



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

DISEÑO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y COMERCIAL DE LA EMPRESA "SMARTDESK CIA. LTDA."

AUTOR: JONNATHAN JOSUÉ BÁEZ HERRERA

TUTOR: PhD. DIEGO DONOSO

TUTOR TÉCNICO: Mg. PIERRE GILLES DESFRANCOIS

AÑO 2017

DATOS GENERALES:

Tabla 1. Datos generales

TEMA:	Diseño de la estructura organizacional y comercial de la empresa “SMARTDESK CIA. LTDA.”
ESTUDIANTE:	Jonnathan Josué Báez Herrera
CARRERA:	Administración de empresas
TUTOR:	Dr.Sc. Diego Donoso PhD
ASESOR TÉCNICO:	Mg. Pierre Guilles Desfrancois
FECHA:	16 de Marzo de 2017

Elaborado por el Autor

RESUMEN

El presente proyecto propone la elaboración de un modelo de Estructura Organizacional y comercial con aplicación a la compañía SMARTDESK, donde se parte por fundamentar teóricamente las bases científicas de la elaboración de dicha estructura para posteriormente diagnosticar la problemática situacional actual de la compañía, para finalizar se plantea un modelo de estructura organizacional basándose en la realidad actual del entorno de la compañía, orientados en un proceso de mejora, generando dinamismo en el mercado y la facilidad en el cumplimiento de actividades.

PALABRAS CLAVES: Organigrama; Estructura Organizacional; Cargos y actividades; División del trabajo; Diagrama de flujos

ABSTRACT

The present project proposes the elaboration of a model of Organizational and Commercial Structure with application to the company SMARTDESK, its structure and elaboration is based on scientific and theoretical foundations to later diagnose the current situational problems of the company, in order to finalize it proposes a model of organizational structure based on the current reality of the company environment, oriented in a process of improvement, generating dynamism in the market and the ease in the fulfillment of activities.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DATOS GENERALES:.....	2
RESUMEN.....	3
PALABRAS CLAVES:.....	3
ABSTRACT	3
ÍNDICE DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
AGRADECIMIENTOS:	9
SECCIÓN I.....	10
1.1 TEMA:.....	10
1.2 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN:.....	10
1.3 OBJETIVOS:	11
1.3.1 Objetivo general.....	11
1.3.2 Objetivos Específicos.....	11
1.4 INTRODUCCIÓN:	12
1.5 HIPÓTESIS	13
SECCIÓN II	14
2.1 MARCO TEÓRICO.....	14
2.1.1 Importancia de la estructura organizacional:	15
2.1.2 Aspectos específicos de la organización:	16
2.1.3 Descripción de cargos:	17
2.1.4 Análisis de cargos:	17
2.1.5 Las empresas.....	18
2.1.6 Clasificación de las empresas en cuanto a la propiedad	18
2.1.7 Clasificación en cuanto al tamaño	19

2.1.8 Clasificación en cuanto al tipo de producción	19
2.1.9 Plan comercial.....	20
2.2 MARCO CONCEPTUAL:.....	21
2.2.1 ACTIVIDAD/TAREA:	21
2.2.2 ADMINISTRACIÓN	21
2.2.3 ANÁLISIS:	21
2.2.4 CONTROL:	21
2.2.5 CONTROL DE CALIDAD:.....	21
2.2.6 CONTROLAR:	21
2.2.7 COORDINAR:.....	22
2.2.8 DEPARTAMENTALIZACIÓN:	22
2.2.9 DESARROLLO ORGANIZACIONAL:	22
2.2.10 DIAGNÓSTICO:	22
2.2.11 DIRIGIR:	22
2.2.12 DIVISIÓN DEL TRABAJO:	22
2.2.13 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	22
2.2.14 EFICACIA:	23
2.2.15 EFICIENCIA:	23
2.2.16 ESTRATEGIA:	23
2.2.17 EVALUAR:	23
2.2.18 FINES:	23
2.2.19 FODA:	23
2.2.20 FORMULARIO:	23
2.2.21 FUNCIÓN:.....	24
2.2.22 GERENCIA:	24
2.2.23 ÍNDICE:	24
2.2.24 LOGÍSTICA:	24
2.2.25 MACROANÁLISIS ADMINISTRATIVO:.....	24
2.2.26 META:	24

2.2.27 MÉTODO:	24
2.2.28 MICROANÁLISIS ADMINISTRATIVO:	25
2.2.29 MODELO:	25
2.2.30 OBJETIVO ESPECÍFICO:	25
2.2.31 OBJETIVO GENERAL:	25
2.2.32 ORGANIZAR:	25
2.2.33 ORGANIGRAMA:	25
2.2.34 PLAN ANUAL OPERATIVO:	25
2.2.35 PLAN:	26
2.2.36 PLANIFICACIÓN:	26
2.2.37 PLANIFICACIÓN ADMINISTRATIVA:	26
2.2.38 PLANIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA:	26
2.2.39 POLÍTICA:	26
2.2.40 PRESUPUESTO:	26
2.2.41 PROBLEMA:	26
2.2.42 PROCEDIMIENTO:	27
2.2.43 PRODUCTO:	27
2.2.44 PROGRAMA:	27
2.2.45 PROYECTO:	27
2.2.46 PUESTO:	27
2.2.47 RECURSOS:	27
2.2.48 RESPONSABLES:	27
2.2.49 SISTEMA:	28
2.2.50 SISTEMA ABIERTO:	28
2.2.51 SISTEMA CERRADO:	28
2.2.52 SUPERVISAR:	28
2.2.53 TÁCTICA:	28
2.2.54 TRABAJO:	28
SECCIÓN III	29

3.1 METODOLOGÍA	29
3.1.1 Método Histórico Lógico	29
3.1.2 Método inductivo deductivo.....	30
3.1.3 Método experimental	30
3.1.4 Método de Observación	31
3.1.5 Método Cualitativo	32
3.1.6 Análisis FODA de la Compañía:.....	39
3.2 LA PROPUESTA.	40
3.2.1 INTRODUCCIÓN:	40
3.3 RESUMEN DE LA PROPUESTA	41
3.3.1 OBJETIVOS	41
3.3.2 Situación Actual de la Compañía:	42
3.3.3 Situación Organizacional de la Compañía.....	42
3.3.4 Determinación de la compañía en cuanto a su clasificación.	44
3.3.5 Área de aplicación de la propuesta	44
3.3.6 Cadena de valor de la compañía.....	45
3.3.7 Definición de las áreas de operaciones para la compañía SMARTDESK CIA. LTDA	46
3.3.8 Organigrama posicional propuesto:.....	46
3.3.9 Descripción de las actividades básicas propuestas:	47
3.3.10 Diagrama de Flujo de comercialización diaria SMARTDESK CIA LTDA	62
3.3.11 Situación de planeación y control del proceso administrativo.	63
3.3.12 Planeación y control de la empresa	63
3.3.13 Proyección de la estructura organizacional y comercial de la compañía.	63
3.3.14 Estrategias comerciales	64
3.3.15 Plan de acción comercial.....	66
3.3.16 Objetivos comerciales.	67
SECCIÓN IV	68
4.1 RESULTADOS ESPERADOS	68
4.2 CONCLUSIONES	69

4.3 RECOMENDACIONES:.....	70
4.4 BIBLIOGRAFÍA	71
ANEXOS:.....	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Datos generales	2
Tabla 2. Fuentes de información metodológica	29
Tabla 3. Elementos de la organización	31
Tabla 4. Resultados de la entrevista 1.....	33
Tabla 5. Resultados de la entrevista 2.....	34
Tabla 6. Resultados de la entrevista.....	35
Tabla 7. Resultado de la entrevista	36
Tabla 8. Resultados de la entrevista.....	37
Tabla 9. Análisis FODA SMARTDESK	39
Tabla 10. Análisis de costos SMARTDESK	65
Tabla 11. PLAN DE ACCIÓN	66

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1. Tabulación de entrevista	33
Ilustración 2. Tabulación de la entrevista	34
Ilustración 3. Tabulación de entrevista 3	35
Ilustración 4. Tabulación entrevista 4.....	36
Ilustración 5. Tabulación entrevista 5	37
Ilustración 6. Clasificación de la compañía	44
Ilustración 7. Cadena de valor de la compañía SMARTDESK.....	45
Ilustración 8. Organigrama posicional propuesto	46
Ilustración 9. Diagrama de Flujo de comercialización diaria	62

AGRADECIMIENTOS:

Primero debo dar gracias a Dios, quien me da la fortaleza, la salud, la Fe y permitirme formar como un ser profesional y formar parte de esta gran empresa llamada Familia, puedo decir que el camino no ha sido fácil por ello debo agradecer enormemente a mi familia, a mi esposa por apoyarme en cada decisión y emprendimiento que he tomado en mi vida, por esa comprensión, por ese amor incondicional, por ese apoyo, a mis hijos que son la mayor bendición en mi vida gracias por ser esa fuente de motivación e inspiración para culminar mis objetivos, nunca rendirme y ser una gran aporte ejemplar en sus vidas.

A mis padres, se me hace infaltable expresarles gratitud, gracias a Uds. hoy esta meta está cumplida, me enseñaron que nada es imposible, que para todo hay una solución y que los límites los pongo yo, sé que siempre podré contar con su bendición y su incondicional apoyo.

Agradezco a mis tutores quienes aportaron con su conocimiento práctico y teórico para culminar este proyecto integrador de carrera con eficiencia y eficacia.

SECCIÓN I

1.1 TEMA:

Diseño de la estructura organizacional y comercial de la empresa SMARTDESK CIA. LTDA.

1.2 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN:

Toda organización para llegar a ser competitiva debe tener establecida una estructura organizacional y comercial, SMARTDESK al presenciar su realidad en este ámbito teniendo una falta de procesos técnicos necesarios para ser más sólida en el mundo globalizado en el que nos desenvolvemos planea conceder el mejor servicio el que estamos obligados a brindar a los consumidores.

La estructura organizacional y comercial empírica en la compañía SMARTDESK CIA. LTDA. es la principal causa de la problemática en cuanto a retroalimentación, gestión, poca comunicación o desconocimiento de la estructura laboral viéndose afectada en sus tiempos de respuesta y promedio de ventas generales.

Todas las actividades y procesos que se desarrollan dentro de las funciones de la empresa deben ser planeadas, coordinadas y controladas por un ente administrativo que garantice su correcto funcionamiento; en consecuencia, la estructura organizacional y comercial que se diseñe para la gestión necesaria, será de suma importancia en términos de cumplimiento.

Día a día los consumidores buscan comodidad y satisfacción de necesidades en cualquier artículo o servicio que desean adquirir, y el mundo tecnológico no está muy lejos de aquella realidad, es así que, mediante una base sólida, es decir, una buena estructura organizacional y comercial, se podrá obtener una buena innovación, promoción y posicionamiento de nuestros productos y servicios dentro de un mercado cada vez más competitivo.

De esta manera, mediante la creación de la estructura organizacional y comercial con un conocimiento práctico y comercial de la empresa, se aportará a cada una de las características

específicas que permiten una estructura orgánica generar rentabilidad y cumplimiento de objetivos acordes con las exigencias propias de los procesos y funciones organizacionales.

1.3 OBJETIVOS:

1.3.1 Objetivo general.

- Elaborar la estructura organizacional y comercial de la empresa “SMARTDESK CIA. LTDA.” mediante técnicas administrativas.

1.3.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente las bases científicas de la propuesta para elaborar la estructura organizacional de la compañía.
- Diagnosticar la situación actual de la compañía para conocer si la estructura organizacional y comercial, responde a las necesidades del mercado.
- Formular la estructura organizacional y comercial de la compañía para consolidar la empresa de manera eficiente y eficaz.

1.4 INTRODUCCIÓN:

SMARTDESK “Un mundo de tecnologías inteligentes”, fue fundada en el año 2014 por un grupo de jóvenes emprendedores, somos profesionales en administración empresarial, comercio, auditoria, sistemas, marketing y seguridad informática con misión y visión diferentes para un mundo en constante evolución tecnológica.

Integramos soluciones informáticas a medida de manera más rápida y ágil, proveemos un mundo de tecnologías inteligentes a nuestros clientes mediante nuestra asistencia oportuna, confiable y a tiempo”

Smartdesk acompaña de la mano a los clientes en sus fases de crecimiento; primero siendo su aliado estratégico de IT, segundo su consultor y tercero siendo su financiero en la toma de decisiones para adquisiciones tecnológicas.

La compañía tiene sus instalaciones en la Parroquia de Tumbaco perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito provincia de Pichincha, entre las calles Gonzalo Pizarro N2-109 y Rumiñahui, sector centro, cuya ubicación es estratégicamente posicionada por ser un lugar de tránsito hacia los barrios aledaños de la Parroquia de Tumbaco.

