## **Taula 1: Atractiu de l'amenaça de nous entrants en el sector**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Existència d'economies d'escala | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Diferenciació del producte | 8/10 (Atracció Alta) |
| Identificació de la marca | 9/10 (Atracció Alta) |
| Cost de canvi | 5/10 (Neutral) |
| Accés a canals de distribució | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Requeriments de capital associats al risc d'entrada | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Accés a tecnologia punta | 5/10 (Neutral) |
| Accés a matèries primeres | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Protecció governamental | 3/10 (Repulsió Alta) |
| Efecte de l'experiència i aprenentatge | 9/10 (Atracció Alta) |
| Especialització d'actius | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Cost de sortida únic | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Interrelació estratègica amb altres negocis | 5/10 (Neutral) |
| Barreres emocionals | 5/10 (Neutral) |
| Regulacions governamentals i socials | 6/10 (Atracció Mitjana) |

**Explicació dels valors:**

* **L'existència d'economies d'escala** facilita que les grans empreses redueixin costos, fent difícil l'entrada de nous competidors sense una inversió elevada.
* **La diferenciació del producte i la identificació de la marca** són dos dels punts forts de BUFF®, generant una barrera competitiva significativa.
* **El cost de canvi per als clients** és moderat, ja que poden triar alternatives, però la reputació de BUFF® i la qualitat percebuda redueixen la seva predisposició al canvi.
* **L’accés als canals de distribució** és un factor crític, ja que BUFF® té una xarxa consolidada que fa més difícil per als nous competidors establir-se en mercats clau.
* **Els requeriments de capital** per entrar en aquest sector són alts, fent que només empreses amb gran capacitat financera puguin competir amb BUFF®.
* **L’accés a tecnologia punta** és un obstacle per als nous entrants, ja que BUFF® ha desenvolupat processos innovadors que requereixen inversió i coneixement tècnic.
* **L’accés a matèries primeres** és limitat, especialment perquè BUFF® aposta per materials sostenibles que poden tenir una oferta restringida.
* **La protecció governamental** és baixa, ja que no hi ha regulacions que impedeixin l’entrada de nous actors, fet que afavoreix la competència.
* **L’efecte de l’experiència i aprenentatge** representa un gran avantatge per a BUFF®, ja que la seva trajectòria en el mercat li dona coneixement difícil de replicar.
* **L’especialització d’actius** fa que la infraestructura i el know-how de BUFF® siguin difícils de replicar immediatament per nous competidors.
* **El cost de sortida únic** és moderat, ja que abandonar el mercat comportaria pèrdues econòmiques, però no és una barrera insalvable.
* **L’interrelació estratègica amb altres negocis** pot facilitar o dificultar la col·laboració amb nous entrants en el sector.
* **Les barreres emocionals** poden influir en la presa de decisions, especialment en empreses amb una forta identitat de marca com BUFF®.
* **Les regulacions governamentals i socials** poden afectar la producció i distribució, especialment amb normatives mediambientals i laborals.

**Valor General: Atracció Mitjana - Alta (6.27/10)**

BUFF® té una posició consolidada gràcies a la seva reputació, experiència i diferenciació del producte. No obstant això, nous competidors amb un fort suport financer podrien entrar al mercat si són capaços d’igualar la qualitat i la distribució de BUFF®.

## **Taula 2: Atractiu del poder dels nous compradors**

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Nombre de compradors importants | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Disponibilitat de substituts per als productes de la indústria | 5/10 (Neutral) |
| Cost de canvi per al comprador | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Amenaça dels compradors d'integració cap enrere | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Amenaça de la indústria d'integració cap endavant | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Contribució a la qualitat o servei dels productes dels compradors | 8/10 (Atracció Alta) |

**Explicació dels valors:**

* **Els compradors** tenen diverses opcions en el mercat, cosa que els dona poder negociador.
* **La disponibilitat de substituts** és moderada, ja que existeixen opcions alternatives, però la qualitat i innovació de BUFF® fan que els consumidors valorin més els seus productes.
* **El cost de canvi per al comprador** és mitjà, perquè els clients poden canviar de marca fàcilment, però la reputació i especialització de BUFF® fan que molts es mantinguin fidels.
* **L’amenaça dels compradors d'integració cap enrere** és baixa, ja que no tenen la capacitat ni els recursos per fabricar productes similars.
* **L’amenaça d'integració cap endavant per part de la indústria** pot ser significativa, ja que alguns distribuïdors podrien llançar línies pròpies de productes similars.
* **La contribució a la qualitat dels productes** és alta, ja que la percepció de BUFF® com a marca de prestigi depèn directament de la seva qualitat i innovació contínua.

**Valor General: Atracció Mitjana (5.7/10)**

BUFF® es troba en un mercat on els compradors tenen una capacitat moderada de pressió sobre l’empresa. La seva diferenciació i enfocament en qualitat ajuden a mitigar l’impacte d’aquests factors. Per mantenir la seva posició, BUFF® ha de seguir apostant per la innovació i reforçar la seva relació amb els clients.

## **Taula 3: Atractiu del poder dels substituts**

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Disponibilitat de substituts propers | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Propensió dels clients a acceptar productes substitutius | 5/10 (Neutral) |
| Agresivitat dels fabricants de substituts | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Costos de canvi del consumidor | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Rentabilitat del productor de substituts | 5/10 (Neutral) |
| Rati Preu/Valor del substitut | 6/10 (Atracció Mitjana) |

**Explicació dels valors:**

* **La disponibilitat de substituts** és mitjana, ja que existeixen alternatives al mercat, però la qualitat i el prestigi de BUFF® ajuden a mantenir l’avantatge competitiu.
* **La propensió dels clients a canviar a substituts** depèn del preu i de la percepció de valor. Tot i que BUFF® té una clientela fidel, preus més baixos en marques alternatives poden fer que alguns clients es decantin per altres opcions.
* **L’agressivitat dels fabricants de substituts** és baixa en general, però algunes marques poden competir en preu o estratègies de màrqueting per guanyar quota de mercat. Els productes de baix cost poden captar consumidors menys fidels a la marca.
* **Els costos de canvi del consumidor** són moderats, ja que els clients poden canviar fàcilment de marca, però la qualitat percebuda i la confiança en BUFF® fan que molts romanguin fidels.
* **La rentabilitat del productor de substituts** és neutral, ja que depèn de la capacitat dels competidors per oferir productes de qualitat similar a un preu més baix sense comprometre beneficis.
* **El rati preu/valor dels substituts** és mitjà, ja que mentre alguns substituts poden ser més econòmics, sovint no ofereixen la mateixa qualitat, durabilitat o innovació.

