

**Carreras: Mercadeo, Licenciatura en Contabilidad Empresarial,
Licenciatura en Administración.**

Diplomado:

Diseño y Estructura Organizacional para PYMES Dominicanas.

Proyecto:

**Plan de Intervención a la PYME Transporte Terrestre
López Vido**

Autores:

Ilysol Rodríguez Ogando
Alicia Sánchez Vásquez
Diomelba A. Valdez Castillo

Facilitadora Acompañante:

Eliana Campos Taveras

**19 de julio del 2022
Santiago de los Caballeros,
República Dominicana**

Tabla de Contenidos

Introducción	6
Resumen Ejecutivo	7
1.Aspectos Preliminares	9
1.1 Antecedentes sector empresarial dominicano.....	9
1.2 Planteamiento del problema.....	10
1.3 Preguntas del proyecto	11
1.4 Objetivos	12
Objetivo General.....	12
Objetivos Específicos.....	12
1.5 Importancia y justificación del proyecto.....	13
1.6 Metodología del proyecto	13
Capítulo I	14
2. Contexto Teórico Imagen Corporativa y Estructura Organizacional	14
2.1. El concepto de identidad corporativa	14
3.2. Concepto de imagen	14
2.3. Diferencia entre identidad e imagen corporativas.	15
2.4. Propósitos de la imagen corporativa.	15
2.5. Ventajas de la imagen corporativa.	15
2.6. Cómo se puede mejorar la imagen corporativa	16
2.7. Elementos de la imagen corporativa.	17
Nombre de la empresa	17
Descripción de la empresa	17
Filosofía organizacional (misión, visión y valores)	17
▪ Misión	17
▪ Visión.....	17
▪ Valores	17
Eslogan de la empresa.....	17
Logo (logotipo, isotipo)	17
Isotipo.....	17
Identidad cromática que la representa.....	17
Material corporativo que la identifica (carteles, tarjetas, packaging, papelería, etc.).....	18
Presencia web.....	18
Redes sociales o sistema de mensajería (WhatsApp).....	18

2.8. Estructura organizacional.	18
2.9 Descripción de términos: organigrama, puesto de trabajo, niveles de autoridad, departamentalización.	19
Organigrama	19
Puesto de trabajo	19
Niveles de autoridad.....	19
Departamentalización.....	19
2.10. Diferencia entre departamento, área, división y unidad en el contexto empresarial.	19
2.11. Funciones y responsabilidades que se dan en los siguientes niveles corporativos: Alta gerencia (Administradores y directivos), mandos medios (gerentes y supervisores) y operativos (colaboradores).....	20
Nivel de la alta dirección.....	20
Nivel de los mandos medios.....	20
Nivel operativo.....	20
2.12. 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.	21
2.13- Descripción de términos: Proceso, procedimiento, política, norma, actividad o tarea, función, responsabilidad, autoridad, jerarquía, método de trabajo, técnica de trabajo.	22
Proceso	22
Procedimiento	22
Política	22
Normas.....	22
Actividad o tarea.....	23
Función	23
Responsabilidad.....	23
Autoridad.....	23
Jerarquía	23
Método de trabajo	24
Técnica de trabajo.....	24
Capítulo II.....	25
3. Contexto Empresarial Pyme.....	25
3.1. Nombre Empresa:	25

3.2. RNC:	25
3.3. Sector al que Pertenece:	25
3.4. Descripción de la Empresa:	25
3.5. Logo:	26
3.6. Slogan:	26
3.7. Identidad Cromática:.....	26
3.8. Marco Estratégico.....	26
▪ Misión:	26
▪ Visión.....	26
▪ Valores	27
▪ Significado	27
3.9. Productos o servicios que ofrece	27
▪ Servicio de transporte de carga.	27
▪ Transporte de equipos pesados.....	27
▪ Camión mezclador de cemento.....	27
3.10. Estructura Organizacional	27
Nombre departamento o área: Administrador General.....	27
▪ Principales funciones:	27
▪ Principales responsabilidades:.....	28
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	28
▪ Superior inmediato:.....	28
Nombre departamento o área: Área de contabilidad	28
▪ Principales funciones:.....	28
▪ Principales responsabilidades:.....	29
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	29
▪ Superior inmediato:.....	29
Nombre departamento o área: Área de cuentas por pagar.	29
▪ Principales funciones:	29
▪ Principales responsabilidades:.....	29
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	30
▪ Superior inmediato:.....	30
Nombre departamento o área: Área de cuentas por cobrar.....	30
▪ Principales funciones:	30
▪ Principales responsabilidades:.....	30
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	31

▪ Superior inmediato:.....	31
Nombre departamento o área: Área de venta.....	31
▪ Principales funciones:.....	31
▪ Principales responsabilidades:.....	31
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	31
▪ Superior inmediato:.....	31
Nombre departamento o área: Área de logística / operaciones.....	32
▪ Principales Funciones:.....	32
▪ Principales Responsabilidades:	32
▪ Puestos definidos en orden jerárquico:	32
▪ Superior inmediato:.....	33
3.11. Puestos de Trabajos.....	33
3.12. Organigrama Empresa Transporte Terrestre López Vido.....	34
3.13. Resultados análisis de fortalezas y debilidades	35
▪ Debilidades de la organización.....	35
▪ Fortalezas de la Organización	35
3.14. Observaciones de mejora.....	36
Capitulo III.....	37
4.Diseño y Estructura Organizacional Pyme	37
4.1 Fase: 1 Diagnostico Organizacional Pyme	37
4.2 Fase 2: Diseño y Estructuración del Contexto Empresarial y su Filosofía de Negocios. .	38
4.3 Fase 3: Diseño y estructuración departamentos o áreas.	39
4.4 Fase 4: Diseño y estructuración de las normativas y políticas organizacionales.....	40
Conclusiones.....	42
Referencias Bibliográficas	43
Anexos	44
Dedicatorias y agradecimientos	55

Introducción

La estructura organizacional se refiere a la división de las actividades o tareas de una organización o empresa. «El conjunto de todas las formas de trabajo en diferentes tareas, y cómo se lleva a cabo la coordinación de estas» Mintzberg.

El análisis de la estructura organizacional es un tema relevante para las organizaciones, debido a la importancia de esta para el cumplimiento de los objetivos, además aporta al cumplimiento de las funciones de cada miembro, esto a su vez se traduce a una empresa más competitiva y productiva. Seleccionar una estructura organizacional de acuerdo a las necesidades de la empresa y de sus clientes, es vital para el desarrollo y crecimiento de esta.

En esta investigación se realizó un levantamiento a la empresa Transporte Terrestre López Vido, una empresa familiar dominicana que ofrece servicios de transporte de carga, su actividad económica consiste en sacar mercancías en contenedores de los principales puertos del país para transportarlos a sus clientes.

En este levantamiento se abordará en el primer capítulo el tema de la estructura organizacional y sus elementos, capítulo dos: la descripción de la empresa, su historia, su filosofía organizacional, su imagen corporativa y su departamentalización, para evidenciar y evaluar cómo se da la división de las funciones y actividades de dicha empresa.

Resumen Ejecutivo

La presente investigación sobre la Pyme Transporte Terrestre López Vido describe información acerca del diseño y la estructura organizacional de la empresa, es una herramienta de guía donde se aborda temas relevantes y propuestas para definir la imagen de la marca, entidad corporativa y la estructura organizacional de la misma.

Es un proyecto de suma importancia ya que se realizó un levantamiento de la empresa su contenido detalla de manera clara la identidad de la empresa y explica las debilidades y fortaleza de la misma además las mejoras a implementar para el crecimiento y desarrollo de la empresa.

El objetivo de esta investigación es que la empresa Transporte Terrestre López Vido, la utilice como una herramienta empresarial y pueda implementarla en la organización para lograr óptimos resultados es su estructura organizacional. Debidamente aplicado este plan de diseño, la empresa asegura la consecución de una imagen corporativa atractiva y una estructura organizacional funcional que encaminara a la empresa a lograr los objetivos propuestos

Esta investigación está conformada por tres capítulos:

Capítulo I: Contexto Teórico Imagen Corporativa y Estructura Organizacional, comprende toda la información teórica de los conceptos de la imagen e identidad corporativa de sus elemento e importancia, también aborda los conceptos de la estructura organizacional y describe los conceptos de la filosofía de negocio.