La Parroquia de Tumbaco constituye un mercado bastante extenso, en el cual “SMARTDESK CIA. LTDA.” lo que busca es mejorar la estructura organizacional y comercial para que sea capaz de estar pendiente de cada detalle que conlleve el proceso de venta; desde la obtención de equipos y maquinaria hasta la distribución e implementación del servicio, garantías, post ventas, etc.

1.5 HIPÓTESIS

Mediante el diseño de la estructura organizacional y comercial de la compañía “SMARTDESK”, permitirá posicionarse en el mercado, optimizando los recursos manteniendo una armonía en sus actividades y garantizando una mejora en su promedio de ventas.

SECCIÓN II

2.1 MARCO TEÓRICO

En la actualidad los factores tecnológicos se desarrollan día a día por lo cual se necesita empresas que tengan bases administrativas fuertes para que su estructura no se vea afectada, por esto SMARTDESK CIA LTDA, busca llevar su implementación administrativa a la práctica.

“La administración se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas al trabajar en grupo alcancen con eficiencia metas seleccionadas” (Reyes Ponce, 2006) . En fin, la administración consiste en “darle forma, de manera consistente y constante a las organizaciones. Todas las organizaciones cuentan con personas que tienen el encargo de servirle para alcanzar sus metas, denominados: Gerente, Administradores etc., que brindan al establecimiento la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades.” (Perez A. B., 2004).

Día a día los consumidores buscan comodidad y satisfacción de necesidades en cualquier artículo que desean adquirir, por ello mediante una base sólida, es decir, una buena estructura organizacional y comercial, se podrá obtener una buena innovación, promoción y posicionamiento de nuestros productos y servicios dentro de un mercado cada vez más competitivo.

Con el conocimiento práctico y teórico, la organización establecerá un diseño estructural y comercial como herramienta de mejora y posicionamiento empresarial, es importante establecer operaciones tales como: “la departamentalización consiste en una de las herramientas clave para lograr los buenos resultados. Es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base a su igualdad” (Diccionario ABC, 2015).

El proyecto para poder ser ejecutado debe ser analizado y estudiado por los supervisores y gerentes y debe responder a las necesidades de la compañía, el cual deberá ser plasmado en

un documento, técnico, legal, esqueleto, que representa las unidades que conforman una institución, es un gráfico que representa la estructura en forma de un organigrama, que es un “Mecanismo o estructura que permite a las personas laborar conjuntamente en una forma eficiente. Tiene por objeto agrupar o identificar las tareas y trabajos a desarrollarse dentro de la empresa”. (Aramburu & Rivera, 2010)

Con el diseño de la estructura organizacional y comercial la compañía SMARTDESK CIA. LTDA. podrá analizar detenidamente las características potenciales de sus colaboradores y actividades comerciales. Según, el (Centro de estudios Financieros, 2016) define que “la organización del departamento comercial viene dada por las diversas alternativas que una empresa tiene para estructurar las diferentes actividades comerciales; siempre estará condicionada a una serie de factores internos y externos, como pueden ser: el tamaño de la empresa, la filosofía que se va a seguir, los recursos económicos, la proyección de futuro, el tipo de mercado y producto, etc.”

Uno de los logros fundamentales de la organización por departamentos se basa en la realización y definición de los objetivos comerciales que demanda la compañía, por ende, no existe un modelo estándar para el manejo de estructuras organizacionales, debido a la diversidad de clientes y mercados, que cada vez son más competitivos.

La investigación comercial realizada sobre organización empresarial nos enseña que: “se deben definir y comunicar claramente los objetivos empresariales, departamentales e individuales, se debe delegar, tanto como sea posible, la responsabilidad (y necesaria autoridad) para la consecución de resultados, las personas en las que se ha delegado el poder han de ser capaces de ejercerlo y creer en lo que están haciendo, ya que en caso contrario ninguna estructura organizativa servirá para nada.” (Campos, 2007)

2.1.1 Importancia de la estructura organizacional:

Mediante la elaboración de una buena estructura organizacional permite continuidad en sus procesos, a través de la cual las empresas cumplen sus objetivos como grupo social ayudando a que se pueda desempeñar las actividades eficientemente y eficazmente con un mínimo esfuerzo, evitando la demora e ineficiencia en las funciones y actividades de cada empleado o colaborador, reduciendo la duplicidad de esfuerzos y los costos e incrementando la productividad delimitando funciones y responsabilidades.

La estructura organizacional es de vital importancia para el elaboración de este proyecto ya que aporta mejoras en los procesos de comunicación, control y coordinación direccionando los esfuerzos de actividades con los objetivos de la compañía, estableciendo niveles jerárquicos representados por la autoridad a la que se debe direccionar, teniendo como respuesta inmediata un indicador de cumplimiento de actividades.

2.1.2 Aspectos específicos de la organización:

Los elementos más típicos de la estructura organizacional corresponde a la mecánica administrativa, denotando las funciones, actividades regulares, competencias, las jerarquías y las responsabilidades siempre enfocadas en el futuro inmediato para proyección de la compañía.

La organización constituye el dato final del aspecto estático o mecánico; nos encamina de cómo y quién realizará cada actividad y como la va a hacer, cuando la organización está terminada sólo resta actuar, integrando, dirigiendo y controlando.

El diseño de la estructura organizacional y comercial de la empresa SMARTDESK CIA. LTDA, posibilitara definir las diferentes áreas sus actividades, los servicios, sus debilidades y la oportunidad de tener una optimización de costos referentes al funcionamiento de la empresa. En una investigación de (OBS Business School, 2016) expone que:

“Las empresas no nacen ni se estructuran por sí mismas. Antes de ponerlas en marcha, sus directivos deben tener clara la forma en que ésta se organizará de cara a las tareas propias de su actividad comercial. Este proceso se conoce como organización empresarial o estructuración del negocio. Ninguna labor de gestión y administración será posible si antes no se fija un plan de organización, el cual debe sentar las bases para el funcionamiento de la empresa y para elementos asociados, por ejemplo, el control de riesgos, la gestión de calidad o los Recursos Humanos, entre otros. En la capacidad de organización se refleja, además, la idea de negocio que las esferas directivas tienen de la misma y la claridad de las metas que se han propuesto. La estructura es, digamos, la materialización de la idea.”

En los modelos de organización empresarial, el líder es mucho más que una voz de mando. Se trata, ante todo, de una facultad relacionada con la gestión y que casi siempre recae en los

directivos o gerentes. Esta figura es de vital importancia en los procesos de organización empresarial, pues de los líderes depende en gran medida el funcionamiento de los sistemas internos.

2.1.3 Descripción de cargos:

La descripción de cargos nos permite planear el recurso humano brindando una fuente de información necesaria para la selección, capacitación, incentivos, remuneraciones, carga laboral y responsabilidades del personal.

Para (Vargas, 2001) “Es un proceso que consiste en enumerar las tareas o atribuciones que conforman un cargo y que lo diferencian de los demás cargos que existen en una empresa; es la enumeración detallada de las atribuciones o tareas del cargo (qué hace el ocupante), la periodicidad de la ejecución (cuándo lo hace), los métodos aplicados para la ejecución de las atribuciones o tareas (cómo lo hace) y los objetivos del cargo (por qué lo hace). Básicamente es hacer un inventario de los aspectos significativos del cargo y de los deberes y las responsabilidades que comprende. Todas las fases que se ejecutan en el trabajo constituyen el cargo total. Un cargo es la reunión de todas aquellas actividades realizada por una sola persona, que pueden unificarse en un solo concepto y ocupa un lugar formal en el organigrama”.

2.1.4 Análisis de cargos:

Para una estructura organizacional existen diferentes requisitos para el análisis de cargos, las cuales están anexadas a las necesidades intelectuales, físicas, responsabilidades implícitas y condiciones de trabajo. Pretendiendo determinar a detalle todos los requisitos y las responsabilidades comprendidas que denotan las condiciones que el cargo exige para su adecuado desenvolvimiento.

Este estudio evalúa y clasifica los cargos propuestos para efectos de comparación. Cada uno de estos requisitos se divide en varios factores de especificación, como la experiencia, por ejemplo, en el área de requisitos intelectuales. “Estos factores de especificación son factores clave que analizan una gran cantidad de cargos de manera objetiva; son verdaderos instrumentos de medición, contruidos de acuerdo con la naturaleza de los cargos existentes en la empresa. Si la naturaleza de los cargos que van a analizarse varía, así mismo variarán no sólo los factores de especificaciones considerados, sino también su amplitud de variación y sus características de comportamiento.” (Vargas, 2001)

2.1.5 Las empresas

El conocimiento teórico con bases administrativas en las que la compañía está formándose nos proyecta como una organización dedicada a la creación de productos y servicios tecnológicos para el mercado ecuatoriano.

Desde el punto de vista de la Economía, (Mheducation, 2015) la empresa se puede definir de la siguiente forma:

“Empresa es una unidad económica de producción en la que se combinan factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales, tecnología, etc.), bajo la dirección, responsabilidad y control del empresario, para producir bienes y servicios que serán vendidos en el mercado, con objeto de obtener el máximo beneficio. En las economías de mercado el fin de las empresas privadas es obtener el máximo beneficio para sus propietarios que, desde el momento en que deciden invertir en una empresa, están asumiendo determinado riesgo por el cual serán premiados con el beneficio, o bien, en caso de que se produzcan pérdidas, deberán asumir estas.”

2.1.6 Clasificación de las empresas en cuanto a la propiedad

La clasificación de las empresas en cuanto a la propiedad, es una herramienta de diagnóstico para situar a la compañía en el campo correcto para su desempeño y productividad.

2.1.6.1 Empresas públicas: Son empresas del sector público con la finalidad del bien estar social.

2.1.6.2 Empresas privadas: Son constituidas a partir de iniciativas y emprendimiento de personas particulares naturales constituyendo el sector privado.

2.1.6.3 Empresas mixtas: Son empresas cuya participación se da por sociedad de acciones de la empresa pública y privada, las cuales prestan servicios de seguridad nacional o de utilidad pública.

2.1.7 Clasificación en cuanto al tamaño

El tamaño de la compañía representa las dimensiones de la empresa y el volumen de los recursos de que dispone para sus actividades. En cuanto al tamaño, las empresas pueden ser clasificadas en:

2.1.7.1 Empresas grandes: son las de gran tamaño y de enorme volumen de recursos (tamaño de las instalaciones, volumen de capital involucrado, número de empleados). En general, estas empresas poseen más de 500 empleados.

2.1.7.2 Empresas medianas: son las de tamaño intermedio y de volumen razonable de recursos. Poseen de 50 a 500 empleados. Las empresas medianas son conocidas en su región, pero prácticamente desconocidas a nivel nacional.

2.1.7.3 Empresas pequeñas: son las de tamaño pequeño, pequeño volumen de recursos y con un número de empleados inferior a 50. Cuando son menores, las empresas pequeñas pueden ser llamadas mini empresas: es el caso de empresas con menos de 10 empleados. Cuando son menores aún, son llamadas microempresas. Existe hasta el caso de las llamadas empresas individuales: aquéllas con una sola persona jurídica.

2.1.8 Clasificación en cuanto al tipo de producción

La clasificación de las empresas según el tipo de producción, nos ayudará en este proyecto a diagnosticar en que grupo de empresas la compañía se encuentra. Según lo que producen, las empresas se pueden clasificar en:

2.1.8.1 Empresas primarias o extractivas: son las que desarrollan actividades extractivas, como las agrícolas, de pastoreo, de pesca, de extracción de minerales, de exploración y extracción de petróleo, las salinas, etcétera. Son llamadas primarias porque se dedican básicamente a la obtención y extracción de materias primas, el elemento primario de toda producción.

2.1.8.2 Empresas secundarias o de transformación: Estas empresas son las que procesan su materia prima y las manufacturan o transforman en productos tangibles acabados para su comercialización.

2.1.8.3 Empresas terciarias o prestadoras de servicios: Las Empresas terciarias son las que dedican básicamente a prestar o comercializar servicios especializados.

Planear según (Comunidad gerencial, 2007) “es la función administrativa que determina anticipadamente cuáles son los objetivos a ser alcanzados y qué debe hacerse para alcanzarlos de la mejor manera posible. La planeación está orientada hacia la continuidad de la empresa y se centra en el futuro. Su importancia radica en esto: sin planeación la empresa queda pérdida en el caos. Así, al partir de la determinación de los objetivos a ser alcanzados, la planeación determina a prioridad lo que se debe hacer, cuándo hacerlo, quién debe hacerlo y de qué manera. Y se hace en base a un conjunto de planes.”

