

## Actividad | 3 | Modelos

Organizacionales Seminario de

Innovación y Creatividad

---

Ingeniería en Desarrollo de Software



TUTOR: Fátima Fernández de Lara Barrón

ALUMNO: Pilar Barajas Cervantes

FECHA: 28/01/2024

## Índice

Introducción.....	3
Descripción .....	4
Justificación .....	5
Modelos organizacionales.....	6
Análisis del modelo organizacional .....	8
Métricas y justificación de propuesta.....	9
Conclusión .....	11
Referencias .....	12

## **Introducción**

**Un modelo organizacional también llamado estructura organizacional, define una organización a través de su marco de trabajo, incluyendo las líneas de autoridad, las comunicaciones, los deberes y las asignaciones de recursos. El modelo organizacional es la forma en que se distribuye y organiza una empresa. Define la estructura que se utiliza para la toma de decisiones y la actividad productiva, que incluye la distribución de áreas jerarquizándolas y dotándolas de contenido. Además, establece las dinámicas entre los diferentes departamentos, funciones, reglas, roles y responsabilidades también determina como fluye la información entre los diferentes niveles de la organización.**

**Sabemos que todas las empresas son diferentes, pero como pedos observar en su definición, el modelo o estructura organizacional, es un concepto básico para cualquier empresa, ya que facilita su gestión y sienta las bases para su desarrollo. Así púes los modelos organizacionales permiten a las empresas crecer de manera ordenada, además de la especialización de sus diferentes áreas, ya sea con la toma de decisiones centralizada, si proviene de la dirección general, o descentralizada, definidas por los diferentes equipos de trabajo, pero siempre basándose en una colaboración de los diferentes departamentos de estructura de la organización.**

**Las métricas de innovación deben reflejar la realidad de la innovación de las entidades y, por tanto, de las regiones. Dentro del grupo de trabajo hay un acuerdo, casi unánime, en que los datos reportados no corresponden con la realidad de la innovación en las entidades que lo facilitan.**

## **Descripción**

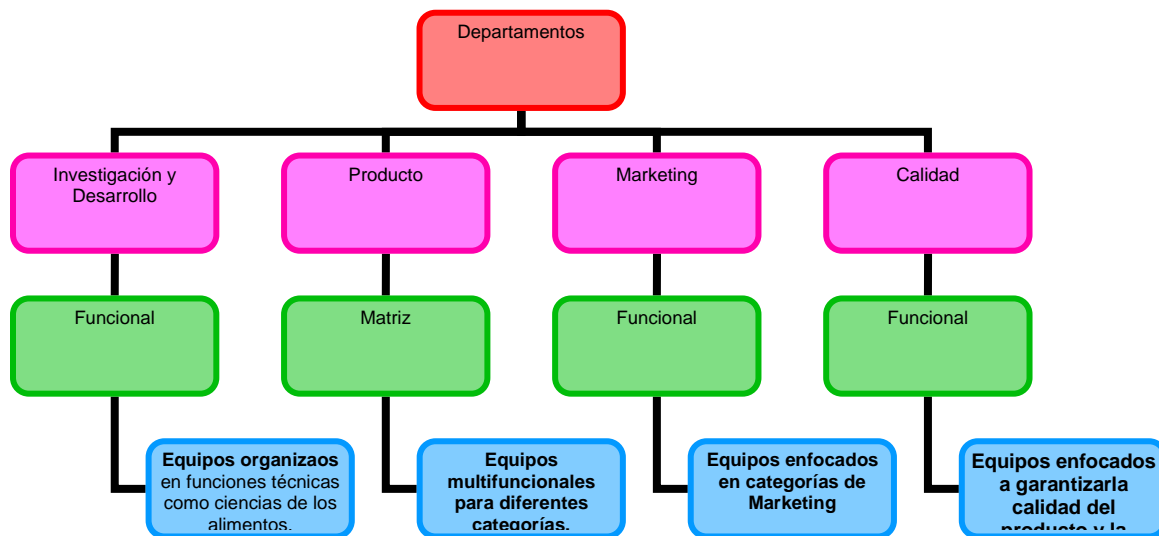
**A medida que la innovación ha ocupado una posición cada vez más relevante en el desarrollo económico y social, ha crecido la necesidad de disponer de métricas para orientar las políticas públicas en este ámbito en este sentido la OCDE ha desarrollado una serie de guías para medir las actividades de ciencia, tecnología e innovación las cuales han sido la base para la recogida de datos y el desarrollo de estadísticas armonizadas a nivel internacional. Sin embargo, pese a los esfuerzos para actualizar y mejorar estas métricas muchas empresas tienen todavía dificultades para identificar y medir las actividades de innovación que realizan, lo que conduce a un desfase entre los datos recogidos en las estadísticas oficiales y la actividad innovadora real del tejido empresarial. Desde un principio, los modelos de innovación han considerado a la tecnología y al mercado como sus pilares principales, incorporando paulatinamente factores humanos, sociales y culturales. Sin embargo, se requiere de un modelo que los considere de forma integral como parte de una nueva gestión del proceso de innovación. El objetivo de esta investigación es proponer un modelo que identifique los factores de innovación más significativos, para las empresas, tomando como objetivo el sector de recubrimientos cerámicos. La innovación de tipo organizacional es la búsqueda de nuevos diseños organizacionales alterando las estructuras internas de la organización e implica además cambiar los límites entre la organización y el mercado.**

