

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y
ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Gestión *Empresarial*

Integrantes

- Katherine Torres
- Lesly Castillo
- Jairo Ajila

Docente

Ing. Edison Toapanta

Ciclo:

6to “A”

Guion de Podcast: La importancia de una estructura organizacional sólida en la gestión empresarial.



Enlace del Guion: <https://crisdaa7.github.io/Podcat/>

Introducción:

Lesly: ¡Hola a todos! Hoy nos sumergiremos en el fascinante mundo de la estructura organizacional de una empresa. Este aspecto clave determina cómo una organización opera y logra sus objetivos.

Kathy: Así es, Lesly. La organización es como el esqueleto de una empresa, proporcionando soporte y dirección a todas sus partes.

John: Exacto. La forma en que se organiza una empresa afecta todo, desde cómo se toman decisiones hasta cómo se comunican los equipos. Vamos a explorar más a fondo este tema intrigante.

Definiciones de Organización:

Lesly: Antes de sumergirnos en el proceso organizacional, es importante comprender qué significa realmente "organización". Sergio Hernández nos dice que es la estructuración de relaciones entre funciones, niveles y actividades para lograr la máxima eficiencia.

Kathy: Y Agustín Reyes Ponce agrega que organizar es ordenar y agrupar actividades para alcanzar objetivos. Es como armar un rompecabezas donde cada pieza tiene su lugar.

John: Eugenio Sisto Velasco nos ofrece otra perspectiva, destacando la creación de unidades administrativas, asignación de funciones, autoridad y jerarquía. En resumen, organizar es un arte que busca la eficiencia y el logro de metas.

El Proceso Organizacional:

Kathy: Ahora, hablemos del proceso organizacional, la secuencia de actividades necesarias para organizar o reorganizar una empresa.

Lesly: Exacto. Las etapas clave incluyen la departamentalización, la estructura jerárquica, la definición de autoridad formal y la comunicación formal e informal.

John: Y estas etapas son cruciales para asegurar que una empresa funcione sin problemas y alcance sus objetivos de manera eficiente.

Departamentalización conforme a Bases y Necesidades Empresariales:

Lesly: La departamentalización es como dividir una empresa en partes especializadas. Puede ser por producto, función, cliente, proyecto o área geográfica.

Kathy: Y las bases para la organización y departamentalización varían. Puede ser en función de productos, área funcional, clientes, proyectos o ubicación geográfica.

John: Cada empresa elige la base que mejor se adapta a sus necesidades. Por ejemplo, una fábrica automotriz puede organizar por tipos de vehículos, mientras que una tienda de autoservicio puede departamentalizar por secciones como abarrotes, carnicería, etc.

Definición de Autoridad Formal Estructural y sus Tipos:

Kathy: Ahora, hablemos de autoridad formal. Es crucial en la organización y se clasifica en autoridad líneao-funcional, staff o asesora, y normativa.

Lesly: La autoridad líneao-funcional se delega formalmente a una unidad de trabajo, independientemente de la jerarquía. Es la responsabilidad sobre las decisiones necesarias para cumplir con la función.

John: La autoridad staff o asesora aconseja y recomienda, mientras que la normativa regula y traduce la estrategia a normas de operación. Es importante comprender estas diferencias para una estructura organizacional efectiva.

Definición de Comunicación Formal y Autoridades Informales:

Lesly: Junto con la autoridad formal, la comunicación formal es esencial. Cada área básica debe tener claros los canales de comunicación.

Kathy: Recordemos que, estructuralmente, la autoridad y la comunicación deben definirse juntas. La comunicación formal es clave para evitar malentendidos y mantener la eficiencia.

John: Y no olvidemos las autoridades informales. Aunque no estén en el organigrama, existen influencias y conexiones que juegan un papel importante en cómo funciona una organización.

Axiomas sobre la Organización de una Empresa:

Lesly: Cambiemos un poco la perspectiva. Aquí tenemos algunos axiomas sobre la organización empresarial que todos debemos tener en cuenta.

Kathy: La necesidad determina la estructura, la estrategia influye en la organización y el contexto externo afecta el diseño. Cada organización es única, y la tecnología también tiene un papel crucial.

John: La estructura no es estática; puede limitar el crecimiento si no se adapta. Una estructura inflexible puede generar crisis. En resumen, una organización bien diseñada es esencial para el éxito.

Principios de Organización:

Kathy: Hablemos de algunos principios fundamentales de organización. El principio de unidad de objetivo destaca que una estructura es eficaz si facilita la cooperación hacia los objetivos.

Lesly: La jerarquía clara es clave para decisiones eficaces y comunicación organizacional. Y no olvidemos la equidad en la carga de trabajo y la primacía de la autoridad lineal.