2.1.9 Plan comercial

El plan comercial de este proyecto se realiza en función al oportuno diseño de la estructura organizacional de la compañía SMARTDESK CIA LTDA refiriendo la planificación de todas las actividades, responsabilidades, tareas, competencias y administración de la gestión por procesos, donde según (Saavedra, 2006) se debe considerar los siguientes aspectos principalmente: “Gestión de Ventas. Define la función de ventas dentro de la empresa, las características de la fuerza de ventas, las estrategias de atención al cliente y el presupuesto de ventas. Promoción de Ventas. Se refiere a la integración de las fuerzas de ventas con el marketing; incluye la publicidad, las técnicas de promoción relacionadas al cliente final o distribuidores, el merchandising, la investigación de mercados y el manejo de las relaciones públicas. Gestión de Clientes. Se refiere a conocer que es lo que buscan los clientes, identificar su nivel de satisfacción con respecto a los productos y determinar los programas de fidelización para mantener y aumentar la cartera de clientes. Técnicas de Negociación. Incluye conocer los elementos, fases y el ciclo de negociaciones que se pueden llevar a cabo en las distintas interacciones con los componentes externos de la cadena de valor de la empresa.”

2.2 MARCO CONCEPTUAL:

2.2.1 ACTIVIDAD/TAREA:

“Términos sinónimos, aunque se acostumbra tratar a la tarea como una acción componente de la actividad. En general son acciones humanas que consumen tiempo y recursos, y conducen a lograr un resultado concreto en un plazo determinado. Son finitas, aunque pueden ser repetitivas.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.2 ADMINISTRACIÓN

“El concepto de administración hace referencia al funcionamiento, la estructura y el rendimiento de las organizaciones. El término proviene del latín ad-ministrare (“servir”) o ad manus trahere (“manejar” o “gestionar”).” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.3 ANÁLISIS:

“Acción de dividir una cosa o problema en tantas partes como sea posible, para reconocer la naturaleza de las partes, las relaciones entre éstas y obtener conclusiones objetivas del todo.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.4 CONTROL:

“Tipos: 1. control de calidad; 2. control de cantidad; 3. control de costos; 4. control de tiempo. Es el acto de registrar la medición de resultados de las actividades ejecutadas por personas y equipos en un tiempo y espacio determinado. Se ejerce Ex-ante, Durante y Ex-post respecto a la ejecución de las actividades.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.5 CONTROL DE CALIDAD:

“El control de calidad se ocupa de garantizar el logro de los objetivos de calidad del trabajo respecto a la realización del nivel de calidad previsto para la producción y sobre la reducción de los costos de la calidad.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.6 CONTROLAR:

“Acto de medir y registrar los resultados alcanzados por un agente del sistema organizacional en un tiempo y espacio determinados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.7 COORDINAR:

“Acto de intercambiar información entre las partes de un todo. Opera vertical y horizontalmente para asegurar el rumbo armónico y sincronizado de todos los elementos que participan en el trabajo.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.8 DEPARTAMENTALIZACIÓN:

“Fase del análisis administrativo que se ocupa de analizar y dividir el trabajo como un todo, estableciendo los niveles de especialización y complejidad de todas las partes o componentes del trabajo y dando figura al organigrama.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.9 DESARROLLO ORGANIZACIONAL:

“Acción de mantenimiento y actualización permanente de los cambios aplicados a una organización y respecto a su medio ambiente.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.10 DIAGNÓSTICO:

“Identificación y explicación de las variables directas e indirectas inmersas en un problema, más sus antecedentes, medición y los efectos que se producen en su medio ambiente.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.11 DIRIGIR:

“Acto de conducir y motivar grupos humanos hacia el logro de objetivos y resultados, con determinados recursos.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.12 DIVISIÓN DEL TRABAJO:

“Acto de segmentar el trabajo total de una organización, por especializaciones y niveles de dificultad.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.13 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

“La estructura organizacional es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.14 EFICACIA:

“Indicador de mayor logro de objetivos o metas por unidad de tiempo, respecto a lo planeado.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.15 EFICIENCIA:

“Indicador de menor costo de un resultado, por unidad de factor empleado y por unidad de tiempo. Se obtiene al relacionar el valor de los resultados respecto al costo de producir esos resultados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.16 ESTRATEGIA:

“En un proceso regulable; es el conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento. Una estrategia por lo general abarca los objetivos, las metas, los fines, la política y la programación de acciones de un todo organizacional o individual.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.17 EVALUAR:

“Acto de comparar y enjuiciar los resultados alcanzados en un momento y espacio dados, con los resultados esperados en ese mismo momento. Es buscar las causas de su comportamiento, entenderlas e introducir medidas correctivas oportunas.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.18 FINES:

“Son los efectos que se obtienen con el logro de los objetivos.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.19 FODA:

“Técnica de valoración de potencialidades y riesgos organizacionales y personales, respecto a la toma de decisiones y al medio que afecta. Significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.20 FORMULARIO:

“Documento impreso que contiene información estructurada "fija" sobre un determinado aspecto, para ser complementada con información "variable" según cada aplicación y para satisfacer un objetivo específico.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.21 FUNCIÓN:

“Mandato formal permanente e impersonal de una organización o de un puesto de trabajo.”
(Hernandez Orozco, 1998)

2.2.22 GERENCIA:

“Función mediante la cual las empresas y el Estado logran resultados para satisfacer sus respectivas demandas.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.23 ÍNDICE:

“Relación matemática de un valor respecto a otro valor. El resultado puede ser un número absoluto o relativo.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.24 LOGÍSTICA:

“1. Explica el proceso de cómo se han de allegar los recursos necesarios en el lugar, cantidad y tiempo adecuados. 2. Alguien se preocupa de lo que requiere cada situación y asegura además de que todos los recursos necesarios estarán disponibles en el momento adecuado.”
(Hernandez Orozco, 1998)

2.2.25 MACROANÁLISIS ADMINISTRATIVO:

“Estudio global de más de una institución, vistas como unidades de un sistema total de administración general. Es el análisis del "sistema del Estado" constituido por la totalidad de instituciones y órganos que lo forman.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.26 META:

“Es la cuantificación del objetivo específico. Indica la cantidad y unidad de medida del resultado deseado y el tiempo y lugar para lograrlo. Se compone de Verbo + cantidad + unidad de medida + tiempo + localización.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.27 MÉTODO:

“Sucesión lógica de pasos o etapas que conducen a lograr un objetivo predeterminado.”
(Hernandez Orozco, 1998)

2.2.28 MICROANÁLISIS ADMINISTRATIVO:

“Estudio minucioso de una institución o de un órgano, desde lo general hasta el menor detalle operativo. Evalúa la naturaleza doctrinaria del ente, sus fines, estructura, funciones, puestos, sistemas, formas, normas, recursos y planta, para asegurar su congruencia con las funciones del Estado y con las demandas de la población.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.29 MODELO:

“Conjunto de variables relacionadas entre sí e interactuantes, que en bloque dinámico conducen a obtener un resultado predeterminado o a solucionar un problema.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.30 OBJETIVO ESPECÍFICO:

“Es la especificación de una parte del objetivo general. El conjunto de objetivos específicos logra el objetivo general.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.31 OBJETIVO GENERAL:

“Se define como "un deseo a lograr".” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.32 ORGANIZAR:

“Acto de acopiar e integrar dinámica y racionalmente los recursos de una organización o plan, para alcanzar resultados previstos mediante la operación.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.33 ORGANIGRAMA:

“Es la representación gráfica de la estructura formal de una organización, según división especializada del trabajo y niveles jerárquicos de autoridad.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.34 PLAN ANUAL OPERATIVO:

“Plan institucional de corto plazo, pero vinculado al plan de mediano y largo plazos. Es el conjunto armónico de políticas, estrategias, objetivos, metas, actividades y el presupuesto institucional, programado en el tiempo y conducente a un objetivo común. Se ejecuta en un año (corto plazo) y con determinados recursos.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.35 PLAN:

“Conjunto de programas y proyectos relacionados entre sí y conducentes a un objetivo común. También conjunto armónico de actividades para lograr un resultado concreto.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.36 PLANIFICACIÓN:

“Proceso racional y sistémico de proveer, organizar y utilizar los recursos escasos para lograr objetivos y metas en un tiempo y espacio predeterminados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.37 PLANIFICACIÓN ADMINISTRATIVA:

“Proceso racional de previsión, estructuración, diseño y asignación óptima de recursos de las organizaciones, para que alcancen resultados en un tiempo y espacio dados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.38 PLANIFICACIÓN SOCIOECONÓMICA:

“Proceso racional y continuo de previsión, organización y uso de recursos escasos, para alcanzar objetivos y metas sociales y económicas en un tiempo y espacio predeterminados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.39 POLÍTICA:

“Conjunto de estrategias, normas y parámetros de una organización, que orientan la actuación de los funcionarios para alcanzar sus objetivos y metas en un lugar y plazo dados. Es un marco general de actuación.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.40 PRESUPUESTO:

“Plan financiero de ingresos y egresos de corto plazo conformado por programas, proyectos y actividades a realizar por una organización, presentándose en determinadas clasificaciones.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.41 PROBLEMA:

“Situación anormal respecto a las conductas o hechos considerados "normales" en un momento histórico determinado y un lugar dado.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.42 PROCEDIMIENTO:

“Ciclo de operaciones que afectan a varios empleados que trabajan en sectores distintos y que se establece para asegurar el tratamiento uniforme de todas las operaciones respectivas para producir un determinado bien o servicio.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.43 PRODUCTO:

“Es el resultado parcial o total (bienes y servicios), tangible o intangible, a que conduce una actividad realizada.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.44 PROGRAMA:

“Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "servicios".” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.45 PROYECTO:

“Conjunto armónico de objetivos, políticas, metas y actividades a realizar en un tiempo y espacio dados, con determinados recursos. Sus resultados son "bienes de capital".” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.46 PUESTO:

“Conjunto de deberes y responsabilidades a ejecutar por una persona que posee determinados requisitos y a cambio de remuneración.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.47 RECURSOS:

“Son los medios que se emplean para realizar las actividades. Por lo general son seis: humanos, financieros, materiales, mobiliario y equipo, planta física y tiempo.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.48 RESPONSABLES:

“Son los funcionarios que reciben órdenes de sus superiores o las tienen en virtud del puesto que ocupan, sobre actividades a su cargo. Pueden ser de dos clases: unidades organizativas o funcionarios.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.49 SISTEMA:

“Proceso cíclico que consiste en un conjunto de partes relacionadas entre sí, capaces de transformar insumos en productos para satisfacer demandas de su ambiente. Consta de insumos-proceso-productos-ambiente. Los hay abiertos y cerrados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.50 SISTEMA ABIERTO:

“Se caracteriza porque su estado original se modifica constantemente por la acción retroalimentadora del ambiente, desde su nacimiento hasta su extinción. Su vida útil depende de su adaptabilidad a las exigencias del ambiente (homeostasis).” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.51 SISTEMA CERRADO:

“Se caracteriza porque no tiene capacidad de cambio por sí mismo para adaptarse a las demandas del ambiente. Es irreversible y su estado presente y final está determinado por su estado original. Son precederos por desgaste (entropía).” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.52 SUPERVISAR:

“Acto de vigilar que los hechos de un trabajo sucedan conforme a las normas preestablecidas y en el tiempo y lugar determinados.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.53 TÁCTICA:

“Sistema especial que se emplea para disimular y hábilmente para conseguir un fin.” (Hernandez Orozco, 1998)

2.2.54 TRABAJO:

“Acción humana, individual o colectiva, que conduce a la obtención de un producto o a la prestación de un servicio en un tiempo y espacio determinado y con el apoyo de otros recursos.” (Hernandez Orozco, 1998)

SECCIÓN III

3.1 METODOLOGÍA

3.1.1 Método Histórico Lógico

Con este procedimiento se estudiará y reconstruirá de manera más objetiva y exacta posible todos los hechos organizacionales y comerciales que la compañía dispuso a lo largo de su trayecto, mediante bastos testimonios realizados por el personal de la compañía se logrará partir al desarrollo de los diferentes procesos comerciales y estructurales de la compañía.

Como también se procederá a profundizar la comprensión en el conocimiento de las diferentes técnicas administrativas para optimizar recursos humanos, tecnológicos y financieros.

Mediante este método podemos diagnosticar los diversos problemas y fenómenos que no se presentan de manera espontánea y con dificultades, estudia como resultado que los origina, promueve o da lugar a su existencia.

Según (Villafuerte, 2010), expone que “esta evolución de otra parte no es rigurosa o repetitiva de manera similar, sino que va cambiando de acuerdo a determinadas tendencias o expresiones que ayuda a interpretarlos de una manera secuencial.”

