

UNIDAD DE TRABAJO 1-3

Introducción a los procesos de negocio

Sistemas de Gestión Empresarial

1

Estructura Organizacional Funcional



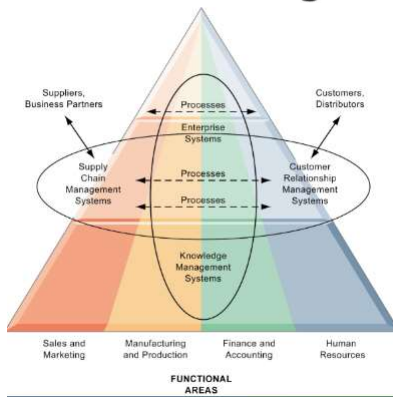
Se trata de una **estructura vertical** en la medida que cada grupo funcional dentro de la organización está integrado verticalmente desde la parte inferior hasta la parte superior de la organización.

Se considera como **un modelo a seguir para una eficiente dirección de proyectos**.

Cuando una organización emplea una estructura funcional, la división del trabajo es agrupada por las principales actividades o funciones a realizarse, como son las ventas, el marketing, los recursos humanos, la contabilidad, etc.

2

Áreas funcionales de la organización



1) Área de contabilidad y finanzas

Registra todas las transacciones económicas que hay en la empresa, desde el pedido del cliente hasta el pago de la compra de la materia prima.

Elaborar los informes financieros, necesita disponer de todas las transacciones hechas por los distintos departamentos.

Áreas funcionales de la organización



2) Área funcional de manufactura y producción

- ▶ Es la responsable de producir los bienes y servicios de la organización.
- ▶ El área de producción tiene que transferir información al área de compra para adquirir la materia prima necesaria en función de los planes de producción, del transporte, de las fechas de entrega y de los niveles existentes en almacén.
- ▶ El área de ventas tiene que dar información sobre las necesidades de ventas del producto en el área de producción.

Áreas funcionales de la organización



3) Área de recursos humanos

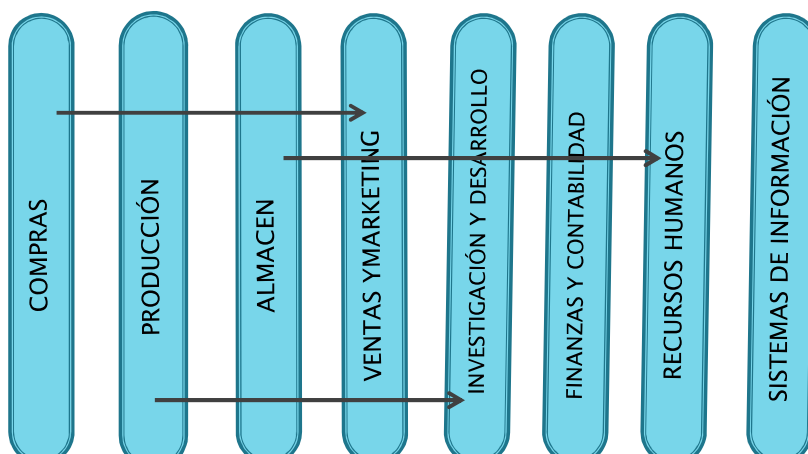
- ▶ Es la responsable de **contratar, desarrollar y mantener al personal de la organización.**

4) Área funcional de ventas y marketing

- ▶ El departamento de ventas y marketing es el responsable de **vender el producto o el servicio de la organización.** A marketing le corresponde identificar a los clientes, determinar qué necesitan o desean, y planificar y desarrollar productos y servicios. A ventas le corresponde contactar con los clientes, vender los productos o servicios, tomar pedidos y llevar el registro de ventas.

5

Estructura Organizacional Funcional. Procesos de negocio



Los procesos de negocio son transversales, es decir ningún grupo o función es responsable por su ejecución, sino que la responsabilidad se comparte.

6

Efecto Silo

- ▶ La estructura funcional ha servido a las empresas para su **rápido crecimiento**.
- ▶ Problema→ Las personas de diferentes áreas funcionales realizan sus **tareas de forma aislada**. Sin comprender todo el proceso.
- ▶ Comprender una empresa de forma transversal, **“pensar lateralmente”**, tener **perspectiva del proceso de negocio** es algo muy valorado.
- ▶ Las organizaciones enfrentan un gran desafío que consiste en **coordinar las actividades a través de diferentes áreas funcionales**.