John: Además, la autoridad normativa debe ser la reguladora y traductora de la estrategia. Y el principio de unidad de mando enfatiza que cada miembro debe ser responsable frente a una autoridad, sin aislarse del equipo.

Herramientas de Organización:

Lesly: Ahora, cambiemos nuestro enfoque a las herramientas que las empresas utilizan para organizar. Empecemos con las reglas para elaborar un organigrama. Recordemos que las diferentes formas de organización únicamente serán indicativas para las empresas, ya que es la propia organización la que establece el modelo y no la que se adapta a él. Por esto, aunque las personas son siempre más importantes que la organización, la mejor opción es disponer tanto de buenos profesionales como de una organización eficaz.

Kathy: Los organigramas son como mapas visuales de la estructura de una empresa. Son herramientas poderosas para comprender quién informa a quién y cómo se distribuyen las responsabilidades. Este organigrama refleja de un modo parcial la organización, ya que no incluye normas de funcionamiento, métodos de trabajo, descripciones de puestos, etc. El organigrama puede ser vertical, horizontal o circular.

John: Los organigramas verticales tienen forma pirámide, representándose los niveles jerárquicos de arriba abajo. Por influencia del marketing, hay autores que proponen que este organigrama debería tener forma de pirámide invertida, ya que, si todo en la empresa está dispuesto pensando en el cliente, también la estructura de la organización debería anteponer a las personas que se relacionan directamente con este cliente, dedicándose los demás niveles básicamente a asistir a ese primer nivel con el que el cliente tiene contacto. De acuerdo con esto, el director general se situaría en el último puesto del orden jerárquico, en lugar de en el primero que ostenta habitualmente

Lesly: Además, tenemos las divisiones funcionales, la división funcional sucede cuando se establece una estructura basada en la especialización por conjuntos de tareas relacionadas entre sí o por distintos procesos dentro de cada nivel. Esta división se realizará según las diferentes áreas funcionales.

Kathy: La división por productos es más propia de empresas grandes o con una gama amplia de productos. Se puede citar como ejemplo el grupo Nestlé, que tiene una dirección general de alimentación y otra de productos farmacéuticos y cosméticos, ambas divisiones con un solo presidente. Esta estructura es más costosa que la funcional, y también más compleja. De hecho, cada jefe de producto (product manager) y/o de marca (brand manager) funciona de forma independiente.

Jhon: Cuando el criterio de especialización que prevalece depende de los diferentes tipos de mercado en los que la empresa actúa, se trata de una división por mercados. La tipología puede ser amplia y surge de la necesidad de segmentación del mercado. Esta división puede hacerse según distintos criterios: tipos de clientes (consumo y organizacional); canales de distribución (mayoristas, minoristas y grandes superficies), o zonas geográficas (países, regiones, etc.), siendo esta última forma la más frecuente. La división por mercados se da también en grandes empresas y es, además, más compleja

que la funcional. Se pueden hacer divisiones por clientes en empresas de servicios, como empresas informáticas o entidades bancarias; por zonas geográficas, en empresas de bebidas o de electrodomésticos; por canales de distribución, en empresas de alimentación, etc. En todo caso, se elegirá el modelo que mejor se adapte a las características de la empresa, el mercado o el producto.

Lesly: Al estructurar los distintos departamentos mediante algunos de los criterios anteriormente citados, y aplicándolos a la vez (funcionalmente, por productos y por mercados), se está fijando una división mixta. Determinadas situaciones pueden requerir este tipo de planteamiento.

Un ejemplo sería la llamada estructura matricial, cuya denominación se debe a la forma de matriz (filas y columnas) que toma en esa ocasión el organigrama. En este caso, el jefe de producto A de la zona norte tiene que responder ante dos líneas de responsabilidad: el jefe del producto A y el director de la zona norte. La estructura mixta aparece cuando confluyen productos y mercados muy diferentes entre sí, que han de gestionarse por separado. Aquí las posibles combinaciones se multiplican y el control se hace más complicado

Conclusiones:

Lesly: Bueno, hemos recorrido un camino fascinante a través de la estructura organizacional. Desde la departamentalización hasta los principios fundamentales, cada aspecto es vital para el éxito de una empresa.

Kathy: La organización no es solo una tarea administrativa, es un arte que influye directamente en la eficiencia y el cumplimiento de metas.

John: Esperamos que este viaje haya sido informativo y revelador. La próxima vez que vean una empresa exitosa, recuerden que detrás de ella hay una estructura organizacional sólida.

Cierre del Guion.

Lesly: Y así concluimos nuestro viaje por la importancia de una estructura organizacional sólida en la gestión empresarial. Gracias por acompañarnos.