



Carreras: Administración de Empresas y Mercadeo.

Diplomado:

Diseño y Estructura Organizacional para PYMES Dominicanas.

Proyectos:

Plan de Intervención PYME Femme Eléctricas

Autores:

Mairely Arilsa Cruz Vialet

Héctor Ubaldo Rosa Valdez

Leydy Victoria Ceballo Taveras

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

19 de julio de 2022

Santiago de los Caballeros,

República Dominicana

Índice

| | |
|---|-----------|
| Introducción | 3 |
| Resumen ejecutivo | 4 |
| Aspectos preliminares | 6 |
| Antecedentes sector empresarial dominicano. | 6 |
| Planteamiento del problema | 7 |
| Preguntas del proyecto | 8 |
| Objetivos del proyecto | 8 |
| Objetivo general | 8 |
| Objetivos específicos | 8 |
| Importancia y justificación del proyecto | 9 |
| Metodología del proyecto | 10 |
| Primera unidad: contexto teórico, imagen corporativa y estructura organizacional. | 11 |
| 1.1. Conceptos de imagen e identidad corporativa | 11 |
| 1.2. Diferencia entre identidad e imagen corporativa. | 11 |
| 1.3. Fines o propósitos de la imagen corporativa. | 12 |
| 1.4. Ventajas de la imagen corporativa | 12 |
| 1.5. ¿Cómo mejorar la imagen corporativa? | 13 |
| 1.6. Definición de los elementos de la imagen corporativa. | 14 |
| 1.7. ¿En qué consiste la estructura organizacional? | 15 |
| 1.8. Descripción de términos | 15 |
| 1.9. Diferencia entre departamento, área, división y unidad en el contexto empresarial. | 15 |
| 1.10. Principales funciones y responsabilidades que se dan en los niveles corporativos | 16 |
| 1.11. Organización de manera lógica de los puestos de trabajo según el nivel corporativo. | 13 |
| 1.12. Definición de términos. | 14 |
| Segunda unidad: contexto empresarial pyme | 16 |
| 2.1. Nombre | 16 |
| 2.2. RNC | 16 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.3. | Descripción y sector al que pertenece | 16 |
| 2.4. | Logo y eslogan | 16 |
| 2.5. | Identidad cromática | 17 |
| 2.6. | Marco Estratégico | 17 |
| 2.7. | Misión | 17 |
| 2.8. | Visión | 17 |
| 2.9. | Valores | 17 |
| 2.10. | Productos o servicios que ofrece | 17 |
| 2.11. | Estructura Organizacional | 18 |
| 2.12. | Departamentos o áreas | 18 |
| 2.13. | Puestos de trabajo | 18 |
| 2.14. | Organigrama | 19 |
| 2.15. | Resultados análisis fortalezas y debilidades | 20 |
| Tercera unidad: diseño y estructura organizacional pyme. | | 21 |
| 3.1. | Fase 1: Diagnóstico organizacional Pyme. | 21 |
| 3.2. | Fase 2: Diseño y estructuración del contexto empresarial y su filosofía de negocios. | 22 |
| 3.3. | Fase 3: Diseño y estructuración de departamentos o áreas. | 23 |
| 3.4. | Fase 4: Diseño y estructuración de las normativas y políticas organizacionales. | 24 |
| Conclusiones | | 27 |
| Referencias Bibliográficas | | 28 |
| Anexos | | 29 |
| | Perfil de autores | 29 |
| | Fotos o imágenes | 30 |
| | Plantillas utilizadas | 30 |
| | Capturas de pantalla del manual corporativo elaborado | 38 |
| | Dedicatorias y agradecimientos | 40 |

Introducción

El presente proyecto está orientado a desarrollar el diseño y estructura organizacional para la pyme FEMME ELECTRICAS S.R.L, la misma es una empresa que se dedica a la distribución de breakers y contactores eléctricos para satisfacer al sector de la construcción.

La vasta experiencia en el área de electricidad ha permitido a FEMME ELECTRICAS S.R.L conocer y comprobar cuales productos son verdaderamente confiables, duraderos y eficientes para brindar el mejor servicio a sus clientes. Hoy, con 12 años de trayectoria, FEMME ELECTRICAS ha logrado consolidarse y llegar a ser una empresa líder en calidad y servicio personalizado todo gracias al apoyo de sus clientes y colaboradores.

FEMME ELECTRICAS S.R.L pertenece al sector terciario, las cuales son empresas que se dedican a la venta de productos o servicios, en este caso la empresa se dedica a la venta de materiales eléctricos los cuales son instrumentos que tienen aplicación en las actividades de distribución, almacenamiento, transformación y distribución de energía eléctrica.

Es de vital importancia en distintas áreas de la vida actual, ya que a través de ellos se facilitan todas las operaciones que realizamos a diario. Desde encender un bombillo, hasta los más elaborados experimentos para el desarrollo de la humanidad.

La electricidad además de ser un servicio es una necesidad básica a la hora de realizar una gran cantidad de actividades en la vida diaria. La energía es de vital importancia para el desarrollo social y humano, en la actualidad sería casi imposible sobrevivir sin electricidad, puesto que está presente casi en todo: fábricas, oficinas, hospitales, centros de emergencias, entretenimiento, iluminación, labores del hogar, entre otros.

Hemos desarrollado este proyecto con el objetivo de que la empresa conozca las funciones y responsabilidades de los departamentos que la conforman, así mismo como su misión, visión, valores y también su filosofía de negocios. Que la empresa conozca a detalle las actividades que se realizan y de esa forma crear departamentos orientados y enfocados a su grupo de actividades específicas, además de contar con un personal encargado de dirigir y orientar en las actividades de dicho departamento.

Otra de las razones es mantener una comunicación adecuada en los diferentes contextos, es decir, que cada persona sabe cuándo debe dirigirse a un gerente o a un colaborador en las diferentes situaciones que se le presenten.

Resumen ejecutivo

FEMME ELECTRICAS, S.R.L., es una compañía en la República Dominicana dedicada a la venta y soporte de fabricantes de paneles eléctricos, contratistas e ingenieros ofreciéndoles las mejores soluciones con productos seleccionados basados en más de 20 años de experiencia en el sector eléctrico dominicano.

Son distribuidores de los breakers y contactores magnéticos Terasaki, Chint, Donga, Himel, y componentes eléctricos japoneses y europeos: Maruyasu, Daido, Shibaden, Teknomega, Dossena, Enerlux, Omega, y otros. Para satisfacer al sector de la construcción, también ensamblan equipos utilizando todos estos productos de calidad comprobada.

En la unidad I desarrollaremos el contexto teórico imagen corporativa y estructura organizacional; en el mismo encontraremos aspectos de relevancia para poder tener claros los conceptos utilizados en todo el transcurso de este proyecto, algunos de los cuales son: en qué consiste la imagen e identidad corporativa, elementos de la imagen corporativa, conoceremos en qué consiste la estructura organizacional, la diferencia entre departamento, área, división y unidad en el contexto empresarial, entre muchos otros ítems que desarrollaremos a continuación.

La unidad II desarrollaremos el tema principal contexto empresarial pyme, en este punto abordaremos aspectos como son: RNC, descripción y sector al que pertenece, logo y eslogan, identidad cromática, marco estratégico, misión, visión, valores, productos o servicios que ofrece, estructura organizacional, departamentos o áreas, puestos de trabajo, organigrama, resultados análisis fortalezas y debilidades, observaciones de mejora; básicamente esta unidad nos permite conocer por completo la pyme y saber cuáles son las debilidades que la misma posee y cómo podemos mejorar la misma.