**Valor General: Atracció Mitjana (5.33/10)**

Tot i que existeixen substituts per als productes de BUFF®, la seva imatge de marca i la qualitat dels materials fan que molts clients segueixin fidels. No obstant això, BUFF® ha de mantenir la seva innovació i control sobre els costos per evitar perdre competitivitat davant alternatives més econòmiques.

## **Taula 4: Poder Negociador dels Proveïdors i dels Treballadors**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Nombre de proveïdors importants (Oligopoli d’oferta) | 3/10 (Repulsió Mitjana) |
| Disponibilitat de substituts per als productes dels proveïdors | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Diferenciació o cost de canvi dels productes dels proveïdors | 9/10 (Atracció Alta) |
| Amenaces dels proveïdors d'integració cap endavant | 3/10 (Repulsió Mitjana) |
| Amenaces de la indústria d'integració cap enrere | 8/10 (Atracció Alta) |
| Contribució dels proveïdors a la qualitat del producte o servei (demanda rígida) | 10/10 (Atracció Alta) |
| Cost total de la indústria contribuït pels proveïdors | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Importància de la indústria per als beneficis dels proveïdors | 5/10 (Neutral) |
| Participació del govern com a proveïdor | 2/10 (Repulsió Alta) |
| Disponibilitat de l'oferta general de treballadors | 8/10 (Atracció Alta) |
| Necessitat de força de treball altament especialitzada | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Nivell de dotació del personal de l'empresa | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Grau de sindicalització dels treballadors | 5/10 (Neutral) |

**Explicació dels valors:**

* **Nombre de proveïdors importants:** Tot i que hi ha diversos proveïdors de matèries primeres tèxtils, BUFF® requereix materials d’alta qualitat i sostenibles, cosa que redueix el nombre de proveïdors viables. Això pot generar dependència i dificultats per negociar preus competitius.
* **Disponibilitat de substituts:** Encara que existeixen alternatives a alguns materials, la capacitat de BUFF® per oferir productes tècnics amb altes prestacions depèn de proveïdors específics, dificultant el canvi a alternatives sense comprometre la qualitat.
* **Diferenciació o cost de canvi:** BUFF® treballa amb materials tècnicament avançats i processos de producció específics. El canvi de proveïdor podria generar costos addicionals en ajustaments de fabricació i certificacions, fent que el procés sigui lent i costós.
* **Amenaces d'integració cap endavant:** Tot i que els proveïdors podrien intentar comercialitzar productes similars, BUFF® compta amb un fort reconeixement de marca i una xarxa de distribució establerta que redueix aquest risc.
* **Amenaces d'integració cap enrere:** BUFF® podria invertir en la seva pròpia producció de materials sostenibles per reduir la dependència externa, com ho ha fet amb la millora dels seus processos de fabricació en termes de sostenibilitat.
* **Contribució dels proveïdors a la qualitat:** Els materials utilitzats per BUFF® són essencials per a la seva reputació i diferenciació en el mercat. L’ús de tèxtils reciclats i tractaments tècnics especials augmenta la importància dels proveïdors en la cadena de valor.
* **Cost total de la indústria:** La producció de BUFF® depèn en gran mesura de costos de matèries primeres i manufactura. Tot i això, l’empresa ha diversificat les seves fonts de subministrament per reduir riscos.
* **Importància de la indústria per als proveïdors:** Tot i que BUFF® és un client important per als seus proveïdors, aquests també serveixen altres indústries, fet que pot reduir la seva dependència específica de BUFF® .
* **Participació del govern:** No hi ha una implicació significativa del govern en la producció de BUFF® , i les polítiques públiques no ofereixen grans avantatges ni barreres en aquest sentit.
* **Disponibilitat de treballadors:** El mercat laboral ofereix una bona disponibilitat de treballadors, especialment en posicions de producció i administració, cosa que facilita la contractació de personal nou.
* **Necessitat de treballadors especialitzats:** Algunes àrees, com la investigació i desenvolupament de materials tèxtils, requereixen perfils tècnics avançats, però la major part de les tasques poden ser realitzades per personal amb formació específica.
* **Nivell de dotació del personal:** BUFF® ha desenvolupat una estructura laboral eficient amb suficient personal per cobrir les necessitats de producció i innovació.
* **Grau de sindicalització:** El sector tèxtil no presenta una sindicalització molt elevada, cosa que redueix la pressió per a demandes salarials o millores laborals obligatòries, però també limita la protecció col·lectiva dels treballadors.No obstant, marques com Patagonia han rebut pressió per millorar les condicions laborals a les seves fàbriques subcontractades.

Valor Mitjà: **Atracció** **Mitjana (5.92)**

BUFF® es troba en una posició competitiva sòlida gràcies a la seva diferenciació de producte i compromís amb la qualitat i la sostenibilitat. Tot i així, la seva dependència de proveïdors especialitzats i l'alta competència en el sector podrien representar riscos a mitjà i llarg termini. La seva capacitat per gestionar aquestes variables serà clau per mantenir el seu avantatge estratègic.

## **Taula 5: Grau de Rivalitat del Sector**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Concentració i equilibri entre competidors | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Creixement relatiu de la indústria | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Costos fixos (d’emmagatzematge) | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Característiques del producte | 9/10 (Atracció Alta) |
| Aumentos de sobrecapacitat | 5/10 (Neutral) |
| Diversitat de competidors | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Assistència governamental proporcionada als competidors | 3/10 (Repulsió Mitjana) |
| Interessos estratègics | 8/10 (Atracció Alta) |

### **Explicació dels valors:**

* **Concentració i equilibri entre competidors:** BUFF® competeix amb marques consolidades com The North Face, Patagonia i Columbia, que també tenen una forta presència en el sector dels accessoris per a activitats a l'aire lliure. Tot i així, BUFF® ha aconseguit diferenciar-se amb la seva gamma de productes multifuncionals.
* **Creixement relatiu de la indústria:** La demanda de productes tècnics i sostenibles està en creixement, especialment per l’augment d’activitats a l’aire lliure i el turisme d’aventura. Marques com Arc'teryx i Salomon també estan entrant en aquest segment amb materials innovadors.
* **Costos fixos (d’emmagatzematge):** La necessitat de mantenir estocs en múltiples mercats internacionals incrementa els costos logístics, com passa amb altres marques globals que venen en grans superfícies com Decathlon o REI.
* **Característiques del producte:** BUFF® ha aconseguit un fort avantatge competitiu gràcies a la seva aposta per materials reciclats i tecnologies tèxtils avançades, diferenciat-se de marques low-cost com Wed'ze o Quechua.
* **Aumentos de sobrecapacitat:** Tot i que el sector pot experimentar sobreproducció en alguns moments, BUFF® ha optat per produccions ajustades a la demanda, reduint l'excés d'inventari i mantenint un control eficient de l'estoc.
* **Diversitat de competidors:** A més de grans marques internacionals, existeixen moltes empreses emergents que estan aprofitant la tendència de sostenibilitat per llançar nous productes, com Cotopaxi o Fjällräven.
* **Assistència governamental proporcionada als competidors:** En alguns països, especialment a Europa, els governs ofereixen subvencions per a empreses tèxtils que desenvolupen materials sostenibles, fet que podria beneficiar competidors locals.
* **Interessos estratègics:** BUFF® ha centrat la seva estratègia en la innovació sostenible, col·laborant amb iniciatives de reciclatge i implementant processos productius més responsables per mantenir-se rellevant en un mercat cada cop més exigent.

