



Áreas funcionales de la empresa

Por: *María Mercedes Chao González*

Las **áreas funcionales** son aquellas que permiten el adecuado funcionamiento de la empresa. Trabajar de manera conjunta les ayuda a alcanzar los objetivos establecidos por la dirección general de la organización.

Capital Humano

El departamento de Recursos Humanos, también conocido como «Capital Humano», apuesta a que los individuos que forman parte de la organización logren los objetivos de la empresa al mismo tiempo que sus metas personales.



Figura 1. Business meeting (Eustatiu, 2007).

Las funciones del departamento de Recursos Humanos son:

- **Realizar la planeación de los Recursos Humanos**, es decir hacer una proyección de las necesidades de personal para la organización.
- **Cuidar que todos los puestos que integran la organización estén cubiertos** de la mejor forma posible.
- **Reclutar personal**. Este departamento debe ser capaz de atraer a los candidatos más aptos para ocupar un puesto determinado.
- Seleccionar, por medio de todo un proceso de selección de personal, al más idóneo para tomar una posición dentro de la empresa.
- **Administrar sueldos y salarios**, es decir, conseguir que los empleados sean compensados de manera equitativa mediante un adecuado sistema de retribución que evalúe de manera integral el trabajo realizado por éstos.
- **Mantener relaciones favorables entre la dirección y el personal** con la finalidad de que sean las más adecuadas, conciliando siempre los intereses de ambas partes, así como propiciar la búsqueda de la satisfacción laboral y las oportunidades de trabajo al interior de la organización.

- **Evaluar las necesidades de capacitación que tiene el personal** y brindarle la preparación necesaria, con la propósitos de mejorar la calidad del recurso humano.
- **Brindar al trabajador bienestar personal** por medio de elementos tales como prevención, higiene y seguridad, recreación, servicio médico, etc.
- **Recabar información que describa la situación de los empleados en la organización**, por ejemplo, mediante la aplicación de encuestas que midan el clima organizacional.
- **Realizar funciones administrativas**, es decir, efectuar trámites que la empresa requiere, tales como altas y bajas de empleados, pago de nómina, contratación de personal, elaboración de manuales, etc.

Mercadotecnia

El departamento de mercadotecnia juega un papel muy importante en las organizaciones, ya que es el que se encarga de identificar una necesidad y satisfacerla a través del conocimiento profundo del cliente y busca lograr que el producto o servicio sea hecho a la medida de éste.

Muchas personas confunden las funciones del departamento de mercadotecnia ya que se piensa que se trata solamente de ventas y promociones. Sin embargo, la mercadotecnia consiste en un "...proceso social y administrativo por el cual, los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al intercambiar bienes y servicios" (Kotler, s.f., citado por DePeru.com, 2012, párr. 1).

Las principales funciones del departamento de mercadotecnia son:

- **Realizar investigaciones de mercado:** esta actividad consiste en elaborar estudios para conocer la información más relevante sobre los clientes potenciales de los bienes o servicios que ofrece la organización.
- **Tomar decisiones sobre los productos o servicios:** esto implica hacer las modificaciones necesarias en sus características de contenido, calidad y presentación para satisfacer las necesidades de los clientes.
- **Tomar decisiones de precio:** consiste en determinar las estrategias a seguir para la fijación de precios, con base en el análisis de los clientes y competidores de la organización.
- **Toma de decisiones de distribución o plaza:** se determinan las bases para que el producto o servicio llegue a los consumidores finales.
- **Diseño de estrategias de promoción:** a través de ellas, se dan a conocer los productos o servicios, buscando la forma de incentivar a los consumidores a adquirirlos.
- **Servicios Post-venta:** consiste en dar seguimiento a los clientes después de realizar una venta, para conocer su opinión y nivel de satisfacción.

Ventas

Uno de los departamentos más relevantes de una organización es el de ventas, pues es el que se encarga de lograr que los esfuerzos comerciales de la compañía se traduzcan en ventas, las cuales, a su vez, contribuyen a incrementar la rentabilidad de la empresa.