7

Sistemas empresariales

- ▶ En la actual **economía global**, una empresa fabricará sus productos en diferentes países, obtendrá las materias primas de diferentes lugares, venderá los productos en muchos países.
- ▶ Esto es **insostenible** sin un Sistema empresarial.
- ▶ Esenciales para la **ejecución y gestión efectiva y eficiente de los procesos de negocio**.
- ▶ La **inversión en tecnología de la información (TI)**, particularmente en sistemas empresariales, ha incrementado la rentabilidad, productividad y competitividad.
- ▶ **Eliminan las barreras para compartir información** entre áreas funcionales y permiten la gestión integral de procesos

8

Procesos de negocio

Existen organizaciones para muchos propósitos diferentes, varían en tamaño y complejidad...→todas ellas exhiben similitudes en la forma en que operan.

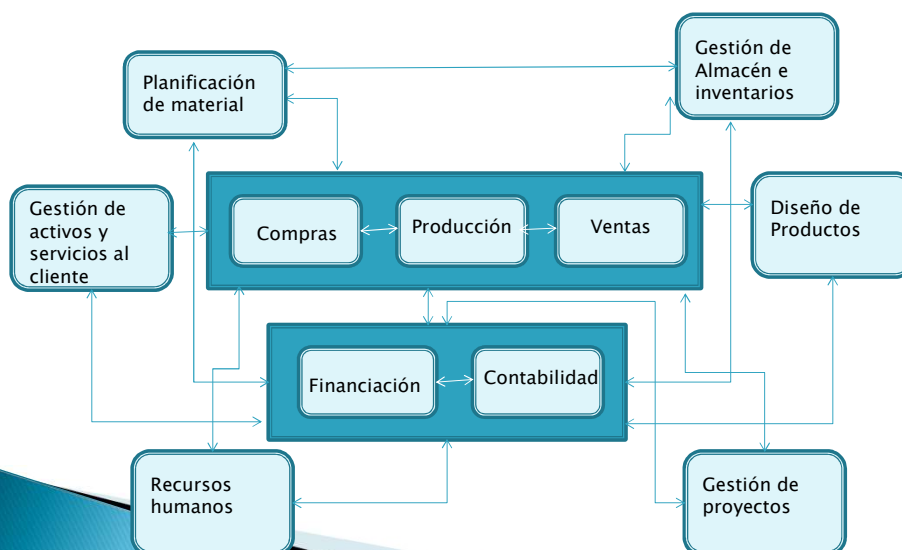
Las organizaciones e industrias exitosas utilizan **procesos y sistemas empresariales**



Conjunto de tareas o actividades que producen resultados deseados.

Cada proceso se desencadena por algún evento, tal como recibir un pedido de cliente o reconocer la necesidad de aumentar el inventario. Los procesos constan de etapas interdependientes que se realizan en diferentes partes de la organización.

Procesos claves de una empresa



Aprovisionamiento – Compras

- ▶ El proceso de aprovisionamiento incluye todas las tareas relacionadas con la adquisición externa de los materiales que se necesitan desde un proveedor.



11

Aprovisionamiento – Compras

Desencadenantes de un proceso de compra:

- ▶ El proceso de planificación de materiales: necesidad de comprar materiales por una demanda de los productos.
- ▶ El proceso de gestión de activos fijos: necesidad de comprar de una pieza necesaria para reparar una máquina.
- ▶ El pedido de un cliente: necesidad de comprar materias primas o partes de los componentes necesarios para la fabricación de un producto.

12

Producción – Hacer

- Proceso de producción, obtener internamente materiales que se necesitan.
- Ej: almacén se da cuenta que su inventario de productos es bajo.



13

Gestión de pedidos – Vender

- El proceso se desencadena por un pedido de compra de un cliente que recibe el departamento de ventas.



14

Tipos de ventas



Existen diversos tipos de venta. Algunos relevantes incluyen:

- **Ventas directas:** involucran contacto directo entre comprador y vendedor.
- **Ventas industriales:** ventas de una empresa a otra.
- **Ventas indirectas:** ocurre un contacto, pero no en persona (telemercadeo, correo).
- **Ventas electrónicas:** vía Internet
 - **B2B Business to Business.** Intercambio de productos y servicios entre empresas que pretenden reducir costes entre ellos.
 - **B2C Business to Consumer– Amazon.**
 - **C2C Consumer to Consumer – Ebay.com.**
- **Ventas intermediadas:** por medio de corredores (intermediador).

