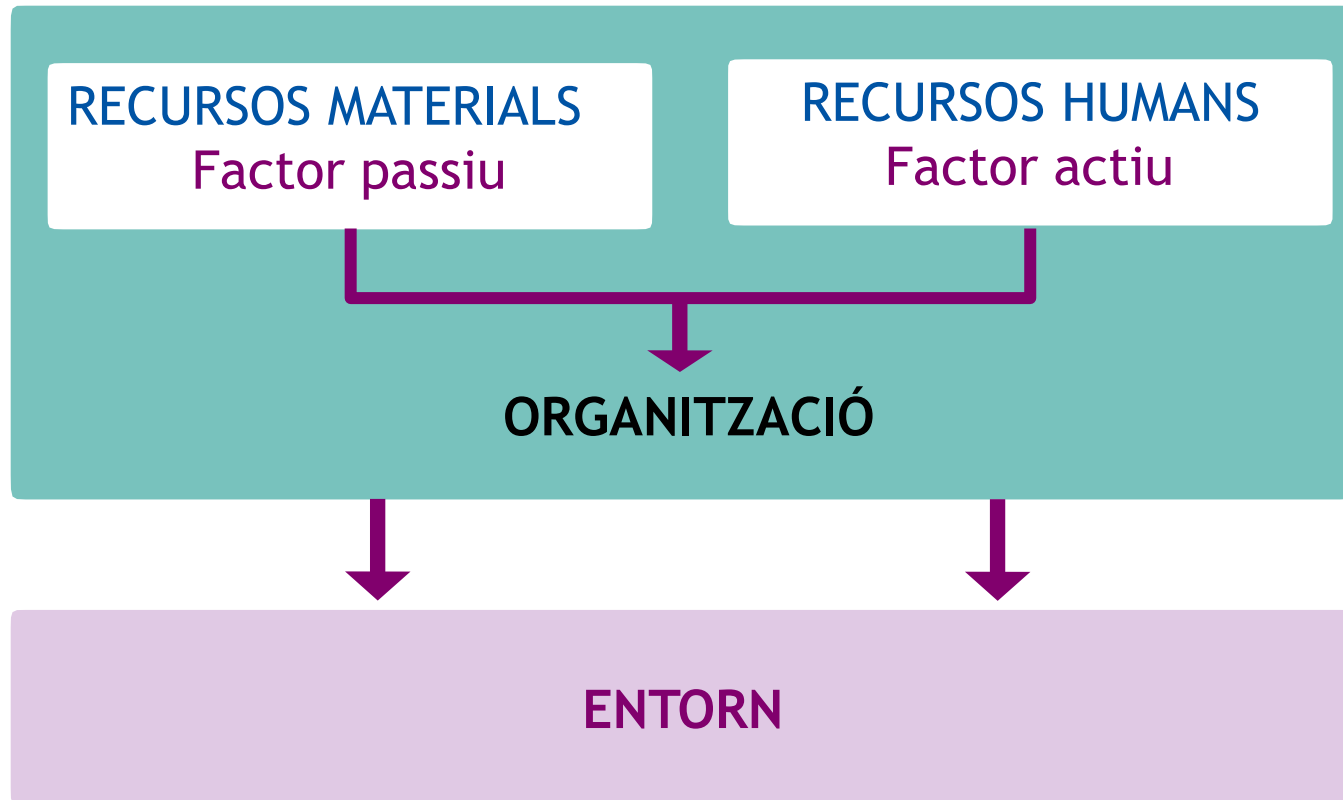
L'empresa i el seu entorn

1. L'empresa: finalitats, recursos i tipus

1.3. Recursos empresarials bàsics



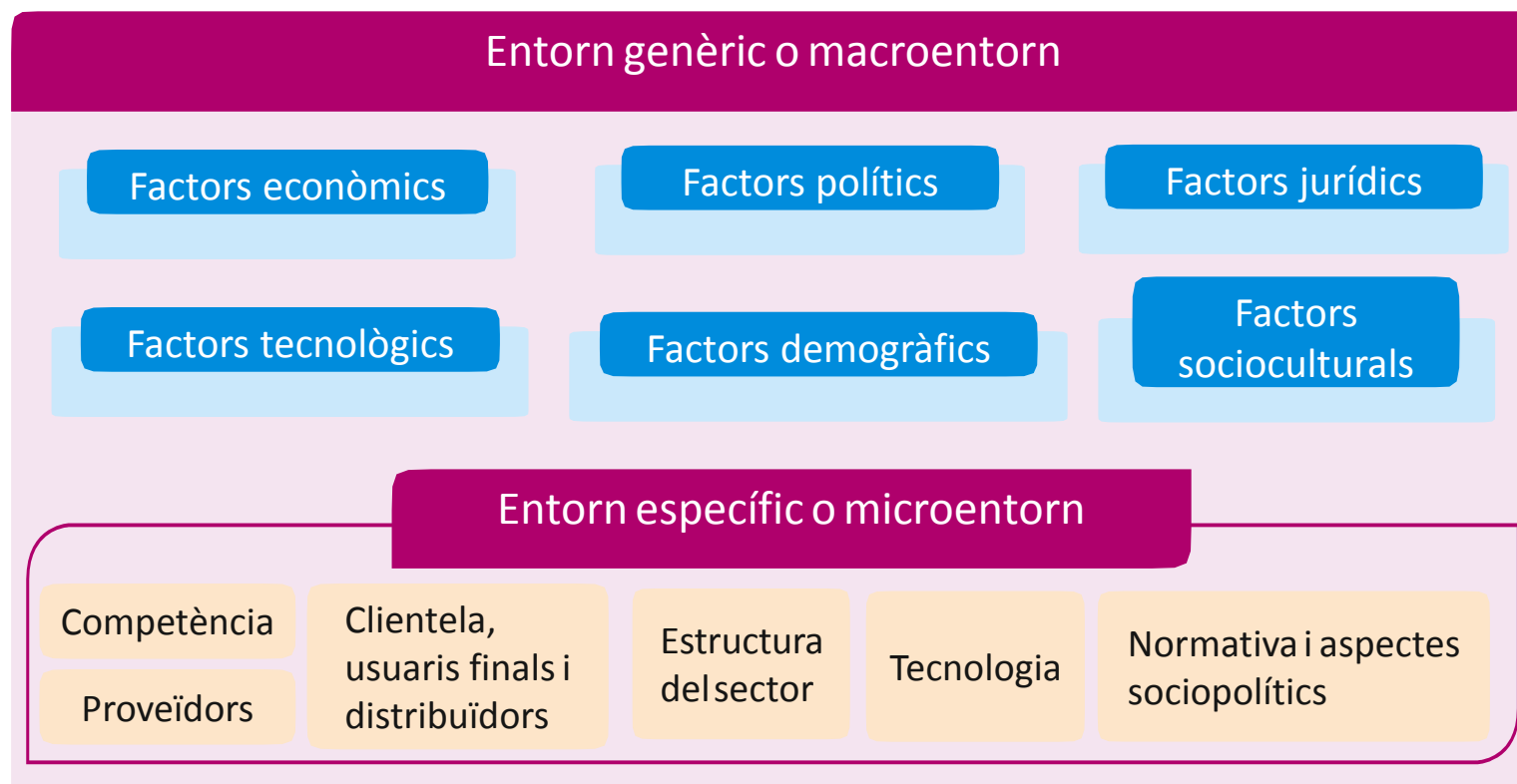
Recursos empresarials bàsics





L'entorn empresarial

És el medi extern amb el qual s'interacciona i condiciona l'activitat empresarial





Què és el mercat?

Lloc o medi en què es produeix un intercanvi econòmic entre venedors (oferta) i compradors (demanda).

Conceptes bàsics del mercat

Mercat total

Segmentació

Target, mercat meta o
mercat objectiu

Clientela potencial



Web del Ministeri d'Economia: <http://www.mineco.gob.es/>



Web Institut Nacional d'Estadística: <https://www.ine.es/>



Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques: <https://cutt.ly/py2hrP>



Estudi de mercat

És la investigació de totes les variables i agents que aportin informació útil per prendre decisions sobre l'estratègia que cal seguir perquè una idea, un producte o un servei siguin viables.

