Organigrama de la organización.

A continuación se presenta el organigrama real de la organización con sus diversas áreas:

Definición de las funcionalidades de las áreas de la organización:

* Gerencia general: encargada de administrar y coordinar la comunicación y toma de decisiones de las áreas de Desarrollo, Investigación, Comercialización, RRHH y Compras.
* Comercialización: encargada de gestionar todos los aspectos relacionados a ventas búsqueda de nuevos clientes y atención a los clientes existentes.
  + Ventas: encargada de efectuar todas las transacciones de productos y servicios que ofrece la organización. La diferencia existente entre la venta de producto o servicios de los stands de emisión publicitaria vienen determinado por el tipo de contrato de venta que el cliente establece con la organización.
  + Atención al cliente: encargada de comunicarse con el cliente para tomar sus recomendaciones, brindar soporte, o atender los problemas que se presentan durante la instalación de sus productos servicios. Por otra parte esta área se encarga de buscar y contactar a nuevos clientes para futuras ventas.
* Investigación: encargada de realizar las búsqueda de nuevos, métodos, técnicas y recursos para el desarrollo de nuevos productos y servicios dentro de la organización.
  + Investigación de Hardware y Software: esta investigación consta básicamente, en buscar, encontrar y probar nuevas tecnologías existentes en el mercado tanto de hardware como software que pueden aplicarse para el diseño y comercialización de un nuevo producto o servicio.
  + Comunicación socio-cultural y técnicas de marketing: área destinada a indagar sobre las formas de comportamiento e interacción social tecnomediadas.