

Las áreas de la empresa I: aprovisionamiento, producción y comercial

Tu proyecto ya tiene idea, forma jurídica y un sitio donde nacer. Ahora toca hacerlo funcionar por dentro: conseguir lo que necesitas, fabricar tu producto o servicio y conseguir que alguien lo quiera. Tres áreas, una sola pregunta: ¿cómo lo aplicas a tu proyecto?

Objetivos de la unidad

- Diseñar un plan de compras sencillo y un control de stocks básico para el proyecto propio.
- Reconocer la documentación habitual del aprovisionamiento (pedido, albarán, factura).
- Entender el prototipo como primera versión real del producto o servicio y como respuesta a una necesidad de la comunidad.
- Hacer un estudio de mercado básico que oriente las decisiones del proyecto.
- Aplicar las cuatro P del marketing mix de forma coherente al propio producto o servicio.
- Analizar de forma crítica la publicidad que genera desigualdad o cosificación y evitarla en el proyecto.

Conceptos clave

- **área de aprovisionamiento**
- **plan de compras**
- **control de stocks**
- **área de producción**
- **prototipo**
- **área comercial**
- **estudio de mercado**
- **marketing mix**
- **publicidad responsable**

El área de aprovisionamiento

Aprovisionarse es **conseguir todo lo que el proyecto necesita para funcionar:** materias primas, productos para revender, materiales, herramientas, servicios externos.

El área de producción

El área de producción es donde el proyecto **transforma los recursos en aquello que ofrece**: un producto físico, un servicio o una combinación de ambos.

El área comercial

Tener un buen producto no basta: hay que conseguir que la gente lo conozca, lo quiera y lo compre. De eso se ocupa el **área comercial**.

Conexión con tu proyecto

Las tres áreas de esta unidad son, en realidad, **un único recorrido**: consigues lo que necesitas (aprovisionamiento), lo transformas en tu producto o servicio empezando por un prototipo (producción) y consigues que llegue a quien lo necesita (comercial).

Glosario

- **Área de aprovisionamiento:** función de la empresa que se ocupa de conseguir todo lo que el proyecto necesita para funcionar (materias primas, materiales, servicios externos).
- **Plan de compras:** previsión ordenada de qué necesita comprar el proyecto, en qué cantidad, a qué proveedor, cuándo y a qué coste aproximado.
- **Stock (existencias):** cantidad de producto o materia prima que el proyecto tiene almacenada en un momento dado y que aún no ha usado o vendido.
- **Punto de pedido:** nivel de existencias a partir del cual hay que lanzar un nuevo pedido para no quedarse sin material mientras llega el siguiente suministro.
- **Pedido (orden de compra):** documento que emite quien compra y que indica qué ⁸ producto, qué cantidad, a qué precio y con qué plazo se solicita al proveedor.

Para profundizar

- **Kotler, P. y Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing*, 14.ª ed., Pearson.** Por qué encaja: es el manual de referencia en formación del marketing mix y el estudio de mercado; el capítulo de las cuatro P es lectura directa de lo que hemos visto.
- **Observatorio de la Imagen de las Mujeres (OIM), Ministerio de Igualdad** (inmujeres.gob.es). Por qué encaja: sus informes anuales analizan casos reales de publicidad sexista y dan criterios concretos para evaluar la propia comunicación del proyecto.
- **Lladró, sección «Saber hacer»** (lladro.com). Por qué encaja: el proceso de prototipado que describe esta empresa valenciana es un modelo accesible y local de cómo se pasa de la idea al producto físico con iteraciones sucesivas.
- **«El método Lean Startup»**, Eric Ries (2011, Crown Business; edición en castellano de Deusto). Por qué encaja: popularizó la lógica de construir → medir

Preguntas para reflexionar

Estas preguntas no tienen una respuesta única. Sirven para discutir en clase o para pensar al cerrar la unidad:

Lo esencial

- El **aprovisionamiento** consiste en conseguir lo que el proyecto necesita: un **plan de compras** sencillo y un **control de stocks** básico bastan para un proyecto de aula. Los tres documentos clave son **pedido, albarán y factura**.
- El **área de producción** transforma los recursos en tu producto o servicio, que debe ser una **respuesta a una necesidad real** de la comunidad.
- El **prototipo** es la primera versión real, hecha para probar y mejorar: mejor tosco y pronto que perfecto y tarde.
- El **estudio de mercado** (encuesta, observación, análisis de la competencia) sirve para tomar decisiones, no para rellenar informes.
- El **marketing mix** son las **cuatro P** —producto, precio, distribución y comunicación—; su valor está en que sean **coherentes** entre sí.
- La **publicidad responsable** evita la cosificación y los estereotipos: la ley

· profedeeconomia.es