Capitulo II: Contexto Empresarial Pyme, contempla todo el contexto de la empresa, donde se aborda todo lo relacionado a la empresa, su descripción, nombre, reseña histórica, actividad económica que realizan, su cultura organizacional, visualización del logo y eslogan además de su identidad cromática.

También describe las áreas con la que cuenta la empresa, los puestos de trabajo y su organigrama, las fortalezas y debilidades de la empresa y las mejoras a implementar.

Capítulo III: Diseño y Estructura Organizacional Pyme

Fase1 Diagnostico organizacional Pyme: donde se describe todo lo relacionado a levantamiento de la empresa, donde se diagnosticó cuáles eran esas debilidades a mejorar de su identidad e imagen corporativa.

Fase 2 Diseño y estructuración del Contexto empresarial y filosofía de negocio: aquí se explica los cambios y mejoras realizados en su filosofía de negocio y en su imagen corporativa.

Fase 3 Diseño y estructuración departamentos o áreas: en esta fase se describe de manera clara la reestructuración de las áreas o departamentos de la empresa y de la creación de los perfiles de los puestos de trabajo.

Fase 4 Diseño y estructuración de las normativas y políticas organizacionales: esta fase se detalla toda la estructuración de las normas y políticas de la empresa a nivel de negocio, social y medioambiental.

Con este proyecto la empresa Transporte Terrestre López Vido, podrá identificar cuáles son las debilidades en la estructura de la empresa, usar esta investigación para su evaluación y para tomar decisiones oportunas para la organización.

Gracias a esta investigación el administrador podrá aplicar mejoras que le permitirá establecer la cantidad de personal que necesita para llevar a cabo sus actividades, delimitar las responsabilidades y delegar a cada líder para que la empresa pueda ser más eficiente y, por ende, más productiva.

1. Aspectos Preliminares

1.1 Antecedentes sector empresarial dominicano.

Las pequeñas y medianas empresas en la República Dominicana, al igual que en el resto del mundo, tienen una influencia determinante sobre la evolución económica. La expansión de estas es indispensable para el crecimiento del ingreso promedio de la población y, en consecuencia, para reducir la pobreza. De esa importancia se desprende que sea fundamental identificar cuáles son los principales factores que explican su inserción en el mercado y expansión sostenida.

Las empresas cumplen con una importante función social al contribuir al desarrollo económico de la sociedad: crean empleo y generan rentas, calidad de los bienes y servicios, mejorando con ello la calidad de vida de los ciudadanos.

El transporte de carga se hace necesario en el sistema económico, en el momento en que los mercados locales de insumos y de bienes finales encuentran límite. En el momento en que la demanda local de bienes finales se agota, pero a la vez en otras regiones, donde tales bienes no se producen con la misma eficiencia, la demanda es creciente.

Igualmente, en el mercado local, se agota la oferta de insumos, por lo tanto, para que la producción continúe creciendo se requiere transportar cada vez mayores volúmenes de insumos. De esta manera, el transporte permite el desarrollo de dos mercados simultáneamente, creando así las condiciones iniciales para el crecimiento económico.

La función del transporte es la integración de las personas y los bienes en ámbitos geográficos, para ampliar el marco económico en que se desarrollan las actividades humanas; es trasladar bienes de aquel sitio donde su utilidad es baja a otros lugares donde su utilidad es mayor; es satisfacer las necesidades de desplazamientos con fines industriales y comerciales de los procesos de producción y distribución. En un contexto comercial, el transporte cumple dos funciones fundamentales que son: agregar valor a lo transportado y satisfacer una demanda humana o industria.

1.2 Planteamiento del problema

En la presente investigación se realizó un levantamiento a la empresa Transporte Terrestre López Vido SRL, entrevistando a su propietario el señor Eugenio López y a su gerente de operaciones y logística el señor José Carlos López, para obtener información de la situación actual de la empresa, se obtuvo información provechosa para realizar el presente análisis donde quedó evidenciado la realidad de la empresa.

Los entrevistados manifestaron que la empresa ha avanzado con el paso de los años y que los clientes se han mantenido constante, la empresa cuenta con más de 11 años ofreciendo el servicio de transporte de carga y cuenta con una excelente reputación gracias a la responsabilidad con sus entregas y su arduo trabajo.

Sin embargo, manifestaron que ha perdido muchas oportunidades de negocio, ya que en la entrevista el encargado de logística expresó: que la empresa no cuenta con organización y que los procesos no son encaminados de la forma adecuada y muchas veces no se agotan los procesos correspondientes. Entre los aspectos negativo mencionaron: no dan abasto con la demanda que tiene por falta de coordinación, los roles no están definidos, faltan departamentos, las responsabilidades de los puestos de trabajo no están claras, entre otros.

Es por esto que se le recomendó realizar este análisis para poder identificar las labores diarias que se realizan en la empresa y ver cuales procesos pueden mejorar y cuales nuevos pueden establecerse para el buen funcionamiento de la empresa.

1.3 Preguntas del proyecto

¿Determinar el nivel de organización que tiene la empresa Transporte Terrestre López Vido?

¿Definir los perfiles de puestos de la empresa Transporte Terrestre López Vido?

¿Organizar los departamentos de la empresa Transporte Terrestre López Vido?

¿Establecer las políticas de la empresa Transporte Terrestre López Vido?

1.4 Objetivos

Objetivo General

- Diseñar una estructura organizacional funcional para la empresa Transporte Terrestre López Vido

Objetivos Específicos

- Determinar el nivel organizacional de la empresa Transporte Terrestre Vido.
- Definir los puestos trabajos de la empresa Transporte Terrestre Vido.
- Estructurar los departamentos de la empresa Transporte Terrestre Vido.
- Establecer las políticas de la empresa Transporte Terrestre López Vido.

1.5 Importancia y justificación del proyecto

A nivel general esta investigación es de vital importancia ya que contar con una buena estructura organizacional brinda un orden y dirección a las empresas, en el mundo competitivo y globalizado de hoy día, las empresas que no cuentan con orden y dirección no son competitivas y con el tiempo desaparecen. Una mala organización genera debilidades a las empresa y mala comunicación en los equipos.

Además, este proyecto ayudara a definir los puestos de trabajos y sus funciones y los roles de cada colaborador.

La implementación de este análisis permitirá determinar el nivel jerárquico y las diferentes responsabilidades de cada puesto, la evaluación de cada uno y las mejoras que se podrán aplicar.

Con este proyecto la empresa Transporte Terrestre López Vido, podrá identificar cuáles son las debilidades en la estructura de la empresa, usar esta investigación para su evaluación y para tomar decisiones oportunas para la organización.

Gracias a este análisis el administrador podrá aplicar mejoras que le permitirá establecer la cantidad de personal que necesita para llevar a cabo sus actividades, delimitar las responsabilidades y delegar a cada líder para que la empresa pueda ser más eficiente y por ende más productiva.

1.6 Metodología del proyecto

La metodología utilizada en este proyecto es la investigación de campo, ya que se realizó una investigación con datos directamente del sujeto investigado, por medio de una entrevista es decir una fuente primaria.

También se utilizó herramientas de estudio como el análisis Foda, plantillas diagnóstica y nos apoyamos de indagación documental.

Capítulo I

2. Contexto Teórico Imagen Corporativa y Estructura Organizacional.

2.1. El concepto de identidad corporativa

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

Santesmases (2004) establece que la identidad es “La dimensión que debe distinguir a la marca a lo largo del tiempo, desarrollar sus promesas a los clientes y definir las asociaciones que aspira a obtener”.

A partir de lo visto se puede definir como identidad corporativa: el conjunto de características, atributos y principios correspondientes a una empresa, que definen su manera de ser y actuar. Es la imagen que la empresa quiere conservar de sí misma.