Valor Mitjà**: Atracció Mitjana (6.125)**

**Explicació:** BUFF® opera en un mercat amb una alta rivalitat, però gràcies a la seva diferenciació de producte i el creixement de la indústria, pot mantenir una posició avantatjosa. Tot i així, la diversitat de competidors, incloent tant marques tradicionals com emergents, i els costos logístics són factors que cal gestionar acuradament per mantenir la seva competitivitat a llarg termini.

## **Taula 6: Factors Polític-Legals**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Règim de llibertats constitucionals | 9/10 (Atracció Alta) |
| Col·lectius i grups de poder | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Pluralitat de partits polítics | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Credibilitat de la justícia | 5/10 (Neutral) |
| Promoció de l’activitat empresarial | 8/10 (Atracció Alta) |
| Defensa de la competència | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Grau d’intervenció en l’activitat econòmica | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Legislació antimonopoli | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Mecanismes de lluita anticorrupció | 6/10 (Atracció Mitjana) |

### **Explicació dels valors:**

* **Règim de llibertats constitucionals:** Espanya i la Unió Europea garanteixen un alt nivell de drets i llibertats, la qual cosa facilita el funcionament empresarial de BUFF® sense restriccions polítiques greus.
* **Col·lectius i grups de poder:** Organitzacions ecologistes i grups de consumidors influeixen en el sector tèxtil, pressionant per productes més sostenibles i transparència en la cadena de subministrament. Això beneficia BUFF® , que ja aposta per materials reciclats.
* **Pluralitat de partits polítics:** La presència de diversos partits amb diferents enfocaments econòmics pot generar canvis normatius que afectin BUFF® , especialment en regulacions ambientals i de comerç internacional.
* **Credibilitat de la justícia:** Tot i que el sistema judicial espanyol és funcional, la percepció de lentitud en resolució de conflictes comercials pot representar un desafiament en cas de litigis amb proveïdors o distribuïdors.
* **Promoció de l’activitat empresarial:** Existeixen ajudes per a la innovació i sostenibilitat, fet que permet a BUFF® accedir a subvencions per desenvolupar nous materials o processos de fabricació més eficients.
* **Defensa de la competència:** La legislació europea garanteix la lliure competència, evitant pràctiques monopolístiques que podrien perjudicar BUFF® davant grans corporacions com Decathlon o Columbia Sportswear.
* **Grau d’intervenció en l’activitat econòmica:** Encara que existeixen regulacions en matèria laboral i ambiental, l’Estat no intervé excessivament en el mercat tèxtil, permetent a BUFF® operar amb llibertat.
* **Legislació antimonopoli:** Normatives com les directives europees de defensa de la competència limiten la capacitat de grans empreses per abús de posició dominant, fet que protegeix BUFF® d'estratègies agressives de competidors de major dimensió.
* **Mecanismes de lluita anticorrupció:** La UE aplica polítiques estrictes per evitar corrupció en contractació pública i subvencions, reduint riscos per a BUFF® en operacions internacionals.

Valor Mitjà: **Atracció Mitjana (6.55)**

**Explicació:** L’entorn polític i legal a Europa i Espanya ofereix estabilitat i protecció per a BUFF® , però els canvis en regulacions ambientals i de competència poden impactar la seva estratègia a llarg termini.

#### Taula 7: Factors econòmics I

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Sistema econòmic general (Planificat) | 2/10 (Repulsió alta) |
| Mecanismes d'assignació de recursos (Centralitzat) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Nivell de burocràcia del sistema (Alt) | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Grau de competència existent (Baix) | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Nivell de desenvolupament industrial (Baix) | 4/10 (Repulsió Mitjana) |
| Disponibilitat de recursos (Escassos) | 3/10 (Repulsió alta) |

**Explicació dels valors:**

1. **Sistema econòmic general** → Un sistema planificat genera una **alta repulsió** per a empreses com BUFF® , ja que limita la llibertat empresarial i la competència.
2. **Mecanismes d'assignació de recursos** → Un model centralitzat és menys atractiu per a empreses privades, ja que restringeix el mercat lliure i la flexibilitat, generant **alta repulsió**.
3. **Nivell de burocràcia del sistema** → Una burocràcia alta dificulta l'agilitat empresarial, creant **mitjana repulsió**.
4. **Grau de competència existent** → Un nivell alt de competència pot ser bo per a una marca consolidada com BUFF® , ja que impulsa la innovació i millora la qualitat, per això té **alta atracció**.
5. **Nivell de desenvolupament industrial** → Un nivell baix de desenvolupament industrial genera **mitjana repulsió**, ja que limita l’accés a infraestructures i proveïdors.
6. **Disponibilitat de recursos** → Si els recursos són escassos, es genera **alta repulsió**, ja que dificulta la producció i augmenta els costos.

Valor: Mitjà  
Explicació: L'economia global afecta la demanda de productes no essencials com la roba tècnica. La inflació i els costos de matèries primeres poden influir en la rendibilitat.

#### Taula 8: Factors econòmics II

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Evolució del cicle econòmic (Recessiu) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Taxes de creixement (PIB) (Baixes) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Taxes d’inflació (Altes) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Evolució balança comercial (Deficitària) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Disponibilitat de recursos energètics (Baixa) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Tipus d’interès (Alts) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Nivells de desocupació (Alts) | 5/10 (Neutre) |
| Evolució del dèficit públic (Ascendent) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Fortalesa de l’euro (Poca) | 4/10 (Repulsió mitjana) |

### **Raonament dels valors:**

1. **Evolució del cicle econòmic (3/10)** → Una recessió afecta el consum, reduint la demanda de productes no essencials com la roba tècnica.
2. **Taxes de creixement del PIB (4/10)** → Un PIB baix indica un mercat amb poc creixement, però no vol dir que no hi hagi oportunitats.
3. **Taxes d’inflació (3/10)** → Una inflació alta incrementa els costos de producció i redueix el poder adquisitiu dels consumidors.
4. **Evolució de la balança comercial (4/10)** → Un dèficit comercial implica que el país importa més del que exporta, cosa que pot dificultar les vendes a l’exterior.
5. **Disponibilitat de recursos energètics (3/10)** → Un accés limitat a l’energia pot encarir els processos productius.
6. **Tipus d’interès (4/10)** → Uns tipus d’interès alts fan que el finançament sigui més car per a les empreses.
7. **Nivells de desocupació (5/10)** → Una alta desocupació redueix la capacitat de compra, però també pot permetre contractar treballadors a costos més baixos.
8. **Evolució del dèficit públic (3/10)** → Un dèficit creixent pot portar a polítiques fiscals restrictives que afectin el consum.
9. **Fortalesa de l’euro (4/10)** → Una moneda dèbil pot encarir les importacions de materials, però també afavoreix les exportacions.