La unidad III aborda el diseño y estructura organizacional pyme, aquí encontraremos 4 fases que explican a detalle cada uno de los aspectos que se tomaron en cuenta para este diseño y estructura organizacional de la pyme FEMME ELECTRICAS S.R.L, la fase I trata sobre el diagnóstico organizacional Pyme, la fase II nos muestra el diseño y estructuración del contexto empresarial y su filosofía de negocios, la fase III explica el diseño y estructuración departamentos o áreas y por último, pero no menos importante la fase IV que detalla el diseño y estructuración de las normativas y políticas organizacionales.

Es de suma importancia que la empresa cuente con un punto de referencia a la hora de gestionar su marca para garantizar una identidad corporativa única. Es importante destacar que la estructura organizacional representa la forma en la que se organiza el trabajo dentro de una empresa, permite que los empleados sepan donde se ubica su área dentro de la misma, conocer su superior inmediato, delimitar sus funciones y responsabilidades, lo que permite que cada uno conozca las tareas que le corresponde para así no interferir en otros puestos. Toda empresa que cuenta con una buena estructura organizacional tiene probabilidades de buenos resultados, siempre y cuando se tomen en cuenta los elementos que la conforman.

Aspectos preliminares

Antecedentes sector empresarial dominicano.

Según las actividades económicas, fueron identificadas 28,313 empresas como comercio al por mayor y por menor, representando la mayor proporción de participación con el 33.0%, manteniendo el predominio en los últimos años. Este sector registró un crecimiento del 7.4%, respecto al año 2018.

Nuestra empresa pertenece al sector terciario, las cuales son empresas que se dedican a la venta de productos o servicios, en este caso la empresa se dedica a la venta de materiales eléctricos los cuales son instrumentos que tienen aplicación en las actividades de distribución, almacenamiento, transformación y distribución de energía eléctrica.

Son de vital importancia en distintas áreas de la vida actual, ya que a través de ellos se facilitan todas las operaciones que realizamos a diario. Desde encender un bombillo, hasta los más elaborados experimentos para el desarrollo de la humanidad.

Estos están compuestos de metales como el bronce, la plata, el cobre y el plástico. Dependiendo del tipo de instrumento y el objetivo de su creación pueden estar compuestos por otros elementos unos más complejos que otros. Por ejemplo, un bombillo lo componen los alambres de contacto, mientras que los medidores eléctricos están constituidos por una bobina de corriente y una bobina de voltaje. Pero de manera genérica, la mayoría del material eléctrico tiene como base los metales que mencionamos al comienzo, siendo el cobre el más utilizado por tener la resistencia más baja de todos los metales.

La electricidad además de ser un servicio es una necesidad básica a la hora de realizar una gran cantidad de actividades en la vida diaria. La energía es de vital importancia para el desarrollo social y humano, en la actualidad sería casi imposible sobrevivir sin electricidad, puesto que está presente casi en todo: fábricas, oficinas, hospitales, centros de emergencias, entretenimiento, iluminación, labores del hogar, entre otros.

Planteamiento del problema

FEMME ELECTRICAS, S.R.L., es una compañía dominicana dedicada a las ventas y soporte de fabricantes de paneles eléctricos, contratistas e ingenieros, son distribuidores de los breakers y contactores magnéticos Terasaki, Chint, Donga, Himel, y componentes eléctricos japoneses y europeos: Maruyasu, Daido, Shibaden, Teknomega, Dossena, Enerlux, Omega, y otros. Esta empresa cuenta con una estructura organizacional, pero la misma necesita mejorar gran parte de los elementos que la componen, pues el no tener el diseño y estructura organizacional bien definido puede afectar su imagen e identidad corporativa.

Si esta empresa continúa con una estructura organizacional poco definida puede tener una problemática en el transcurso del tiempo y es que puede quedarse estancada en el mismo lugar o no llegar a lograr los objetivos que tiene previstos; existe la penetración de nuevos competidores en el mercado, los cuales se insertan con las exigencias actuales del mismo, dando informaciones de los productos y servicios de una manera eficiente y con una filosofía organizacional bien definida donde la imagen e identidad corporativa proyectan lo que se quiere lograr.

Para resolver esta problemática se estarán realizando mejoras en el diseño y estructura organizacional de FEMME ELECTRICAS, S.R.L., pues nos hemos dado cuenta de que su filosofía organizacional expresa poco de la identidad de marca, no existe un manual de identidad corporativa ni de políticas, donde se puedan establecer de una manera clara los elementos que la conforman; pues se debe hacer énfasis en su identidad visual así como el logotipo, la simbología, los colores, las tipografías y la manera en que estos articulan.

Preguntas del proyecto

- ¿Está la empresa diseñada y estructurada con un plan de análisis del comportamiento de las áreas y puestos de trabajo, así como también de la organización y centralización de la empresa?
- ¿Posee la empresa una misión, visión y valores adecuados para el sector que se dedica?
- ¿La empresa posee un manual corporativo y de políticas para sus operaciones?

Objetivos del proyecto

Objetivo general

- Diseño y estructura organizacional para Pymes Dominicanas.

Objetivos específicos

- Diseñar y estructurar un plan de análisis del comportamiento de las áreas y puestos de trabajo, así como también de la organización y centralización de la empresa.
- Diseñar y estructurar misión, visión y valores adecuados para el sector que se dedica la empresa.
- Crear un manual corporativo y de políticas para las operaciones de la empresa.

Importancia y justificación del proyecto

La implementación en la innovación del diseño y estructura organizacional de FEMME ELECTRICAS, S.R.L., es muy importante tanto para la empresa misma como para nosotros como futuros profesionales, este proyecto nos permitirá desarrollar habilidades que representarán oportunidades de crecimiento en el ámbito profesional y económico, además se pondrá en práctica nuestras destrezas y experiencias aprendidas como futuros profesionales.

En caso de que FEMME ELECTRICAS, S.R.L., decida no aplicar la propuesta de mejora en el diseño y estructura organizacional de la empresa, sería una pérdida importante de la oportunidad de poder construir objetivos más claros, donde su imagen corporativa proyecte más confianza, sea más competitiva y transmita profesionalidad a sus clientes potenciales; pues realizar esta mejora permitirá que el público externo vaya asociando un conjunto de valores que de alguna manera u otra permitirá que la empresa sea percibida de una manera diferente.

Metodología del proyecto

- Realizamos análisis FODA, el cual nos permite conocer las debilidades, fortalezas, oportunidades de mejora de la empresa y las amenazas, para así lograr saber en qué punto estamos parados.
- Plantillas de diagnóstico, las cuales nos permiten plasmar la información con orden y detalladamente de forma que no quede nada sin recopilar.
- Investigación documental, la cual nos permite tener el dominio adecuado de cada término, para así poder recolectar la información necesaria de forma correcta.
- Investigación de campo, la cual utilizamos para ir a la empresa a conversar con el dueño para obtener información de primera mano, así como obtener fotos para los anexos.
- Técnicas de observación, las mismas nos permiten ver qué debilidades tiene la empresa y que se puede mejorar.
- Entrevistas, las mismas las realizamos a la administradora y contable para así obtener los datos necesarios para la recolección de información.
- Encuestas, las mismas se realizan a los clientes para saber detalles que ellos perciben del negocio.

Primera unidad: contexto teórico, imagen corporativa y estructura organizacional.

1.1. Indiquen en qué consiste la imagen e identidad corporativa. Presenten dos conceptos de autores reconocidos y elaboren uno según su consideración.