3.2. Concepto de imagen

Sanz de la Tajada (1994) establece que la imagen 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”.

Aaker (1997) considera que la imagen es “el modo en que la marca es percibida por los consumidores”.

La imagen corporativa consiste en la imagen mental relacionada una organización y de lo que esta representa para los consumidores, es decir son las percepciones que tiene el público sobre la marca.

2.3. Diferencia entre identidad e imagen corporativas.

La diferencia radica en que la identidad corporativa es lo que la empresa quiere transmitir al público de su marca, mientras la imagen corporativa es la percepción del público sobre la marca.

La identidad son todas las pisadas que da la empresa para diseñar una imagen, la imagen son las percepciones o reacciones que tiene el público de la marca.

2.4. Propósitos de la imagen corporativa.

Entre los objetivos de la imagen corporativa podemos mencionar:

- Permanecer en la mente de los consumidores de manera positiva (la marca)
- Lograr que la marca se refleje claramente en los intereses de su público objetivo.
- Proporcionar valor a la organización mucho más allá de los activos físicos.
- Conseguir que el usuario se sienta identificado con la marca y ganar su confianza.

2.5. Ventajas de la imagen corporativa.

Entre las principales ventajas de la imagen corporativa se encuentra las siguientes:

- **Proporciona ventaja competitiva:** una marca que trabaja su imagen adecuadamente tendrá más ventaja sobre otras que no lo haga de la forma correcta, las marca percibidas con más coherencia son la preferidas por los usuarios.
- **Genera más oportunidad de negocio:** las marcas más conocidas tienen más oportunidades de expandir sus actividades y área de negocio.
- **Genera confianza:** las marcas solidas son las más admiradas por sus consumidores además generan un respeto con su competencia y logran ser punto de referencia

- **Aumento del valor percibido** esto permite que los clientes te vean más allá de algo físico.
- **Se diferencia de su competencia:** cuando se planifica estratégicamente la imagen de una marca transmite eficientemente su diferencia de otras marcas.
- **Se establece un vínculo emocional:** se crea una conexión con los consumidores que por la confianza no piensa cambiar a otras marcas para ciertas necesidades.
- **Identificación de la empresa,** su marca, servicios y productos de manera positiva

2.6. Cómo se puede mejorar la imagen corporativa.

Hay varias estrategias que se pueden tomar en cuenta para mejorar una imagen corporativa, entre ellas podemos mencionar:

- Tener una buena presencia online, es decir contar con una página de manera rápida y segura para ofertar sus productos o servicios que ofrecen ante el mercado.
- Poner atención a los detalles, la empresa debe contar tarjetas para visitantes, es decir, con su logo y contestar el teléfono de la oficina nombrando el nombre del negocio.
- Mantener la coherencia en lo que se quiere comunicar, es decir, tener una filosofía que abarque todas las formas posibles que la empresa posee para estar entrelazado con sus clientes, ya que lo que comunica es común en todas las publicidades.
- Centrarse en la filosofía corporativa, debe tener claro los valores de la empresa para saber de qué manera se debe llegar a los usuarios y al mismo tiempo esto se asocian indudablemente a la imagen corporativa.
- Contar con diferentes canales para comunicar sus mensajes, es decir, que los mensajes que se le dan al público objetivo sobre las fortalezas y atributos de la marca. Por lo que se debe trabajar una voz firme adaptándola a diferentes canales.

2.7. 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: es la denominación o título único que tiene una organización para su identificación y diferenciarse de otras.

Descripción de la empresa: Representa la identidad o razón social del negocio, la descripción tiene que ver a que se dedica la empresa, a que sector pertenece (manufacturero, comercial y de servicios), que producto o servicio ofrece al mercado.

Filosofía organizacional (misión, visión y valores): Es un conjunto de normas, reglas y principios que rige la forma de actuar de cualquier empresa.

- **Misión:** es la encomienda o el objetivo de la razón de ser de una organización, su aporte a la sociedad con su existencia.
- **Visión:** hacer referencia al norte que tiene que seguir para lograr su misión, es decir, donde quiere llegar, su proyección en el futuro cumpliendo con sus objetivos.
- **Valores:** son los principios que definen o rigen a una empresa u organización

Eslogan de la empresa: Es una frase distintiva que da a conocer el negocio.

Logo (logotipo, isotipo): Es una representación gráfica o textual que utiliza la empresa para proyectarse en un mercado.

Isotipo: es un signo grafico que no cuenta con texto que sirve para representar una marca, representa la marca con un icono sin necesidad del nombre.

Identidad cromática que la representa: Es un conjunto de colores adecuados que contribuyen a reforzar la imagen que desea transmitir la empresa en el mercado.

Material corporativo que la identifica (carteles, tarjetas, packaging, papelería, etc.):

Son toda publicidad que lanza la empresa a través de tarjetas de presentación y manuales para transmitir su identidad de manera coherente.

Presencia web: son todas las acciones que realiza una empresa para construir una identidad en el internet. Es una herramienta esencial y fundamental para proyectar la imagen corporativa de una empresa en la web.

Redes sociales o sistema de mensajería (WhatsApp). Son plataformas digitales con una comunidad que comparte un interés común. Herramientas de comunicación directa empresa con el cliente que nos ayuda a estudiar el mercado en tiempo real.

2.8. Estructura organizacional.

La estructura organizacional es una estructura social, formada y organizada, que implica normas de actividad definidas con claridad y en las que cada acción esta funcionalmente relacionada con los propósitos de la organización. (Merton, 2002, p.275).

La estructura organizacional es la distribución formal de los empleos dentro de una organización, la cual involucra las decisiones sobre la especialización, departamentalización, cadena de mando, amplitud de control y formalización. (Robbins, 2005, p.234).

A partir de lo visto se puede definir como estructura organizacional: la forma como se organizan o se asignan las funciones y responsabilidades de forma detallada de cada miembro de una organización.

2.9 Descripción de términos: organigrama, puesto de trabajo, niveles de autoridad, departamentalización.

Organigrama: Describe de manera gráfica los diferentes departamentos, puestos y funciones de los miembros de una empresa determinada.

Puesto de trabajo: Son todas las acciones, tareas y responsabilidades que asume un trabajador dentro de una empresa.

Niveles de autoridad: Están representados por los lugares o departamentos donde las personas designada como responsable de la empresa (Gerentes) que ejerce su actividad, es decir, todo lo que elabora bajo su mando.

Departamentalización: División del trabajo dentro de una empresa u organización.

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

Estos términos por lo regular tienden a ser sinónimos, pero existen algunas diferencias:

Departamento: corresponde a una subdivisión dentro de la organización que se ocupa de ciertas tareas y responsabilidades específicas, es una división de grupos cada uno de ellos asume una tarea para luego todos juntos realizan la operación principal de la empresa.

Área: es una división más grande está relacionada con las actividades de la empresa. Esta la conforman los departamentos o unidades comerciales.

División: son las partes en las que se divide una organización, es una sección o parte distintas de la empresa, en los departamentos puede haber una división por esto suelen ser pequeñas.

Unidad: esta funciona de forma independiente, tiene objetivos propios por esto su planeación se hace de forma autónoma de las demás unidades de la organización.

2.11. Funciones y responsabilidades que se dan en los siguientes niveles corporativos: Alta gerencia (Administradores y directivos), mandos medios (gerentes y supervisores) y operativos (colaboradores).

Nivel de la alta dirección: su capacidad principal es de liderazgo, para inspirar a toda la organización el espíritu y el clima laboral. Son responsables de establecer los objetivos, las políticas y dirección de la organización con liderazgo

Su función principal es la planeación estratégica, es quien tiene la visión del negocio, establece la misión o razón de ser y los objetivos estratégicos a largo plazo. Junto con los niveles medios y con apoyo de la base operativa, realiza el análisis del entorno para determinar las acciones a realizar como equipo, dentro de la organización. Arochi Cuevas, A. (29 nov. 2017.).