## **Justificación**

**Hoy hablaremos de un tema crucial para el éxito empresarial: las métricas. En el ámbito de la gestión de la innovación, con la famosa frase “lo que no se mide no se controla, y si no se controla no se puede mejorar” cobra una relevancia a un mayor. muchas empresas creen que innovar solo consiste en idear productos innovadores que pueden empujar las marcas a dominar sus perspectivas. Sin embargo, la innovación no se limita únicamente en esta definición. La innovación es el proceso de realización de nuevos productos, procesos, propuestas o modelos de negocios para crear valor agregado para la organización, sus clientes o sus empleados. En ocasiones puede referirse a los cambios necesarios que realiza una empresa para mejorar su funcionamiento. Evaluar el progreso y la efectividad las métricas permiten a las empresas evaluar y monitorear el progreso y la efectividad de sus iniciativas de innovación. Al establecer indicadores clave de rendimiento (KPI), podemos cuantificar los resultados obtenidos.**

## Modelos organizacionales

### Diagrama basado en producto

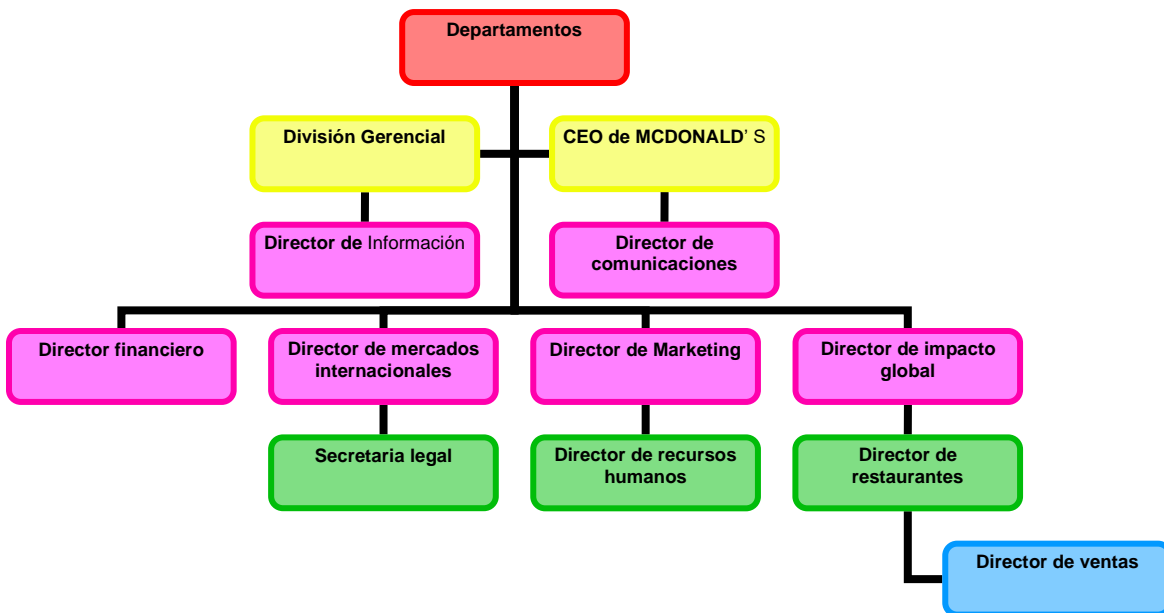