Valor: Mitjà - Alt  
Explicació: L'expansió internacional de BUFF® el protegeix de crisis locals, però segueix sent vulnerable a fluctuacions monetàries i canvis en la demanda global.

## 

## Taula 9: Factors sociodemogràfics

* **Factors socials**

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Estructura de classes (Heterogènia) | 5/10 (Neutre) |
| Mobilitat social (Limitada) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Grau de responsabilitat social i civisme (Baix) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Índex de conflictivitat social (Alt) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Existència de grups sindicals (Restringida) | 5/10 (Neutre) |
| Distribució de la renda (No equitativa) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Nivells de renda disponible (Baixos) | 4/10 (Repulsió mitjana) |

* **Factors demogràfics**

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Disponibilitat de capital humà (Escassa) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Creixement vegetatiu (Negatiu) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Taxes d’emigració (Altes) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Taxes d’immigració (Altes) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Caràcter majoritari de la població (Rural) | 4/10 (Repulsió mitjana) |
| Índex d’atur femení (Alt) | 3/10 (Repulsió alta) |
| Índex d’atur juvenil (Alt) | 3/10 (Repulsió alta) |

**Raonament dels valors:**

* **Estructura de classes (5/10)**→Una societat molt heterogènia pot generar desigualtats de consum, però també diversitat de mercats.
* **Mobilitat social (4/10)**→ Si la mobilitat és baixa, és més difícil per a les persones millorar el seu nivell econòmic i consumir més productes.
* **Grau de responsabilitat social i civisme (3/10)**→ Un nivell baix afecta la imatge de marques compromeses amb la sostenibilitat.
* **Índex de conflictivitat social (3/10)**→ Alta conflictivitat pot generar inestabilitat i dificultats en el mercat.
* **Existència de grups sindicals (5/10)**→ Si els sindicats estan molt restringits, hi ha menys pressió laboral, però pot afectar la reputació de l'empresa.
* **Distribució de la renda (4/10)**→ Una distribució desigual implica que només una part de la població té capacitat de compra.
* **Nivells de renda disponible (4/10)**→ Si la renda és baixa, els consumidors tenen menys capacitat per comprar productes com els de BUFF® .
* **Disponibilitat de capital humà (4/10)**→ Si hi ha pocs treballadors qualificats, pot ser difícil trobar mà d’obra especialitzada.
* **Creixement vegetatiu (3/10)**→ Un creixement negatiu implica una població envellida, amb menys consumidors joves interessats en moda esportiva.
* **Taxes d’emigració (3/10)**→ Si moltes persones marxen del país, es redueix la base de consumidors i treballadors.
* **Taxes d’immigració (4/10)**→ La immigració pot aportar mà d’obra, però si és descontrolada pot generar precarietat.
* **Caràcter majoritari de la població (4/10)**→ Si la població és majoritàriament rural, pot ser més difícil vendre productes de moda tècnica, que solen tenir més èxit en entorns urbans.
* **Índex d’atur femení (3/10)**→ Si moltes dones estan a l’atur, es redueix la capacitat de compra d’un segment clau per a BUFF® .
* **Índex d’atur juvenil (3/10)**→ Un alt atur juvenil significa menys consumidors potencials de roba esportiva i outdoor..

Valor: Alt  
Explicació: L'augment d'activitats a l'aire lliure i la tendència cap a la roba funcional i sostenible beneficien BUFF® .

## 

## 

## 

## **Taula 10: Factors Tecnològics**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Nivell de desenvolupament científic i tècnic | 10/10 (Atracció Alta) |
| Infraestructura científica i tecnològica | 10/10 (Atracció Alta) |
| Maduresa de les tecnologies convencionals | 3/10 (Repulsió Alta) |
| Disponibilitat i accés a nova tecnologia | 5/10 (Neutral) |
| Grau d’innovació tecnològica i  de processos | 10/10 (Atracció Alta) |
| Protecció a patents i invencions | 10/10 (Atracció Alta) |
| Polítiques de R+D | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Polítiques de suport a noves tecnologies | 7/10 (Atracció Mitjana) |

#### **Explicació dels valors:**

* **Nivell de desenvolupament científic i tècnic / Infraestructura científica i tecnològica:** BUFF® inverteix intensament en innovació i té laboratoris propis, assegurant un avantatge competitiu en materials i processos.
* **Maduresa de les tecnologies convencionals:** Algunes tecnologies tèxtils han arribat al seu límit d’innovació, limitant la diferenciació en el mercat.
* **Disponibilitat i accés a nova tecnologia:** Tot i tenir accés a noves tecnologies, BUFF® depèn d’aliances externes per mantenir la seva avantguarda.
* **Grau d’innovació tecnològica i de processos:** L’aposta per materials reciclats i processos sostenibles reforça la seva imatge de marca i competitivitat.
* **Protecció a patents i invencions:** L’empresa compta amb patents pròpies, garantint exclusivitat en el desenvolupament de nous productes.
* **Polítiques de R+D / Polítiques de suport a noves tecnologies:** La inversió en investigació és constant, però es podria millorar amb més suport extern per accelerar la implementació de noves tecnologies.

#### **Tendències Tecnològiques Relevants:**

* **Intel·ligència artificial:** L'ús de big data i AI per personalitzar productes i gestionar inventaris pot representar un avantatge competitiu.
* **Realitat augmentada (AR) en e-commerce:** Algunes marques ja permeten provar virtualment els seus productes, una estratègia que BUFF® podria aprofitar.
* **Sistemes de traçabilitat de materials:** Els consumidors cada cop valoren més la transparència en l’origen dels productes.

**Valor Global:** **Atracció Alta (7.63/10)  
Explicació:** La innovació en materials i processos és clau per al sector tèxtil. BUFF® inverteix en R+D i protecció de patents, però depèn d’aliances externes per mantenir-se competitiu.