Nivel de los mandos medios: estos son lo que transmite o comunican de manera interna, son los encargados de mediar entre la dirección y los empleados. Son los encargados de la comunicación interna y el cumplimiento de los objetivos y tramitar las estrategias. En la estructura organizacional son los niveles como gerencias, jefaturas y supervisión. A este nivel le corresponden la planeación táctica, es decir, bajar a nivel de planes y programas las estrategias.

Este nivel es responsable del Desarrollo Organizacional. En gran parte depende de este nivel la creación del clima laboral y la relación que establece el nudo de comunicación entre la base operativa y la Alta Dirección. Arochi Cuevas, A. (29 nov. 2017.).

Nivel operativo: su función principal es realizar todas las tareas que se realizan en las empresas de forma eficaz. Es la parte más numerosa de personas. Quienes ejecutan las operaciones. Llevan a la práctica y realizan las acciones que corresponden a los procesos del sistema para convertir los insumos en productos o servicios. Y es en este nivel donde se debe trabajar intensamente a fin de lograr el clima de satisfacción, responsabilidad y participación, que incremente la productividad de la empresa. Arochi Cuevas, A. (29 nov. 2017.).

2.12. 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.

Alta Gerencia

- Administrador general
- Director Comercial

Mandos medios

- Supervisor de ventas
- Gerente de Operaciones
- Gerente de compras
- Encargada de cuentas por cobrar

Operativos

- Auxiliar de almacén
- Asistente administrativa
- Cajera departamental
- Representante de servicio al cliente
- Conserje

2.13- Descripción de términos: Proceso, procedimiento, política, norma, actividad o tarea, función, responsabilidad, autoridad, jerarquía, método de trabajo, técnica de trabajo.

Proceso

Un proceso es una serie de actividades llevadas a cabo para lograr un objetivo particular. Es un conjunto de acciones proyectadas en las que interviene un cierto número de personas y la coordinación de medios físicos para alcanzar un fin predeterminado.

Procedimiento

Un procedimiento es un método de implementación o pasos que deben seguirse de manera secuencial y ordenada, para lograr un fin.

Un proceso es un conjunto de tareas que deben realizarse de igual manera para lograr el mismo resultado en las mismas situaciones.

Política

Las políticas son normas o reglas que se toman en cuenta para obtener sus objetivos. Se utilizan para dirigir la tarea trabajando hacia un objetivo, delegando y ayudando a conservar buenas relaciones entre las personas

Estas son pautas habituales que deben seguirse al tomar medidas y comenzar acciones. La toma de decisiones se formaliza sobre problemáticas que se frecuentan continuamente y ayudan a alcanzar los objetivos.

Normas

Las normas de negocio son reglas que imponen la organización o control del comportamiento de una empresa. Las reglas pueden hacer cumplir la política de la organización, establecer pautas generales dentro de una empresa o controlar la dirección en un ambiente empresarial.

Fundamentalmente, una norma es una forma establecida y acordada de hacer algo. Puede ser la fabricación de productos, la gestión de procesos, la prestación de servicios o el suministro de materias primas. Las normas logran cubrir una amplia gama de acciones elaboradas por empresas y utilizadas por los consumidores.

Actividad o tarea

Una tarea es una acción que debe completarse dentro de un tiempo específico. Una tarea es aquella que está a cargo de un administrador o cesionario, con una fecha definida de inicio y final.

Es un Conjunto de eventos, medidas, técnicas, esquemas y reglamentos adoptados y elaborados por los órganos de la administración en el ejercicio de sus atribuciones, que definen claramente sus funciones para servir los intereses del público.

Función

Las funciones en una empresa son los deberes y compromisos que debe asumir una organización para funcionar de manera coordinada y eficaz, creando compromisos asociados con ellos a través de diferentes agencias.

Responsabilidad

Es un valor o cualidad de cada individuo de dar cumplimiento a ciertas obligaciones y ser cuidadoso en la forma que se realizan con el objetivo que su resultado sea positivo, también implica asumir las consecuencias de sus actos

La responsabilidad administrativa es la obligación de hacer frente a los daños o pérdidas resultantes del incumplimiento del rendimiento de un indicador. La responsabilidad se aplica tanto a las personas físicas como jurídicas, públicas o privadas, y a cualquier entidad reconocida por la ley con capacidad de obrar.

Autoridad

Es la facultad de ejercer un mando, tener la potestad de este y ser obedecido. La autoridad en un negocio se puede definir como el derecho a disponer y la relativa obligación de ser seguido por otros. Una definición más resumida sería poder para tomar decisiones que produzcan efectos.

Jerarquía

Una jerarquía es una distribución en la que hay un orden ascendente y descendente. Esto está definido por el valor de los elementos o su fuerza relativa entre sí.

Una jerarquía, entonces, es una representación en el que ciertas personas, cosas o entidades tienen un mayor grado de relevancia e influencia que el resto, y pueden tener diferentes categorías bajo las cuales se pueden concentrar.

Método de trabajo

El método de trabajo incluye un conjunto de conocimientos comúnmente desarrollados en cualquier campo. Se trata de técnicas utilizadas a través de diferentes procedimientos realmente necesarios para que todas las compañías puedan realizar su trabajo de forma ordenada y eficiente.

Técnica de trabajo.

Las técnicas de trabajo son estrategias o herramientas que se aplican a un grupo de trabajo. Su objetivo es crear un entorno de trabajo más adecuado para potenciar las capacidades de las personas. Se utilizan para organizar y encontrar objetivos de eficacia del trabajo.

Capítulo II

3. Contexto Empresarial Pyme

3.1. Nombre Empresa:

Transporte Terrestre López Vido, SRL

3.2. RNC:

130797692

3.3. Sector al que Pertenece:

Servicios

3.4. Descripción de la Empresa:

La empresa Transporte Terrestre López Vido, es una empresa dominicana que pertenece al sector de servicios, ya que se dedica a prestar servicios de transporte de carga.

Su actividad económica consiste en sacar contenedores cargados de mercancías de los principales puertos del país y transportarlo hacia el cliente. Por lo regular estos clientes son dueños de tiendas, ferreterías, supermercados, almacenes, etc.

Cuentan con una cartera de clientes fijos ya que tienen más de 11 años en el mercado, además que son muy responsables con sus entregas y cuentan con todos sus seguros al día.

3.5. Logo:



3.6. Slogan:

¡Descárgate, nosotros nos encargamos!

3.7. Identidad Cromática:

- Rojo
- Blanco
- Negro
- Gris

3.8. Marco Estratégico

Misión:

Crear y ofrecer el mejor servicio de transporte de carga cumpliendo en tiempo y calidad, apoyados de un equipo humano experto, comprometido y con alta vocación de servicio.

Visión:

Ser el principal y más confiable transporte terrestre de carga del país.

Valores

- Integridad
- Seguridad
- Calidad
- Compromiso
- Responsabilidad

Significado

Mantenernos apegados a los buenos principios en toda nuestra labor.

Brindar tranquilidad y cuidar el producto hasta la entrega final.

Obtener resultados excelente en todas nuestras labores.

Cumplir con lo acordado y contribuir con el entorno.

Asumir firme nuestras decisiones y sustentar los resultados.

3.9. Productos o servicios que ofrece

- Servicio de transporte de carga.
- Transporte de equipos pesados.
- Camión mezclador de cemento.

3.10. Estructura Organizacional

3.10.1. Departamentos o áreas

Nombre departamento o área: Administrador General

Principales funciones:

- Planeación
- Organización

- Representación
- Liderar
- Administración de presupuesto

Principales responsabilidades:

- Organizar los recursos de la entidad.
- Definir la dirección de la empresa.
- Planeación para llegar a los objetivos propuestos.
- Evaluar el resultado obtenido.
- Revisiones y supervisiones a los diferentes equipos.
- Firma de cheques

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Administrador General.
- Encargado de contabilidad.
- Encargado de Ventas.
- Encargado de logística /operaciones.