Tabla 2. Fuentes de información metodológica

FUENTES PRIMARIAS	FUENTES SECUNDARIAS
Testimonios de los colaboradores de la compañía SMARTDESK.	Documentación y registro de actividades.
Testimonios de los proveedores, clientes externos de la compañía.	Correos electrónicos para análisis de gestión empresarial y comercial.
Datos reales de estadísticas comerciales.	Información electrónica para conocimiento técnico.

Elaborado por el Autor

Fuente: (Perez G. , 1996)

3.1.2 Método inductivo deductivo

Mediante este método y trabajando conjuntamente con el personal de la empresa se logrará aplicar estudios en forma general y particular que permitirán obtener información sobre los diferentes tipos de organización, para de esta manera establecer uno que esté enlazado con la actividad que la empresa realiza.

El razonamiento deductivo constituye una de las principales características del proceso de enfoque cuantitativo de la investigación.

Los componentes del método inductivo deductivo establece por un lado la deducción que va de lo general a lo particular mientras que la inducción va de lo particular a lo general, este método es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

Según (Diccionario ABC, 2015) “la inducción es un proceso mental que consiste en inferir de algunos casos particulares observados la ley general que los rige y que vale para todos los de la misma especie. El razonamiento inductivo constituye uno de los pilares sobre el que se apoya el enfoque cualitativo de la investigación.”

3.1.3 Método experimental

La psicología experimental como una disciplina científica permite considerar los fenómenos de comportamiento laboral dentro de los procesos que los sustentan, mediante este método de investigación se recopilarán datos de comportamiento empresarial para comparar las mediciones de satisfacción organizacional utilizando variables dependientes como análisis de cargos y descripción de actividades, basado en la metodología científica versus las variables independientes, que son las que el investigador puede manipular para estudiar la relación y reacción entre variables.

Se aplicará con la intención de comprobar la efectividad de diversos procesos, sistemas y variantes propuestas; las que permitieran elevar la gestión de la calidad del servicio.

3.1.4 Método de Observación

La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que "Saber observar es saber seleccionar".

Para la observación lo primero es plantear previamente qué es lo que interesa observar. En definitiva, haber seleccionado un objetivo claro de observación. En nuestro caso, este método se utilizará con el propósito de percibir, registrar y sistematizar los sistemas de servicios dentro de la empresa.

La observación científica según (Alvarez, 2003) "tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico".

Mediante este método el investigador realizó una lista de chequeo simple para diagnosticar la situación organizacional actual de la compañía SMARTDESK CIA. LTDA.

Tabla 3. Elementos de la organización

ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN		
ELEMENTOS	Existe	No Existe
Organigrama Funcional	0	x
Definición de Cargos	0	x
Definición de Actividades	0	x
Modelo de Estructura Comercial	0	x
Modelo de Estructura Organizacional	0	x
Planeación y control del Proceso Administrativo	0	x

Elaborado por el Autor

La tabla muestra claramente la inexistencia de los elementos organizacionales más importantes para el manejo de actividades y de operaciones básicas en la compañía, esto podría ocasionar el incumplimiento de parámetros básicos para el correcto funcionamiento, desencadenando pérdidas económicas y desgaste de talento humano.

3.1.5 Método Cualitativo

Para un mejor análisis situacional de la empresa se empleará la metodología cualitativa o entrevista con el fin de plantear preguntas a los empleados, gerencias y accionistas para que ayuden a reconstruir la realidad tal como la observan los sujetos del sistema actual definido. Según, (Alvarez, 2003) plantea que la metodología cualitativa “no pretende probar hipótesis ni medir efectos, el objetivo fundamental es describir lo que ocurre en nuestro alrededor, entender los fenómenos sociales, por eso es común que las hipótesis surjan en el mismo transcurso de la investigación. El contexto cultural es muy importante, por ello se investiga en los lugares donde las personas realizan sus actividades cotidianas.” (Alvarez, 2003).

El instrumento utilizado en la aplicación de este método es la entrevista, el cual se encuentra en los anexos de este documento.

La entrevista fue realizada por el investigador para su posterior análisis y estadísticas con el fin de diagnosticar la situación actual de la compañía SMARTDESK CIA. LTDA.

Los entrevistados fueron los siguientes:

- Gerente General.
- Asistente de Crédito y Cobranzas.
- Asesor Comercial Dependiente.
- Asesor Comercial Independiente. (Servicio Externo)
- Jefe Administrativo.

La información y tabulación de la información derivada se muestra a continuación:

Resultado de la entrevista: Pregunta Nro. 1

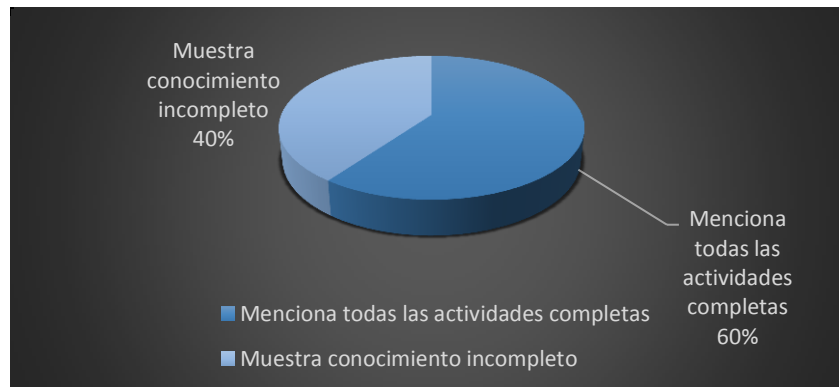
Tabla 4. Resultados de la entrevista 1

Pregunta:	Nro. 1
¿Conoce Ud. las actividades comerciales de la compañía SMARTDESK CIA LTDA?	
Nro. De Entrevistado	Respuesta
1	Menciona todas las actividades completas
2	Muestra conocimiento incompleto
3	Menciona todas las actividades completas
4	Muestra conocimiento incompleto
5	Menciona todas las actividades completas

Elaborado por el Autor

A partir de la información tabulada se obtuvo el siguiente gráfico:

Ilustración 1. Tabulación de entrevista



Elaborado por el Autor

La información arrojada demuestra que, el 40% de la compañía incluyendo todas las áreas de trabajo muestra desconocimiento de todas las actividades comerciales que SMARTDESK CIA.LTDA pone a la disposición de sus clientes.

Resultado de la entrevista: Pregunta Nro. 2

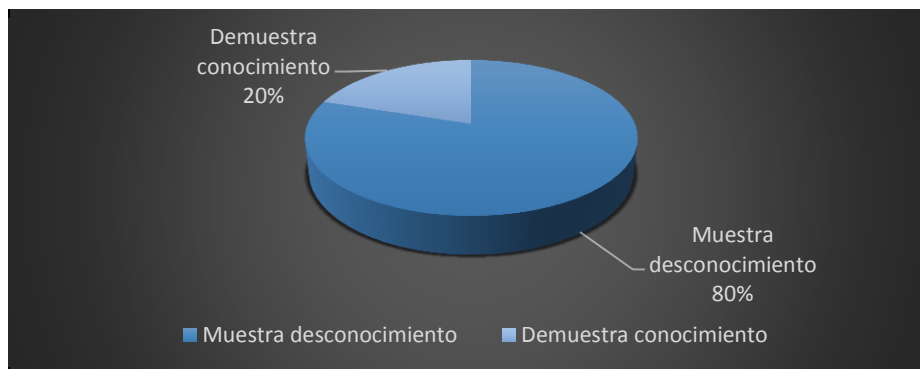
Tabla 5. Resultados de la entrevista 2

Pregunta:	Nro. 2
¿Sabe Ud. si la compañía desarrolla estrategias corporativas?	
Nro. De Entrevistado	Respuesta
1	Muestra desconocimiento
2	Demuestra conocimiento
3	Muestra desconocimiento
4	Muestra desconocimiento
5	Muestra desconocimiento

Elaborado por el Autor

A partir de la información tabulada se obtuvo el siguiente gráfico:

Ilustración 2. Tabulación de la entrevista



Elaborado por el Autor

La gráfica nos informa que un 80% del personal muestra desconocimiento técnico administrativo con respecto al manejo de estrategias corporativas que la compañía maneja.

Resultado de la entrevista: Pregunta Nro. 3

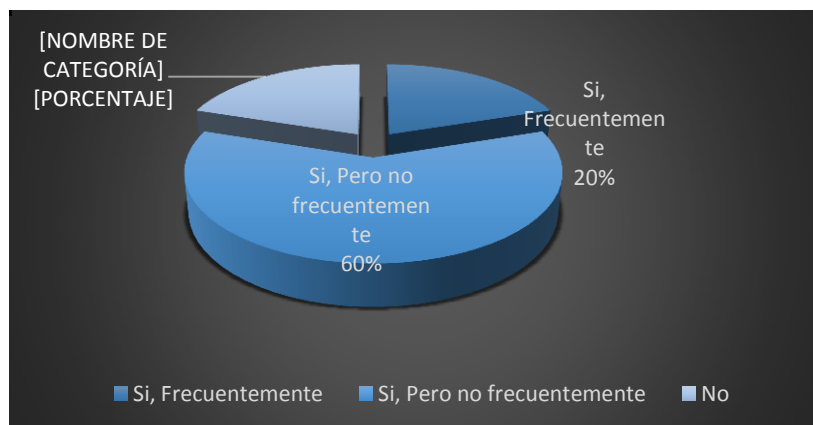
Tabla 6. Resultados de la entrevista

Pregunta:	Nro. 3
¿Es Ud. capacitado comercialmente y administrativamente de manera frecuente?	
Nro. De Entrevistado	Respuesta
1	Si, Frecuentemente
2	Sí, Pero no frecuentemente
3	No
4	Sí, Pero no frecuentemente
5	Sí, Pero no frecuentemente

Elaborado por el Autor

A partir de la información tabulada se obtuvo el siguiente gráfico:

Ilustración 3. Tabulación de entrevista 3



Elaborado por el Autor

El análisis de la entrevista nos informa, que un 20% del personal no es capacitado constantemente, un 20% del personal es frecuentemente capacitado y un 60% opina que la compañía si los capacita, pero no con la frecuencia que amerita la actividad comercial y administrativa de la compañía.

Resultado de la entrevista: Pregunta Nro. 4

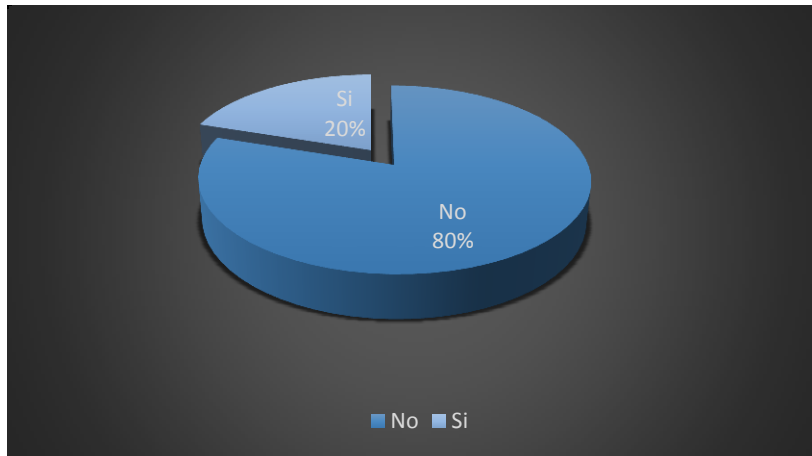
Tabla 7. Resultado de la entrevista

Pregunta:	Nro. 4	
¿Existe una clara definición de cargos y descripción de actividades en la compañía?		
Nro. Entrevistado	De	Respuesta
1		No
2		No
3		No
4		No
5		Si

Elaborado por el Autor

A partir de la información tabulada se obtuvo el siguiente gráfico:

Ilustración 4. Tabulación entrevista 4



Elaborado por el Autor

En la información recatada de la pregunta Nro. 4 podemos evidenciar claramente que un 80% del personal no tiene clara la descripción de cargos y actividades de la compañía SMARTDESK CIA. LTDA.

Resultado de la entrevista: Pregunta Nro. 5

Tabla 8. Resultados de la entrevista

Pregunta:	Nro. 5
Explique ¿Qué aspectos consideraría Ud. para la correcta operación de la compañía SMARTDESK CIA LTDA?	
Nro. Entrevistado	De Respuesta
1	Una buena estructura organizacional
2	Una buena estructura organizacional
3	Énfasis comercial y de talento humano
4	Una buena estructura organizacional
5	Una buena estructura organizacional

Elaborado por el Autor

A partir de la información tabulada se obtuvo el siguiente gráfico:

Ilustración 5. Tabulación entrevista 5



Elaborado por el Autor

La información que esta pregunta nos arroja, es que el 80% del personal requiere de forma inmediata la creación de una estructura organizacional para su correcto funcionamiento y desempeño de actividades, y existe un 20% del personal que hace énfasis en que se debe realizar una estructura comercial y reorganización del talento humano.


