

ÁREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA

12 diciembre, 2019 por Óscar Moreno



🕒 15 min.

📖 En este post encontrarás:

- ¿Qué son las áreas funcionales de una empresa?
- ¿Cuál es la función de cada área?
 - Dirección general
 - Administración y RRHH
 - Producción
 - Marketing
 - Informática
- Ejemplo de organigrama de una empresa
- Ejemplos de áreas funcionales en empresas reales
 - Bimbo
 - Coca-Cola
 - Nestle

¿QUÉ SON LAS ÁREAS FUNCIONALES DE UNA EMPRESA?

Cuando tenemos una empresa y esta crece, también lo hace su estructura interna, por lo que es necesario que creamos departamentos que trabajen alineados a los objetivos de la organización.

Estos departamentos que conviven dentro de la empresa son las **áreas funcionales**, formadas por equipos de empleados con habilidades y experiencia adaptados a cada uno para lograr una buena estructura organizacional.

La cantidad de áreas funcionales de una empresa depende del tamaño de esta: cuanto mayor sea la organización, más áreas necesitaremos para alcanzar nuestros objetivos empresariales.

La mayoría de veces, las empresas están **formadas por 5-6 áreas funcionales básicas**, pero pueden estar formadas por más, dependiendo de lo que a cada compañía le convenga según su tamaño y el tipo de producto o servicio que ofrezca.

Nosotros vamos a analizar las 6 más esenciales y, más adelante, profundizaremos en otras, examinando empresas reales.

- Dirección General
- Administración y Recursos Humanos
- Producción
- Finanzas y Contabilidad
- Marketing
- Informática

¿CUÁL ES LA FUNCIÓN DE CADA ÁREA?

Como hemos comentado antes, cada área tendrá su función, pero no siempre trabajan independientemente de las demás. Hay veces que dos o más departamentos necesiten trabajar conjuntamente para lograr ciertos objetivos. Vamos a ver lo que se hace en cada uno:

DIRECCIÓN GENERAL

Son los altos ejecutivos responsables de las operaciones que lleva a cabo la empresa y de su rentabilidad. Aseguran el buen funcionamiento y el clima

organizacional garantizando la eficiencia, productividad y desempeño general de esta.

Estas son algunas de las funciones que desempeña este área:

- **Planificar:** establecer los objetivos de la empresa y el plan de acción y estrategias para llevarlos a cabo.
- **Orientar:** guiar los talentos que forman la empresa con el fin de lograr los objetivos marcados.
- **Organizar:** coordinar los recursos disponibles y fijar procedimientos y jerarquías, para poner en práctica los planes de acción previamente diseñados.
- **Liderar:** impulsar que los equipos se ajusten a los criterios y procesos establecidos, motivar y guiar a las plantillas en la consecución de los objetivos comunes.
- **Controlar:** evaluar si, durante el desarrollo, se están generando desajustes y adoptar nuevas medidas, que permitan retomar el camino correcto.

ADMINISTRACIÓN Y RRHH

Se encargan de todo tipo de trámite burocrático y administrativo y las actividades de gestión humana:

- **Reclutamiento:** selección y contratación de personal.
- **Gestión:** trámites y pagos de los sueldos, salarios y políticas de compensación a empleados.
- **Fomentar:** buenas relaciones laborales y motivación de los empleados.
- **Trámites:** necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa.

PRODUCCIÓN

Se trata del área de la empresa a cargo de la transformación de materias primas en productos finales. Estas son sus funciones principales:

- **Identificar los insumos necesarios en el proceso productivo:** determinan la cantidad de bienes necesarios en cada etapa de producción.
- **Planificar la producción:** gestionar todas las tareas que se asignan a cada trabajador y procesos para tener el producto listo dentro del plazo previsto
- **Minimizar los costes de producción:** encontrar formas efectivas de reducir el coste de producción para poder maximizar los beneficios de la empresa, manteniendo la maquinaria (en caso de haberla) en buena estado y buscando alternativas más eficientes en las etapas.
- **Innovar y mejorar:** Detectar procesos mejorables y pensar innovaciones para minimizar tiempo y costes. Para implementar estas mejoras, trabajan con las áreas de diseño y compras.

- **Asegurar la calidad del producto:** buscan posibles errores y fallos que puede haber en las distintas fases de producción de un producto, llevando a cabo evaluaciones y controles de estos procesos.