Superior inmediato:

No tiene superior

Nombre departamento o área: Área de contabilidad

Principales funciones:

- Análisis de los Estados Financieros.
- Proceso de cierre mensual y anual.
- Libro mayor.
- Presupuesto.
- Tesorería.
- Presentación de impuesto.

- Conciliaciones.
- Análisis de ingresos y gastos.

Principales responsabilidades:

- Establecer y aplicar los métodos y principios contables.
- Controlar y analizar los datos contables y elaborar informes o estados financieros.
- Coordinar y llevar a cabo auditorías anuales.
- Hacer recomendaciones.
- Documentar transacciones.
- Mantener archivos y registros contables

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Encargada de contabilidad.
- Auxiliar de cuenta por cobrar.
- Auxiliar de cuentas por pagar.

Superior inmediato:

- Administrador general

Nombre departamento o área: Área de cuentas por pagar.

Principales funciones:

- Recepción de facturas.
- Escaneo y revisión de Facturas.
- Contabilización de facturas.
- Seguimiento al pago de facturas

Principales responsabilidades:

- Crear calendarios de pagos.
- Revisar los comprobantes fiscales de las facturas.
- Realizar informe de las cuentas por pagar.

- Seguimiento a contabilidad para el pago de facturas.
- Pago de facturas.

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Encargado de contabilidad.
- Auxiliar de cuenta por pagar.

Superior inmediato:

- Encargado de contabilidad

Nombre departamento o área: Área de cuentas por cobrar.

Principales funciones:

- Procesar pagos entrantes.
- Preparar Facturas.
- Seguimiento al pago de las facturas por cobrar.
- Generar informes de las cuentas por cobrar.
- Seguimiento a depósitos bancarios.

Principales responsabilidades:

- Realizar las transacciones diarias.
- Contabilización y registro de la cuenta por cobrar.
- Llamadas de seguimiento a los clientes hasta lograr el pago de las facturas vencidas.
- Verificar y corregir errores de facturación.
- Elaboración de facturas.
- Elaborar informe de seguimiento de las cuentas por cobrar.
- Presentar informe mensual de lo logrado.

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Encargada de contabilidad
- Auxiliar de cuentas por cobrar

Superior inmediato:

- Encargado de contabilidad

Nombre departamento o área: Área de venta.

Principales funciones:

- Promoción de la marca.
- Atención al cliente.
- Desarrollar estrategias de ventas.
- Visitas a futuros clientes.

Principales responsabilidades:

- Servicio al cliente.
- Gestionar presupuesto de ventas.
- búsqueda y seguimiento de nuevos clientes.
- Monitoreo y publicación de plataformas digitales.
- Elaborar informe con los resultados obtenidos

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Encargado de ventas.

En este caso no tiene subordinado

Superior inmediato:

- Administrador general

Nombre departamento o área: Área de logística / operaciones

Principales Funciones:

- Gestionar la logística interna.
- Desarrollar estrategias para la optimización de los procesos.
- Transporte de distribución.
- Analizar los procesos.
- Coordinación de choferes.
- Despacho.

Principales Responsabilidades:

- Recepción de expedientes (viajes).
- Crear rutas.
- Organización de los viajes.
- Realizar citas de la entrada de los camiones a los muelles.
- Seguimiento a las rutas.
- Seguimiento al GPS.
- Entregas de dietas.
- Pagar entrada a los muelles.
- Organizar los choferes por turno.
- Velar por la seguridad de la carga desde que sale de los muelles hasta su entrega final.
- Servicio al cliente informando del estatus de su carga.

Puestos definidos en orden jerárquico:

- Encargado de logística
- Choferes
- Seguridad
- Conserje

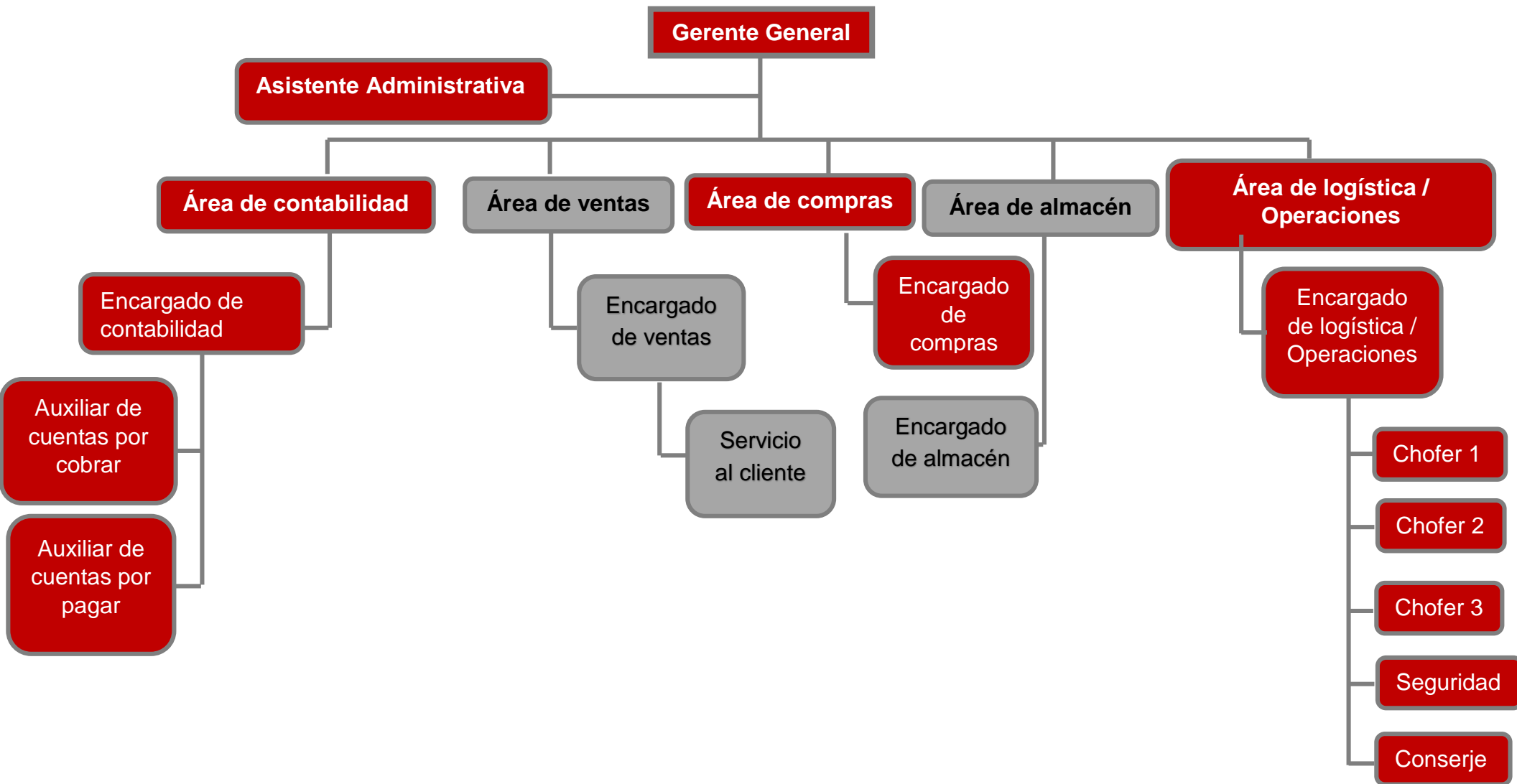
Superior inmediato:

- Administrador general.

3.11. Puestos de Trabajos

- Administrador General
- Encargado de Contabilidad
- Encargado de Ventas
- Encargado de logística/operaciones
- Auxiliar de cuentas por cobrar
- Auxiliar de cuentas por pagar
- Chofer
- Seguridad
- Conserje

3.12. Organigrama Empresa Transporte Terrestre López Vido



3.13. Resultados análisis de fortalezas y debilidades

Debilidades de la organización

- Falta de autoridad y liderazgo.
- Objetivos no definidos.
- Poco presupuesto para las acciones de marketing.
- Logo poco llamativo.
- No cuenta con un departamento de venta definido.
- No cuentan con la cantidad de equipos necesarios para su demanda. (camiones)
- No tienen una dirección estratégica clara.
- Ausencia de trabajo en equipo.
- Roles no definidos.
- Falta de personal.
- No cuenta con área de servicio al cliente.
- Políticas no definidas.
- No cuenta con descripción de puestos.