3.1.5.1 CONCLUSIÓN DE LA ENTREVISTA

Al aplicar el sistema de entrevista a los diversos actores de las actividades principales en la compañía se ha podido diagnosticar que la inexistencia de los elementos fundamentales empresariales y comerciales, ha causado un mal estar laboral, mala comunicación entre todos los integrantes de la compañía, procesos repetitivos y sin jerarquía.

El grupo actual de trabajo de la compañía SMARTDESK debe enfrentar retos grandes y redoblar esfuerzos al carecer de una descripción detallada de las actividades que cada uno de sus integrantes debería llevar a cabalidad e incluso se pueda tomar un control de cumplimiento de procedimientos por parte de sus directivos disponiendo de un organigrama posicional funcional.

3.1.6 Análisis FODA de la Compañía:

Tabla 9. Análisis FODA SMARTDESK

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS FODA</p> 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación en un mercado potencialmente alto sin demasiada competencia. • Representaciones únicas en el mercado. • Oferta de proyectos de desarrollo tecnológico a medida. • Acompañamiento en cada etapa de crecimiento de los clientes. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades no definidas. • Falta de conocimientos de los productos y servicios que la empresa oferta. • Presupuesto limitado. • Plazo muy largo para entrega de productos en casos de importación. • Falta de comunicación interna.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de nuevos procedimientos estratégicos. • Capacitaciones continuas de los productos y servicios ofrecidos • Aceptación por parte del consumidor. 	<p>ESTRATEGIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar nuestra atención personalizada para así ser reconocidos. • Al demostrar conocimiento podremos tener ventaja de ingresar nuevos clientes potenciales. • La innovación nos lleva a tener mayor acogida en el mercado por lo que se puede crear sucursales. 	<p>ESTRATEGIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al ser reconocidos tendremos mayor fidelidad por lo que los ingresos serán mayores. • Adaptación de una cultura organizacional • Al ampliar el mercado tenemos que tener al personal en continuo asesoramiento.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor competencia en el mercado. • Aumento en los costos de importación. • Impacto de nuevas políticas y legislación. 	<p>ESTRATEGIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al tener clientes fijos seremos un buen competidor. • Al estar en continua mejora no tendremos que preocuparnos mucho por la competencia. 	<p>ESTRATEGIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al tener mayor acogida estamos eliminando competencia. • El expandir nuestro mercado da entender que el producto es reconocido. • Personal capacitado toma decisiones correctas ante una política (reglamento) ineficaz.

Elaborado por el Autor

Fuente: (Albert S. Humphrey , 2017)

3.2 LA PROPUESTA.

3.2.1 INTRODUCCIÓN:

De las múltiples necesidades de las diferentes áreas de trabajo que se destacan dentro de la empresa SMARTDESK, hemos tomado en consideración la creación de la estructura organizacional y comercial.

Dichos procesos permitirán cubrir las necesidades informativas del personal, pretende eliminar procesos repetitivos o innecesarios que causen pérdidas de cualquier clase, debido a la simplicidad de los procesos en el área comercial.

Estos procesos estarán enfocados además a superar la calidad de atención y servicio al público apuntando a la satisfacción de nuestros clientes. Sin duda, ello no es una tarea fácil, la competencia es cada vez mayor y los clientes se vuelven más exigentes. En nuestra empresa, es necesario el desarrollo de una cultura orientada al mejoramiento continuo, la sistematización de los procesos, la participación del personal, el trabajo en equipo, la creatividad.

Ante la necesidad de supervivencia y competitividad, el análisis y la mejora de los procesos no es opcional, es imprescindible. Incluso podríamos decir que hoy, procesos eficaces y eficientes no aportan una ventaja competitiva, pero, por el contrario, no tenerlos es una gran desventaja.

3.3 RESUMEN DE LA PROPUESTA

Los constantes reclamos de los clientes, un alto índice de tiempos muertos, problemas en delegación de actividades y un gran cuello de botella en los procesos, exigieron que se haga un diagnóstico situacional de su estructura organizacional. Se concluyó que el principal motivo del mal servicio es el desorden de las actividades comerciales internas y externas, se decidió diseñar una buena estructura organizacional y comercial en la compañía pertinente siguiendo los principios básicos administrativos principalmente del área comercial, para la empresa SMARTDESK CIA LTDA.

Los procedimientos diseñados serán basados en atención de calidad, organización, trabajo en equipo, respeto, proactividad y entusiasmo, Consolidación de pedidos y despacho, esperando obtener como resultado un mayor orden y exactitud del inventario, reducción de pérdidas comerciales y un ambiente de trabajo organizado y controlado.

3.3.1 OBJETIVOS

- Determinar las áreas de operaciones básicas con su respectiva descripción de actividades, habilidades, conocimientos y experiencias a partir de la situación actual y organizacional de la compañía.
- Determinar a la compañía en la aplicación de la clasificación de empresas y el área de aplicación de la percepción de la propuesta.
- Determinar una cadena de valor, un organigrama posicional y un diagrama de flujo de actividades diarias para fundamentar las actividades principales y apoyo de la compañía.
- Desarrollar la planeación y control del proceso administrativo con su respectiva proyección de mejora a lo largo del tiempo con creación de la estructura organizacional de la compañía.

3.3.2 Situación Actual de la Compañía:

En base a la información recopilada en el desarrollo de la investigación metodológica y a través de los resultados obtenidos de instrumentos diseñados para tal fin, se diagnostica que la compañía presenta varias deficiencias en las actividades organizacionales y comerciales para la que fue creada.

Teniendo en cuenta esta información se pudo observar las áreas débiles de la compañía los cuales corresponden en su mayoría a la falta de una estructura organizacional bien definida.

La compañía SMARTDESK CIA. LTDA no cuenta con un organigrama ni descripción de cargos y actividades, afectando su línea de mando, la cual, actualmente maneja el desempeño de control de actividades de todo el personal.

Presenta carencia de personal para su proyección comercial dentro de los próximos periodos, el presente talento humano que la compañía dispone requiere de mayor capacitación ya que la línea comercial de los productos y servicios ofertados es extensa.

La empresa tampoco tiene definidas las estrategias a utilizar para llevar a cabo las operaciones; por lo cual, los empleados improvisan de acuerdo a su experiencia.

3.3.3 Situación Organizacional de la Compañía

3.3.3.1 Misión

Proveer a nuestros clientes y amigos “Un Mundo de Tecnologías Inteligentes”, asistencia oportuna, confiable y a tiempo.

3.3.3.2 Visión

Apoyar a nuestros clientes en sus fases de crecimiento, siendo su aliado estratégico de IT y su consultor tecnológico en la toma de decisiones para adquisiciones informáticas.

3.3.3.3 Valores

- Integridad y respeto;
- Trabajo en equipo;
- Ser innovadores;

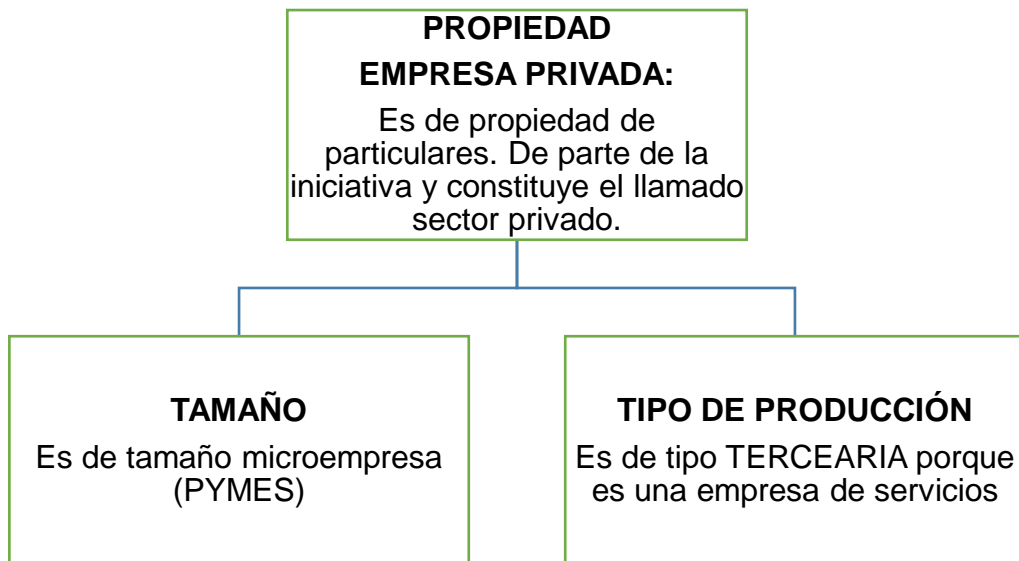
- Ser emprendedores; y,
- Solidarios con nuestros clientes.

3.3.3.4 Servicios

- Asesoría y acompañamiento informático;
- Asesoría externa para proyectos informáticos y de telecomunicaciones;
- Instalación y soporte de redes estructurales;
- Servicio de páginas WEB y aplicaciones móviles;
- Aulas y Biblioteca;
- Licenciamiento Microsoft certificado para empresas e instituciones educativas;
- Servicios de Networking, redes LAN, Wireless y Data Centers para PYMES;
- Seguridad Firewall y antivirus para PYMES;
- Circuitos cerrados de televisión, cámaras de seguridad y video vigilancia;
- El único escritorio inteligente del mercado, SMARTDESK;
- Outsourcing de personal técnico calificado;
- Venta de equipos informáticos;
- Arrendamiento de equipos informáticos.

3.3.4 Determinación de la compañía en cuanto a su clasificación.

Ilustración 6. Clasificación de la compañía



Elaborado por el Autor

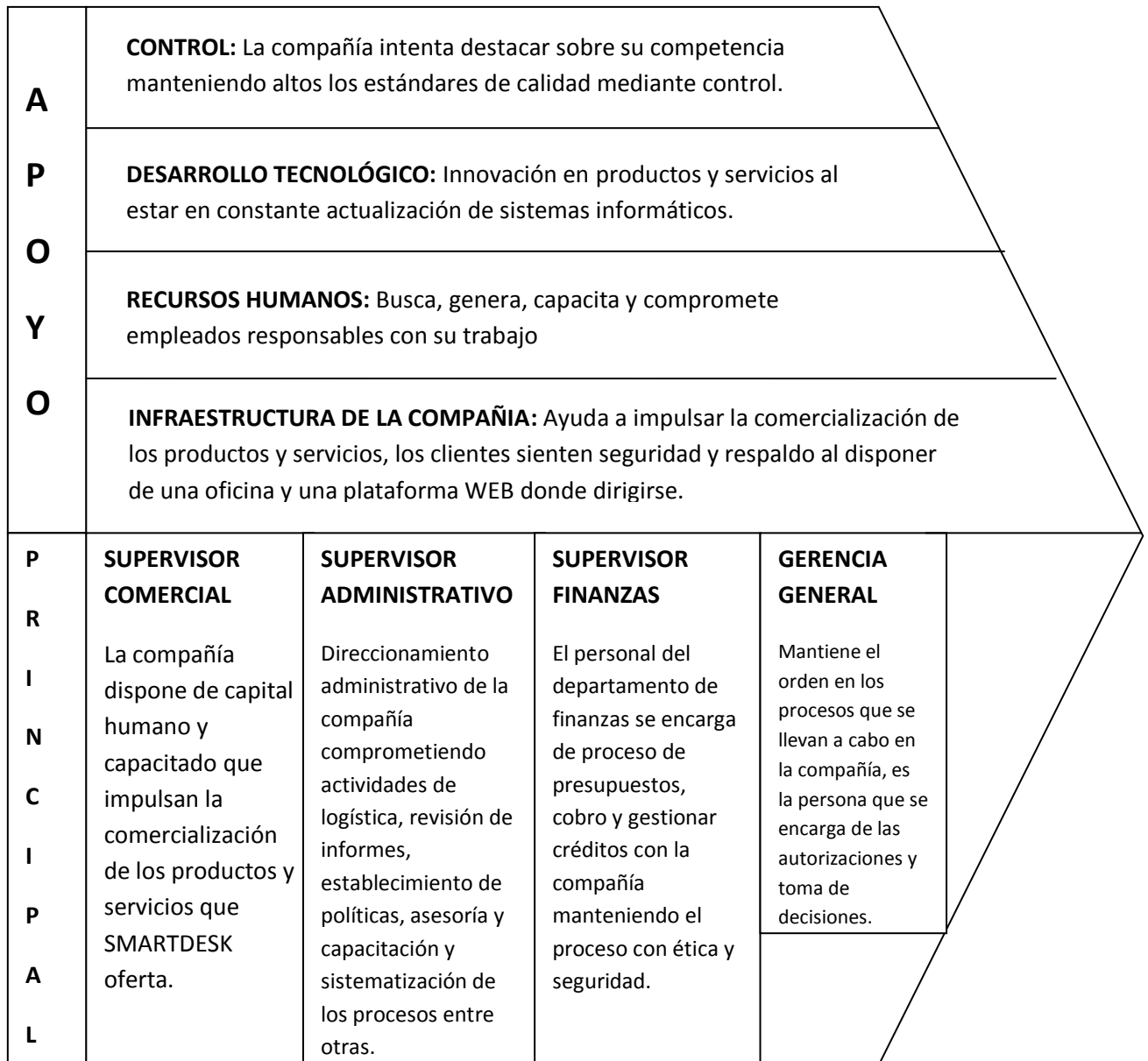
Fuente: (Comunidad gerencial, 2007)

3.3.5 Área de aplicación de la propuesta

Estos procesos son aplicables al área comercial, financiera, administrativa, gerencial y logística de la compañía realizados por el personal a cargo dentro de la empresa, desde el momento en que ingresen a la empresa se notificara el procedimiento que debe realizar, identificando su estado mediante una inspección y control de las mismas.