MARKETING

El equipo de marketing se encarga del desarrollo de las estrategias necesarias para posicionarse en el mercado, darse a conocer, mejorar la oferta y aumentar las ventas de su producto o servicio, mediante estas funciones:

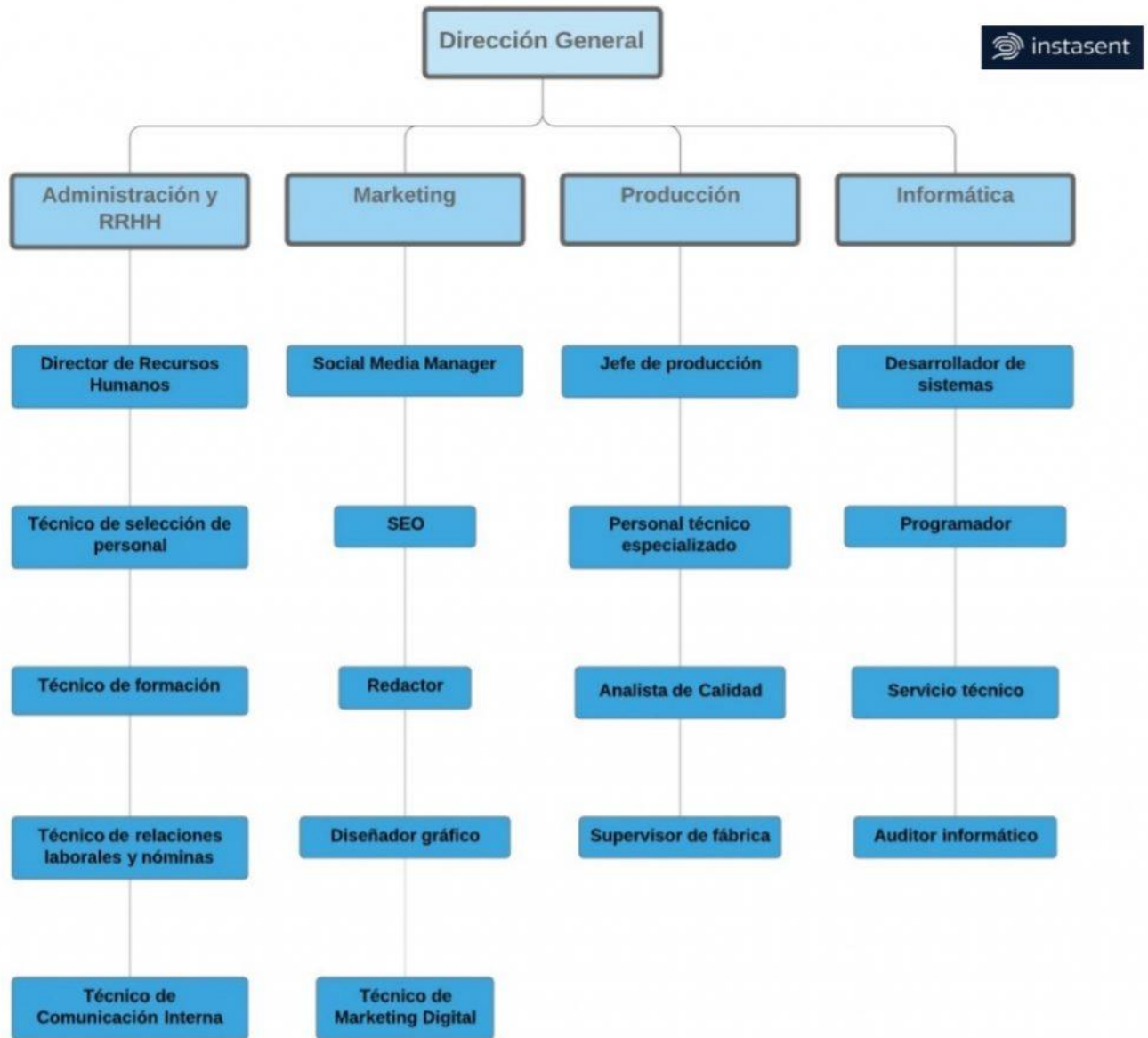
- **Investigación de mercados:** analizan a los consumidores, sus preferencias, gustos, hábitos, etc. y se llevan a cabo estudios de mercado para generar una necesidad del producto. También analizan la competencia, su estrategia, público, ventajas, fortalezas y debilidades.
- **Planificar la estrategia:** es necesario crear una estrategia para alcanzar los objetivos de la empresa y ejecutar el desarrollo de esta distribuyendo recursos, asignando tareas, coordinando actividades y consumando acciones.
- **Promoción de ventas:** se trata de informar, a través de distintos canales, a los consumidores sobre los productos o servicios de la compañía, animándolos a adquirirlos mediante publicidad y promociones.
- **Feedback y monitorización:** es importante hacer un seguimiento y comprobación de que el plan establecido da los resultados esperados.