Las funciones que se desarrollan en un departamento de ventas son:

- **Alcanzar los niveles de ventas** de acuerdo a los objetivos establecidos al interior del departamento.
- **Elaborar de manera periódica diagnósticos sobre sus ventas.**
- **Administración del equipo de ventas** (vendedores).
- **Colaborar en el reclutamiento y selección del personal** para el equipo de ventas.
- **Capacitar, desarrollar y evaluar** al equipo de ventas.
- **Motivar e incentivar a los vendedores.**
- **Realizar esfuerzos conjuntos con los departamentos de producción y finanzas.**
- **Fungir como representantes de la organización** ante los clientes.
- **Realizar negociaciones con los demás departamentos** de la empresa.

Compras

El departamento de compras es el que se encarga de hacer las distintas requisiciones o pedidos a sus proveedores. Una vez establecida la fecha de entrega de los insumos, el departamento realizará el seguimiento oportuno de las órdenes para asegurarse de que la entrega se cumpla en el tiempo pactado.

Para Carter (1994, citado por Heredia, 2007), las funciones que se desarrollan en un departamento de compras son:

- **Establecer políticas de compra:** esto consiste en determinar las directrices que regularán el marco de acción al que deberá ajustarse la persona que realiza la gestión diaria de las compras.
- **Evaluar a los proveedores:** la finalidad de esta actividad es conocer varios distribuidores de productos o prestadores de servicios para así poder tener una comparación sobre precios, condiciones de pago, plazos de entrega, etc.
- **Conservar un flujo ininterrumpido de materiales y servicios.**
- **Mantener el nivel de los stocks en sus niveles más bajos posibles.**
- **Cuidar que los precios de compra siempre sean los más bajos posibles.**
- **Conservar el nivel de calidad necesario en los insumos y productos terminados** que se adquieren.
- **Realizar una búsqueda continua de nuevos productos y fuentes alternas de abastecimiento.**

- **Estandarizar lo más que sea posible, la calidad y tipo** de los productos y servicios adquiridos.
- **Participar de manera activa en la creación de ventajas competitivas sostenibles.**
- **Conservar una actitud de armonía, cooperación y productividad con los demás departamentos** de la empresa.
- **Contribuir a que la organización alcance los niveles óptimos y deseables** en conjunto con el departamento financiero.
- **Generar información verídica y confiable** respecto a las actividades realizadas.

Finanzas

Toda organización requiere de un área financiera para poder tomar sus decisiones.

De acuerdo con Garza (2000), la función financiera de la organización, es tratar de aumentar el patrimonio de los accionistas por medio de la obtención de fondos módicos y la correcta administración e inversión en los recursos que generen ganancias económicas.



Figura 2. Here's your change 2 (Paiva, 2010).

El objetivo que persigue la administración financiera de toda empresa es obtener liquidez y rentabilidad, de otra manera la organización desaparecería, pues no tendría ningún sentido estar perdiendo dinero, recursos y tiempo.

La contabilidad sirve para proporcionar información relacionada con las actividades financieras de una empresa o una persona. Dentro de las principales características de la contabilidad encontramos que es una técnica de diagnóstico pues registra hechos relevantes, proporciona de manera sistemática y organizada información útil, confiable, real y de fácil comprensión. Dicha información facilita la toma de decisiones que deba tomar la persona o administrador, ya sea de inversión, operación o financiamiento.

La contabilidad se divide en tres grandes categorías:

- a) **Contabilidad financiera:** se enfoca en “elaborar informes de uso general que describen la situación financiera y los resultados de las operaciones conocidas como estados financieros” (Kieso & Weygandt, 1987; citados por Garza, 2000, p. 235). Los principales estados financieros son: balance general, estado de resultados y estado de flujo de efectivo.
- b) **Contabilidad administrativa:** brinda información a los usuarios internos para facilitar su toma de decisiones, a través de herramientas tales como los presupuestos y el análisis de costos.
- c) **Contabilidad fiscal:** es el sistema de información que sirve para que la empresa cumpla con sus obligaciones relacionadas con el pago de impuestos.