Sanz de la Tajada (1994) establece que la imagen corporativa es “el conjunto de representaciones mentales, tanto afectivas como racionales, que un individuo o grupo de individuos asocian a una marca concreta de un producto dado; representación que es el resultado de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones que dicho grupo de individuos asocia a la marca en cuestión”.

Kotler y Keller (2005) establecen que la imagen corporativa es “la manera como el público percibe a la empresa o a sus productos”

Kotler y Keller (2005) definen la identidad corporativa como “La manera en que una empresa trata de identificarse o posicionarse a sí misma o a su producto”.

Kapferer (2004) concibe la identidad como “Lo que la empresa le dice a su mercado que es, a partir de sus productos, acciones y comunicaciones”.

(Conesa D & otros, 2007)

Podemos definir la identidad corporativa como los aspectos visuales y personalidad que refleja la identidad a través de sus productos y sus acciones de comunicación.

La imagen corporativa es la idea mental o percepción que tienen los consumidores y público en general de nuestra empresa.

1.2. Diferencia entre identidad e imagen corporativas.

La identidad corporativa hace referencia al aspecto organizacional de la empresa, así como; la imagen visual; logotipo, tipografía, colores, quienes somos y hacia dónde queremos llegar, es decir su carácter de personalidad, la postura que adopta ante diferentes situaciones y la imagen que la empresa quiere cultivar; mientras que la imagen corporativa se refiere a la manera en que la empresa es percibida por el público externo, es decir lo que piensan los consumidores, proveedores,

competencias y público en general de nosotros; en pocas palabras es la percepción que se va construyendo o el conjunto de valores que el público asocia a la empresa.

1.3. Fines o propósitos de la imagen corporativa.

El propósito principal de la imagen corporativa de una empresa es:

- Proyectar confianza.
- Transmitir profesionalidad a sus clientes potenciales.
- Ser más competitiva.
- Lograr que la marca se refleje de una manera clara en los intereses del público objetivo.
- Diferenciarse y distinguirse de la competencia.
- Generar nuevas oportunidades de negocio.
- Convertirse en un activo financiero.

1.4. Ventajas de la imagen corporativa

- **Preferencias de compras ante la competencia:** cuando existe una buena imagen corporativa el cliente nos prefiere, siempre y cuando le proporcionemos confianza.
- **La empresa será reconocida y recordada de una manera más fácil:** Cuando el cliente nos reconoce tiende a recordarnos en el momento en que necesite soluciones, nuestra empresa será la primera que recordara y seguro nos comprará el producto o servicio.
- **Facilita el proceso de ventas:** El cliente ya conoce nuestra imagen y no tendrá duda de adquirir nuestros productos o servicios, por lo que el proceso de venta será más simplificado debido a que el vendedor no tendrá que convencer al cliente con relación a los beneficios, ya que el mismo los reconoce y confía en ellos.
- **Consumidores leales:** La lealtad de los consumidores se refuerza con las recomendaciones de boca en boca ya que la mayoría de las personas confían más cuando un amigo, familiar o conocido le recomienda un producto o servicio que cuando una compañía los da a conocer por medio de publicidad.
- **Captación de nuevos clientes:** si la empresa tiene una imagen corporativa que ha generado confianza y existen los consumidores leales que recomienden nuestra marca, pues habrá más captaciones de nuevos clientes ya que todo se vuelve una cadena de referencia.
- **Mayor confianza de los empleados de la empresa:** sería difícil tener buena imagen si los empleados no confían en nuestra empresa, ellos también son un excelente punto de referencia para sus familiares, amigos y conocidos; cuando hay empleados fieles en nuestra

empresa, es decir que confían en ella, pues trataran de mantener esa confianza y querrán desarrollarse para ser mejores y brindar mejores servicios a la organización, lo que ayudará a que las metas y objetivos de la empresa sean logrados.

- **Atracción de empleados competentes:** Si la empresa posee reconocimiento en el mercado, los profesionales se van a sentir atraídos y solicitaron empleo ya que la misma tiene una reputación sólida y esto será de mucho beneficio para la empresa, pues ayudará a mantener una imagen corporativa mucho tiempo debido a que se cuenta con un personal comprometido e idóneo para los puestos de trabajo.
- **Más valor a la marca:** Las empresas con una buena imagen corporativa y que generan confianza tienen un valor de marca mucho mayor a las que no lo son; pues cuando el usuario o consumidor de un producto considera la calidad, servicio al cliente y otros factores iguales, la única diferencia restante es el precio. Un producto de marca evoca fácilmente los pensamientos de un gran servicio, alta calidad u otros deseos del consumidor y, por tanto, fácilmente se distingue de sus competidores.
- **Credibilidad ante el consumidor y proveedores:** Cuando existe la confianza las personas confían en la empresa, apuestan por ella y están dispuesta a apoyar los proyectos de esta, y es que la confianza funciona en ambos sentidos, del comprador para con el proveedor, pero también del proveedor para con el comprador. Esto conlleva a que se obtengan las mejores transacciones posibles, tanto cuantitativa como cualitativamente, como resultado de desarrollar una sólida relación comercial basada en la confianza.

1.5. ¿Cómo mejorar la imagen corporativa?

Para mejorar una imagen corporativa, lo primero es realizar un análisis DAFO, para así poder ver los puntos fuertes, las amenazas y los puntos débiles de la empresa y poder saber qué se debe de mejorar, también apostar por nuevos canales de proyección y renovar los medios de comunicación, desarrollando estrategias buenas que nos permitan llevar a cabo las actividades planificadas y prestar mucha atención al público para crear estrategias que ayuden a consolidar las relaciones con los clientes.

1.6. Definir los siguientes elementos de la imagen corporativa: Nombre de la empresa y descripción, Filosofía organizacional (misión, visión y valores), Eslogan de la empresa, Logo (logotipo, isotipo), identidad cromática que la representa, material corporativo que la identifica (carteles, tarjetas, packaging, papelería, etc.), presencia web, redes sociales o sistema de mensajería (WhatsApp).

- **Nombre de la empresa y descripción:** Es muy importante elegir bien, que sea fácil de recordar, fácil de pronunciar, que sea algo diferente y atractivo. No obligatoriamente debe de tener relación con la actividad de la empresa.
- **Misión:** Esta vendría siendo el para qué existe la empresa, cuál sería el objetivo, la razón, el propósito de esta.
- **Visión:** Ésta ayuda a establecer las metas a alcanzar, a dónde quiere llegar la empresa.
- **Valores:** En esta se crea el comportamiento de la empresa, los criterios, los límites, que está dispuesta hacer para lograr los objetivos.
- **Eslogan de la empresa:** Tiene que ser algo llamativo, que impacte a los usuarios, que se sientan identificados, para poder potenciar la imagen de la empresa.
- **Logo (logotipo, isotipo):** Es una pieza visual clave para la empresa, la cual debe de ser atractiva, legible y comprensible para los potenciales clientes, el cual se adapte a los diferentes canales de proyección tanto online como offline.
- **Identidad cromática que la representa:** Tener bien definida la identidad visual de la empresa, con colores exactos que tengan armonía y que estén relacionados al sector de la empresa.
- **Material corporativo que la identifica (carteles, tarjetas, packaging, papelería, etc.):** La visión de usar estos materiales es transmitir por todas las vías de comunicación corporativa que se esté utilizando en la empresa, la misma sensación y valores que desean asociar a la imagen corporativa.
- **Presencia web:** hoy en día la era digital lo es casi todo, ya que es una ventana importante para la empresa ya que puede llegar a masas mayores, lo importante para la empresa es seguir la misma línea, cuidar el diseño y asegurarnos de transmitir todo lo que queremos y lo que es la empresa, cuidando los detalles y teniendo coherencia.