Nestlé tiene una estructura divisional geográfica con operaciones segmentadas en cinco regiones claves con operaciones segmentadas en cinco regiones durante muchos años la multifuncional suiza de alimentos y bebidas Nestlé tuvo una matriz compleja y descentralizada estructura organizativa donde sus numerosas marcas eran libres de operar de manera autónoma.

Nestlé es un ejemplo de empresa de cultura organizacional y se posiciona como una de los primeros lugares de 2019 dentro de la super compañía, un ranking elaborado por Top Companies y la revista expansión. En octubre de 2021, sin embargo, la compañía anunció que se implementaría en una nueva estructura divisional geográfica en operaciones comerciales globales. De esta forma al utilizar el modelo organizacional es como la empresa Nestlé es como ha llegado a ser una de las mejores empresas ya que la forma en que distribuyen los departamentos ayuda mucho a toda empresa.

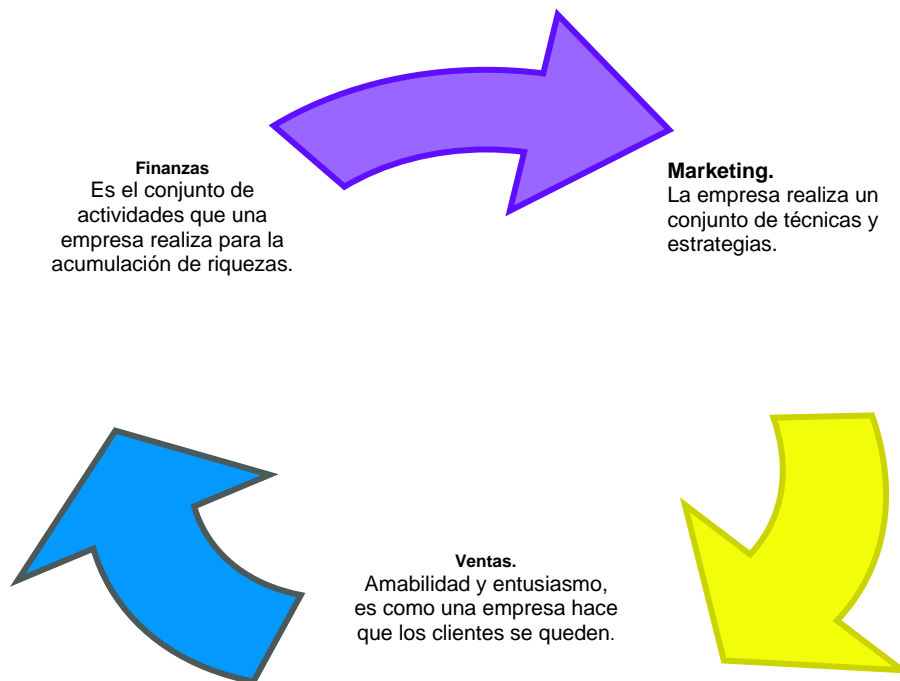
Si hablamos de adaptación al exigente mercado mundial, McDonal 's oriundo de san Bernardino, California, tiene mucho para decir. Su especial enfoque para la satisfacción del cliente, lo llevo a dar con una máxima de oro, la satisfacción del empleado hace felices a los clientes y es justamente esa perspectiva la que desprende desde el propio organigrama y su estructura organizacional.

