

Definir la dirección y cadena de mandos y tareas de Plátanos Bioko.

La dirección de una empresa se puede definir como una labor continuada en el tiempo que tiene por objeto la gestión de los recursos productivos de la organización para lograr los mejores resultados posibles de una forma eficiente para cumplir con las metas establecidas.

La dirección en la Administración de Empresas mejora los objetivos empresariales y las funciones designadas en una organización. Asimismo, crea expectativas para las metas que los empleados deben lograr.

El director de una empresa debe marcar, coordinar y organizar los distintos elementos que posee la organización, con la finalidad de alcanzar sus objetivos. Esto es posible mientras este profesional pueda tomar las decisiones adecuadas al gobernar, regir y dictar las reglas necesarias para manejar el negocio, y que, dependiendo de cada persona, asuma una dirección empresarial diferente.

Para poder definir ese tipo o estilo existen algunos elementos condicionantes, como la personalidad de quien dirige, las características del personal, las situaciones que existen y el tipo de tareas a cumplir, así como el momento en el que se asume la dirección. Cualquiera sea el estilo, siempre se manifiestan distintas formas en que se establece el proceso de comunicación.

Actualmente, para estar al frente de una empresa con éxito y cumplir con las funciones de la dirección empresarial, es necesario que el director tenga una gran capacidad estratégica para adaptarse a las situaciones que se presenten en su gestión.

Estilo paternalista

El director se interesa por conocer los problemas de sus colaboradores para ayudarlos. Mantiene una relación protectora con el equipo, aunque el líder es quien tiene la autoridad y toma las decisiones.

¿Cuáles son los niveles directivos?

Es importante resaltar que la dirección empresarial tiene la capacidad de generar una relación sólida entre la estrategia, la estructura, el estilo, los sistemas, el talento humano y los objetivos de la organización. Sin embargo, los siguientes tres niveles permiten diferenciar distintas posiciones en las que se pueden dirigir a los equipos de una empresa:

- Alta dirección. Este es el cargo más importante y con más autoridad dentro de la organización, ya que se trata de la persona que toma las decisiones trascendentales con las que se define el camino que seguirá el negocio.
- Dirección intermedia. Tiene a su cargo la responsabilidad de estar al frente de distintas áreas de la empresa, como administración, finanzas o recursos humanos, y son quienes conectan a la alta dirección con la dirección operativa.

- Dirección operativa. Este es un nivel básico de dirección que se aplica a un equipo para tomar decisiones y resolver problemas en el trabajo de forma inmediata, son empleados a quienes se les da esta responsabilidad adicional.

-
- Alta dirección:

Director General (DG): Ernesto Vicencio Mas Onewe

Encargado de definir las estrategias y ordenes trascendentales para marcar el camino que seguirá la empresa.

- Dirección intermedia:

Director logístico (DL): Vicente Obama

El director logístico es responsable de planificar, implementar y controlar eficientemente el movimiento y almacenamiento de productos, servicios e información relacionada, desde el punto de origen hasta el consumo final, con el objetivo de satisfacer los requerimientos del cliente. Sus funciones incluyen la gestión de inventarios, la optimización de rutas de distribución, la coordinación de operaciones de almacenamiento y transporte, la gestión de proveedores y la implementación de sistemas de información logística para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio.

Director de relaciones (DR): Francisco Bryan Tome Morgades

La función de un director de relaciones es gestionar y cultivar las relaciones de una organización con sus diferentes grupos de interés, como clientes, proveedores, empleados, accionistas, medios de comunicación y la comunidad en general. Algunas de las responsabilidades comunes de un director de relaciones pueden incluir:

- a) Desarrollar y mantener relaciones sólidas con clientes clave para garantizar la satisfacción y lealtad del cliente.
- b) Establecer y mantener relaciones efectivas con proveedores para asegurar la calidad y disponibilidad de los productos y servicios.
- c) Gestionar la comunicación con los medios de comunicación para proteger y promover la reputación de la organización.
- d) Colaborar con los equipos internos para garantizar una comunicación efectiva y coherente tanto interna como externamente.
- e) Participar en la planificación y ejecución de estrategias de marketing y comunicación para promover la imagen y los productos de la organización.