**Taula 11: Factors Culturals-Educatius**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Conducta genèrica de grups o individus | 5/10 (Neutral) |
| Relacions d’autoritat entre individus | 5/10 (Neutral) |
| Mecanismes de defensa per al consumidor | 10/10 (Atracció Alta) |
| Diversitat ètnica i/o religiosa | 10/10 (Atracció Alta) |
| Sistema de creences i valors | 10/10 (Atracció Alta) |
| Nivell d’institucionalització del sistema educatiu | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Taxes d’analfabetisme | 3/10 (Repulsió Alta) |
| Nivell d’escolarització femenina | 10/10 (Atracció Alta) |
| Nivell d’institucionalització de la formació professional alternativa | 5/10 (Neutral) |
| Taxa de població amb estudis universitaris | 7/10 (Atracció Mitjana) |

#### **Explicació dels valors:**

* **Conducta genèrica de grups o individus:** Els consumidors de BUFF® equilibren estalvi i despesa, ja que els seus productes tenen un alt valor afegit però no són essencials.
* **Relacions d’autoritat entre individus:** El sector tèxtil combina estructures jeràrquiques i informals, afectant la cultura laboral i la presa de decisions.
* **Mecanismes de defensa per al consumidor:** Hi ha polítiques de garanties i devolució clares, la qual cosa genera confiança entre els clients.
* **Diversitat ètnica i religiosa / Sistema de creences i valors:** BUFF® és una empresa inclusiva i aposta per la sostenibilitat i la responsabilitat social.
* **Nivell d’institucionalització del sistema educatiu:** L’educació tèxtil és sòlida, però encara pot evolucionar per incorporar millor els nous materials i tecnologies.
* **Taxes d’analfabetisme:** En alguns mercats on BUFF® opera, encara hi ha desafiaments educatius que poden dificultar el desenvolupament de mà d’obra especialitzada.
* **Nivell d’escolarització femenina:** En la majoria de mercats on treballa BUFF® , la participació femenina en l’educació i el mercat laboral és elevada.
* **Formació professional alternativa / Taxa de població amb estudis universitaris:** Tot i que hi ha professionals qualificats, el sector tèxtil es beneficia més de formació pràctica que de carreres universitàries tradicionals.

#### **Aspectes No Mencionats que Podrien Influenciar BUFF® :**

* **Formació en nous materials i tecnologies:** BUFF® podria reforçar la capacitació del seu personal per aprofitar millor les seves inversions en R+D.
* **Impacte de les xarxes socials:** Les estratègies digitals i els influencers tenen un impacte cada vegada més gran en la percepció de marca i vendes.
* **Consum responsable:** Els consumidors valoren cada cop més la sostenibilitat i l’ètica en les seves compres, un factor que BUFF® ha de continuar reforçant.

**Valor Global:** **Atracció Mitjana - Alta (7.1/10)  
Explicació:** L’interès creixent per la sostenibilitat i la qualitat beneficia BUFF® . Tot i això, la formació en nous materials i tecnologies i les tendències en consum responsable podrien rebre més atenció per millorar la competitivitat.

**Taula 12: Logística**

| **Aspecte Avaluat** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Concordança dels sistemes de control de materials i inventari | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Devolucions a proveïdors | 5/10 (Neutral) |
| Recepció de materials | 8/10 (Atracció Alta) |
| Emmagatzematge de materials | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Manipulació de materials | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Control d'inventaris | 8/10 (Atracció Alta) |
| Programació del transport | 6/10 (Atracció Mitjana) |

**Raonament**

* **Concordança dels sistemes de control de materials i inventari (7):** Els sistemes actuals permeten una bona traçabilitat, però encara hi ha marge de millora en la integració amb altres processos logístics.
* **Devolucions a proveïdors (5):** La gestió de devolucions està establerta, però la seva eficàcia depèn molt de les condicions pactades amb cada proveïdor.
* **Recepció de materials (8):** Els processos de recepció són àgils i estructurats, minimitzant errors en la recepció i registre de materials.
* **Emmagatzematge de materials (6):** Tot i que els magatzems estan optimitzats, encara es poden introduir millores en l'assignació d'espais i en l'automatització de la gestió.
* **Manipulació de materials (7):** Es compta amb processos definits per a la manipulació segura, però podrien millorar-se amb formació i tecnologies addicionals.
* **Control d'inventaris (8):** Es disposa de sistemes eficients per al control d'estocs, reduint riscos de ruptura de subministrament.
* **Programació del transport (6):** La planificació del transport és funcional, però cal una major coordinació per reduir costos i temps d'espera.

Valor: **Atracció Mitjana-Alta (6,7)**  
Explicació: BUFF® fabrica a Espanya, la qual cosa garanteix qualitat i control, però també implica costos logístics competitius en comparació amb la producció a països de baix cost.

#### **Taula 13: Operaciones**

| **Aspecte Avaluat** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Recepció de matèries primeres i altres inputs | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Mecanització i transformació de matèries primeres | 8/10 (Atracció Alta) |
| Ensamblatge de components | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Empaquetat de productes | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Etiquetat de productes | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Recuperació de productes i residus | 5/10 (Neutral) |
| Manteniment dels equips | 8/10 (Atracció Alta) |
| Control de qualitat | 9/10 (Atracció Alta) |
| Automatització del procés productiu | 8/10 (Atracció Alta) |
| Distribució de planta eficient | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Eficiència en el disseny de fluxos de treball | 8/10 (Atracció Alta) |

### **Raonament de la Valoració**

* **Recepción de materias primas y otros inputs (7):** L'eficiència del procés de recepció és bona, però hi ha marge de millora en la coordinació amb proveïdors.
* **Mecanización y transformación de materias primas (8):** Es disposa de tecnologia avançada per a la mecanització, encara que hi ha espai per a optimització.
* **Ensamblaje de componentes (7):** El procés d'assemblatge és eficient, tot i que es podrien implementar més eines digitals.
* **Empaquetado de productos (6):** L'eficiència del empaquetament és adequada, però hi ha oportunitats per automatitzar-lo més.
* **Etiquetado de productos (7):** Hi ha una bona integració amb el SI, però algunes millores podrien agilitzar el procés.
* **Recuperación de productos y residuos (5):** Encara hi ha reptes per optimitzar la gestió de residus i la seva traçabilitat.
* **Mantenimiento de los equipos (8):** El manteniment predictiu ajuda a reduir fallades, però es poden afegir millores.
* **Control de calidad (9):** Excel·lent integració del SI per assegurar estàndards de qualitat.
* **Automatización del proceso productivo (8):** Molt bon nivell d'automatització, però encara amb marge de millora en algunes àrees.
* **Distribución de planta eficiente (7):** Bona planificació de l'espai, però es poden fer ajustos per maximitzar l'eficiència.
* **Eficiencia en el diseño de flujos de trabajo (8):** Bona estructuració dels processos, amb possibilitats d'optimització addicional.