1.7. ¿En qué consiste la estructura organizacional?

La estructura organizacional consiste en un sistema jerárquico dentro de una organización, en la cual se asignan funciones y responsabilidades, se definen perfiles de posiciones y se dividen los departamentos, organizando el modo operandi, el cual ayudará a lograr las metas y el crecimiento de la empresa

1.8. Describir los siguientes términos:

- **Organigrama:** Es un esquema gráfico que presenta la estructura organizacional del personal y la estructura y flujo de información dentro de la empresa.
- **Puesto de trabajo:** Es el espacio que ocupa una persona dentro de una empresa en la cual se le asignan actividades.
- **Niveles de autoridad:** Es el poder que autoriza la empresa a los individuos por departamento.
- **Departamentalización:** Es la separación y la agrupación de funciones dentro de una empresa.

1.9. Diferencia entre departamento, área, división y unidad en el contexto empresarial.

Para lograr marcar una diferencia entre los términos presentados es necesario conocer un poco sobre los mismos, a continuación, detallaremos cada uno:

- **Departamento:** Según Koontz y Weihrich (1990 p. 186), la palabra "departamento" designa un área bien delimitada, una división o sucursal de una organización sobre la cual un gerente tiene autoridad para el desempeño de actividades específicas.
- **Área:** Es la delimitación que comprende un departamento, por ejemplo, el departamento de contabilidad cuenta con las áreas de cuenta por cobrar, cuentas por pagar, nómina y así sucesivamente.
- **División:** Para Adam Smith, la división del trabajo fue una de las principales causas para que las naciones incrementaran su riqueza. De acuerdo con el economista escocés y padre de la escuela clásica, la división del trabajo permitía grandes incrementos en la productividad, ya que el obrero no precisaba el cambio constante de utensilios en el proceso de fabricación. Producto de que este solo realizaba una tarea del proceso productivo. Esto, para Smith, permitía a los productores el ahorro de capital, ya que un obrero no necesitaba disponer de todas las herramientas para la confección de un bien o servicio, sino las que éste precisaba

para desarrollar su tarea dentro del proceso productivo. De esta forma, Smith consideró que, a través de la división del trabajo, el obrero iba especializándose cada vez más en su función. Esto permitía que, al ganar experiencia en determinadas tareas, estas iban perfeccionándose con el tiempo. A su vez, este fenómeno favorecía el desarrollo técnico de las tareas. Esto ocurría porque los obreros especializados tenían cada vez más conocimiento sobre la tarea, permitiéndoles el desarrollo de nuevas herramientas y técnicas. Fenómeno que le permitía desarrollar la tarea de forma más eficiente y mecanizada.

- **Unidad:** la unidad funciona de forma independiente a los demás departamentos y divisiones de la empresa, por eso la misma posee una misión y objetivos propios, logrando así una consecución de sus actividades de forma independiente a los demás equipos de la empresa.

A partir de las definiciones citadas anteriormente podemos concluir marcando la diferencia existente en cada uno de los conceptos definidos: un departamento es un equipo de personas que realizan diferentes funciones, este a su vez está dividido por áreas, las mismas forman parte del equipo, que cuenta con diferentes divisiones y que a la misma vez puede tener unidades independientes. por ejemplo: El área de emergencias de una clínica es un departamento, este cuenta con diferentes áreas, por ejemplo, registro, triage, emergencias, caja, entre otros. Estos a su vez se dividen con personas que realizan diferentes funciones como médicos, enfermeras y demás y a su vez cuentan con unidades externas como son las ambulancias.

1.10. Indique las principales funciones y responsabilidades que se dan en los siguientes niveles corporativos: Alta gerencia (Administradores y directivos), mandos medios (gerentes y supervisores) y operativos (colaboradores).

1.10.1. Alta gerencia (Administradores y directivos)

El nivel directivo coordina a otras personas, pues es la autorizada para gobernar la empresa, establecer objetivos y llevar a cabo la planeación estratégica, sus decisiones son tomadas a largo plazo y se toma mucho en cuenta la experiencia, la reflexión y el juicio para que cada una de sus decisiones sean asertivas.

Sus funciones claves son:

- Establecer objetivos, políticas y estrategias.
- Elaborar planes o proyecciones a largo plazo.
- Evaluar los resultados.

1.10.2. Mandos medios (gerentes y supervisores)

Son directivos que tienen contacto directo con los trabajadores, vendedores y obreros; como es el caso de los jefes de producción, jefes administrativos, jefe comercial, en sí gerentes y supervisores. En este nivel se identifican las soluciones a los problemas rápidamente, sus tareas se basan en la planificación de actividades operativas dentro de la empresa, es decir dirigir los equipos de trabajo.

Sus funciones claves son:

- Programación de tareas.
- Supervisión.
- Control.

1.10.3. Operativos (colaboradores).

Este nivel está compuesto por los empleados administrativos, vendedores u obreros y este nivel está basado en planes operativos y orientado a normas que sirven para ejercer cada una de las actividades de la empresa, pues se deben realizar de una manera eficaz las tareas rutinarias.

Sus funciones claves son:

- Control de obligaciones.
- Contabilidad y finanzas.
- Realización de los planes planteados.

1.11. Organizar de manera lógica los siguientes puestos de trabajo según el nivel corporativo: Gerente de operaciones, asistente administrativa, cajera departamental, gerente de compras, auxiliar de almacén, supervisión de ventas, director comercial, representante de servicio al cliente, administrador general, conserje, encargada de cuentas por cobrar.

| Niveles corporativos | | |
|--|--|---|
| Nivel directivo (Alta gerencia, y Administradores) | Mandos medios (Gerentes supervisores) | Nivel Operativo (colaboradores) |
| Administrador general | Gerente de operaciones Director comercial Supervisión de ventas Gerente de compras Encargada de cuentas por cobrar | Asistente administrativa Auxiliar de almacén Representante de servicio al cliente Cajera departamental Conserje |

1.12. Defina los siguientes términos: Proceso, procedimiento, política, norma, actividad o tarea, función, responsabilidad, autoridad, jerarquía, método de trabajo, técnica de trabajo.

- **Proceso:** Según Krajewski, Ritzman y Malhotra (2008), un proceso es cualquier actividad o grupo de actividades en las que se transforman uno o más insumos para obtener uno o más productos para los clientes.
- **Procedimiento:** Según Prieto (1997), es una serie de pasos claramente definidos, que permiten trabajar correctamente disminuyendo la probabilidad de error, omisión o de accidente. También lo define como el modo de ejecutar determinadas operaciones que suelen realizarse de la misma manera.
- **Política:** Las políticas empresariales son una directriz, un guión básico de conducta al que la organización debe adscribirse. También deben hacerlo sus respectivos departamentos para ser fieles a lo que la empresa se plantea como norte ético, político y/o moral.
- **Norma:** En la clásica obra de García Máynez titulada Introducción al estudio del derecho, 176 el autor se decanta por considerar a las normas, en un sentido lato, como reglas de comportamiento, que pueden ser obligatorias o no, y en stricto sensu como reglas de comportamiento que imponen deberes o confiere derechos.
- **Actividad o tarea:** Según Ernesto Martín Peris (2001). afirma este autor las primeras definiciones concebían la tarea como «la realización de cualquier actividad de uso de la lengua representativa de aquellas que se llevan a cabo fuera de ella».
- **Función:** Una función es el propósito o tarea que se le atribuye a una cosa. Proviene del latín functio, functiois, y significa "ejecución o ejercicio de una facultad". Una función designa las capacidades propias de los seres vivos o de sus órganos, así como de máquinas, instrumentos o aparatos, para desempeñar una tarea.
- **Responsabilidad:** Para Kant la responsabilidad es la virtud individual de concebir libre y conscientemente los máximos actos posibles universalizables de nuestra conducta.
- **Autoridad:** Gadamer señala que la autoridad es un atributo de personas, que no

tiene su último fundamento en un acto de sumisión y abdicación de la razón, sino que en un acto de reconocimiento y conocimiento.