Instruments i eines

- Enquesta
- Observació directa
- Continguts en el web i xarxes socials
- Entrevista o reunions con experts o clientes
- Panells de consum o de compra
- Fires o esdeveniments, revistes especialitzades o documentació tècnica o econòmica

Quota de mercat

$$\text{Quota de mercat per ingressos} = \frac{\text{Import de les vendes de l'empresa}}{\text{Import de les vendes totals del mercat}} \times 100$$

$$\text{Quota de mercat per unitats} = \frac{\text{Unitats venudes de l'empresa}}{\text{Total d'unitats venudes del mercat}} \times 100$$



Web Portal PIME del Ministeri d'Indústria:
<http://www.ipyme.org/es-ES/Paginas/Home.aspx>



Cambra de Comerç d'Espanya:
<https://www.camara.es/la-camara-de-espana>



Estratègia de l'oceà blau

(W. Chan Kim i René Mauborgne, 2005)

És la necessitat de les empreses per deixar de competir entre si (oceà vermell) i passar a innovar per crear nous mercats (oceà blau).

OCEÀ VERMELL

CARACTERÍSTIQUES

Mercat d'alta competència.
Es competeix en preu o qualitat.

ESTRATÈGIES

- Competir en el mercat existent.
- Derrotar la competència.
- Explotar la demanda existent.
- Triar entre valor i cost.
- L'elecció estratègica s'alinea entre la diferenciació o el baix cost.

OCEÀ BLAU

CARACTERÍSTIQUES

Nou mercat sense explorar i sense competència.

ESTRATÈGIES

- Crear un espai no explorat.
- La competència és irrellevant.
- Crear i captar nova demanda.
- Trencar el dilema entre valor i cost.
- Alinear el sistema empresarial buscant la diferenciació i el baix cost.



Cultura corporativa

És el conjunt de creences, expectatives, valors i estratègies comuns, compartits i coneguts pels integrants de l'organització, que influeix en la seva manera de comportar-se.

Elements de la cultura corporativa

Missió

Visió

Valors

Estratègies



Imatge corporativa

És la representació mental que els agents externs de l'empresa (accionistes, clients, proveïdors, etc.) se'n formen en funció de les informacions que reben.

Les principals eines per millorar-la són els plans de publicitat i relacions públiques, la cura de la comunicació externa i la relació dels integrants de l'empresa amb els agents externs.





La responsabilitat social corporativa (RSC)

«Integració voluntària per part de les empreses de les preocupacions socials i mediambientals en les seves operacions comercials i en les relacions amb el seu entorn».

Avantatges de l'RSC

- Millor imatge d'empresa.
- Més compromís de la plantilla.
- Més lleialtat de la clientela.
- Relacions estables amb proveïdors.
- Més credibilitat de l'empresa.

Dimensions de l'RSC

- Dimensió econòmicofinancera i de gestió.
- Dimensió mediambiental.
- Dimensió social.

El balanç social és un instrument de gestió per planificar, organitzar, dirigir, registrar, controlar i avaluar quantitativament i qualitativament la gestió de l'RSC de l'empresa, en un període concret respecte d'unes metes establertes amb anterioritat.



Amb les dades s'elaboren estratègies que mantinguin les fortaleeses, corregeixin les debilitats, afrontin les amenaces i explotin les oportunitats que recull la matriu CAME. Posteriorment, es completen amb la DAFO encreuada.



Eina per elaborar una DAFO: <https://dafo.ipyme.org/>



Pla d'empresa

Document per planificar, avaluar i controlar els aspectes del negoci.

**Model
d'estructura**
(resum executiu
inicial)

- Presentació de la idea emprendora i del projecte.
- Presentació dels promotors.
- Cultura empresarial: missió, visió i valors.
- Estudi de mercat.
- Pla de màrqueting.
- Pla operatiu.
- Pla de recursos humans i organització.
- Pla d'inversions i pla de finançament.
- Forma jurídica de l'empresa i protecció legal de la idea.
- Tràmits de constitució.