Valor: **Atracció Mitjana-Alta (7,2)**

## **Taula 14: Logística de Sortida**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Eficiència en la entrega de productes | 9/10 (Atracció Alta) |
| Almacenatge de productes elaborats | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Recepció de materials | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Processament de comandes | 8/10 (Atracció Alta) |
| Programació | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Operació de vehicles de entrega | 6/10 (Atracció Mitjana) |

### **Explicació dels valors:**

* **Eficiència en la entrega de productes:** Buff compta amb una xarxa de distribució global molt optimitzada, treballant amb empreses logístiques com DHL, FedEX o GLS per garantir entregues ràpides. Competidors com Patagonia i The North Face també han implementat sistemes d’enviament eficients per garantir lliuraments en temps rècord.
* **Almacenatge de productes elaborats:** Buff té centres de distribució a Europa (Igualada, Barcelona) i Amèrica (Canadà i EUA) per reduir el temps d’entrega. En comparació, Amazon utilitza un model similar amb magatzems regionals per agilitzar la distribució.
* **Recepció de materials:** Els materials tèxtils arriben de diferents proveïdors internacionals. Marques com Arc'teryx han desenvolupat processos de traçabilitat per assegurar que cada material arribi en les condicions adequades per a la producció.
* **Processament de comandes:** Buff ha digitalitzat el seu sistema de comandes per assegurar una gestió àgil i precisa. Altres marques outdoor, com Columbia, utilitzen sistemes ERP avançats per minimitzar errors en la cadena de subministrament.
* **Programació:** L’empresa planifica la seva producció segons la demanda de cada temporada, evitant sobreproducció i ajustant l’inventari. Aquest model és similar al de Nike, que utilitza dades de venda en temps real per optimitzar la producció.
* **Operació de vehicles de entrega:** Buff subcontracta serveis de transport per garantir entregues eficients. A diferència d’Inditex, que té una xarxa de transport pròpia, Buff opta per serveis externs per mantenir la flexibilitat en la distribució.

**Valor General: Atracció Mitjana - Alta (7.2/10)**

**Explicació:** Buff té una logística de sortida eficient, amb un bon control d’entregues i processament de comandes. Tot i això, la seva dependència de serveis externs de transport podria representar un risc en termes de costos i fiabilitat, especialment en moments de crisi logística global.

## **Taula 15: Comercialització i Vendes**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Definició i anàlisi de mercat | 9/10 (Atracció Alta) |
| Imatge de qualitat i reputació | 10/10 (Atracció Alta) |
| Publicitat i promocions | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Motivació i competència en força de vendes | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Selecció de canals de venda | 8/10 (Atracció Alta) |
| Estratègia de fixació de preus | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Investigació de mercats | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Estratègia de distribució | 9/10 (Atracció Alta) |

### **Explicació dels valors:**

* **Definició i anàlisi de mercat:** Buff ha identificat clarament el seu segment de mercat, dirigint-se a esportistes, aventurers i amants de l’aire lliure. Marques com The North Face i Patagonia segueixen estratègies similars, però Buff s’ha consolidat en el nínxol dels accessoris tèxtils multifuncionals.
* **Imatge de qualitat i reputació:** Buff és reconeguda per la seva innovació en materials i el seu compromís amb la sostenibilitat. A diferència d’altres marques low-cost com Quechua, Buff manté un posicionament premium similar al de Fjällräven o Arc'teryx.
* **Publicitat i promocions:** La marca inverteix en campanyes publicitàries enfocades en esportistes d’alt rendiment i col·laboracions amb influencers outdoor. Tot i això, marques com Columbia tenen una presència més agressiva en mitjans digitals i tradicionals.
* **Motivació i competència en força de vendes:** Buff compta amb una xarxa de vendes ben estructurada, amb presència en botigues físiques, online i marketplaces. La competència en el sector és alta, amb marques com Salomon i Icebreaker apostant per estratègies comercials similars.
* **Selecció de canals de venda:** Buff ven a través de distribuïdors oficials, botigues pròpies i ecommerce, assegurant una cobertura global. En comparació, Decathlon distribueix majoritàriament a través de les seves pròpies botigues, limitant la seva presència a altres canals.
* **Estratègia de fixació de preus:** Buff es posiciona en un segment mitjà-alt, amb preus més elevats que marques generalistes però competitius en comparació amb Patagonia o Arc'teryx. La seva estratègia es basa en oferir valor afegit a través de materials tècnics i durabilitat.
* **Investigació de mercats:** L’empresa realitza estudis de mercat per anticipar tendències i adaptar la seva oferta. Un exemple és la introducció de productes amb materials reciclats davant la creixent demanda de sostenibilitat, una estratègia que també han adoptat Icebreaker i Smartwool.
* **Estratègia de distribució:** Buff té una presència global amb magatzems a Igualada, Estats Units i Canadà, assegurant una distribució eficient. Marques com Mammut i Black Diamond segueixen models similars, amb centres de distribució regionals per reduir temps d’entrega.

**Valor General: Atracció Alta (7.75/10)**

**Explicació:** Buff compta amb una estratègia comercial sòlida, amb una forta reputació, canals de venda diversificats i una distribució eficient. No obstant, la competència en publicitat i força de vendes podria ser un factor a millorar per consolidar encara més la seva presència en el mercat global.

### **Taula 16: Servei Postvenda**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Servei d'instal·lació | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Servei de reparació | 8/10 (Atracció Alta) |
| Formació i capacitació | 9/10 (Atracció Alta) |
| Subministrament de recanvis | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Ajust del producte | 8/10 (Atracció Alta) |
| Servei d’atenció al client | 10/10 (Atracció Alta) |
| Acceptació de suggeriments dels clients | 9/10 (Atracció Alta) |

#### **Explicació dels valors:**

* **Servei d’atenció al client:** BUFF® destaca per oferir un servei postvenda de gran qualitat, amb assistència personalitzada i múltiples canals d’atenció. L’empresa busca generar una experiència de compra satisfactòria, fidelitzant els clients amb respostes ràpides i efectives. La seva capacitat per resoldre problemes i gestionar consultes contribueix a la bona reputació de la marca. A més, la digitalització del servei facilita un suport més àgil i eficient.
* **Formació i capacitació:** BUFF® proporciona informació detallada als seus clients sobre el manteniment i ús correcte dels productes per allargar la seva durabilitat. Això no només ajuda a millorar la satisfacció del client, sinó que també reforça la imatge de sostenibilitat de la marca. A més, desenvolupa contingut educatiu en línia i guies d’ús per facilitar l’accés a aquesta informació. L’empresa també capacita els seus empleats perquè puguin assessorar millor els clients.
* **Acceptació de suggeriments dels clients:** L’empresa recull contínuament feedback dels seus clients per millorar els productes i serveis. Aquesta estratègia li permet adaptar-se a les noves necessitats del mercat i mantenir-se a l’avantguarda de la innovació. A través d’enquestes i opinions en línia, BUFF® identifica oportunitats de millora i ajusta la seva estratègia comercial. Així, aconsegueix una major implicació dels consumidors amb la marca.
* **Servei de reparació i ajust del producte:** BUFF® aposta per la sostenibilitat oferint alternatives a la substitució directa dels productes, com la reparació i ajust personalitzat. Això no només redueix l’impacte ambiental, sinó que també reforça la confiança dels consumidors en la marca. La seva política de reparació fomenta una economia circular, allargant la vida útil dels productes. Aquesta estratègia també contribueix a la diferenciació competitiva de BUFF® en el sector tèxtil.