15

Ventas



La venta según la forma de su pago, puede ser:

- al **contado** (pagando en el acto de recibir el bien,
- a **crédito**, luego de un cierto plazo, que puede sumar intereses, pudiéndose pactar en cuotas.

Las **operaciones** de venta, contablemente deben registrarse, y emitirse comprobantes al cliente a través de:

- tiques (para ventas minoristas de escasa cantidad),
- recibo (que certifica que la deuda ha sido cancelada) o
- facturas (con detalles de la operación y utilizada en ventas por mayor y menor).

El **precio de venta**, es el dinero que debe abonar comprar un **producto**. Se fija en el sistema de cambio, por la ley de la oferta y la demanda.



16

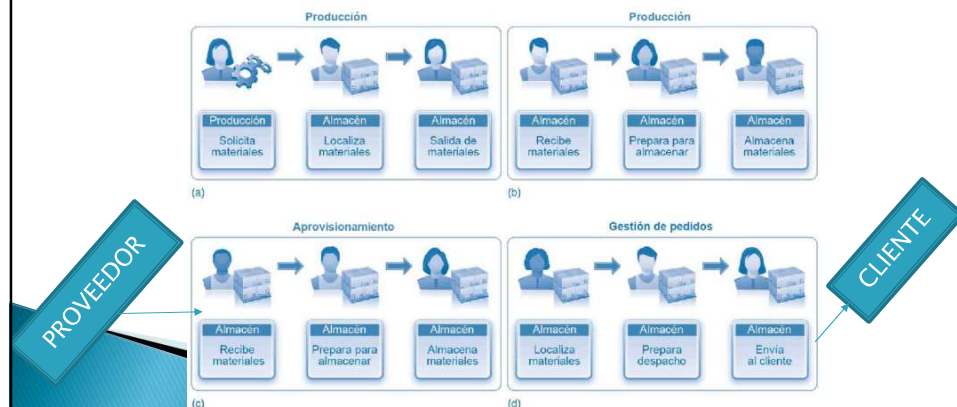
Planificación de materiales

- ▶ El propósito de la planificación de materiales es igualar el suministro de materiales con la demanda.
- ▶ El resultado de la planificación de materiales es el desarrollo de planes estratégicos que hagan coincidir el suministro con las demandas lo más cercanamente posible.
- ▶ Tipos de materiales:
 - Productos terminados (bicicletas).
 - Productos semiterminados (ensamble de ruedas).
 - Materia prima (llantas, tubos, ruedas).

17

Gestión de Stocks y almacenes

- ▶ La gestión de stocks y almacenes está relacionada con el almacenamiento y movimiento de materiales.
- ▶ Para que un negocio opere de manera eficiente, es esencial que los materiales sean almacenados para que sean rápida y fácilmente localizados cuando se necesiten.



18

Gestión del ciclo de vida de un producto – diseñar



- ▶ Una organización exitosa debe mejorar constantemente sus productos y crear nuevos e innovadores productos que reflejen los cambios en los gustos y preferencias de los clientes.
- ▶ Puede variar desde algunos meses para artículos de moda a varios años o incluso décadas para productos como automóviles y bicicletas.
- ▶ El ciclo de vida de un producto :



19

Gestión de activos fijos y servicios al clientes



- ▶ La gestión de activos fijos está asociada al mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de una organización.
- ▶ Implica un cargo interno en el departamento de contabilidad.



20

Gestión de activos fijos y servicios al clientes

- ▶ Ventas recibe una solicitud de servicio, la cual autoriza y remite a los departamentos responsables de realizar las reparaciones.
- ▶ El cierre dependerá de si los servicios están cubiertos por una garantía (la organización asumirá los coste) o enviará una factura al cliente y luego registrará el pago.



21

Gestión del capital humano

Consiste en numerosos procesos relacionados con todos los aspectos de la gestión de personas.

