

Tema 3. Áreas funcionales

Introducción

Las áreas funcionales se refieren a los departamentos que conforman una organización, los cuales deben estar coordinados, organizados y alineados para que las actividades realizadas por cada uno contribuyan a lograr las metas de la empresa. Las áreas funcionales son las siguientes: Finanzas, Recursos Humanos, Mercadotecnia y Producción/Operaciones; cada una debe lograr un objetivo particular y, para ello, desarrollan actividades específicas, de acuerdo con la meta fijada por la alta dirección.



En esta experiencia educativa, comprenderás la importancia y aplicación de las áreas funcionales en la organización, los objetivos que persiguen y algunas de sus actividades más representativas.

Explicación

Áreas funcionales de una organización: producción, mercadotecnia, finanzas y recursos humanos

¿Qué es un área funcional?

Para Hernández y Rodríguez, Palafox y Aguado (2020), las áreas funcionales también se conocen como departamentos y es donde se realizan funciones especializadas, orientadas a actividades operativas o administrativas dentro de una organización. Tradicionalmente, se organizan y denominan como se muestra en la figura 1.



Figura 1. Áreas funcionales de una organización.

Las áreas funcionales pueden ser parte tanto de una organización lucrativa como de una no lucrativa, aunque el nombre que reciben generalmente es el mismo; sin embargo, cada empresa puede asignarles los que mejor se adapten a sus operaciones, por ejemplo, de Mercadotecnia a Comercialización o de Producción a Operaciones.

Las áreas funcionales se representan mediante una estructura organizacional conocida como organigrama.

En la siguiente tabla, se describen las áreas funcionales, sus objetivos generales y algunas de sus funciones específicas:

Áreas funcionales y objetivo	Funciones
<p>Mercadotecnia</p> <p>Su propósito es vender productos y servicios a través de una estrategia de valor, la cual debe satisfacer las necesidades de los clientes y generar lealtad, así como contribuir al posicionamiento de la marca u organización en el mercado; además, tiene que generar beneficios económicos a los inversionistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan estratégico de mercadotecnia, alineado con las metas organizacionales. Administrar la fuerza de ventas, mediante un plan o programa de ventas. Realizar investigaciones de mercado permanentemente, para satisfacer las necesidades de los clientes actuales o futuros. Evaluar los niveles de calidad percibidos por los clientes. Fijar el precio de ventas, a través de diferentes técnicas y en conjunto con las áreas de finanzas y producción. Diseñar y realizar la publicidad y promoción del producto o servicio, de acuerdo con el público objetivo al que están dirigidos. Generar una imagen favorable de la organización entre el público general, por medio de relaciones públicas adecuadas. Innovar y lanzar al mercado nuevos productos o servicios. Distribuir los productos o servicios de forma eficiente y eficaz, con base en las características del público objetivo.
<p>Producción - Operaciones</p> <p>El propósito del área de producción (en empresas manufactureras) o de operaciones (en empresas de servicios) es generar los productos o servicios que comercializa la empresa, esto debe hacerse de forma eficiente y eficaz, de acuerdo con los tiempos programados y los estándares de calidad que se prometen y esperan los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan estratégico de producción u operaciones, alineado con las metas organizacionales. Comprar, abastecer y administrar los inventarios de forma eficiente, ya que deben optimizarse; además, deben contar con los insumos en el tiempo requerido. Planear la programación de la producción, de acuerdo con la demanda del producto o servicio y con base en los pedidos. Mantener la maquinaria y equipo en buenas condiciones. Diseñar la distribución de la planta o piso para ofrecer el servicio. Verificar que la producción o servicio cumpla con los estándares de calidad previamente establecidos. Investigar y desarrollar nuevos productos de forma conjunta con las áreas de mercadotecnia y finanzas.
<p>Finanzas</p> <p>Su propósito es administrar los recursos económicos de forma eficiente y eficaz, para cumplir con los compromisos internos y externos de la organización; esta actividad incluye el retorno de la inversión a sus fundadores o inversionistas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan estratégico de finanzas, alineado con las metas organizacionales. Administrar, asignar y obtener recursos económicos para llevar a cabo las operaciones de la empresa, de acuerdo con los objetivos y estrategias. Elaborar los estados financieros para la toma de decisiones gerenciales. Resguardar el patrimonio económico de la empresa, conforme al control interno. Cumplir con las obligaciones legales y fiscales, establecidas por los organismos gubernamentales. Analizar y evaluar proyectos de inversión cuando sea necesario tomar decisiones.
<p>Recursos Humanos</p> <p>Su propósito es disponer en tiempo y forma del recurso humano necesario para conseguir los objetivos o alcanzar la misión y visión de la organización; esto se logra por medio de la atracción, retención, desarrollo, compensación y motivación del personal, así como a través de la alineación con los valores de la empresa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar el plan estratégico de recursos humanos, alineado con las metas organizacionales. Atraer y dotar al talento humano, mediante el reclutamiento, selección, promoción y contratación del personal interno o externo. Capacitar y desarrollar al personal interno o externo, previa detección de necesidades. Diseñar planes de vida y carrera. Realizar y negociar los contratos colectivos de trabajo. Elaborar manuales organizacionales, administrativos y de procedimientos. Evaluar el desempeño de los trabajadores y empleados. Cumplir con las disposiciones y regulaciones gubernamentales en materia de recursos humanos. Analizar las compensaciones del mercado y desarrollar estrategias competitivas en la materia.

Tabla 1. Áreas funcionales, objetivos y funciones.

Cierre

Ahora que has concluido con el estudio de las áreas funcionales de una organización, comprendiste sus objetivos y la importancia de cada una en el logro de las metas organizacionales; asimismo, observaste las funciones que realiza cada área de forma oportuna. En conjunto, todas contribuyen a la satisfacción de las necesidades del cliente, al bienestar de los trabajadores, así como a la retribución económica de los inversionistas.

Si requieres profundizar en el estudio de las áreas funcionales de la organización, investiga más sobre el tema en la referencia bibliográfica que se presenta al final.

Checkpoint

Asegúrate de:

- Comprender los objetivos y las funciones de cada una de las cuatro áreas funcionales de la organización, para conocer las actividades que realiza cada departamento.
- Reconocer la importancia de cada área funcional para lograr las metas organizacionales.

Bibliografía

- Hernández y Rodríguez, S., Palafox, G., y Aguado, C. (2020). *Administración. Pensamiento, procesos estratégicos y administrativos para la era de la inteligencia artificial*. México: McGraw Hill.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.