Fortalezas de la Organización

- Más de 15 años de experiencia en el sector.
- Buena reputación.
- Atractiva cartera de cliente.
- Calidad en el servicio brindado.
- Cuenta con equipos de calidad y en óptimas condiciones.
- Poseen equipos tecnológicos avanzados.
- Ubicación geográfica estratégica.

3.14. Observaciones de mejora

- Definir los objetivos de la empresa.
- Reestructuración del logo para que sea más llamativo.
- Definir políticas de la empresa.
- Crear descripción de puestos
- Estructurar las funciones y roles.
- Fomentar el trabajo en equipo
- Delegar autoridad en los empleados.
- Compra de más equipos (camiones).
- Optimizar espacios.
- Capacitación operativa y sistema de alta calidad.
- Contratación de personal capacitado en el área de ventas.
- Contratación de operativos (choferes)
- Presencia más activa en la web.

Capítulo III

4. Diseño y Estructura Organizacional Pyme

4.1 Fase: 1 Diagnostico Organizacional Pyme

La empresa elegida para esta investigación es la Empresa Transporte Terrestre López Vido, esta empresa fue seleccionada por la cercanía de los propietarios a una representante del grupo. La misión fue elegir una empresa que no tenga una estructura organizacional definida y al conocer de cerca la empresa esta fue la idónea.

Al iniciar con esta investigación con el fin de diseñar una estructura organizacional para la empresa Transporte Terrestre López Vido, quedo evidenciado: que a pesar que la empresa tiene tantos años brindando el servicio de transporte de carga y es reconocida en su mercado gracias a la calidad del servicio que ofrece, no cuenta con estructura organizacional definida con la implementación de esta estrategia la empresa López Vido conocerá la importancia de contar con un buen diseño y estructura organizacional y lo vital de esta para el desarrollo de las empresas hoy día .

En esta primera fase trabajamos los conceptos del tema la imagen e identidad corporativa y la importancia de contar con una buena imagen corporativa, además de los elementos que las conforman, también abordamos el tema de la estructura organizacional y sus elementos.

Realizamos un levantamiento de la empresa y conocimos: el origen de la empresa, su historia, su descripción, actividad económica y filosofía de negocio. También las áreas, los miembros que conforman la empresa y sus responsabilidades.

En este levantamiento se apreció que se deben realizar mejoras en su filosofía de negocio porque no estaba alineada a sus objetivos, en su logo, para que sea más llamativo, en las áreas de la empresa, porque no contaban con las necesarias, y las responsabilidades y los roles de los miembros no estaban definidos.

4.2 Fase 2: Diseño y Estructuración del Contexto Empresarial y su Filosofía de Negocios.

Después del levantamiento realizado a la empresa Transporte Terrestre López Vido y conocer las debilidades a nivel de imagen corporativa y estructura organizacional, se realizaron mejoras en los siguientes elementos:

Logo: creamos un logo más llamativo con una imagen alusiva a su actividad económica y utilizamos los colores de su identidad cromática, para crear una imagen más fuerte y que se pueda identificar la marca a través de los colores y el logo.

Filosofía de Negocio: en esta parte definimos la misión de la empresa integrando elementos como el equipo y el servicio que ofrecen. La visión la alineamos a los objetivos de la empresa y los valores lo elegimos acorde a la actividad económica que realizan y le dimos significado.

Eslogan: creamos un eslogan coherente y fácil de repetir, compatible con el servicio que ofrecen y que represente la personalidad de la marca.

Objetivos de la empresa: después de conversar con el propietario de la empresa y escuchar su propósito con la empresa, definimos los objetivos de la misma, evaluamos el desempeño y se establecieron objetivos medibles y alcanzable según la finalidad del propietario.

4.3 Fase 3: Diseño y estructuración departamentos o áreas.

En esta fase realizamos el levantamiento de las áreas y puestos de la empresa Transporte Terrestre López Vido, se utilizó plantillas donde recolectamos unas series de informaciones del lugar, pudimos apreciar que las áreas y las responsabilidades de los miembros no estaban definidas por lo que procedimos a estructurar y diseñar las áreas, sugerimos definir una área de ventas, que no existía en la empresa por ende, se creó el puesto de encargado de ventas, ya que es un área muy importante para la empresa, a través de las ventas se vende la marca y el servicio, se asesoran a los clientes, también la empresa no cuenta con el departamento de compras, por lo que surgió el puesto de encargado de compras, para evaluar los costos y gestionar todo el proceso de compras, además buscar calidad idónea de materia prima, otro departamento que es muy deficiente es de cobro y caja, sugerimos una cajera, para recibir y registrar los ingresos diarios, recordatorio de saldo, entre otras funciones del puesto.

También definimos los perfiles de puesto de trabajo, ya que una misma persona se encargaba de hacer muchas funciones a la vez, los perfiles de puesto creado que no contaba la empresa son: asistente administrativo, servicio al cliente, encargado de ventas, encargado de compras, encargado de almacén, auxiliar de cobros / cajera, encargado de logística / operaciones, encargado de contabilidad.

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

En esta fase trabajamos con unas plantillas mediante las cuales recolectamos las informaciones suministradas por la empresa Transporte Terrestre López Vido, en esta parte pudimos notar que tanto en las normativas como en las políticas hacían falta elementos por lo que acudimos a realizar una serie de recomendaciones para el mejor funcionamiento de la empresa ya sea en el ámbito empresarial, con los clientes y con las comunidades vecinas.

En las normativas laborales se diseñaron algunas propuestas de mejora en el uso de uniformes para el área administrativa ya que notamos que la empresa solo cuenta con uniforme para los choferes y es importante que todos los empleados estén identificados, pues una vestimenta uniforme muestra unidad, trabajo en equipo y proyecta la identidad de la empresa.

También se realizaron recomendaciones de mejora en las siguientes normativas:

Sistema de control asistencia o ponchado: La empresa no cuentan con un sistema definido en la entra y salida de los empleados. Esto ayudara a tener un mejor manejo de la asistencia.

Uso de equipo de protección o seguridad: La empresa solo suministra a los empleados algunos equipos por lo que se le recomendó incluir el uso de otros utensilios para evitar lecciones o accidentes en el área de trabajo.

Señalización áreas: Apreciamos que la empresa no cuenta con señalizaciones en las áreas por lo que se le recomendó señalar las áreas con los nombres en cristal por el estatus de la empresa, esto ayudara a orientar los clientes al momento de dirigirse a cualquier área y a mejorar la imagen de la empresa.

Área de descanso colaboradores: En esta parte vimos que la empresa no cuenta con un área de descanso para los colaboradores y por eso se recomendó habilitar un área de descanso para que no tengan que trasladarse fuera de la empresa.

Permisos laborales: La empresa no tiene control para los permisos laborales, pues suelen ser solicitados de manera verbal y con poco tiempo de anticipación por lo que se

recomendó crear un formulario de solicitud de permisos para llevar la comunicación y orden con los permisos.

Inducción nuevos trabajadores: Según la información recolectada la contratación de colaboradores se realiza de manera verbal por lo que se recomendó realizarlas de manera escrita donde estén plasmadas las funciones, responsabilidades del empleado en el puesto.

Pago compensaciones: Según la información suministrada la empresa realiza los pagos en efectivo por lo que se recomendó que se hacer los pagos mediante una nómina bancaria con tarjetas de débito para tener mayor control en la empresa y cuestiones de seguridad.

En cuanto a los principios medioambientales y de responsabilidad social se realizaron algunas sugerencias con relación a la comunidad, colaboraciones sociales, donaciones y actividades ecológicas. Esto mantendrá mejor relación con las comunidades aledañas, evitará el deterioro del medio ambiente y ayudará a personas de escasos recursos.