Subsistemas del Sistema de Recursos Humanos



22

Gestión de proyectos

- ▶ Procesos que una empresa usa para planificar y ejecutar proyectos a gran escala.
- ▶ Involucra el uso de herramientas y técnicas para gestionar proyectos complejos.
- ▶ Los proyectos pueden ser internos o externos, dependiendo del receptor del resultado final.



23

Contabilidad financiera Informes externos

- ▶ La contabilidad financiera registra el impacto financiero que tienen los procesos, y su objetivo principal es informar sobre la situación financiera de una organización y con ello cumplir con los requerimientos de presentación de informes legales y regulatorios.
- ▶ Los informes comunes incluyen el estado de resultados o la cuenta de pérdidas y ganancias (P&L) y el balance general.

24

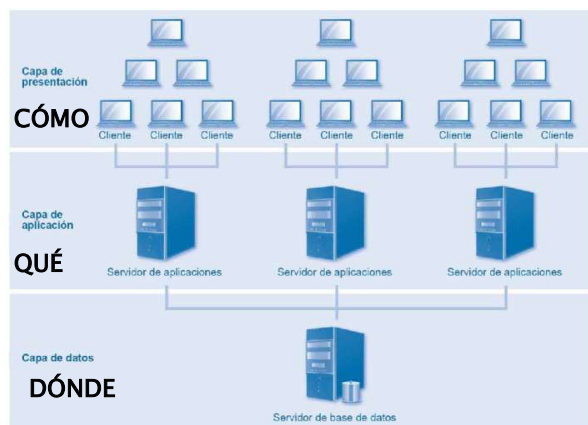
Contabilidad administrativa Informes internos



- ▶ Registra los gastos e ingresos para presentar informes internos que están destinados a ayudar a la administración a controlar gastos e ingresos, y evaluar la rentabilidad de distintos productos y segmentos de mercado.

25

Perspectiva tecnológica Arquitectura Cliente-Servidor



La mayoría de los SE modernos tienen ya sea una estructura cliente-servidor de tres capas o una arquitectura orientada a servicio.

Existen varias maneras de implantar los SE:

- en hardware de instalaciones propias
- en una plataforma en la nube.

26

Cientes: Gestión de las relaciones con los clientes (CRM, customer relationship management)



CRM es un **modelo de gestión** de toda la organización, basada en la satisfacción del cliente

Comprende los sistemas de gestión comercial y relación con los clientes.

Registran todos los contactos y operaciones que la empresa tiene con sus clientes:

- ▶ Marketing
- ▶ Visitas de representantes
- ▶ Servicio posventa
- ▶ Canales de venta, si la venta no es directa
- ▶ Sistemas de interacción y respuesta que los clientes establecen con la empresa como son:
 - Programas de fidelización
 - Gestión de incidencias y reclamaciones
 - o incluso, las redes sociales. Sirven también para medir la efectividad de la fuerza de las ventas.

29

Cientes: Gestión de las relaciones con los clientes (CRM, customer relationship management)



30

Proveedores: Gestión de cadena de suministros (SCM, o supply chain management)



Una cadena de suministro es una red de instalaciones y medios de distribución que tiene por función la obtención de materiales, transformación de dichos materiales en productos intermedios y productos terminados y distribución de estos productos terminados a los consumidores.



31

Proveedores: Gestión de cadena de suministros (SCM, o supply chain management)



Objetivos Generales:

- Dar un mejor servicio al mercado.
- Tener menos inventario.
- Siempre tener lo que el mercado final quiere, en la tienda que lo quiere y en el momento que lo quiere.
- No perder ninguna venta en el mercado final, por ausencia de existencias.

► Incluye los procesos:

- Previsión de producción
- Demanda de materias primas y productos semielaborados
- Reposición de inventarios
- Almacenaje
- Transporte a los almacenes intermedios y al consumidor final.

32

Los gestores y los accionistas: Sistemas de gestión de socios (PRM, o *partnership relationship management*)



Servir para gestionar las relaciones con "otros agentes" o intermediarios que nos ayuden a hacer o mantener nuevos clientes y proveedores o proporcionar servicios de valor añadido que completen nuestra oferta de servicios.

A diferencia de **CRM**, que se adaptan hacia la obtención de un cliente final, un sistema **PRM** se centra en conseguir un socio para vender en su nombre.

En el mundo industrial, estos sistemas suelen formar parte de su SCM o de su CRM.