McDonal's es una de las cadenas de comida rápida con más crecimiento y presencia a nivel mundial. Durante el último trimestre del 2022, presentaron un incremento a las ganancias del 10% 4% más de lo pronosticado. ¿Cómo han logrado este dominio mundial con un producto estándar? La respuesta es sencilla han sabido posicionarse como lideres en la gestión de la experiencia. Pero también encontraron una clave primordial en la capacitación y el contentamiento de sus empleados.



## Análisis del modelo organizacional

**El modelo organizacional funcional.** Este es uno de los modelos más empleados por las empresas de hoy en día. En una empresa cada área o departamento pese a que sean distinto, deben estar alineados con unos objetos en común, para ello es conveniente tener en claro cuál es el modelo organizacional por el que define la empresa, esto es, la forma en que se distribuyen las áreas o departamentos, sus actividades y sus profesionales. Las empresas siempre se organizan en niveles jerárquicos, por departamentos o áreas, áreas operativas y procesos de negocios. La finalidad debe de cumplir con los objetivos en la entidad y prevalecer en un entorno de trabajo satisfactorio para todos sus componentes. Para que todo ello funcione y no haya un trabajador o grupo de trabajadores que pueda ir en disonancia o que converjan objetivos distintos, con problemas en la comunicación.

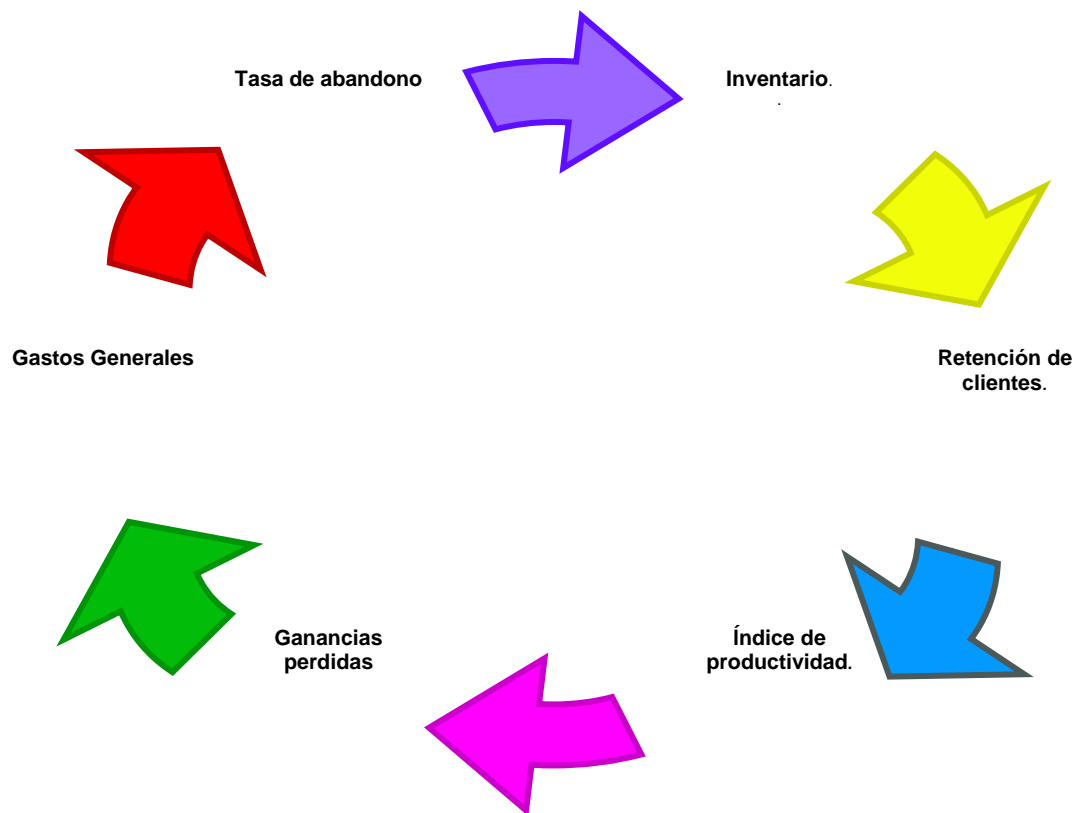




## Métricas y justificación de propuesta

Basándome en el caso de fracaso de la empresa Famsa, donde la empresa, que a finales de marzo cerró su última tienda en México, aun enfrenta el pago de una deuda millonaria con al menos 200 acreedores, entre los cuales están Bancomext, Mabe y Whirlpool. Y basándome en la estrategia de innovación recomendada que en este caso fue, llamar la atención de los clientes creando nuevos productos o servicios con el objetivo de subsanar demandas de sus consumidores con mercancías nuevas y ofertas crediticias y así poder evitar el cierre de sus empresas Famsa.

Métricas y justificación de propuestas.



- 1. Inventario.** La métrica del inventario es una métrica de negocio que representan las actividades del negocio que estarán listas para ser vendidas, la empresa debe realizar un seguimiento constante y tener un buen control de inventario.
- 2. Retención d clientes.** Es importante que cada empresa mida como atrae a los clientes, como lograr que compren algo y sigan comprando.