3.3.6 Cadena de valor de la compañía

Ilustración 7. Cadena de valor de la compañía SMARTDESK



Elaborado por el Autor

Fuente: (Porter, 2002)

3.3.7 Definición de las áreas de operaciones para la compañía SMARTDESK CIA. LTDA

Se propone las siguientes áreas básicas para el correcto funcionamiento de la compañía:

- Gerencia general
- Departamento Comercial
- Departamento Administrativo

3.3.8 Organigrama posicional propuesto:

El organigrama de la compañía SMARTDESK CIA LTDA no está definido; esto se aprecia claramente en los resultados obtenidos y mostrados en el desarrollo de este proyecto integrador de carrera. Por ello se elaborará el organigrama clásico, que es el más usado en este tipo de organización; en él, los órganos o cargos del mismo nivel jerárquico deben ser colocados paralelamente, utilizando la misma nomenclatura para designarlos. Como el tipo de organización propuesto es la estructura simple lineal, el organigrama debe expresar claramente este modo organizativo, por lo cual, se presenta las jerarquías de forma clara y en orden descendente como es usual en este tipo de estructuras.

Ilustración 8. Organigrama posicional propuesto



Elaborado por el autor

Fuente: (Fincowsky, 2004)

3.3.9 Descripción de las actividades básicas propuestas:

Gerencia General

(Gerente General)

Identificación:

- Nombre del cargo: Gerente general
- N° de personas del cargo: 1
- Posición del cargo en el organigrama: 1er nivel
- Supervisa a: Departamento financiero, comercial, administrativo y logístico.
- Horario de trabajo: 8 horas diarias y flexibilidad.
- Edad: 30 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Disponibilidad para viajar: Si

Funciones:

- Las funciones de la Gerencia General son, planificar, controlar, dirigir, analizar, coordinar, calcular e interpretar la situación actual de la empresa, además de mantener el personal idóneo y capacitado constantemente para su correcto desempeño.

Actividades:

- Planificar objetivos a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la compañía.
- Liderar, dirigir y supervisar el personal a su cargo.

- Toma de decisiones para el correcto desenvolvimiento de la compañía.
- Controlar actividades internas y externas de la compañía.
- Coordinar reabastecimiento de productos, reuniones y reparaciones que la compañía requiera.
- Decisión en la contratación del personal, capacitaciones y bonificaciones por desempeño.
- Realizar cálculos matemáticos y financieros para análisis.
- Analizar la problemática de la compañía

Habilidades, Conocimientos y experiencias:

- Educación de tercer nivel o superior en carreras afines del área administrativa, sistemas informáticos o financiero.
- Manejo del idioma inglés.
- Mínimo 2 años de experiencia en el manejo gerencial administrativo, financiero o similar.
- Tener basto conocimiento en manejo de personal, mercadeo, análisis de ventas, contabilidad, estadística, políticas y procedimientos empresariales.
- Conocimiento de los distintos distribuidores y manejo de importaciones.
- Habilidades en Digitación y en manejo de software para procesamiento de datos y hojas de cálculo.

Requerimientos Físicos y Mentales:

- Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de la jornada diaria.

- Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.

Indicadores de Gestión:

- Formación y desarrollo de la compañía
- Evaluación del desempeño laboral
- Análisis de resultados
- Reducción de gastos
- Participación de ventas
- Gestión de control y calidad
- Construcción de capital socioeconómico
- Análisis de rendimiento

Departamento Administrativo

(Supervisor Administrativo)

Identificación:

- Nombre del cargo: Supervisor administrativo
- N° de personas del cargo: 1
- Posición del cargo en el organigrama: 2do nivel
- Supervisa a: Jefe de sucursal – asistente administrativo.
- Horario de trabajo: 8 horas diarias y flexibilidad.
- Edad: 27 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Disponibilidad para viajar: Si

Funciones específicas:

- Asistir al gerente en la documentación de la empresa, y la coordinación de los rubros y las áreas dependientes, además de tener la supervisión directa del personal de la compañía.

Actividades Regulares:

- Contraloría: se refiere a las actividades tendientes a lograr los objetivos de custodiar e invertir los valores y recursos de una empresa, a mantener los sistemas de información adecuados para el control de activos y operaciones de dicha empresa y a proteger el capital invertido.

- Contratación y empleo: a través de este proceso se llevará a cabo la selección y contratación de trabajadores, a través del análisis de sus aptitudes y cualidades con el objeto de seleccionar el más afín para cada cargo.
- Capacitación y desarrollo: se refiere a monitorear la capacitación, evolución y desarrollo del personal que labora en la empresa, teniendo en cuenta que es necesaria una actualización continua de conocimientos para el mejoramiento del rendimiento profesional del personal.
- Sueldos y Salarios: se encarga de establecer los sueldos y salarios al personal, así como también estará pendiente del seguimiento del cambio en las leyes del país con respecto al trabajo, las mejoras laborales que asigne la empresa, y el pago de prestaciones y otros derechos de ley, etc.
- Relaciones laborales: se deberá hacer seguimiento a las relaciones laborales existentes en la empresa, de modo que siempre exista un ambiente de armonía y colaboración entre empleados.
- Higiene y Seguridad Industrial: el encargado deberá prestar atención especial a que exista un buen plan de higiene en la empresa y que se llevan a cabo las normas de seguridad existentes para llevar a cabo las operaciones comerciales de la empresa con el menor riesgo de accidentes laborales que lamentar.

Habilidades, Conocimientos y experiencias:

- Educación de tercer nivel o superior en carreras afines del área administrativa, contable o financiero.
- Manejo intermedio del idioma inglés.
- Mínimo 3 años de experiencia en el área administrativa o similar.
- Habilidades de liderazgo, organización y control.
- Habilidades de innovación en políticas que rigen a la compañía.
- Habilidades en administrar y gestionar el recurso humano de la compañía.

- Conocimiento de políticas de empleado y empleadores que se rigen actualmente.
- Conocimiento de manejo e incentivos de personal.
- Amplio conocimiento de contabilidad, matemática financiera, legislación mercantil y presupuestaria, análisis de mercados.
- Conocimiento de las plataformas gubernamentales y administración pública.
- Conocimiento de la ley del consumidor.
- Habilidades en Digitación y en manejo de software para procesamiento de datos y hojas de cálculo.

Requerimientos Físicos y Mentales:

- Debe tener atención auditiva y visual, requiere de esfuerzo mental, pudiendo ocasionar estrés en diferentes épocas del año y en casos de auditoria
- Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, analítica de datos, discreción y confidencialidad de información, metódica y psicológica como la empatía, autonomía, etc.

Indicadores de Gestión:

- Reclutamiento y diseño de cargos
- Organización empresarial
- Apoyo a procesos organizacionales de la compañía
- Programa de motivación y alineación cultural
- Análisis de Higiene y salud ocupacional
- Análisis de desempeño laboral
- Análisis de Políticas

Departamento Administrativo

(Supervisor Financiero)

Identificación:

- Nombre del cargo: Supervisor Financiero
- N° de personas del cargo: 1
- Posición del cargo en el organigrama: 2do nivel
- Supervisa a: Asistente contable.
- Horario de trabajo: 8 horas diarias y flexibilidad.
- Edad: 30 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Disponibilidad para viajar: Si

Funciones específicas:

- Dentro de las funciones del departamento económico – financiero tenemos: El Control de la contabilidad financiera y comercial de la compañía, control de costos directos, indirectos, fijos, variables, unitarios, totales, de oportunidad o diferenciales, como también debe medir la rentabilidad, la rotación, la liquidez y endeudamiento de la compañía.

Actividades regulares:

- Gestión de los costes.
- Presupuestos de compras, de producción, de mano de obra directa, balances y comprobar posibles desviaciones.

- Planes de inversión, cálculo matemático financiero del payback con sus respectivos puntos de equilibrio.
- Planes de financiación, préstamos, garantías, líneas de crédito y los efectos comerciales.
- Gestión del riesgo para garantizar la sobrevivencia de la compañía.
- Política de reparto de dividendos, sueldos y salarios.

Habilidades, Conocimientos y experiencias:

- Educación de tercer nivel o superior en carreras afines del área contable financiera.
- Manejo intermedio del idioma inglés.
- Mínimo 1 año de experiencia en el área contable, financiero, presupuestal o similares.
- Amplio conocimiento de normativas contables y presupuestales que rigen actualmente las políticas del país.
- Conocimiento de las plataformas gubernamentales y administración pública.
- Conocimiento de la ley del consumidor.
- Conocimientos de riesgos crediticios y productos financieros.
- Habilidades en Digitación y en manejo de software para procesamiento de datos y hojas de cálculo.

Requerimientos Físicos y Mentales:

- Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de la jornada diaria.
- Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, analítica de datos, discreción y confidencialidad de información, metódica y psicológica como la empatía, autonomía, etc.

Indicadores de Gestión:

- Índice de Productividad y rentabilidad
- Análisis de ingresos
- Análisis de egresos
- Análisis de costos
- Análisis de Ganancias, utilidades
- Planes de inversión y crédito

Departamento Comercial

(Supervisor Comercial)

Identificación:

- Nombre del cargo: Supervisor comercial
- N° de personas del cargo: 1
- Posición del cargo en el organigrama: 2do nivel
- Supervisa a: Asesores comerciales internos, externos y FreeLancer.
- Horario de trabajo: 8 horas diarias y flexibilidad.
- Edad: 24 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Disponibilidad para viajar: Si

Funciones específicas:

- El Supervisor comercial será la responsabilidad de mostrar a los clientes las ventajas de los productos, por lo que es un sector en constante crecimiento. El Supervisor comercial debe encargarse de mantener su departamento actualizado en materia de creatividad, estrategias de ventas y otras cuestiones que mejoren la relación con los clientes, pero también debe mantener un clima laboral envidiable que haga crecer a cada trabajador dentro de la empresa.

Actividades regulares:

- Demanda total y de empresa.
- Cuota de Mercado.

- Estudio de mercado.
- Técnicas de recogida.
- Análisis del entorno general, competencia y consumidor.
- Segmentación de mercados.
- Marketing.
- Plan de Marketing

Habilidades, Conocimientos y experiencias:

- Educación de tercer nivel o superior en carreras afines del área comercial, administrativa o marketing.
- Manejo avanzado del idioma inglés.
- Capacidad de movilidad propia.
- Mínimo 1 año de experiencia en el área comercial, de ventas, administrativo, presupuestal o similares.
- Habilidades en Digitación y en manejo de software para procesamiento de datos y hojas de cálculo.
- Destreza en servicio y atención al cliente.
- Habilidades para trabajar en equipo.
- Habilidades de comunicarse con fluidez de forma verbal y escrita.
- Habilidad en poder de negociación y compromisos comerciales.
- Habilidades en encontrar, generar y cultivar relaciones a largo plazo con los clientes.
- Amplio conocimiento de la compañía, los productos y servicios que comercializa y el mercado en el que se desarrolla.
- Conocimiento en estrategias de ventas y comerciales.

Requerimientos Físicos y Mentales:

- Debe tener atención auditiva y visual, en general estar en continuo movimiento y desplazamiento dentro y fuera de la oficina para trabajos de la jornada diaria.
- Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, analítica de datos, discreción y confidencialidad de información, auto disciplinado, de buena memoria, ser proactivo y creativo con alto espíritu de trabajo en equipo, etc.