- **Jerarquía:** De acuerdo con su autor, Guillermo Cabanellas de Torres, la definición de Jerarquía proporcionada por el Diccionario Jurídico Elemental es: Orden y grado entre personas o cosas; lo cual determina, en aquéllas, las atribuciones y el mando; y en éstas, la importancia, preferencia o valor.
- **Método de trabajo:** El concepto de método hace referencia al “camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que pueda ser material o conceptual” (Ander-Egg, 1995: 41).
- **Técnica de trabajo:** El concepto de técnicas, en el ámbito de la investigación científica, hace referencia a los procedimientos y medios que hacen operativos los métodos (Ander-Egg, 1995: 42). Son, por tanto, elementos del método científico.

Segunda unidad: contexto empresarial pyme

2.1. Nombre

El nombre de la empresa para la cual estamos desarrollando este proyecto es FEMME ELECTRICAS S.R.L.

2.2. RNC

La empresa FEMME ELECTRICAS S.R.L cuenta con el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC): 130819572.

2.3. Descripción y sector al que pertenece

FEMME ELECTRICAS, S.R.L., es una compañía dominicana dedicada a la venta y soporte de fabricantes de paneles eléctricos, contratistas e ingenieros, son distribuidores de los breakers y contactores magnéticos Terasaki, Chint, Donga, Himel, y componentes eléctricos japoneses y europeos: Maruyasu, Daido, Shibaden, Teknomega, Dossena, Enerlux, Omega, y otros.

FEMME ELECTRICAS S.R.L pertenece al sector terciario, las cuales son empresas que se dedican a la venta de productos o servicios, en este caso la empresa se dedica a la venta de materiales eléctricos los cuales son instrumentos que tienen aplicación en las actividades de distribución, almacenamiento, transformación y distribución de energía eléctrica.

2.4. Logo y eslogan



Tus problemas eléctricos tienen solución.

2.5. Identidad cromática

El logo posee una identidad cromática de los colores rojo y amarillo, a los cuales sus dueñas los asocian a colores representativos de la electricidad, que es uno de los principales componentes de este negocio; ya que los productos que se comercializan en el mismo van encaminados al sector de la electricidad.

2.6. Marco Estratégico

Un marco estratégico permite a la empresa planificar metas para alcanzar objetivos futuros, el mismo se compone de la misión, visión y valores y en esta oportunidad estaremos presentando cada uno de los que posee FEMME ELECTRICAS S.R.L.

2.7. Misión

Ofrecer productos de excelente calidad al mejor precio.

2.8. Visión

Contribuir al mejoramiento del servicio eléctrico de la República Dominicana en cuanto a seguridad y calidad para proteger la vida humana y las propiedades.

2.9. Valores

FEMME ELECTRICAS, S.R.L., cuenta con los siguientes valores que caracterizan a su equipo:

- Respeto.
- Honestidad.
- Confidencialidad.
- Innovación.

2.10. Productos o servicios que ofrece

En FEMME ELECTRICAS, S.R.L. son distribuidores de los breakers y contactores magnéticos Terasaki, Chint, Donga, Himel, y componentes eléctricos japoneses y europeos: Maruyasu, Daido, Shibaden, Teknomega, Dossena, Enerlux, Omega, y otros.

Para satisfacer al sector de la construcción, también ensamblan equipos utilizando todos estos productos de calidad comprobada.

2.11. Estructura Organizacional

- Área de administración general.
- Área de contabilidad.
- Área de compra.
- Área de almacén.
- Área de venta.
- Área de cobros.
- Servicio al cliente

2.12. Departamentos o áreas

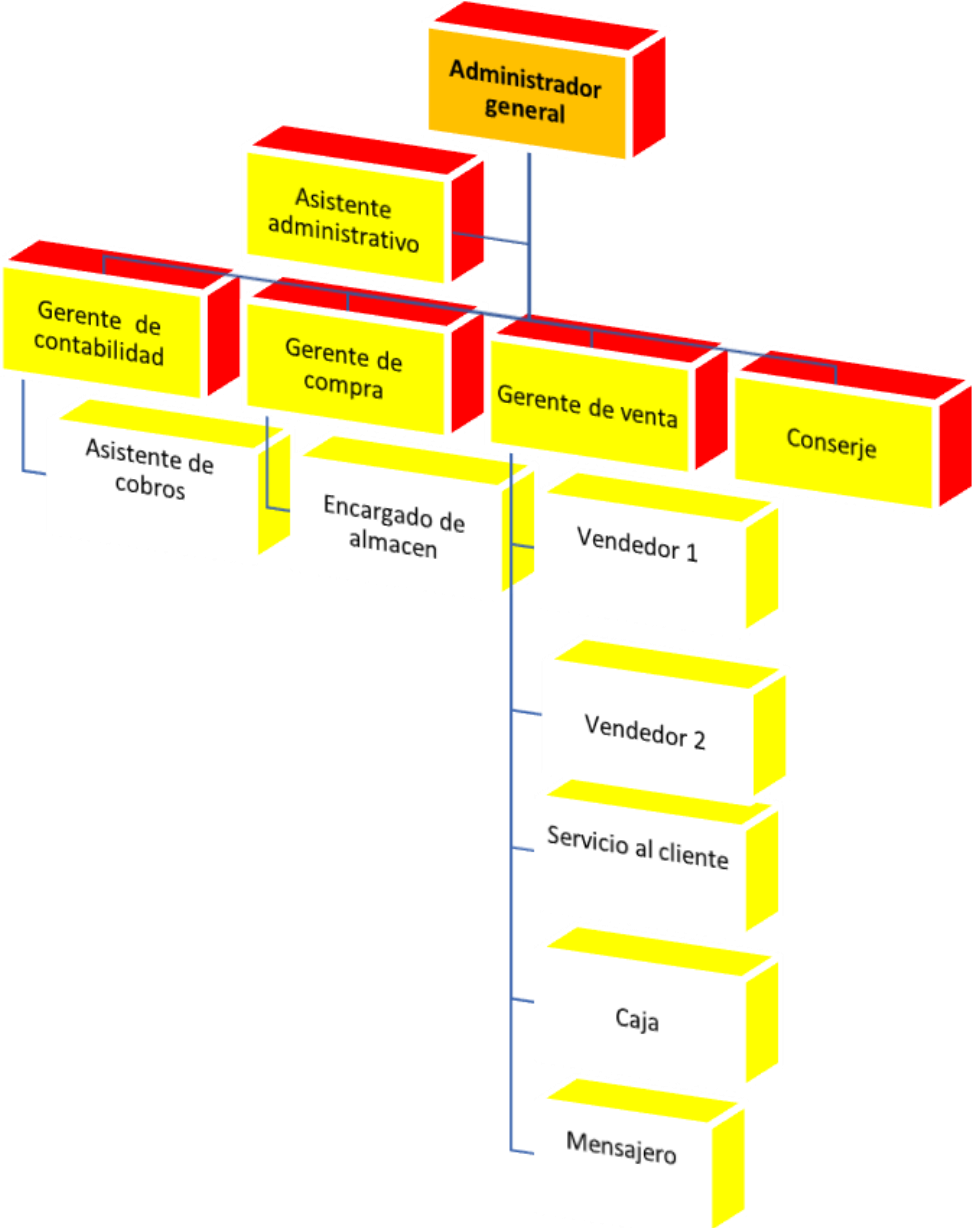
- Área de administración general.
- Área de contabilidad.
- Área de compra.
- Área de almacén.
- Área de venta.
- Área de cobros.
- Servicio al cliente.