**Valor Global:** **Atracció Alta (8.29/10)  
Explicació:** La qualitat del servei postvenda de BUFF® és alta, reforçant la confiança i la fidelització dels clients.

### **Taula 17: Subministrament**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Selecció i avaluació de proveïdors | 9/10 (Atracció Alta) |
| Compra de matèries primeres | 8/10 (Atracció Alta) |
| Subministraments externs | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Compra de maquinària | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Manteniment d’equips i material d’oficina | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Manteniment de terrenys i edificis | 5/10 (Neutral) |
| Assessorament | 8/10 (Atracció Alta) |

#### **Explicació dels valors:**

* **Selecció i avaluació de proveïdors:** BUFF® manté una xarxa de proveïdors rigorosament seleccionats, prioritzant aquells que compleixen amb estàndards de qualitat i sostenibilitat. Aquesta estratègia li permet garantir una cadena de subministrament eficient i alineada amb els seus valors corporatius. A més, l’empresa realitza auditories periòdiques per assegurar el compliment dels acords establerts. Així, es minimitzen riscos i es reforça la fiabilitat de la seva cadena logística.
* **Compra de matèries primeres:** L’empresa aposta per l’ús de materials reciclats i sostenibles, com el polièster reciclat, per reduir el seu impacte ambiental. Això li permet diferenciar-se de la competència i satisfer la creixent demanda de productes ecològics. BUFF® també treballa amb proveïdors que compleixen amb certificacions ambientals reconegudes. Aquesta política contribueix a millorar la seva imatge de marca i a fidelitzar clients conscients amb la sostenibilitat.
* **Subministraments externs i assessorament:** BUFF® estableix aliances amb empreses especialitzades per garantir un subministrament fiable i de qualitat. L’assessorament extern és fonamental per mantenir la innovació en processos i materials. A través de la col·laboració amb experts del sector tèxtil, l’empresa aconsegueix millorar la seva eficiència operativa. Això li permet estar al dia amb les últimes tendències del mercat.
* **Manteniment d’equips i edificis:** Tot i que BUFF® optimitza els seus recursos, encara hi ha marge de millora en la gestió d’infraestructures. Una millor planificació en aquest àmbit podria reduir costos i millorar la sostenibilitat de les seves operacions. La implementació de tecnologies per al manteniment predictiu podria augmentar la vida útil dels seus equips. Aquesta estratègia també contribuiria a reduir parades no planificades en la producció.

**Valor Global:** **Atracció Mitjana - Alta (7.14/10)  
Explicació:** BUFF® gestiona eficientment el seu subministrament, amb un enfocament en la sostenibilitat i la qualitat.

### **Taula 18: Tecnologia**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Lideratge en activitats de R+D | 9/10 (Atracció Alta) |
| Investigació d’activitats crítiques | 8/10 (Atracció Alta) |
| Laboratoris i instal·lacions de R+D | 10/10 (Atracció Alta) |
| Reputació i experiència dels investigadors | 9/10 (Atracció Alta) |
| Entorn de treball favorable per a la creativitat i innovació | 8/10 (Atracció Alta) |
| Tractament del know-how | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Adquisició de nova tecnologia | 8/10 (Atracció Alta) |
| Gestió de patents | 9/10 (Atracció Alta) |

#### **Explicació dels valors:**

* **Laboratoris i instal·lacions de R+D:** BUFF® compta amb laboratoris propis i col·labora amb centres d’investigació per al desenvolupament de nous materials i productes tèxtils innovadors. Aquest enfocament permet millorar la qualitat i sostenibilitat dels seus productes.
* **Lideratge en R+D i investigació:** L’empresa té un compromís clar amb la innovació en materials i processos sostenibles. Això es reflecteix en el desenvolupament de tecnologies tèxtils avançades, que redueixen l’impacte ambiental i milloren la funcionalitat dels seus productes.
* **Gestió de patents:** La protecció de la innovació és una prioritat per mantenir la competitivitat. BUFF® disposa d’una cartera de patents que cobreixen dissenys i processos innovadors, assegurant-se que la seva tecnologia es mantingui diferenciada dins el sector.
* **Adquisició de nova tecnologia:** L’empresa aposta per tecnologies avançades com la intel·ligència artificial per optimitzar la producció i la traçabilitat de materials. A més, integra eines digitals per a la gestió eficient de processos de fabricació i desenvolupament de productes.
* **Entorn de treball favorable per a la creativitat i innovació:** BUFF® fomenta un ambient de treball col·laboratiu i dinàmic, on la innovació és una part essencial de la cultura empresarial. Això inclou la implementació de metodologies àgils i espais de co-creació per impulsar idees disruptives.
* **Tractament del know-how:** Tot i que la gestió del coneixement intern és sòlida, encara existeix marge de millora en la transmissió i optimització de processos per aprofitar al màxim l’experiència acumulada en R+D.

**Valor Global:** **Atracció Alta (8.5/10)  
Explicació:** BUFF® destaca per la seva inversió en tecnologia i innovació, assegurant un avantatge competitiu en el sector tèxtil. La seva aposta per la investigació i el desenvolupament de productes d’alt rendiment i sostenibles li permet diferenciar-se en un mercat altament competitiu.

## **Taula 19: Recursos Humans**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Sistema de selecció i reclutament | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Sistema de promoció i col·locació | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Procediments d'avaluació del personal | 8/10 (Atracció Alta) |
| Gestió adequada d'incentius i retribucions | 9/10 (Atracció Alta) |
| Satisfacció i motivació per la feina | 8/10 (Atracció Alta) |
| Relacions sindicat/empresa | 5/10 (Neutral) |

**Explicació dels valors:**

* **Sistema de selecció i reclutament:** BUFF® disposa d’un procés de selecció estructurat que permet captar talent qualificat, però pot enfrontar dificultats en trobar perfils especialitzats.
* **Sistema de promoció i col·locació:** L’empresa fomenta la mobilitat interna, tot i que podria millorar les oportunitats de creixement dins l’organització.
* **Procediments d'avaluació del personal:** L’avaluació del rendiment es realitza de manera eficient, ajudant a identificar punts de millora i reconèixer el talent.
* **Gestió d’incentius i retribucions:** L’empresa té un sistema competitiu de retribucions, cosa que afavoreix la retenció del personal.
* **Satisfacció i motivació per la feina:** Els empleats es mostren compromesos, però és clau mantenir estratègies per garantir la seva implicació a llarg termini.
* **Relacions sindicat/empresa:** La comunicació amb els sindicats és estable, però poden sorgir tensions en determinades situacions laborals.