Conclusiones

Queda evidenciado la importancia de la estructura organizacional en las empresas, ya que esta les permite a las organizaciones llevar un orden y una dirección, además de que permite diferenciar las tareas y actividades por área o departamentos y así asignar los puestos responsables de dichas tareas.

Esta permite identificar las áreas y los superiores de cada área, delimita las funciones y responsabilidades de manera clara y la comunicación que deben establecerse.

Con esta investigación conocimos la empresa Transporte Terrestre Vido, su estructura organizacional, cuales son las áreas o departamento que la conforma además de la función que tienen cada una de esas áreas.

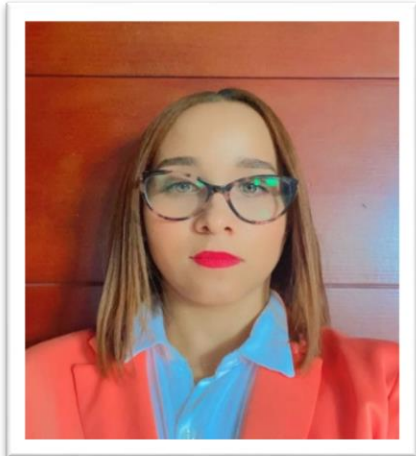
Podemos finalizar diciendo que la empresa cuenta con una muy buena reputación gracias a la calidad del servicio brindado, sin embargo no con una buena y funcional estructura organizacional esto no le ha permitido tener un mayor crecimiento y han perdido muchas oportunidades de negocio, una buena estructura organizacional es vital para las organizaciones, por el hecho de conocer la cantidad de recursos humanos que necesita para desarrollar sus funciones, conocer los responsables de cada área y las tareas de cada miembro, todo esto en conjunto le permite a las empresas un buen desempeño y mejor productividad.

Referencias Bibliográficas

- Aaker, D. (1994). Gestión de valor de marca. Capitalizar el valor de la marca. Madrid: Ediciones Diez de Santos.
- Agencia de Marketing Digital Sevilla - Rafa Ramos. 2022. ¿Qué es la Imagen Corporativa y Para Qué Sirve?. [online] Available at: <https://soyrafamos.com/que-es-la-imagen-corporativa/>
- Enciclopedia Económica. 2022. Estructura organizacional - ¿Qué es?, características, tipos y ejemplos. [online] Available at: <<https://enciclopediaeconomica.com/estructura-organizacional/>
- Francisco Coll Morales, (03 de marzo, 2020) División del trabajo. Disponible en: Economipedia.com <https://economipedia.com/definiciones/division-del-trabajo.html>
- José Carlos López, encargado del área de logística y operaciones de la empresa Transporte Terrestre López Vido, SRL.

Anexos

- **Perfil de los autores.**

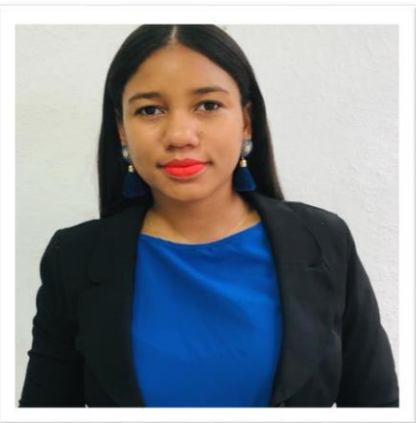


Ilysol Rodríguez Ogando, 32 años, estudiante de termino de Licenciatura en Mercadeo, residente en Santo Domingo Este. En la actualidad trabaja como asesora inmobiliaria independiente y ventas en redes sociales. Emprendedora, persistente, y con temor a Dios.

Frase favorita: ¡El cielo es el límite!



Diomelba Altagracia Valdez Castillo, estudiante de contabilidad empresarial, de la Vega, intereses la cría de aves, la gastronomía, la buena música, mi motivación es mi familia por su empeño y dedicación me impulsa a lograr toda la meta que me propongo para alcanzarla.



Alicia Sánchez Vásquez, estudiante de Administración de Empresas, soy de Bonao, provincia Monseñor Nouel, mis intereses son el buen servicio, la eficiencia y el cuidado del medio ambiente. Mi motivación es mi familia que siempre está conmigo apoyo incondicional en cada uno de mis proyectos.



Fotos de empresa y Propietario

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 ¿Cuáles procesos claves deben ejecutarse aquí para lograr el objetivo propuesto?	Responsabilidades ¿Cuáles compromisos deben asumirse para que los procesos se realicen efectivamente?
1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.
Actividades Cotidianas ¿Cuáles tareas se deben realizar diariamente o frecuentemente?	Políticas Operativas ¿Cuáles normativas o directrices se han establecido para manejar correctamente el negocio?
1. 2. 3. 4. 5.	1. 2. 3. 4. 5.
Observaciones	
<p>¿Aquí puedes registrar los cambios, inclusiones y exclusiones que has realizado sobre este departamento o área.</p>	

PLANTILLA DISEÑO Y ESTRUCTURA MARCO ESTRATEGICO PYME

DESCRIPCION GENERAL ORGANIZACIONAL	
Reseña Historia Empresa	
Ubicación	
Medios de Contacto	
Naturaleza o Enfoque del Negocio	
Público Objetivo	
Productos que Ofrece	
IMAGEN CORPORATIVA	
Logo Empresa	Identidad Cromática
Eslogan	
FILOSOFIA ORGANIZACIONAL	
Misión	Visión
VALORES ORGANIZACIONALES	
Valor	Descripción
OBJETIVOS ORGANIZACIONALES	
Indicador	Objetivo Smart
Rentabilidad	
Producto o Servicio	
Talento Humano	
Satisfacción del Cliente	
Posicionamiento -Desarrollo - Competitividad	

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.	
Funciones: Procesos claves que se manejan en el puesto.	
Responsabilidades: Compromisos que deben asumirse en el puesto.	
Competencias Cognitivas <ul style="list-style-type: none"> • Títulos Académicos • Certificaciones técnicas o Metodológicas • Conocimientos empíricos • Habilidades conceptuales • Conocimientos técnicos • Habilidades administrativas 	
Competencias Actitudinales <ul style="list-style-type: none"> • Proyección personal • Habilidades interpersonales • Personalidad • Habilidades sociales • Habilidades participativas 	
Competencias Procedimentales <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 	
Requerimientos Especiales <ul style="list-style-type: none"> • Género • Residencia • Licencia de conducir • Visado • Viajar • Experiencia laboral • Edad • Condiciones físicas o salud 	

<ul style="list-style-type: none">• Otros	
Paquete de Beneficios <ul style="list-style-type: none">• Salario• Comisiones• Incentivos• Bonos• Seguridad Social• Seguro privado• Becas• Viáticos• Otros	

Elaborador por:

En fecha:

DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PYME

NORMATIVAS LABORALES

Horario de entrada y salida	
Vestimenta o uniforme	
Sistema de control asistencia o ponchado	
Horario de almuerzo o descanso largo	
Uso de equipo de protección o seguridad	
Señalización áreas o departamentos	
Área de descanso colaboradores	
Permisos laborales	
Inducción nuevos trabajadores: <ol style="list-style-type: none"> 1. Contrato 2. Inclusión en la seguridad social 3. Periodo de prueba 4. Entrenamiento en el puesto 5. Otros. 	
Medidas correctivas en caso de; <ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencias injustificadas 2. Llegadas tardías 3. Conflictos internos 4. Conflictos con clientes 5. Daño en equipos o maquinarias 6. Mal manejo de insumos o materiales 7. Violación normas de horario 8. Violación normas vestimenta 9. Violación uso de equipos de seguridad 10. Otros. 	
Periodo vacacional	
Pago compensaciones <ul style="list-style-type: none"> • Salario • Vacaciones • Salario Navidad • Bonificación • Incentivos o comisiones • Horas extras 	
• Despidos y pago prestaciones laborales	
Capacitación	

DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PYME

POLITICA LABORALES

<p>Compras</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Insumos 2. Equipos y maquinarias 3. Materia prima 4. Mercancía 	
<p>Despacho de Mercancías</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En tienda 2. Delivery 3. Pick Up 	
<p>Modalidades Servicios</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencial 2. Telefónico 3. Virtual 	
<p>Horario de Atención al Cliente</p>	
<p>Cobros</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Condiciones 2. Medios y formatos de pago 	
<p>Recepción Mercancías</p>	
<p>Garantías</p>	
<p>Venta a crédito</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por mayor 2. Por menor 3. Plazo de pago 4. Formato de pago 	
<p>Venta al contado</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Por mayor 2. Por menor 3. Formato de pago 	
<p>Cotizaciones</p>	
<p>Devoluciones</p>	
<p>Reclamaciones y Quejas</p>	
<p>Otros</p>	

DISEÑO Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PYME

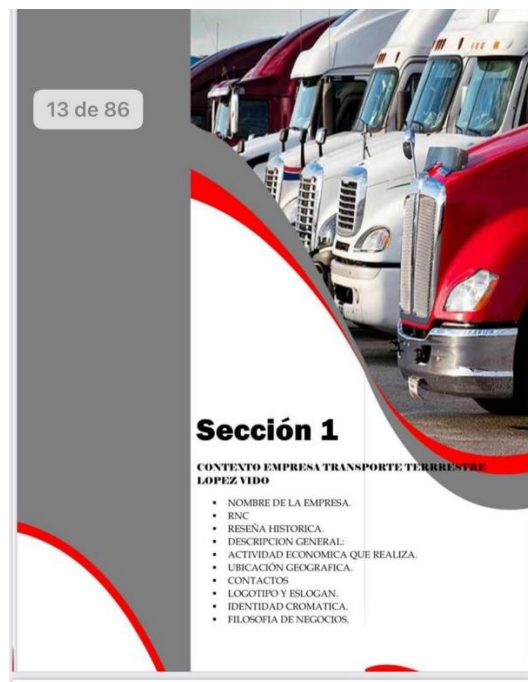
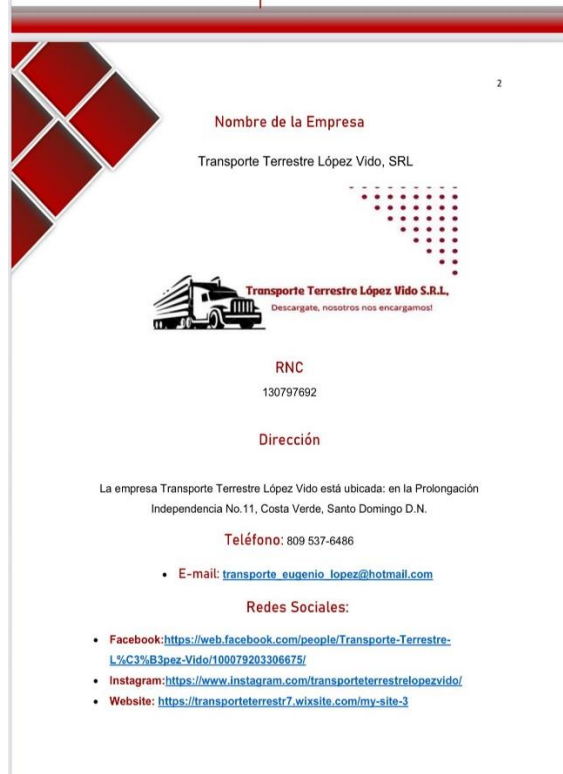
PRINCIPIOS ETICOS

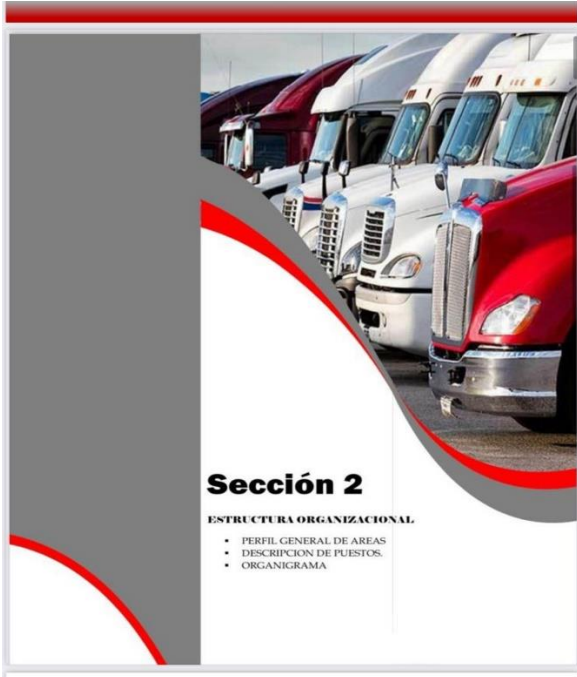
Confidencialidad	
Manejo de la informacion	
Integridad	
Responsabilidad	
Compromiso	
Puntualidad	
Honestidad	
Confiabilidad	
Otros	

PRINCIPIOS MEDIOAMBIENTALES Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Reciclaje	
Manejo de desechos	
Limpieza e higiene	
Comunidad	
Colaboraciones Sociales	
Donaciones	
Actividades ecológicas	
Otros	

Imágenes del Manual Corporativo

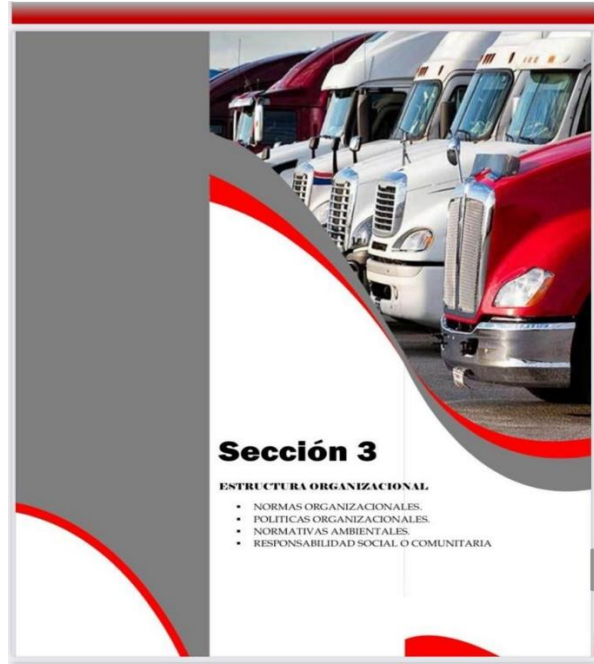




Sección 2

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- PERFIL GENERAL DE AREAS
- DESCRIPCIÓN DE PUESTOS
- ORGANIGRAMA



Sección 3

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

- NORMAS ORGANIZACIONALES
- POLITICAS ORGANIZACIONALES
- NORMATIVAS AMBIENTALES
- RESPONSABILIDAD SOCIAL O COMUNITARIA

Dedicatorias y agradecimientos

En primer lugar, dar gracias a Dios todo poderoso por acompañarnos en todo este camino y darnos la fuerza y la capacidad para llegar hasta el final, fue un trayecto de altas y bajas, pero con valentía y el favor de Dios lo asumimos y hoy estamos victoriosas.

A nuestras familias por el apoyo incondicional, por entender nuestras ausencias en muchos momentos y brindarnos soporte cuando pensamos que no podíamos más, nuestros hijos, que sin lugar a duda ellos han sido el motor que nos motivan a cada día a dar lo mejor de nosotras.

A la empresa Transporte Terrestre López Vido, por abrirnos sus puertas y colaborarnos en todo, de manera tan afable, depositar en nosotras la confianza para conocer todos los procesos que allí realizan, gracias a su propietario el señor Eugenio López.

A la universidad Abierta Para Adultos UAPA y sus facilitadores, por ser nuestros guías en esta carrera de aprendizaje y sacar de nosotros ese potencial que ni nosotros mismo conocíamos.

¡GRACIAS!