INFORMÁTICA

Supervisan, garantizan e implantan sistemas de información de todas las áreas de la empresa, llevando a cabo estas funciones:

- **Definir** la arquitectura de los sistemas que más se ajustan a la empresa.
- **Dirigir** las actividades de desarrollo, mantenimiento y soporte técnico informático para garantizar el servicio a los clientes.
- **Administrar** la red de los equipos de la API.
- **Implementar** medidas de seguridad en tecnología.
- **Asesorar** en software y hardware y en el manejo de programas.
- **Elaborar, gestionar y controlar** los planes de inversión en informática.

EJEMPLO DE ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA



EJEMPLOS DE ÁREAS FUNCIONALES EN EMPRESAS REALES

BIMBO



[Grupo Bimbo](#), la panificadora líder a nivel mundial que trabaja en 32 países, asumiendo los retos y compromisos necesarios en cada uno de ellos.

Su sistema de comercialización ofrece a los consumidores una cartera con más de 5.000 productos.

Al ser una empresa que trabaja a nivel internacional, es lógico que su estructura cuente con muchas áreas funcionales que se encarguen de todo lo que haga falta cubrir. Aquí os las mostramos con la funciones que se llevan a cabo en cada una de ellas:

ÁREA DE MARKETING

- Se realiza una **planificación semanal de las ventas** por marca de producto, por cliente y de nuevos productos.
- Toman **pedidos** de venta de las diferentes cuentas de clientes.
- Establecen las **estrategias de marketing** que se ajustan a los objetivos generales de la compañía.
- **Analizan las ventas** para identificar cualquier falta en alguna línea de productos específica, para crear un nuevo producto o impulsar la venta de los ya existentes.

ÁREA DE FINANZAS

- Manejan los **recursos financieros y económicos** de la empresa.
- Efectúan los **pagos** correspondientes a los trabajadores.
- Realizan la **recepción, contabilización y depósito** del dinero por las ventas de los productos.
- Mantienen actualizado el **flujo de caja**, buscando financiamiento en caso de ser necesario.
- Generan los **estados financieros**.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

- Realizan la **planificación y el programa** de producción, tomando en cuenta el pronóstico de ventas.
- Evalúan las **alertas de producción** y deciden si es oportuno realizar cambios en el programa de producción.
- Aplican estrategias de **control de calidad** en cada etapa del proceso de producción.
- Evalúan la disponibilidad de **materia prima**, equipos y personal, acorde al nivel de producción deseado.
- Evalúan los **costos de producción**, a fin de planificar estrategias en pro de reducirlos.

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y RRHH

- Analizan los **cobros** a los clientes, supervisando el vencimiento del crédito y los límites de crédito establecidos.
- Analizan el **pago** a proveedores y otras entidades.

- Realizan los cálculos pertinentes a la cancelación de **sueldos y salarios** de todo el personal.
- Captan y seleccionan el **personal** para los distintos departamentos.
- Realizan **cursos** de capacitación profesional y crecimiento personal a los trabajadores.

ÁREA DE LOGÍSTICA

- Cumplen las normas de **almacenamiento, embalaje, distribución y venta** del producto final.
- Establecen **estrategias** de distribución de los productos, para maximizar el uso eficiente del transporte y así garantizar las entregas a los clientes, al igual que la búsqueda de devoluciones.

ÁREA DE AUDITORÍA

- Establecen la **normativa** necesaria para controlar los procesos.
- Analizan los **procesos** de la empresa y ejecutan las mejoras necesarias.
- Establecen los mecanismos para el **control interno**.

ÁREA DE COMPRAS

- Garantizan el abastecimiento de los **materiales y productos** de consumo interno.
- Mantienen actualizados los **inventarios**, lo que implica que controla el nivel de stock disponible para la empresa.
- Realizan un **seguimiento a las órdenes de compra**, a fin de verificar la culminación del proceso.

Así quedaría el organigrama del Grupo Bimbo. Aunque debemos tener en cuenta que todos los países en los que trabaja no tendrán las mismas características, el tamaño de la empresa en cada uno será diferente y el sistema de trabajo también podría variar.

ORGANIGRAMA



COCA-COLA



Puede que con [The Coca-Cola Company](#) estemos hablando de la marca más conocida en el mundo. De hecho, es más fácil contar los países a los que Coca-Cola **NO** llega.