Guia projecte d'empresa: [Guia projecte d'empresa](#)

Pas 1. Dibuixar o imprimir el llenç Canvas

Pas 2. Emplenar els nou mòduls del Canvas

LLENÇ MODEL DE NEGOCI CANVAS (BMC)

EMPRESA

Amb què?

8

Socis clau



7

Activitats clau

6

Recursos clau



Què?

2

Propostes de valor

MERCAT

Per a què?

4

Relacions amb clients

Canals

3



1



Segments de clients

9



Estructura de costos

5

Flux d'ingressos



Quant?

Pas 3. Prendre decisions

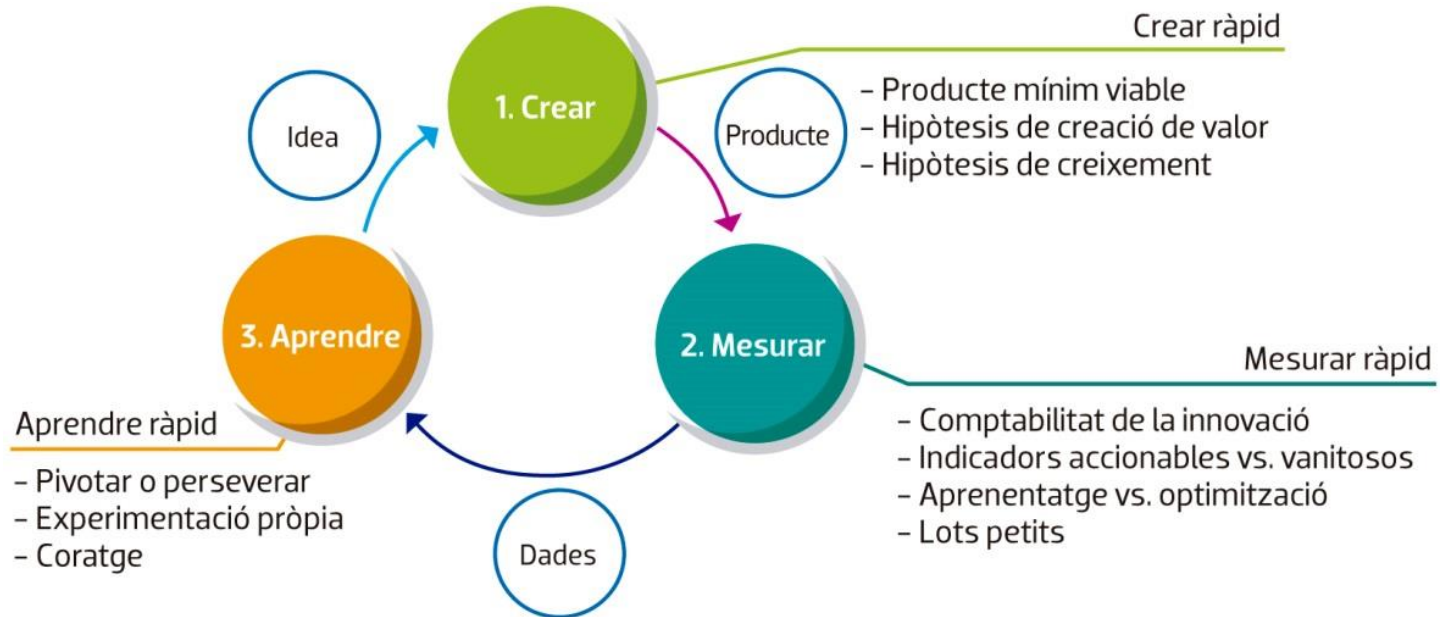


Web per crear models d'empresa:

<https://innokabi.com/>

Mètode Lean Startup

Mètode que s'utilitza en les primeres fases del desenvolupament del model de negoci d'una **start-up**.