- 3. Índice de productividad.** Las métricas de productividad ayudan a determinar el desempeño del personal de la empresa, y esto se calcula dividiendo los ingresos reales de un departamento por la cantidad de empleados.
- 4. Ganancias perdidas.** Son una medida de los costos operativos fijos y variables que se pagan regularmente cada mes.
- 5. Gastos generales.** Los gastos generales son otra métrica del negocio se refiere a los costos fijos que no dependen del nivel de bienes o servicios que produce una empresa, como los salarios y las rentas.
- 6. Tasa de abandono.** Las métricas de abandono es una métrica que se debe revisar esta métrica se centra en la perdida y el costo para adquirirlos.

## **Conclusión**

### **En conclusión**

- 1. Se deben usar diferentes métricas para cada fase de innovación es decir descubrimiento, inicio y aplicación.**
- 2. Se deben considerar diferentes tipos de medidas en el embudo de innovación (es decir KPI de entrada, KPI de procesos, KPI de salida KPI de resultados).**
- 3. Las métricas deben utilizarse de manera efectiva, de acuerdo con su uso final (instrumental, conceptual, o simbólico) en resumen se deben utilizar métricas específicas para la medición, el desarrollo y la utilización.**

**En la actualidad vivimos en un mundo altamente globalizado y muy competitivo, en donde la innovación empresarial es incesable al suponer una ventaja competitiva. A su vez en la era digital, disponemos de muchas herramientas y métricas para medir resultados.**

**Las métricas son parte importante de las estrategias; en el hábito de medir y monitorear nuestras acciones, nos ayuda a definir que queremos y medir el progreso hacia las metas trazadas, nos permite identificar si estamos mejorando y corregir lo que no ésta funcionando. Además, nos ayuda a definir las prioridades de la organización, dar focos y objetivos específicos a cada miembro del equipo. Es muy importante definir cuáles son las métricas claves. Idealmente unas pocas, pero que den una foto clara de la situación que se intenta entender.**

## Referencias

Strategic consultancy in business management and family companies. (s. f.). <https://cedec-group.com/>

FlippingBook | Online publishing service. (s. f.). <https://online.flippingbook.com/>

LinkedIn: inicio de sesión o registro. (s. f.). LinkedIn. <https://es.linkedin.com/>

Epitech Spain. (2023, 2 marzo). EpiTech - Escuela Superior de Informática. <https://www.epitech-it.es/>

Gabriel. (2024, 22 enero). EspacioEmpresa - espacioempresa.com. espacioempresa.com. <https://espacioempresa.com/>

Ofertas de trabajo y prácticas – Universia. (s. f.). <https://www.universia.net/>