2.13. Puestos de trabajo

A continuación, detallaremos los puestos de trabajo que posee la empresa FEMME ELECTRICAS, S.R.L:

- Administradora.
- Gerente de contabilidad.
- Vendedor 1.
- Vendedor 2.
- Almacén.
- Compras.
- Cobros.
- Servicio al cliente.

2.14. Organigrama



2.15. Resultados análisis fortalezas y debilidades

Debilidades organizacionales.

- Su filosofía organizacional expresa poco de la identidad de marca.
- Su filosofía organizacional es poco motivadora.
- Los valores no especifican la manera en que son implementados.
- Los colores representativos no son específicos en lo que expresan.
- No existen puestos definidos.
- No poseen un sistema que les permita realizar toma de decisiones.
- No existe un manual corporativo.
- No existe un manual de políticas.

Fortalezas organizacionales.

- Ofrecen una gran variedad de productos, tanto a empresas como a clientes finales.
- El personal cuenta con la capacidad y experiencia en las diferentes áreas de trabajo.
- Capacidad para implementar estrategias de comunicación digital.
- Valoración hecha por los clientes.
- Calidad en el servicio

Observaciones de mejora.

- Definir su organigrama.
- Visión, misión y valores.
- Logo y eslogan

Tercera unidad: diseño y estructura organizacional pyme.

3.1. Fase 1: Diagnóstico organizacional Pyme.

En esta fase estuvimos evaluando la empresa para así determinar las brechas existentes entre el desempeño que tiene actualmente y el deseado. Lo primero que hicimos fue realizar un levantamiento de información y para esto contactamos una de las socias de la empresa para que nos colaborará con todo lo referente a la empresa, dialogamos con la señora Rafaela Valdez, una de las propietarias de la PYME, la misma nos colaboró dándonos los detalles relacionado a la filosofía organizacional (misión, visión, valores) origen de la empresa, imagen corporativa (logo, slogan, tipografía), presencia digital, departamentalización o áreas que tiene la empresa con sus respectivas responsabilidades y funciones.

Con toda esta información obtenida procedimos a realizar un consenso como equipo, para identificar las debilidades, oportunidades y mejoras que se deben realizar en dicha empresa y hemos identificado que se debe mejorar el logo, identidad cromática, misión, visión, valores, realizar un organigrama con las diferentes áreas de la empresa.

3.2. Fase 2: Diseño y estructuración del contexto empresarial y su filosofía de negocios.

En esta fase hemos puesto en práctica las mejoras que se deben realizar a la empresa, se identifica que su filosofía organizacional es muy pobre, ya que no describe el propósito del negocio ni especifica su aportación de valor a través de los productos que ofrece, además no transmite los valores de la empresa de la manera correcta para los empleados y público objetivo, por lo que hemos mejorado su filosofía organizacional tomando en cuenta la especificación del mercado al cual se dirige, la necesidad que satisface o el problema que resuelve; en cuanto a la visión se ha podido notar que es poco motivadora y no se proyecta a lograr ciertos objetivos, por lo que hemos mejorado está tomando en cuenta objetivos a largo plazo y proporcionando una declaración de los valores y metas de la empresa; en los valores se observa que solo los tienen plasmados, pero no tienen definido la manera de cómo lo practican, entonces hemos definido cada uno de ellos, también hemos agregado un valor más, el cual consideramos es imprescindible poner en práctica para un mejor funcionamiento, también se ha verificado que todos estos valores cumplan con la metodología de negocio

También realizamos mejoras al logo, el cual se observaba un poco borroso y decidimos realizar una reproducción de este, en la identidad cromática definimos el significado de sus colores especificado que representa cada uno para la empresa.

Además, hemos realizado un organigrama de las diferentes áreas que se manejan en la empresa, este organigrama se ha realizado de manera mixta, es decir horizontal y vertical, pues hemos llegado a la conclusión de que este tipo de organigrama permite dar flexibilidad a la estructura jerárquica y se ajusta mejor a la realidad de la empresa. Las áreas que hemos tomado en cuenta para la elaboración del organigrama son, administrador general, área de contabilidad, área de compra, área de almacén, venta, área de cobros, vendedores y servicio al cliente.

3.3. Fase 3: Diseño y estructuración de departamentos o áreas.

En esta fase hemos utilizado una plantilla para estructurar las áreas que tiene la empresa y se ha identificado que existe un área de administración general, esta área es el nivel más alto dentro del organigrama y su objetivo es hacer que cada departamento cumpla las metas con efectividad y mantener en completo orden la empresa, supervisa el Área de contabilidad, área de compra, área de almacén, área de ventas. A cada una de estas áreas se le ha colocado su nivel jerárquico, su objetivo, funciones, responsabilidades, actividades cotidianas y las políticas operativas.

Para recopilar toda esta información nuevamente tuvimos que contactar a la señora Rafaela Valdez y lo hicimos de manera virtual, en dicha reunión estuvimos conversando e indagando de cómo se distribuían las funciones, actividades cotidianas y políticas operativas responsabilidades dentro de la empresa, esta información fue plasmada para luego nosotros como equipo realizar algunas mejoras.

3.4. Fase 4: Diseño y estructuración de las normativas y políticas organizacionales.

En esta fase hemos elaborado las normativas y políticas organizacionales de la empresa las cuales estuvimos trabajando por secciones como son: normativas laborales, políticas laborales, principios éticos, principios medioambientales y responsabilidad social. En esta parte hemos recopilado las informaciones a través de encuentro virtual con la señora Rafaela Valdez y comenzamos trabajando con las normativas laborales donde indagamos con relación a los horarios de entrada y salida, si utilizan vestimenta un uniforme, si existe algún sistema de ponchado, horario de almuerzo, si se utilizan equipo de protección o seguridad, señalización de las áreas o departamentos, si existe alguna área de descanso para los colaboradores, cómo se toman los permisos laborales, inclusiones de nuevos trabajadores, contratos laborales, como realizan los entrenamientos en los puestos, inclusión en la seguridad social y el periodo de prueba.

Ante este conversatorio nos hemos dado cuenta de que las normativas laborales no están bien definidas, por lo que estuvimos realizando sugerencias en lo que concierne a vestimenta o uniforme, sistema de ponchado y señalización de las áreas. En cuanto a la vestimenta sugerimos que se tome en cuenta camisa con el logo de la empresa para empleados directivos, para los demás empleados poloche de cuello, en cuanto al sistema de ponchado sugerimos incluir algún sistema de ponche ya sea manual o digital y en cuanto a las señalizaciones sugerimos colocar algún tipo de laminado donde que señale dónde queda cada área dentro de la empresa.