Esto es gracias a la buena organización y trabajo de las áreas que la componen. Vamos a analizar las más importantes y lo que se trabaja en cada una de ellas:

DISTRIBUCIÓN

- Son responsables de **contratar trabajo externo** a compañías de transportes.
- Se encargan del **almacenaje y el control del inventario** del stock, del procesamiento de pedidos y el embalaje.
- Planifican y programan las **entregas** y el control de las flotas de **vehículos**.
- Controlan la **distribución** más rentable del producto.
- Se encargan de hacer llegar el producto a **diferentes puntos de venta**: supermercados, bares y restaurantes, empresas con máquinas expendedoras, etc.

Aunque pensemos solo en la Coca-Cola, debemos tener en cuenta que ofrecen una variedad de productos como zumos, agua, Fanta y bebidas energéticas que han de suministrar en distintos puntos.

FINANZAS

- Proporcionan el **conocimiento financiero** en el que se basan las decisiones clave.
- **Agregan un valor** a los procesos centrales comerciales.

- Trabajan junto con la administración para determinar el **plan estratégico y financiero** anual y de largo plazo.
- Determinan la **estructura de capital** óptima de la compañía y recomiendan los niveles de endeudamiento apropiados, así como la emisión de acciones y/o deuda.
- Es responsable de la administración de **riesgos financieros**.
- Evalúan la **viabilidad económica** de un producto innovador.
- Analizan el **rendimiento** de ventas de cada canal.

PRODUCCIÓN

- Formulan y desarrollan los métodos más adecuados para la **elaboración** de los productos.
- **Administran y coordinan** la mano de obra, equipo, instalaciones, materiales y herramientas requeridos.
- Establecen **relaciones con los socios y clientes** locales.
- Se encargan de la **comunicación y las relaciones con los medios** con el fin de garantizar que se cumplen los objetivos comerciales de la empresa.
- Innovan en crear **nuevos sabores** de Coca-Cola y en sus **derivados** sin azúcar o cafeína, pero siempre mantienen al frente su producto original.

MARKETING

- Se encargan de **incrementar el volumen** de ventas, la cuota de mercado y los beneficios a través del entendimiento de los clientes, consumidores y competidores.
- Construyen **estrategias de marketing** coherentes para su marca, creando el máximo impacto.
- Se reinventan constantemente en el mercado, aplicando **distintos métodos y canales** publicitarios
- **Patrocinan** cientos de eventos y están presente en los más notorios, como el Mundial de Fútbol.
- Innovan en las **acciones** de marketing para hacer llegar el producto de distintas formas, como las latas personalizadas o las botellas *vintage*.
- Apuestan con el **marketing emocional** con su eslogan “Taste the feeling” y toda la comunicación lleva la felicidad como eje principal.

AUDITORÍA

- Revisan la confiabilidad e integridad de la información financiera trimestral y anual de acuerdo con los requisitos contables, de control interno y de auditoría.
- Son los responsables del nombramiento, compensación, retención y supervisión de los auditores independientes.
- Reciben, retienen y responden a quejas en relación con asuntos contables, de control interno y de auditoría.
- Evalúan periódicamente la efectividad del **Sistema de Administración de Riesgos** de la compañía.
- **Control interno** del cumplimiento de responsabilidades de Administración.

RECURSOS HUMANOS

- Se encargan de reunir un grupo humano de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa y les ofrecen **formación** en caso de que hiciera falta.
- Gestionan programas de **reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo**.
- Ofrecen un seguro médico de los trabajadores, prestaciones y fondos para su jubilación.
- Gestionan las **relaciones laborales** entre los trabajadores.

ORGANIGRAMA

Este sería el organigrama estándar de The Coca-Cola Company:



NESTLÉ



Nestlé, a diferencia de las anteriores dos marcas que hemos analizado, abarca una gama de productos de lo más extensa. Mientras que Coca-Cola crea marcas que también son refrescos y las Bimbo están relacionadas con la bollería, Nestlé posee productos como: agua, lácteos, platos preparados, chocolate, cereales, café, alimentación de mascotas, etc. Por lo que Nestlé es una empresa enorme que tiene, a su vez, más empresas dedicadas a cada marca que producen.



DIRECCIÓN GENERAL

Es el departamento encargado de **dirigir** todas las actividades que se realizan en la empresa. El director tiene que saber **liderar y orientar** a los subordinados para poder alcanzar los objetivos impuestos. También tiene la responsabilidad de **organizar y administrar** los recursos que se emplean en cada una de las áreas, además de **controlar y reorganizar** los procesos que están puestos en práctica y analizar si son los óptimos.