Las funciones que se desarrollan en un departamento de finanzas son:

- **Diseño de planes estratégicos financieros:** esta función consiste en coordinar, integrar y evaluar los planes estratégicos, establecidos por la organización.
- **Captación de fondos:** se trata de captar los fondos necesarios para la operación de la compañía.
- **Optimización de recursos:** consiste en mejorar el rendimiento de sus recursos.
- **Estructura financiera sólida:** su intención es conservar una estructura financiera que le permita a la empresa mantenerse ante cualquier cambio o situación financiera.
- **Prever y cubrir las necesidades de información,** ya sea interna o externa.
- **Precisar y operar la estrategia fiscal** de la empresa.
- **Implementar un plan** para controlar las operaciones, proteger los bienes y realizar los objetivos, políticas y procedimientos.
- **Mantener una adecuada imagen financiera:** Consiste en conservar una imagen financiera apropiada hacia el interior y exterior de la empresa, con la finalidad de generar estabilidad y credibilidad.

Producción

El departamento de producción en las organizaciones es el encargado de la transformación de los insumos en productos o servicios terminados.

Sus funciones principales son:

- **Lograr una óptima transformación de los insumos,** a través de procesos eficientes y eficaces en cuanto al uso de la materia prima, la maquinaria, la tecnología, los métodos, la mano de obra y otros recursos que se utilicen.
- **La adecuada localización de futuras plantas producción,** mediante el análisis apropiado de los siguientes criterios: cercanía de los insumos, del mercado real y disponibilidad del recurso humano calificado.
- **La planeación de la distribución física,** es decir determinar los espacios necesarios para facilitar los procesos de producción.
- **El estudio del trabajo,** el cual consiste en determinar mediante un análisis sistemático las tareas que se habrán de realizar.
- **La prevención de riesgos laborales,** la cual tiene como propósito eliminar o reducir al mínimo los peligros relacionados con las propiedades físicas de la empresa, la administración o con las actividades de producción (es decir, con la mano de obra y materiales).

Logística

Para Casanovas y Cuatrecasas (2003), la **logística** tiene un papel muy importante dentro de toda organización, debido a que ésta se encarga de la planificación, organización, y control de todas las actividades relacionadas con el traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado, incluyendo también todo lo referente a los flujos de información implicados.

El departamento de logística contribuye a alcanzar los objetivos del departamento de producción, finanzas, mercadotecnia y ventas. Por lo tanto, la logística integra diversos elementos de lo que se conoce como la **cadena de suministro** o **cadena de valor** de una compañía, que son todos los eslabones que intervienen en el ciclo de vida de un producto tales como el aprovisionamiento, la planeación de la demanda y el control de la producción, la administración del servicio y las relaciones con el cliente.

El objetivo principal del departamento de logística consiste en “satisfacer las necesidades y requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo costo posible” (Casanovas y Cuatrecasas, 2003, p. 17).

Sus funciones principales son:

- **El aprovisionamiento:** consiste en “...el conjunto de actividades que desarrollan las empresas para asegurar la disponibilidad de los bienes y servicios externos que le son necesarios para la realización de sus actividades” (Schifino, 2009, párr. 1).
- **Almacenaje:** consiste en determinar el tipo de almacén que va a utilizar la empresa de acuerdo a sus necesidades, es decir, si será propio, rentado, de tamaño grande o mediano, etc.
- **La distribución física:** se trata de establecer el tipo de estrategias de distribución (es decir, propia o ajena) de acuerdo a las necesidades de la empresa y al costo que implica cada una de ellas.
- “... planificar y gestionar los flujos de materiales y productos que tienen lugar al interior de la empresa” (Urzelai, s.f.; citado por Correa y Gómez, 2008, párr. 9).
- “La logística externa (entrada y salida) se centra en en la planificación y gestión de flujo de materiales y productos entre la empresa y los otros agentes de la cadena de suministro” (Urzelai, s.f., citado por Correa y Gómez, 2008, párr. 9).
- **Enfocarse por completo hacia las necesidades del cliente.**
- **Mantener flexibilidad ante los cambios de mercado.**

De manera general, podemos decir que “las funciones a desarrollar por el área logística van desde la intervención en la elaboración de las previsiones de la demanda, hasta la recepción de los productos por los clientes” (Cos y De Navascués, 1998, p. 12).

Administración de las tecnologías de la información

Debido a que cada vez es más común que las empresas implementen tecnologías de información (TI) en sus operaciones y procesos, muchas organizaciones consideran al área de TI como un área funcional.