Continuamos con la parte de las políticas correctivas las cuales están dentro de las normativas laborales y esta hacen referencia a las medidas que toma la empresa en caso de que los empleados realicen: ausencias injustificadas, llegadas tardías, conflictos internos, conflictos con clientes, daño en equipo o maquinarias, mal manejo de insumos o materiales, violación de normas de horario, violación de normas de vestimenta, violación de equipos de seguridad. Generalmente la empresa hace uso de este tipo de medida por lo que no fue necesario realizar algún tipo de sugerencia en cuanto a las mismas.

En este mismo orden de las normativas laborales se ha realizado levantamiento con relación al pago de compensaciones como es el salario, salario de navidad, horas extras, vacaciones, bonificación, incentivos; despidos y pago de prestaciones laborales, capacitaciones. En esta parte hemos sugerido dar comisiones al departamento de venta e incentivar otros departamentos con días libres, medias becas para estudios, día de cumpleaños libre, con relación a las vacaciones se ha recomendado que sean pagadas antes de que el trabajador inicie su disfrute vacacional y por último sugerimos que los empleados reciban algún tipo de capacitación pues le recordamos que al pagar el 1% al INFOTEP sería bueno que aprovechen y traten de realizar capacitaciones vía la misma de curso talleres que fomenten y colaboren con el área laboral en la que se desempeñan.

Con relación a las políticas laborales estuvimos indagando la manera en cómo la empresa realiza las compras despacho de mercancía, modalidad de servicio, horario de atención al cliente, condiciones de cobro, medios y formato de pago, recepción de mercancía, venta a crédito, venta al contado, cotizaciones, devoluciones, reclamaciones y quejas; nos hemos dado cuenta que la manera en que aplican sus políticas laborales es aceptable por lo que no se hizo necesario realizar sugerencias en este ámbito.

también tenemos los principios éticos en los cuales indagamos con relación a la confidencialidad de la empresa, manejo de la información, integridad, responsabilidad, compromiso, puntualidad, honestidad y confiabilidad; a estos principios no le realizamos ningún tipo de sugerencia ya que como equipo pensamos que la empresa está dentro de lo correcto en cuanto a la manera que pone en práctica dichos principios.

Por último, indagamos con relación a los principios medioambientales y responsabilidad social y estuvimos indagando con relación al reciclaje, manejo de desechos limpieza e higiene, comunidad, colaboraciones sociales, donaciones, actividades ecológicas. Dentro de esta lista de principios medioambientales nos hemos dado cuenta de que la empresa no realiza la mayoría de ellos, pues solo se enfoca en la limpieza e higiene y algunas colaboraciones a la comunidad, en este caso hicimos algunas sugerencias para el uso del reciclaje en la cual pueden realizar reciclaje de las hojas impresas, reciclar los alambres que se utilizan en las instalaciones de los diferentes productos, de tal manera

esto le puede permitir menos gastos y tal vez poder colaborar con el medio ambiente. En cuanto al manejo de desechos sugerimos concientizar a su personal sobre la forma de separar, almacenar y transportar los desechos, así mismo asegurarse que los mismos sean transportados por empresas o personas autorizadas en el manejo de estos, en cuanto a las donaciones sociales sugerimos involucrarse en las diferentes ferias que se realizan en el país para así dar a conocer sus productos y servicios y poder crear relaciones en su sector, en cuanto a las donaciones sería importante que la empresa realice donaciones a casas de acogida, hospicios y CONANI, así mismo como a las demás instituciones que acogen a los más necesitados.

Conclusiones

Tras el análisis y las mejoras que hemos realizado a la empresa FEMME ELECTRICAS. S.R.L., a través de la implementación de proyecto, hemos comprendido que es imprescindible que las empresas implementen la elaboración de una estructura organizacional bien definida, que contribuya a gestionar la marca, a asignar las funciones y responsabilidades que tiene que cumplir cada miembro dentro de una empresa para alcanzar los objetivos propuestos, mostrar la identidad visual, facilitar el desarrollo de las expresiones y establecer pautas para poder seguir las normas.

La estructura organizacional determina los distintos departamentos y áreas de funcionamiento que integran las organizaciones, crea el sistema jerárquico entre los diferentes puestos de trabajo y áreas de responsabilidad, también permite delinear los perfiles de puestos para definir las tareas y responsabilidades de cada miembro de la organización; por lo tanto todo esto facilita que se dé una correcta división de tareas, las cuáles se desarrollan con eficiencia y permite evitar el surgimiento de confusiones y conflictos.

Sin duda alguna concluimos diciendo que son muchos los beneficios y ventajas de cuidar la estructura organizacional de las empresas, pues existe una gran ventaja competitiva en el mercado y ante la competencia, ya que la empresa tiene una identidad propia que contribuye a la identificación de los valores de la entidad; pues habrán empleados más comprometidos, satisfacción laboral entre los mismos, mayor confianza y atracción de un talento humano competente; por lo tanto habrá flexibilidad y eficiencia ya que todos los esfuerzos realizados por los empleados estarán enfocados en entregar valor al cliente.

Cuando la empresa es reconocida en el mercado el talento humano se siente atraído por la mismas lo que contribuye a que los empleados sean un punto de referencia de nuestras marcas, por lo que se sentirán comprometidos y se identificarán con los valores de la empresa, también los clientes estarán en consonancia al igual que los proveedores y obvio que cuando nos gusta una marca repetimos, gastamos más y la recomendamos a otros.

Referencias Bibliográficas

- Camilla Christino. (2015). **alta dirección: ¿Qué es y cuáles son sus responsabilidades?** 2022, de Excellence Blog Sitio web: <https://blog.softexpert.com/es/alta-direccion/>
- Conesa, D. y otros. (2007). **Comunicación e imagen corporativa**. Barcelona: UOC.
- De la fuente, C. (2019). **Comunicación e imagen corporativa**. España Elearning S.L.
- Francisco Coll Morales. (2020). **División del trabajo**. 2022, de Economipedia Sitio web: <https://economipedia.com/definiciones/division-del-trabajo.html>
- Rafaela Valdez Administradora General (2022), **empresa FEMME ELECTRICAS, S.R.L.**, Av. Venezuela #143, Los Mina, Santo Domingo Este.

Anexos

Perfil de autores



Nombre: Leydy Victoria Ceballo Taveras.

Carrera: Licenciatura en Mercadeo.

Lugar de procedencia: Santiago de los Caballeros.

Intereses y motivaciones: Me encanta leer libros nuevos, disfrutar en familia, me motiva mi hijo a ser cada día una mejor persona, me encanta investigar todo, siento que así puedo ayudar a las personas cuando tienen alguna duda.



Nombre: Mairely Arilsa Cruz Vialet.

Carrera: Licenciatura en Mercadeo.

Lugar de procedencia: Santiago de los caballeros.

Intereses y motivaciones: Me motiva mi familia.



Nombre: Héctor Ubaldo Rosa Valdez.

Carrera: Licenciatura en Administración de empresas.

Lugar de procedencia: Hainamosa, Santo Domingo Este.

Intereses y motivaciones: Hacerme profesional y dar lo mejor de mí. Mi principal motivación es mi familia.