PRODUCCIÓN

Es el área que se encarga de dirigir y liderar todas las operaciones llevadas a cabo para **fabricar** productos para toda la familia. Además, todos los productos deben pasar un **control de calidad** para asegurar el cuidado y mejora continua en la calidad de lo que se ofrece. Y el departamento de **ingeniería** se encarga de aportar su búsqueda continua de soluciones en la mejora de procesos, estrategias y proyectos de fabricación.

MARKETING

Tras llevar a cabo una **investigación de mercados** para determinar el tipo de público al que dirigimos nuestros productos, se crean las campañas de **marketing y publicidad** necesarias para llegar a ellos

RRHH

Se encarga de los procesos de **selección de personal**, siempre teniendo en cuenta la adecuación de las cualidades del candidato y los valores de la empresa. También de la **formación** de los trabajadores, que debe tener un objetivo definido y ser concebida para mejorar las aptitudes y calificaciones particulares. Y, una vez al año, llevan a cabo una **evaluación de desempeño**, para conocer los resultados del trabajo de los empleados y analizar si los objetivos de la compañía se cumplen.

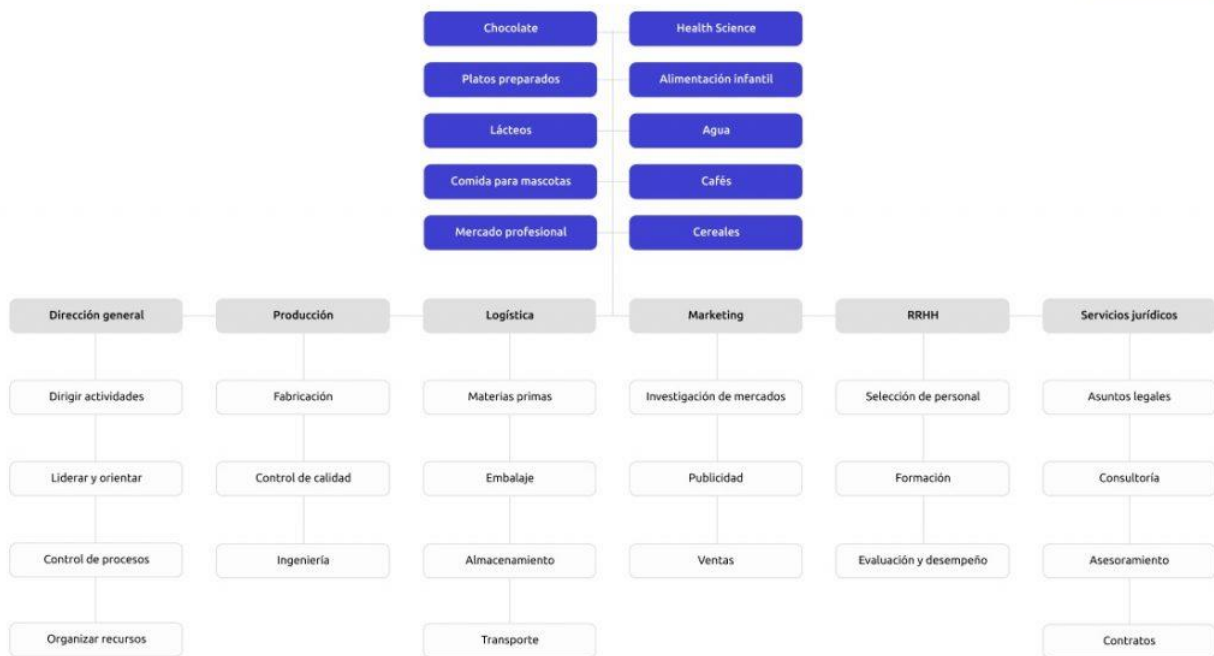
LOGÍSTICA

Coordinan la entrega de las **materias primas y materiales de embalaje** desde el proveedor hasta la fábrica, y del almacén a las áreas de fabricación. Controlan que todos los insumos que ingresan en la empresa cumplen con los **parámetros de calidad** establecidos por la empresa para su traslado a la producción. Y **transportan los productos** finales a través de servicios de logística y transporte.

SERVICIOS JURÍDICOS

Es el equipo que **atiende los asuntos legales** que surjan respecto a las actividades de la empresa, a sus normas internas, y a su relación con otras entidades. Brinda servicios de **consultoría y asesoramiento** jurídicos a los trabajadores, y se encargan de negociar y redactar los **contratos** necesarios para la empresa.

ORGANIGRAMA



Óscar Moreno

Emprendedor y fundador de varias startups de telecomunicaciones y marketing online con una trayectoria de más de 20 años en el sector. Actualmente es fundador y CEO en Instasent.

oscar[[@jinstasent.com](mailto:)] – [linkedin](#) – [crunchbase](#) – [github](#)