Indicadores de Gestión:

- Orientación a resultados
- Satisfacción al cliente
- Desarrollo de proyectos y clientes nuevos
- Asesoramiento y capacitación
- Análisis de presupuestos comerciales y de gestión

Departamento Comercial

(Supervisor de operaciones)

Identificación:

- Nombre del cargo: Supervisor de operaciones
- N° de personas del cargo: 1
- Posición del cargo en el organigrama: 2do nivel
- Supervisa a: Jefe de bodega.
- Horario de trabajo: 8 horas diarias y flexibilidad.
- Edad: 30 años en adelante
- Sexo: Indistinto
- Disponibilidad para viajar: Indistinto

Funciones específicas:

- Supervisar las actividades diarias, prever los requerimientos del cliente y mantener una buena relación con el mismo. Todo ello para garantizar la satisfacción del cliente.
- Dirigir los equipos de logística y establecer los objetivos.
- Supervisar las actuaciones de logística e implementar las acciones de mejora necesarias de manera coordinada con otras funciones de la planta (Calidad, Producción, Eficiencia del Sistema, etc.).

Actividades regulares:

- Gestionar de forma óptima el aprovisionamiento y la planificación, es decir, la logística interna.
- Controlar y coordinar las funciones en la cadena de suministro;
- Analizar los procedimientos de distribución de las operaciones comerciales;
- Optimizar el transporte: reducir el coste, plazos e itinerarios de entrega;
- Utilizar software de aprovisionamiento, transporte y control logístico;
- Gestionar y planificar las actividades de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución;
- Responsabilidad de la satisfacción de la demanda en las mejores condiciones de servicio, coste y calidad.

Habilidades, Conocimientos y experiencias:

- Bachiller con conocimiento y capacitación en distribución y despacho con bases administrativas, contables y financieros.
- Mínimo 3 años de experiencia en cargos de distribución, almacenaje, adquisiciones o similares.
- Habilidades de coordinación de canales de distribución.
- Habilidades de optimización de recursos.
- Habilidades de control y supervisión.
- Habilidades de asertividad, responsabilidad, proactividad y discreción en manejo de información.
- Amplio conocimiento de políticas de aprovisionamiento.
- Conocimiento avanzado de sistemas informáticos.

- Conocimiento de la ley del consumidor.
- Habilidades en Digitación y en manejo de software para procesamiento de datos y hojas de cálculo.

Requerimientos Físicos y Mentales:

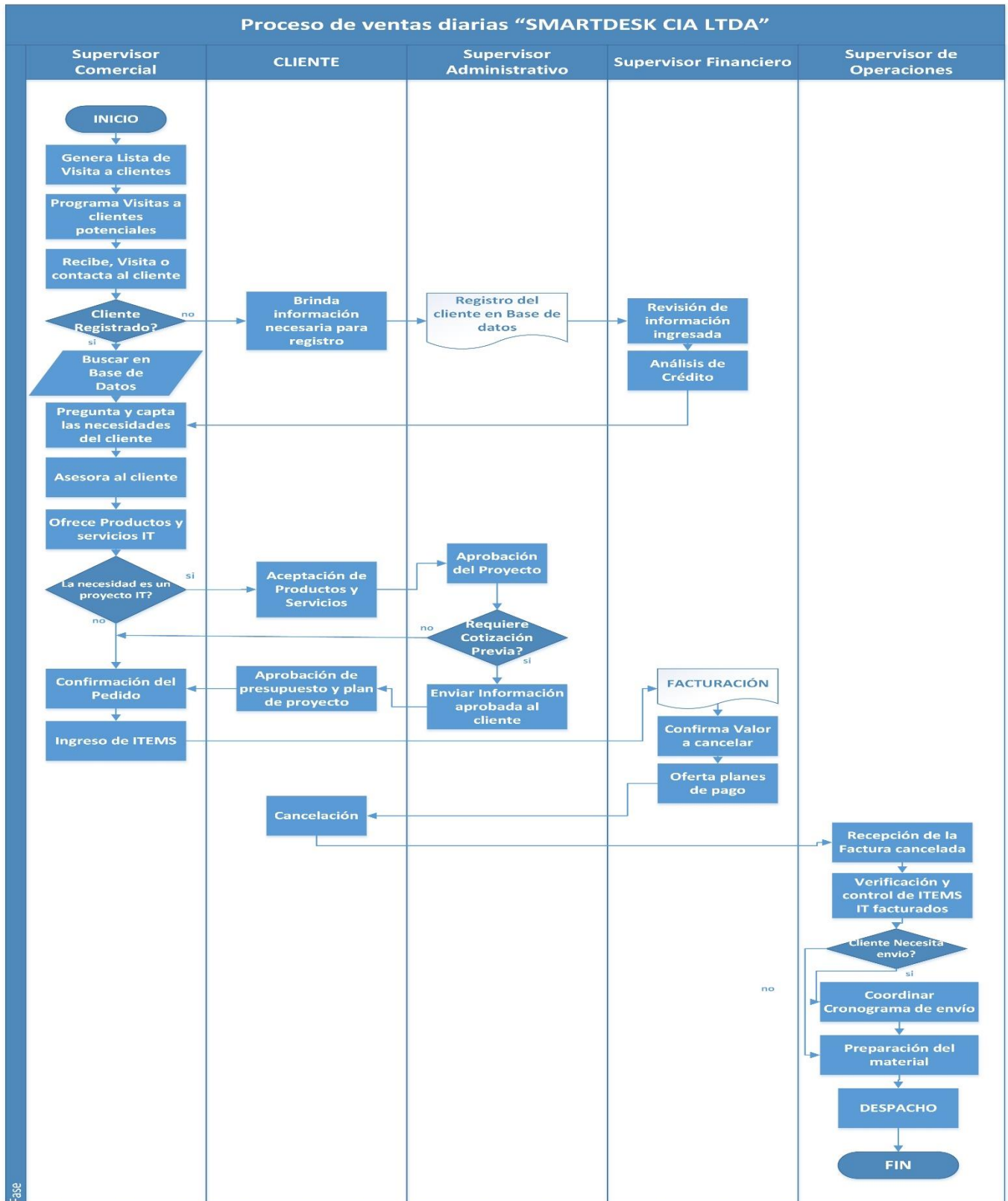
- Debe tener atención auditiva y visual, en general estar en constante movimiento dentro y fuera de la oficina para trabajos de la jornada diaria.
- Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, analítica de datos, responsabilidad, espontaneidad y agilidad en reportar existencias y estados de entrega.

Indicadores de Gestión:

- Control de la calidad de productos y servicios realizados
- Control estadístico de proceso logístico
- Análisis de costos de transporte
- Análisis de cumplimiento
- Satisfacción al cliente
- Cronograma de actividades
- Análisis de demanda y reabastecimiento

3.3.10 Diagrama de Flujo de comercialización diaria SMARTDESK CIA LTDA

Ilustración 9. Diagrama de Flujo de comercialización diaria



Elaborado por el Autor

Fuente: (Cejas, 1994)

3.3.11 Situación de planeación y control del proceso administrativo.

La compañía SMARTDESK CIA LTDA dentro del proceso estructural y comercial considera los recursos empresariales para planear, organizar, ejecutar, y controlar las actividades de la organización y cumplir los objetivos a corto y largo plazo. Es así que lo que se recomienda a la compañía, es planear con anticipación las actividades del día, delegar las actividades diarias para cada uno de los colaboradores, ejecutar las actividades, y por la tarde controlar dichas actividades si fueron o no cumplidas a cabalidad.

3.3.12 Planeación y control de la empresa

Dentro de la planeación y control de la estructura organizacional y comercial, se ha considerado plantear una herramienta de apoyo en este caso una encuesta realizada a los clientes de dicha organización para obtener resultados claros sobre el mejoramiento del servicio de la organización.

3.3.13 Proyección de la estructura organizacional y comercial de la compañía.

Con la creación de la estructura organizacional y comercial la empresa debe:

- a. Adoptar una cultura organizacional para su buen manejo.
- b. Mejora continua, eliminando procesos repetitivos y contradictorios.
- c. Control y manejo de la departamentalización.
- d. Crear relaciones comerciales de largo plazo con los clientes.
- e. Adoptar una orientación profesional
- f. Utilizar la venta indirecta y directa.
- g. Disminuir pérdidas económicas.
- h. Crear y mantener una imagen favorable.
- i. Vender servicios, no servicio. Debe venderse un conjunto de actividades que identifiquen el servicio, que no es algo tangible. Un servicio no es algo único, existen valores agregados que también forman parte de él.
- j. Facilitar la compra.


3.3.14 Estrategias comerciales

Estrategia para el producto y servicio: La compañía SMARTDESK dispone de una amplia gama de productos y servicios de los cuales espera obtener una alta rentabilidad económica y reconocimiento empresarial, la estrategia para estos productos y servicios es promoverlos recalcando las características innovadoras mediante diseños únicos como es el caso del SMARTDESK (escritorio inteligente) y el SMARTVIEW (señalización digital), al agregar producto con tendencias modernas para que cuente con más funciones, garantía, acompañamiento y personalización en el servicio a medida se planea patentar diseños propios de la compañía para dirigir estos productos a un público con mayor poder adquisitivo, manteniendo la naturaleza de un trabajo hecho a mano fusionado con el factor tecnológico.

Estrategia para el precio: El precio es un factor importante para la asignación de un valor monetario a los productos y servicios que SMARTDESK comercializa, se consideró como buena estrategia poner un precio bajo por lanzamiento de producto innovador para que la acogida sea masiva por temporada de regreso a clases en diferentes regiones del Ecuador, posteriormente para que el margen de utilidad aumente se neutralizara un precio analizado en el tiempo que la gerencia crea conveniente, parte de la estrategia es mantener diálogos con los posibles canales de distribución para que los precios sea equivalentes entre ellos, en cuanto a los proyectos tecnológicos se preformará de acuerdo a las necesidades a medida de cada cliente, siendo así su aliado estratégico, acompañando al cliente en cada proceso de crecimiento.

Estrategia para la distribución: La distribución masiva de los productos propios que la compañía pone en disposición referencia a lugares donde se pueda mantener la altura de un producto innovador y pueda ser exhibido de manera adecuada, se planea ofertar el producto en los principales supermercados del país como la Corporación la Favorita o en centros de diseño para interiores como en Home Vega.

Tabla 10. Análisis de costos SMARTDESK

 Un Mundo de Tecnologías Inteligentes					
PRESUPUESTO - SMARTDESK VERSION ESTUDIANTIL					
COMPONENTES PASIVOS					CARACTERÍSTICAS
Cant.	Descripcion	P.MYRTA	PVP	TOTAL	CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS
0,5	Tablero malaminico agl	88,52	44,26	52,07	PROCESADOR INTEL DUAL CORE G3250 3,2GHZ 4ta
35	Tapa adhesiva melamini	0,02	0,75	0,88	MAINBOARD BIOSTAR H81MLV3 4ta GENERACIÓN
24	Tornillo 5/8 negro #8	0,02	0,50	0,59	MEMORIA RAM 4 Gb DDR3
30	Tornillo 3/4 negro #8	0,03	0,77	0,90	DISCO DURO WESTER DIGITAL (320 GB) HD 7200 rpm
100	Cinta Doble Faz	0,05	5,00	5,88	DVD WRITER Lg Dvd Rw 22x Sata
2	Manguera Led	3,20	6,40	7,53	LECTOR DE MEMORIAS SPEEDMIND DE ALUMINIO
1	Conector Led	2,51	2,51	2,95	MONITOR COMPAQ I2080SW FULL HD 20"
6	Angulo negro	0,28	1,68	1,98	TECLADO NIUTEK
1	Portateclado	9,20	9,20	10,82	MOUSE NIUTEK
1	Vidrio 6 mm 30 x 122	2,50	2,50	2,94	PUERTOS EXTRAS USB, AUDIO, MICROFONO
1	Vidrio 6 mm 50 x 20	2,50	2,50	2,94	PARLANTES DE ESCRITORIO NIUTEK
4	Herrajes para vidrio 22	0,88	3,51	4,13	CONTROL DE JUEGO GAME PAD XP-U108 INS BLACK
4	Patas niveladoras	0,74	2,94	3,46	PROGRAMAS INCLUIDOS:
2	Mdf laser	4,28	8,56	10,07	SISTEMA OPERATIVO WINDOWS 10 BETA
4	Suelda con Cautin	0,05	0,20	0,24	MICROSOFT OFFICE 365 HOME (SUSCRIP. 1 AÑO)
3	Barra de silicon	0,20	0,60	0,71	ANTIVIRUS (POR CONFIRMAR)
VALOR TOTAL COMPONENTES PASIVOS			91,88	108,090	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
COMPONENTES TECNOLÓGICOS					ESPESOR DE LA MADERA: 15MM
Cant.	Descripcion	P.MYISTA	PVP	TOTAL	
1	Mainboard Biostar H81	43,99	43,99	53,65	DENSIDAD DE LA MADERA: 650±6% kg/m³
1	Procesador Dual Core	61,90	61,90	75,49	PESO APROXIMADO DEL MUEBLE: 34.6 KG
1	Memoria ADATA 4GB DD	24,62	24,62	30,02	MEDIDAS (ALTO) 91.5 cm
1	Disco Duro WD 320 GB	21,00	21,00	25,61	MEDIDAS (PROFUNDIDAD) 59.3 cm
1	Slot sd card	3,35	3,35	4,09	MEDIDAS (ANCHO) 121.6 cm
1	Dvd Writer	17,50	17,50	21,34	COMPLEMENTOS
1	Monitor Compaq 20"	108,00	108,00	131,71	MADERA AGLOMERADO MELAMINICO 15MM DE ESPE
1	Combo Case	29,00	29,00	35,37	VARIOS COLORES DISPONIBLES (BAJO PEDIDO)
2	Luz Led on/off	0,50	1,00	1,22	ENSAMBLAJE MEDIANTE TORNILLOS AUTORROSCANTE
3	Pulsadores de encendid	0,98	2,94	3,59	REFUERZO MEDIANTE ANGULOS NEGROS METALICOS
1	Regulador de voltaje	10,00	10,00	12,20	PORTA TECLADO NEGRO EN FINO ACABADO PLASTICO
1	Ventilador con Led	3,99	3,99	4,87	VIDRIO CLARO DE 6MM
ALOR TOTAL COMPONENTES TECNOLOGICO			327,29	399,134	PATAS NIVELADORAS NEGRAS
MANO DE OBRA					INNOVADOR Y ELEGANTE DISEÑO
2	Hora persona	25,00	50,00	55,56	PULSADORES DE ENCENDIDO Y ACABADO PERSONIFICA
VALOR TOTAL MANO DE OBRA			50,00	55,56	ILUMINACION INTERIOR DE DOBLE FILA DE LED PASIVO
PROMEDIO MARGEN		16%			ELEVADORES DE VIDRIO PORTA PANTALLA
TOTAL		562,78	469,17		
IVA 14%		78,79	93,61		
PVP		641,57			

