

Les àrees de l'empresa I: aprovisionament, producció i comercial

El teu projecte ja té idea, forma jurídica i un lloc on nèixer. Ara toca fer-lo funcionar per dins: aconseguir el que necessites, fabricar el teu producte o servici i aconseguir que algú el vulga. Tres àrees, una sola pregunta: com ho apliques al teu projecte?



Temps estimat de lectura: ~18 min · Sabers (Decret 108/2022): B3.1.1, B3.1.2, B3.1.3, B3.3.1, B3.3.2, B3.3.3 · Fase del quadern: alimenta la Fase 3 — Màrqueting i prototip. En acabar esta unitat sabràs: Muntar un pla de compres i un control d'estocs senzills per al teu projecte. Identificar els tres documents bàsics de l'aprovisionament.

“

Una empresa té tres àrees operatives bàsiques que convé mirar juntes: aprovisionament (què compres i a qui), producció (com fabriques el producte o prestes el servici) i comercial (com el vens).



EL CAS

Ucalsa servix 30 milions de menjars a l'any a col·legis i hospitals: com coordines tr...

En les unitats anteriors el teu equip ha passat d'una idea solta a un projecte amb forma: una oportunitat detectada, un model de negoci esbossat i unes decisions d'arrancada preses. Esta unitat dona el pas següent: fer que el projecte funcione per dins.

Com es coordinen aprovisionament, producció i comercial en una empresa amb 3.000 treballadors?



§1

L'àrea d'aprovisionament



Aprovisionar-se és aconseguir tot el que el projecte necessita per a funcionar: matèries primeres, productes per a revendre, materials, ferramentes, servicis externs. Encara que el teu projecte siga xicotet, la pregunta és la mateixa que es fa qualsevol empresa: què necessita, quant, quan i a qui li ho compre? Respondre-la bé evita do...



Compara sempre almenys dos proveïdors

Abans de tancar una compra, demana pressupost a dos o tres proveïdors i compara'ls no només pel preu, sinó pel termini, la qualitat i la proximitat. En un projecte amb vocació d'impacte local, triar un proveïdor de l'entorn — encara que siga un poc més car— pot formar part de la teua proposta de valor.