- f) Gestionar situaciones de crisis y manejar la comunicación de manera efectiva en momentos difíciles.

En resumen, el director de relaciones es responsable de gestionar las relaciones clave de la organización con el objetivo de mantener y mejorar su reputación, generar confianza y apoyo, y contribuir al éxito general de la organización.

Director de marketing Digital: Luis Bárcenas Cervera

La función de un director de marketing digital es liderar y supervisar las estrategias de marketing que se implementan en el entorno digital para promocionar productos, servicios o la marca de una empresa. Algunas de sus responsabilidades específicas pueden incluir:

- a) Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca en línea.
- b) Supervisar la gestión de campañas de publicidad en línea, como anuncios de búsqueda, display y redes sociales, para alcanzar los objetivos de marketing.
- c) Analizar datos y métricas de marketing digital para evaluar el rendimiento de las campañas y realizar ajustes según sea necesario.
- d) Gestionar y optimizar la presencia en redes sociales de la empresa para fomentar la participación del público objetivo.
- e) Colaborar con otros departamentos, como ventas, desarrollo de productos y atención al cliente, para garantizar una estrategia de marketing digital integrada y efectiva.
- f) Mantenerse al tanto de las tendencias y tecnologías emergentes en marketing digital para aplicarlas de manera efectiva en la estrategia de la empresa.

En resumen, el director de marketing digital es responsable de diseñar y ejecutar estrategias efectivas de marketing en línea para aumentar la visibilidad y el éxito de la empresa en el entorno digital.

Funciones de la Dirección Empresarial

Una vez que se conocen los pasos básicos para cumplir los objetivos fijados por la empresa, la dirección debe realizar varias y diversas funciones que sirven para gestionar de manera óptima los recursos y lograr esos propósitos establecidos. Estas funciones son:

Planificar

Hace referencia a la previsión de todo lo que se realizará en la empresa, iniciando por la determinación de los objetivos, para luego establecer planificaciones a corto, mediano y largo plazo. Además, se definen las políticas, normas y procedimientos de la empresa, lo que dará paso a la cultura organizacional. Finalmente, debe elaborar el presupuesto que permitirá cumplir con lo planificado.

Ordenar

Esta función consiste en organizar la empresa desde el aspecto funcional. De esta manera, se diseña la estructura organizacional, estableciendo las funciones y responsabilidades de cada área. Todo ello se plasma gráficamente en un organigrama, en donde se puede observar cómo quedan establecidos los canales de comunicación y la jerarquía empresarial.

Guiar al recurso humano

Aunque todo lo referente al recurso humano es administrado por un área específica dentro de cada empresa, la Dirección gestiona globalmente lo relacionado con sus colaboradores, partiendo de la premisa de que son el activo más importante. Pensando en el bienestar del recurso humano, siempre debe garantizar una cultura organizacional positiva.

Asignar recursos

Esta actividad es esencial para que el recurso humano pueda cumplir con las actividades que hacen que cualquier empresa funcione. Por ello, la Dirección Empresarial es responsable de distribuir y asignar adecuadamente los recursos disponibles, teniendo en cuenta tecnología, equipos, mobiliario e infraestructura, entre otros, haciendo una perspectiva y proyección a futuro.

Sincronizar

Lo que se persigue es coordinar la vinculación de tácticas que se deben aplicar para que todos los departamentos de la empresa funcionen de manera sincronizada y armoniosa, trabajando en el mismo sentido para alcanzar determinados objetivos. En este sentido, todos los miembros de la empresa deben conocer claramente las metas que la empresa se ha planteado.

Monitorear

Esta fase es esencial porque es necesario controlar y verificar que todos los departamentos que conforman la empresa cumplan con los objetivos establecidos. En este sentido, la Dirección puede utilizar auditorías contables, estados financieros y datos estadísticos para monitorear, detectar y corregir las posibles irregularidades que se presenten.