Fotos o imágenes



Plantillas utilizadas

PLANTILLA DISEÑO Y ESTRUCTURA MARCO ESTRATÉGICO PYME

DESCRIPCIÓN GENERAL ORGANIZACIONAL

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|



| | |
|---|--|
| | |
| Ubicación | |
| Medios de Contacto | |
| Naturaleza o Enfoque del Negocio | |

| | |
|---------------------------------|----------------------------|
| | |
| Público Objetivo | |
| Productos que Ofrece | |
| IMAGEN CORPORATIVA | |
| Logo Empresa | Identidad Cromática |
| | |
| Eslogan | |
| | |
| FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL | |
| Misión | Visión |
| | |

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

VALORES ORGANIZACIONALES

| Valor | Descripción |
|--------------|--------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

| Indicador | Objetivo Smart |
|---------------------|-----------------------|
| Rentabilidad | |

| | |
|--|--|
| | |
| Producto o Servicio | |
| Talento Humano | |
| Satisfacción del Cliente | |
| Posicionamiento - Desarrollo - Competitividad | |

PROYECTO FINAL DE GRADO DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA PYME FEMME ELECTRICAS S.R.L
PLANTILLA DISEÑO Y ESTRUCTURA DEPARTAMENTAL PYME

| | |
|--|--|
| Descripción Departamental No. | |
| Nombre del área o departamento | |
| Nivel Jerárquico | |
| Áreas o Departamentos que Supervisa | |
| Objetivo General | |
| ¿Cuál es el propósito o finalidad de esta área o departamento? | |
| Funciones | Responsabilidades |
| ¿Cuáles procesos claves deben ejecutarse aquí para lograr el objetivo propuesto? | ¿Cuáles compromisos deben asumirse para que los procesos se realicen efectivamente? |
| 1. 2. 3. 4. 5. | 1. 2. 3. 4. 5. |
| Actividades Cotidianas | Políticas Operativas |
| ¿Cuáles tareas se deben realizar diariamente o frecuentemente? | ¿Cuáles normativas o directrices se han establecido para manejar correctamente el negocio? |
| 1. 2. 3. 4. 5. | 1. 2. 3. 4. 5. |
| Observaciones | |
| Aquí puedes registrar los cambios, inclusiones y exclusiones que has realizado sobre este departamento o área. | |

EMPRESA X

Plantilla Descripción de Puesto

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PUESTO

| | |
|-------------------------------|--|
| Nombre del Puesto | |
| Departamento | |
| Superior Inmediato | |
| Subordinados | |
| Vinculaciones Internas | |

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PUESTO

| | |
|---|--|
| Objetivo: Propósito fundamental o misión del Puesto. | <ul style="list-style-type: none"> • |
| Funciones: Procesos claves que se manejan en el puesto. | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |
| Responsabilidades: Compromisos que deben asumirse en el puesto. | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |
| Competencias Cognitivas <ul style="list-style-type: none"> • Títulos Académicos • Certificaciones técnicas o Metodológicas • Conocimientos empíricos • Habilidades conceptuales • Conocimientos técnicos • Habilidades administrativas | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |
| Competencias Actitudinales <ul style="list-style-type: none"> • Proyección personal • Habilidades interpersonales • Personalidad • Habilidades sociales | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Habilidades participativas | |
| <p>Competencias Procedimentales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Habilidades para realizar tareas ● Capacidad para gestionar o manejar recursos ● Habilidades para implementar procesos ● Capacidad para gestionar o manejar personas ● Habilidades de autogestión | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |
| <p>Requerimientos Especiales</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Género ● Residencia ● Licencia de conducir ● Visado ● Viajar ● Experiencia laboral ● Edad ● Condiciones físicas o salud ● Otros | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |
| <p>Paquete de Beneficios</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Salario ● Comisiones ● Incentivos ● Bonos ● Seguridad Social ● Seguro privado ● Becas ● Viáticos ● Otros | <ol style="list-style-type: none"> 1. 2. 3. 4. 5. |

Elaborador por:

En fecha:

Capturas de pantalla del manual corporativo elaborado



TUS PROBLEMAS ELECTRICOS
TIENEN SOLUCIÓN

MANUAL CORPORATIVO DE LA EMPRESA FEMME ELECTRICAS S.R.L



JULIO 2022



Tus problemas eléctricos
tienen solución.

Manual corporativo de la empresa FEMME ELECTRICAS. S.R.L

La empresa FEMME ELECTRICAS S.R.L con el RNC 130819572, se encuentra ubicada en la la Av. Venezuela #143, Los Mina, Santo Domingo, para fines de contacto cuenta con el Email: femmeelectricas@hotmail.com y el teléfono: 809-620-2011, también con las redes sociales: WhatsApp: (809) 856-4635 y Facebook: <https://www.facebook.com/Femme-Electricas-SRL-330693363684163/>

UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS (UAPA)

Escuela de negocios

Licenciatura en administración de empresas y mercadeo

ASESORA:

Eliana Campos Taveras

AUTORES:

Mairely Cruz

Héctor Rosa Valdez

Leydy Ceballo

Este manual fue diseñado como proyecto final del curso final de grado de la Universidad Abierta para Adultos (UAPA), con el propósito de poner en practica nuestros conocimientos y proporcionar a la empresa un documento que contenga el diseño de su estructura abarcando los aspectos gráficos del correcto uso de la marca, así como la correcta aplicación de todo tipo de soporte tanto gráficos como audiovisuales e interactivos.

**17 de junio del 2022 Santiago de los Caballeros
República Dominicana**

Dedicatorias y agradecimientos

Leydy Victoria Ceballo Taveras

En primer lugar debo dar gracias a Dios por permitirme cada día despertar para así tener una nueva oportunidad, por darme salud e inteligencia que es más de lo que puedo pedir.

Agradezco a mi familia; por ser forjadores de mi ser, por colaborar cada vez que he necesitado su ayuda, sin ellos este logro no hubiera sido posible.

Agradezco a la universidad por empaparme de métodos y estrategias que me hacen hoy día ser una excelente profesional, gracias por contar con los mejores facilitadores; excepcionales en todo el sentido de la palabra.

Gracias a nuestra facilitadora acompañante Eliana Campos, una excelente capacitadora, pero además un excelente ser humano.

Mairely Arilsa Cruz Vialet

Agradezco primero a Dios por darme la fuerza, sabiduría y valentía para poder culminar dicho proyecto, a mi esposo Wilton Pimentel por apoyarme, motivarme y colaborar conmigo en los momentos que lo he necesitado, a mis tres hijos Gia Pimentel, Sahil Pimentel y Arlen Pimentel por ser ellos mi gran motivación y lo que me enfoca cada día a dar lo mejor de mí, a mis compañeros y amigos que sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos, alegría y tristeza, de manera muy especial agradezco a mi amiga Raysa Castillo por ser como una coach para mí y motivarme a que cumpliera este sueño.

Agradezco a la Universidad Abierta para Adultos (UAPA) por abrirme sus puertas, haberme permitido adquirir tantos conocimientos, por tener facilitadores bien competitivos y ayudar a que me transforme en un profesional listo para enfrentar nuevos retos.

Agradezco a la facilitadora Eliana Campos por guiarme en este último proyecto de curso final de grado, por su entrega y dedicación y porque en base a su experiencia y sabiduría ha sabido direccionar mis conocimientos.

Héctor Ubaldo Rosa Valdez

A mis padres: Rafaela Valdez y Hector Rosa que con esfuerzo lograron que yo esté en esta etapa de mi vida, aconsejándome y apoyándome incondicionalmente hasta llegar a culminar esta meta que para ellos es un orgullo.

A mi hija: Paula Zulieta Rosa, por ser mi motivación y quien me impulsa cada día a dar lo mejor de mí y no rendirme.

A mi esposa: Jaritza Herrera por su confianza, por su amor y por brindarme el tiempo y el apoyo necesario para seguir cumpliendo mis objetivos sin rendirme.

A mis compañeros que con sus consejos y sus ayudas aportaron su granito de arena para cumplir este objetivo.