§ 2

L'àrea de producció

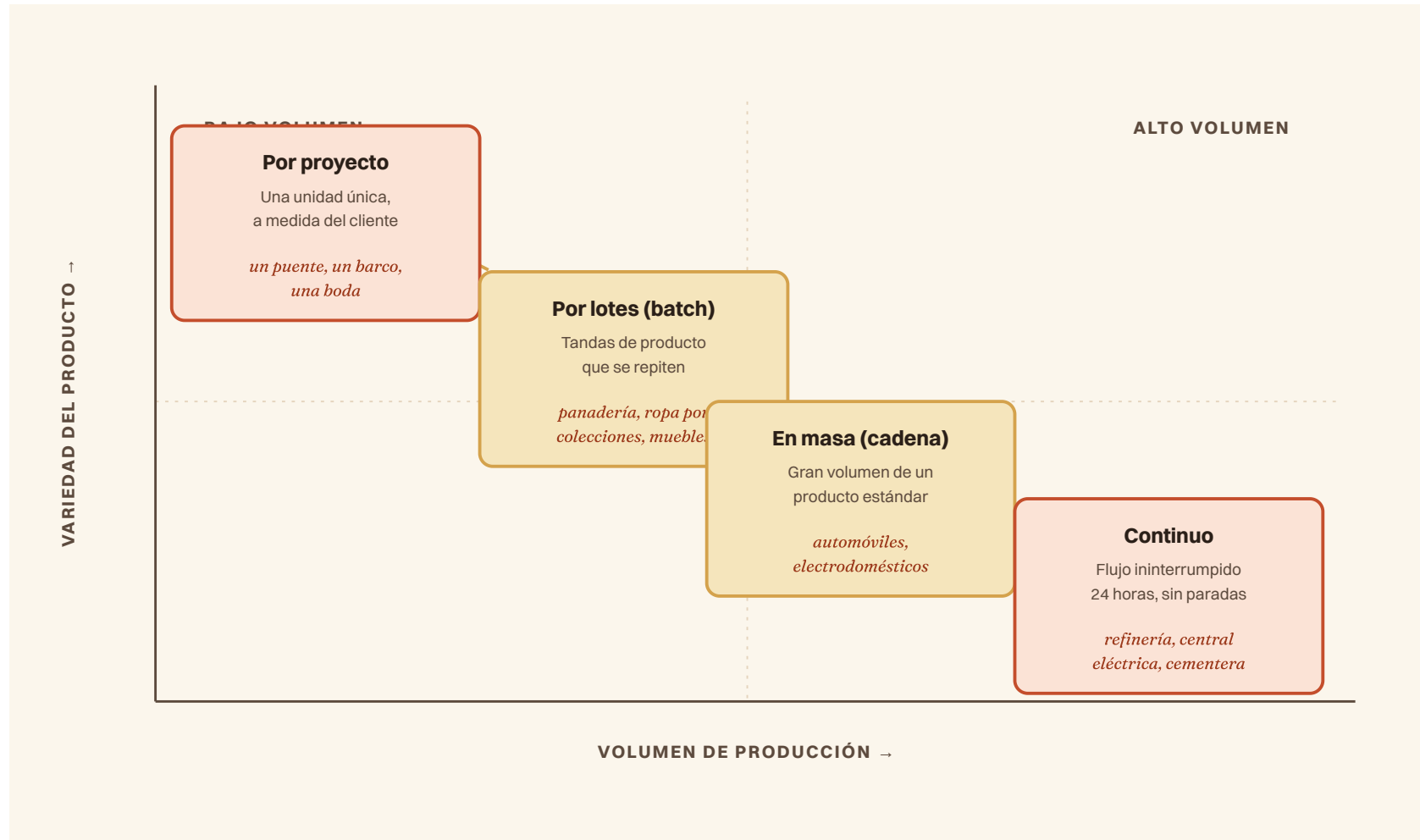


Producte i servici

L'àrea de producció és on el projecte transforma els recursos en allò que oferix: un producte físic, un servici o una combinació de tots dos. En GPE no ens interessa la teoria de costos ni els sistemes de fabricació industrial; Un producte és un bé tangible que satisfà una necessitat (una mermelada artesana, una funda reciclada).

EL GRÁFICO

Els quatre tipus de procés productiu s'ordenen en una diagonal: a poc volum i molta varietat, producció per projecte; a molt de volum i poc...





Lladró: de l'esbós al prototip a Tavernes Blanques

Triar el tipus de procés no és només una decisió tècnica: també determina quant produïx cada treballador i quant rendix el capital invertit. Això és la productivitat: la relació entre el que s'obté i els recursos —treball o capital— que s'han utilitzat per a obtindre-ho. Com més alta és la productivitat, més eficient és el procés.