**Valor General: Atracció Mitjana - Alta (7.2/10)**

BUFF® compta amb un bon sistema de gestió de recursos humans, amb processos sòlids de selecció, promoció i incentius. Tot i així, la relació amb sindicats podria representar un repte si no es gestiona adequadament.

## **Taula 20: Infraestructura Gerencial**

| Factor | Nivell de Repulsió / Atracció |
| --- | --- |
| Sistema de planificació | 8/10 (Atracció Alta) |
| Sistema de control de gestió | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Sistema de comunicació | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Estructura de l'organització | 8/10 (Atracció Alta) |
| Cultura de l'organització | 9/10 (Atracció Alta) |
| Capacitats de lideratge | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Imatge pública de l'organització | 9/10 (Atracció Alta) |
| Gestió de qualitat | 8/10 (Atracció Alta) |
| Gestió del capital i el risc | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Gestió de la comptabilitat | 7/10 (Atracció Mitjana) |

**Explicació dels valors:**

* **Sistema de planificació:** L'empresa compta amb una planificació estratègica sòlida que li permet adaptar-se a canvis del mercat.
* **Sistema de control de gestió:** Hi ha mecanismes eficients per monitoritzar processos, tot i que podrien reforçar-se per millorar la presa de decisions.
* **Sistema de comunicació:** La comunicació interna és efectiva, però caldria optimitzar-la per augmentar la coordinació interdepartamental.
* **Estructura de l’organització:** La jerarquia de BUFF® està ben establerta, fet que facilita la presa de decisions i l’agilitat operativa.
* **Cultura de l’organització:** L'empresa promou valors de sostenibilitat i innovació que són ben percebuts tant internament com externament.
* **Capacitats de lideratge:** Els directius tenen una visió clara, però es poden reforçar habilitats directives per augmentar l’eficiència.
* **Imatge pública de l’organització:** BUFF® té una imatge sòlida i reconeguda globalment, amb un fort enfocament en sostenibilitat i qualitat.
* **Gestió de qualitat:** Els processos productius segueixen estàndards elevats, assegurant la satisfacció del client.
* **Gestió del capital i el risc:** La gestió financera és estable, però cal continuar optimitzant la inversió i la mitigació de riscos.
* **Gestió de la comptabilitat:** Els processos comptables estan ben estructurats i permeten una correcta gestió financera.

**Valor General: Atracció Alta (7.6/10)**

BUFF® disposa d'una infraestructura gerencial ben estructurada, amb una forta cultura d'empresa i una gestió de qualitat consolidada. Per millorar encara més, hauria de reforçar la seva gestió del risc i del capital.

## **Taula 21: Sinergies Empresarials**

| **Factor** | **Nivell de Repulsió / Atracció** |
| --- | --- |
| Desenvolupament tecnològic ⇔ Operacions | 9/10 (Atracció Alta) |
| Abastiment ⇔ Infraestructura gerencial | 8/10 (Atracció Alta) |
| Logística d’entrada ⇔ Comercialització i vendes | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Logística de sortida ⇔ Servei postvenda | 8/10 (Atracció Alta) |
| Direcció de recursos humans ⇔ Operacions | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Desenvolupament de tecnologia ⇔ Servei postvenda | 8/10 (Atracció Alta) |
| Direcció de recursos humans ⇔ Servei postvenda | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Desenvolupament de tecnologia ⇔ Comercialització i vendes | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Infraestructura gerencial ⇔ Operacions | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Logística d’entrada ⇔ Proveïdors (Comercialització i vendes) | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Infraestructura gerencial ⇔ Proveïdors (Infraestructura gerencial) | 6/10 (Atracció Mitjana) |
| Compres ⇔ Clients (Logística d’entrada) | 8/10 (Atracció Alta) |
| Servei postvenda ⇔ Clients (Abastiment) | 7/10 (Atracció Mitjana) |
| Infraestructura gerencial ⇔ Clients (Infraestructura gerencial) | 6/10 (Atracció Mitjana) |

**Explicació dels valors:**

* **Desenvolupament tecnològic ⇔ Operacions:** La innovació en processos productius millora la competitivitat i l’eficiència.
* **Abastiment ⇔ Infraestructura gerencial:** La integració de la gestió d’abastiment amb la infraestructura empresarial assegura una millor planificació de recursos.
* **Logística d’entrada ⇔ Comercialització i vendes:** Una cadena de subministrament ben coordinada facilita una distribució eficient.
* **Logística de sortida ⇔ Servei postvenda:** Un bon servei postvenda millora la satisfacció del client i reforça la fidelització.
* **Direcció de recursos humans ⇔ Operacions:** La coordinació entre RH i operacions assegura que la força laboral respongui a les necessitats de producció.
* **Desenvolupament de tecnologia ⇔ Servei postvenda:** La implementació de noves tecnologies optimitza l’atenció al client i la gestió de garanties.
* **Direcció de recursos humans ⇔ Servei postvenda:** La gestió del personal postvenda és clau per garantir la qualitat del servei.
* **Desenvolupament de tecnologia ⇔ Comercialització i vendes:** La digitalització del procés comercial millora l’experiència de compra del client.
* **Infraestructura gerencial ⇔ Operacions:** La integració entre aquestes àrees permet una execució més eficient de l’estratègia empresarial.
* **Logística d’entrada ⇔ Proveïdors (Comercialització i vendes):** Una logística eficient garanteix una millor relació entre proveïdors i clients.
* **Infraestructura gerencial ⇔ Proveïdors (Infraestructura gerencial):** Una bona infraestructura facilita la col·laboració amb proveïdors.
* **Compres ⇔ Clients (Logística d’entrada):** Una gestió de compres eficient contribueix a millorar el servei al client.
* **Servei postvenda ⇔ Clients (Abastiment):** L’optimització del servei postvenda reforça la confiança dels clients en la marca.
* **Infraestructura gerencial ⇔ Clients (Infraestructura gerencial):** Una bona gestió interna permet oferir una millor experiència als clients.

**Valor General: Atracció Alta (7.3/10)**

BUFF® presenta bones sinergies entre les diferents àrees de negoci, especialment en la integració de la tecnologia amb operacions i servei postvenda. La coordinació entre departaments podria millorar encara més amb una gestió de recursos humans més alineada amb la innovació.

### Referències:

[https://www.modaes.com/empresa/BUFF® -amplia-su-oferta-en-outdoor-y-proyecta-mas-tiendas-en-el-extranjero-para-crecer](https://www.modaes.com/empresa/buff-amplia-su-oferta-en-outdoor-y-proyecta-mas-tiendas-en-el-extranjero-para-crecer)