Elaborado por el Autor

3.3.15 Plan de acción comercial.

Tabla 11. PLAN DE ACCIÓN

PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL "SMARTDESK CIA LTDA"						
OBJETIVOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	PERIODICIDAD	ALCANCE	RESULTADOS ESP.	RESP.
Fortalecer marketing empresarial	Fortalecer los procesos comerciales mediante un plan de marketing digital en tendencia para que impulse la oferta de los productos y servicios de SMARTDESK CIA LTDA	Económico: Plan mensual \$250	Mensual	Promedio de llegada de información masiva a 1000 usuarios de las redes sociales	Retorno de la inversión, mejora en el tráfico de clientes, incremento de ventas, satisfacción del cliente, continuidad en información	Dept. Comercial
Bonificación por resultados	Realizar la evaluación del cumplimiento de actividades y contribuir económicamente a los aportes de trabajo extra por cada empleado	Económico: Bonificación adicional al sueldo \$40	Mensual	Personal de la compañía	Retorno de la inversión, mejora en el tráfico de clientes, incremento de ventas, satisfacción del cliente, continuidad en información, organización empresarial	Dept. Administ.
Fortalecer procesos internos para garantizar cumplimiento de objetivos	Realizar meetings o reuniones semanales para reportar el estado de la compañía fomentando la interacción grupal	Laboral - Humano	Semanal	Personal de la compañía	Mejora en la información, gestión de control y calidad, análisis de sugerencias, mejora en ambiente laboral	Gerencia General
Investigación de mercado	Realizar un mapeo de las zonas no atendidas por el asesor comercial externo para realizar cronograma de visitas	Laboral - Humano	Semanal	Asesor comercial	Mejora en el tráfico de clientes, incremento de ventas, satisfacción del cliente, continuidad en información, registro en base de datos, proceso de cobertura	Dept. Comercial

Elaborado por el Autor

3.3.16 Objetivos comerciales.

Las oportunidades presentadas por el análisis externo, demuestran que existe un entorno general que promueve el crecimiento de la empresa y el planteamiento de objetivos concretos.

Aumentar las ventas: Se busca elevar el porcentaje de ventas en los diferentes sectores aledaños a la parroquia de Tumbaco, existen 3 parroquias Tababela, Yaruquí y Lumbisí a las cuales no se ha logrado penetrar con gestión de ventas, para esto se planea realizar un mapeo de los posibles clientes para que un asesor comercial realice visitas más frecuentes y agresivas, también se busca reactivar las ventas donde las ventas ya se han realizado con anterioridad.

Aumentar la cantidad de clientes: La compañía planea abrir un showroom en las instalaciones de SMARTDESK ubicada en la calle Gonzalo Pizarro 0e2-72 en la parroquia de Tumbaco, con el fin de generar nuevos clientes con la venta de retail.

Certificaciones únicas: En el Mundo tecnológico las representaciones de productos y servicios requieren de un alto compromiso laboral y empresarial, SMARTDESK con la estructura organizacional planea elevar sus estándares de calidad para ofertar a sus clientes innovación y productos que son difíciles de encontrar en Latinoamérica.

SECCIÓN IV

4.1 RESULTADOS ESPERADOS

- La estructura organizacional y comercial de SMARTDESK CIA. LTDA. Utilizando las técnicas de la administración para consolidar la empresa de manera eficiente y eficaz.
- La fundamentación teórica de las bases científicas de la propuesta para elaborar la estructura organizacional de la empresa.
- El diagnóstico de la situación actual de la empresa para conocer si la estructura organizacional, responde a las necesidades del mercado

4.2 CONCLUSIONES

- Este proyecto integrador de carrera plasma a detalle todas las actividades, responsabilidades y funciones que debe realizar cada trabajador.
- El manejo de la información dentro de la compañía se ha tornado hoy en día cada vez más relevante, por esto, disponer de una estructura organizacional es necesario y estratégico para la toma de decisiones e incrementar la productividad y eficiencia de la compañía al conocer a detalle su desarrollo, manejo y aplicaciones.
- Con la elaboración de la estructura comercial de la compañía SMARTDESK CIA LTDA. queda estandarizado la labor de cada uno de sus colaboradores debe realizar, los principales responsables de cada proceso podrán registrar el cumplimiento de sus actividades, necesidades y responsabilidades, facilitando el manejo de personal, desarrollo de presupuestos, análisis comerciales para proyectar a la compañía en un nivel operacional más alto.
- El ambiente laboral se convertirá más agradable para sus trabajadores, evitando que las actividades se vean interrumpidas y generando más empatía entre procesos.

4.3 RECOMENDACIONES:

- La compañía debe brindar importancia a los aspectos administrativos y organizacionales que la sustentan; ya que estos son los aspectos que consolidan una organización sólida, que sea competente y que sus actividades perduren en el tiempo a la hora de enfrentar retos, se recomienda que la compañía continúe el estudio de su estructura organizacional y mejorar todos los aspectos, tanto operacionales, comerciales como administrativos, con el fin de adquirir gestión de calidad, proyectando a la compañía a una certificación empresarial.
- La administración debe promover una motivación más extensa hacia la innovación y la expansión de su mercado, a través de procesos más grandes, ambiciosos y decididos, teniendo capacitación más frecuente a sus empleados.
- Todos los departamentos deben adquirir un norte en sus actividades, funciones y responsabilidades, registrar la constancia de las actividades establecidas por este proyecto integrador de carrera.
- La Gerencia debe controlar y dar seguimiento continuo a todas las actividades que desempeñan sus colaboradores, brindando una estructura que incremente la proactividad y productividad de la compañía, transformando sus debilidades en fortalezas.

4.4 BIBLIOGRAFÍA

Albert S. Humphrey . (2017). *Matriz FODA*. Obtenido de <http://www.matrizfoda.com/dafo/>

Alvarez, J. (2003). *Fundamentos y metodología*. Mexico: Coleccion Paidos .

Aramburu, N., & Rivera, O. (2010). Organización de Empresas. En N. Aramburu, & O. Rivera, *Organización de Empresas* (págs. 13-20). Bilbao: Deusto.

Campos, E. B. (2007). *Organización de empresas: Estructura, Procesos y modelos*. España: Piramide.

Cejas, G. G. (1994). *Planeación y Organización de empresas*. Mexico: Mc. Graw Hill Interamericana.

Centro de estudios Financieros. (1 de 1 de 2016). *Marketing XXI*. Obtenido de <http://www.marketing-xxi.com/como-organiza-departamento-comercial.html>

Comunidad gerencial. (2007). *Gerencia de procesos*. Obtenido de <http://gerenciaprosesos.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?/categories>

Diccionario ABC. (1 de 1 de 2015). *Diccionario ABC*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/departamentalizacion.php>

Fincowsky, E. B. (2004). *Organización de empresas*. Mexico: Mc Graw -Hill.

Hernandez Orozco, C. (1998). *Análisis Administrativo: Técnicas y Métodos*. Costa Rica: EUNED. Obtenido de www.monografias.com

- Mheducation. (2015). Organización comercial de las empresas. En M. -H. Education, *La empresa* (págs. 8-20). España: McGraw - Hill.
- OBS Business School. (01 de 01 de 2016). *Project Management*. Obtenido de Organización empresarial: características, tipos y objetivos: <http://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/gestion-de-equipos-y-project-management/organizacion-empresarial-caracteristicas-tipos-y-objetivos>
- Perez, A. B. (01 de 01 de 2004). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- Perez, G. (05 de 01 de 1996). *Metodología de la investigación educativa*. Obtenido de https://www.ecured.cu/M%C3%A9todo_de_an%C3%A1lisis_hist%C3%B3rico-1%C3%B3gico
- Porter, M. E. (2002). *Ventaja competitiva*. Mexico: S.L. (GRUPO PATRIA CULTURAL) ALAY EDICIONES.
- Reyes Ponce, A. (2006). *"Administración de Empresas Teoría y Práctica"*. Mexico: Limusa.
- Saavedra, A. (02 de Noviembre de 2006). *Blogspot*. Obtenido de <http://reposteriamyvvida.blogspot.com/2006/11/plan-comercial-gestin-de-clientes.html>
- Vargas, J. (01 de 20 de 2001). *Gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/descripcion-analisis-de-cargos/>
- Villafuerte, D. B. (2010). *Manual Metodológico para el investigador científico*. Edición ISBN.

ANEXOS:

**Entrevista de la Estructura Organizacional y Comercial de la compañía SMARTDESK
CIA. LTDA**

Tipo de entrevista: Investigación cualitativa

Fecha: _____

Área: _____

Realizado por: Jonnathan Josué Báez Herrera

1.- ¿Conoce Ud. las actividades comerciales de la compañía SMARTDESK CIA LTDA?

.....
.....

2.- ¿Sabe Ud. si la compañía desarrolla estrategias corporativas?

.....
.....

3.- ¿Es Ud. capacitado comercialmente y administrativamente de manera frecuente?

.....
.....

4.- ¿Existe una clara definición de cargos y descripción de actividades en la compañía?

.....
.....

**5.- Explique ¿Qué aspectos consideraría Ud. para la correcta operación de la compañía
SMARTDESK CIA LTDA?**

.....

RENTAMOS MÁQUINAS
por Contrato o Eventos
Evita DEPRECIACIONES
de activos.

smart desk
Un Mundo de Tecnologías Inteligentes

This advertisement features a row of computer monitors on a desk in a dimly lit room. A semi-transparent text box in the center contains the main message. In the bottom left corner, there is a circular logo for 'smart desk' with the tagline 'Un Mundo de Tecnologías Inteligentes'.

DISEÑAMOS tu
Página Web

This advertisement is set against a vibrant yellow background filled with various icons representing technology and design, such as a rocket, gears, a smartphone, a magnifying glass, and books. In the center, a computer monitor displays the 'smart desk' logo. Below the monitor, the text 'DISEÑAMOS tu Página Web' is written in a bold, sans-serif font.

smart desk

Instalación de CÁMARAS DE SEGURIDAD

This advertisement features a futuristic eye graphic on the left, with a 'smart desk' logo inside it. To the right, there are three different models of security cameras: a small black one, a large white dome one, and a smaller white one. The background is a dark blue space with light streaks. A 'smart desk' logo is also in the top right corner.

El único MUEBLE INTELIGENTE del mercado

smart desk

0984021690

This advertisement shows a wooden desk with a large TV on a glass shelf above it, a keyboard, and a mouse. A 'smart desk' logo is in the top right corner. The text 'El único MUEBLE INTELIGENTE del mercado' is at the top. A phone number '0984021690' is in a black box at the bottom right.