§ 3

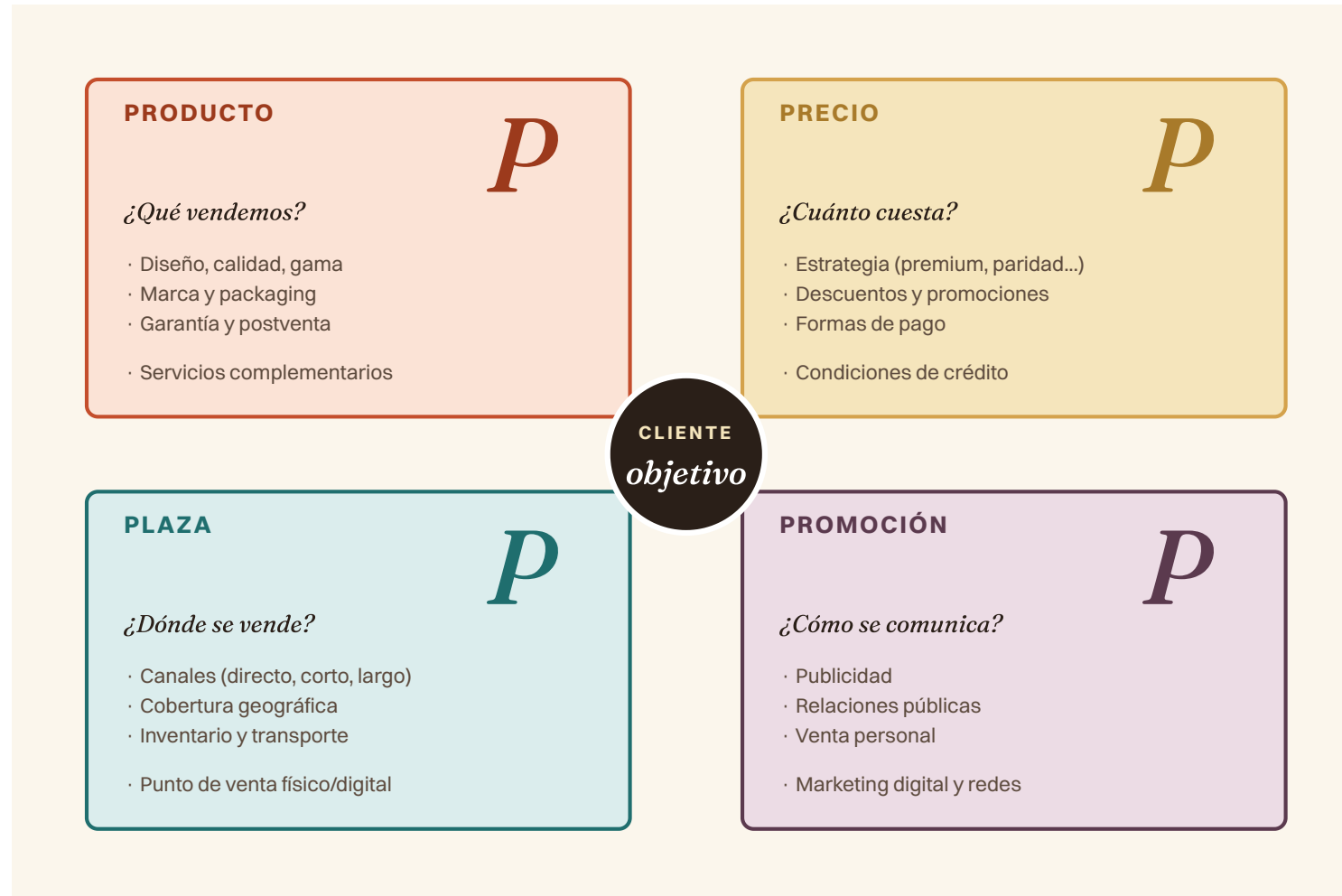
L'àrea comercial



Tindre un bon producte no basta: cal aconseguir que la gent el conega, el vulga i el compre. D'això s'ocupa l'àrea comercial. Per al teu projecte, esta àrea respon a dos preguntes encadenades: primer, qui és el meu client i què vol? (estudi de mercat); i després, com organitze la meua oferta per a arribar a ell? (marketing mix).

EL GRÁFICO

Les quatre P del marketing mix orbiten al voltant del client: producte, preu, distribució i comunicació són decisions que han d'encaixar ent...





Coherència abans que quantitat

No es tracta de fer molt en cada P, sinó que les quatre contenen la mateixa història. Pregunta't: el preu que pose encaixa amb la qualitat del meu producte? El canal pel qual vens és on està el meu client? El missatge de la meua comunicació és el mateix que la meua proposta de valor? Un marketing mix coherent val més que un d'espectacular...



Publicitat responsable: la quarta P amb consciència

La comunicació —la quarta P— és la cara més visible del màrqueting, i també la més delicada. La publicitat no només ven: transmet valors i models. Durant dècades, molta publicitat ha recorregut a la cosificació (presentar les persones, sobretot les dones, com a objectes al servici d'un producte) i a estereotips que reforcen desigualtats.



§ 4

Connexió amb el teu projecte



El més essencial de la unitat

Les tres àrees d'esta unitat són, en realitat, un únic recorregut: aconseguixes el que necessites (aprovisionament), ho transformes en el teu producte o servici començant per un prototip (producció) i aconseguixes que arribe a qui ho necessita (comercial).



§ 5

Glossari



Àrea d'aprovisionament: funció de l'empresa que s'ocupa d'aconseguir tot el que el projecte necessita per a funcionar (matèries primeres, materials, servicis externs).
Pla de compres: previsió ordenada de què necessita comprar el projecte, en quina quantitat, a quin proveïdor, quan i a quin cost aproximat.



§ 6

Per a aprofundir



Si esta unitat t'ha interessat, ací tens alguns recursos per a portar més lluny les tres àrees que hem treballat: Kotler, P. i Armstrong, G. (2021). Fundamentos de marketing, 14a ed., Pearson. Per què encaixa: és el manual de referència en formació del marketing mix i l'estudi de mercat;



§ 7

Preguntes per a reflexionar



Servixen per a discutir a classe o per a pensar en tancar la unitat: Penseu en el pla de compres del vostre projecte: hi ha algun proveïdor local que podríeu prioritzar encara que no siga el més barat? Quins avantatges i quins riscos tindria eixa decisió? Si haguéreu de fer el prototip del vostre projecte esta setmana, amb quins materials...

Fins aquí la teoria

Continua al llibre de la unitat.