De acuerdo a Laudon (2004), el departamento de sistemas de información consiste en la unidad organizacional formal responsable de administrar y operar de manera eficaz y eficiente la información de una empresa.

Sus principales funciones son:

- **Dar mantenimiento al *hardware* y al *software*** utilizado por los miembros de la organización.
- **Ofrecer soporte técnico.**
- Analizar y diseñar sistemas de información.
- Administrar información y procesamiento de datos.
- Elaborar informes y estandarizarlos a fin de facilitar el análisis de la información y propiciar una adecuada planeación.
- Diseñar sistemas de información acordes a las necesidades de las distintas áreas de la empresa.

Referencias

- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L. (2003). *Logística empresarial: gestión integral de la información y material en la empresa*. Barcelona, España: Gestión 2000 [Versión en línea]. Recuperado el 15 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=o9PO4afIPpQC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Correa, A. y Gómez, R. A. (2008). *Tecnologías de información en la cadena de suministro*. Recuperado el 4 de julio de 2012, de <http://www.revista.unal.edu.co/index.php/dyna/article/view/9551/11475>
- Cos, J. P. y De Navascués, R. (1998). *Manual de logística integral*. Madrid, España: Díaz de Santos [Versión en línea]. Recuperada el 15 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=dxTImJ4ipCMC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Deperu.com (2012). *El Marketing o Mercadeo*. Recuperado el 29 de junio de 2012, de <http://www.deperu.com/abc/marketing/49/el-marketing-o-mercadeo>
- Garza, J. G. (2000). *Administración contemporánea* (2a. ed.). México: McGraw Hill.
- Heredia, N. L. (2007). *Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva*. Ecoe Ediciones [Versión en línea]. Recuperado el 15 de agosto de 2012, de http://books.google.com.mx/books?id=yhRwMgrBdXoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Krajewski, L. (2000). *Administración de operaciones: estrategia y Análisis* (5a. ed.), México: Pearson Educación [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=B6LAqCoPSeoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Laudon, K. C. (2004). *Sistemas de información gerencial* (1a. ed.). México: Prentice Hall [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=PmnhMJpsu8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Mercado, S. (2000). *Compras, principios y aplicaciones* (4a. ed.). México: Limusa.
- Paui Cos, J. (1998). *Manual de logística integral* (1a. ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Schifino, G. A. (2009). Capítulo 3: Aprovisionamiento, Servicio y proveedores. *En el curso: Compras. Logística*. Recuperado el 4 de julio de 2012, de <http://www.emagister.com/curso-compras-logistica/aprovisionamiento-servicio-proveedores>
- Soret, I. (2004). *Logística comercial y empresarial* (4a. ed.). España: ESIC EDITORIAL [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=QlxdzTYzAFsC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Soriano, C. (1996). *Compras e inventarios* (1a. ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=zd7-VYb2TqoC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Stair, R. M. (2000). *Principios de sistemas de información* (4a. ed.). México: Cengage Learning [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de http://books.google.com.mx/books?id=k_sKKIF0iCqC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Stoner, J. (1996). *Administración* (6a. ed.). México: Pearson Educación [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de http://books.google.com.mx/books?id=g_nweMjueSkC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Urzelai, A. (2006). *Manual básico de logística integral* (1a. ed.). Madrid: Díaz de Santos [Versión en línea]. Recuperado el 16 de agosto de 2012, de <http://books.google.com.mx/books?id=TCCijJ0ERY0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Werther, Jr. W. B. & Keith, D. (2000). *Administración de personal y Recursos Humanos* (5a. ed.). México: Mc Graw Hill.

Referencias de imágenes

Eustatiu, M. (2007). *Business meeting*. Recuperada el 9 de julio de 2012, de <http://www.sxc.hu/photo/732367> (Imagen Free of Charge, de acuerdo a: http://www.sxc.hu/help/7_2).

Paiva, A. (2010). *Here's your change 2*. Recuperada el 9 de julio de 2012, de <http://www.sxc.hu/photo/1276337> (Imagen Free of Charge, de acuerdo a: http://www.sxc.hu/help/7_2).