Lean Canvas

PRODUCTE

2

Problema



4

Solució

8

Mètriques clau

Proposició de
valor única

3



MERCAT

9

Avantatge
especialSegments de
clients

1



Canals

5



7

Estructura de costos



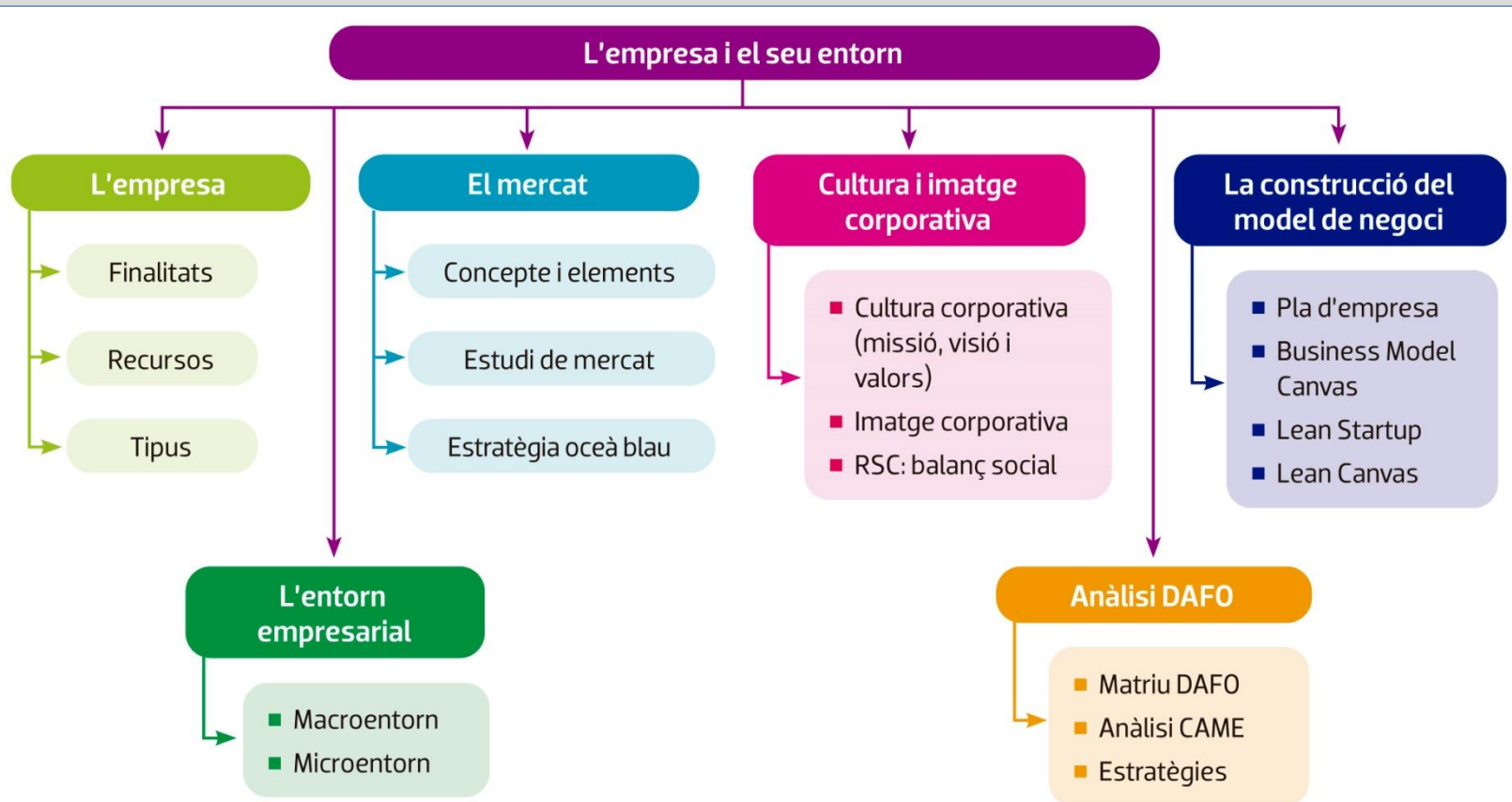
Fluxos d'ingressos

6



L'empresa i el seu entorn

Organitzo les meves idees



Vídeos per a la PIME: <http://bit.ly/videospyme>