

Ciencias económicas y empresariales

Artículo original

Elementos esenciales para lograr la efectividad de los modelos administrativos

Essential elements for achieving the effectiveness of administrative models

Elementos essenciais para alcançar a eficácia dos modelos administrativos

Karina Y. Barrezueta-Maldonado

kbarrezueta2@hotmail.com

Mariuxi A. Guijarro-Cagua

mariuxiguijarro@gmail.com

Lorena A. Benites-Valverde

lore_beijing2008@hotmail.com

Recibido: 29 de septiembre de 2016 * **Aceptado:** 31 de enero de 2017 * **Publicado:** 6 de marzo 2017

Magister en Docencia: Mención Gestión en Desarrollo del Currículo, Ingeniera en Administración Pública, Diplomado en Docencia Universitaria, Lcda. en Ciencias de la Educación Especialidad Físico y Matemático, Docente de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

Magister en Administración de Empresas, Ingeniera en Administración de Empresas Públicas, Docente de la Universidad Técnica "Luis Vargas Torres" de Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Contabilidad, Ingeniera: Comercial, Tecnóloga en Administración de Empresas, Analista, Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Técnica Luis Vargas Torres de Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.

Resumen

En el texto propuesto, se enumeran las dimensiones de los modelos administrativos, que en su correcto diseño, operativización e implementación, llevan los elementos esenciales que permiten lograr su efectividad. Mediante el análisis de documentos, y con el apoyo del método analítico sintético, estamos en condiciones de ofrecer un esquema de útil y fácil consulta para revisar los aspectos más importantes.

Palabras clave: organización empresarial; modelos administrativos.

Abstract

In the proposed text, the dimensions of administrative models are listed, which in their correct design, operationalization and implementation, carry the essential elements that allow their effectiveness. Through the analysis of documents, and with the support of the synthetic analytical method, we are able to offer a scheme of useful and easy consultation to review the most important aspects.

Keywords: business organization; administrative models.

Resumo

No texto proposto, as dimensões dos modelos administrativos na sua concepção adequada, operacionalização e implementação, realizar os elementos essenciais que atingem a sua eficácia são listados. Ao analisar os documentos, e com o apoio do método analítico sintético, somos capazes de oferecer um esquema de consulta útil e fácil para rever os aspectos mais importantes.

Palavras chave: organização de negócios; modelos administrativos.

Introducción

Los modelos administrativos se pueden definir como sistemas mediante los cuales se maneja una empresa y que generalmente tienen como objetivo cambiar y/o mejorar algunos aspectos de la organización. Estos se representan a través de técnicas, procesos, modelos y sistemas

Elementos esenciales para lograr la efectividad de los modelos administrativos

administrativos. Tienen un carácter flexible ya que pueden ser aplicados en cualquier empresa, siempre y cuando se ajuste a sus políticas y ayude a alcanzar los objetivos propuestos.

Una organización es un sistema social conformado por personas y grupos de trabajo que responden a una determinada estructura de acuerdo con el entorno en donde se desenvuelve la misma organización.

La organización también puede ser definida como una estructura autónoma que tiene la capacidad de poder crecer e incrementar su participación en el mercado y que puede ser visualizada como un sistema de toma de decisiones tanto individuales como colectivas partiendo de los principios corporativos que debe tener cada una de las organizaciones. (Macero, 2008).

Al aceptar y reconocer a la organización como un sistema se entiende que los diferentes subsistemas que la conforman, la hacen funcionar de manera indicada con los objetivos propuestos, para desarrollarse en el entorno en el cual se desenvuelve.

Desarrollo

Según Osorio (2010), para la construcción e implementación de un modelo administrativo eficiente se deben considerar varios elementos que incluyen: la realización de un diagnóstico estratégico, la definición de la cultura organizacional, la realización del análisis interno: operativo, administrativo y financiero actual, el análisis externo, la definición del direccionamiento estratégico y la estructura organizacional u organigrama.

El diagnóstico estratégico

El diagnóstico estratégico comprende un análisis y reflexión global, que involucra todas las actividades de la organización y sirve para plantear estrategias y proyectos operativos concretos que puedan ser monitoreados y evaluados, para lograr la eficiencia y la calidad de manera permanente. De otro lado, el diagnóstico estratégico es considerado como el análisis de fortalezas y debilidades internas de la organización, así como las amenazas y oportunidades que enfrenta la misma (Faxas

del Toro, 2011). Hart (2007), considera que para la realización del diagnóstico estratégico se precisa de un análisis del entorno, para determinar las posibles oportunidades y amenazas, así como también las condiciones, fortalezas y debilidades internas de la organización, por lo tanto este diagnóstico se basa en la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), la cual es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategias.

La cultura organizacional

Para Hernández (2006), esta se define como una serie de pautas de comportamiento (explícitas o implícitas) que hacen parte del patrimonio de una organización. Una buena organización formada, en valores y normas, permite a cada uno de los individuos identificarse con ellos y poseer conductas positivas dentro de la misma. Esto influye en una mayor productividad y en una mejor imagen para el público que refleja la satisfacción que sienten en ella. Según Robbins (2010) la cultura organizacional de una empresa puede ser fuerte o débil. Las culturas fuertes se caracterizan porque los valores de la organización son firmes y aceptados por todos los integrantes de la misma, en cambio, una cultura débil ocurre todo lo contrario, esto se observa por los siguientes aspectos: el personal posee poca libertad en su trabajo, la gerencia muestra poco interés por su personal, no hay métodos de estimulación hacia el empleado, no existe incentivos por el nivel de productividad del trabajador, entre otros, es decir, se observa un desinterés por los empleados que son los elementos más importantes para llevar a cabo el funcionamiento de la organización y cumplir sus metas planteadas.

El análisis interno: operativo, administrativo y financiero actual

Consiste en la identificación de las fortalezas y debilidades de una empresa. Posibilita conocer los recursos y capacidades con los que se cuenta, para así delimitar objetivos, en base a los recursos y capacidades existentes, y poder formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas y reducir o superar dichas debilidades. Debe incluir el resumen, análisis y síntesis de la información más relevante de la empresa, para ello se puede seguir el esquema: a) productos y servicios, b) distribución, c) precios y, d) comunicación.

El análisis externo

Westwood (2001) considera que el último aspecto de un análisis de situación es una evaluación del ambiente externo, que incluye todos los factores externos que ejercen una presión directa e indirecta, considerable, sobre las actividades de marketing nacionales e internacionales. Para realizar el análisis del ambiente externo se deben tener en consideración aspectos como: 1) competencia, 2) factores económicos, 3) tendencias políticas, 4) aspectos legales y regulatorios, 5) avances tecnológicos, 6) tendencias socioculturales.

El direccionamiento estratégico

Su objetivo es el mejoramiento significativo de los indicadores de efectividad, de ahí su estrecha relación con el concepto de calidad. Ohmae, K. (2001) recomienda que en la definición del modelo administrativo eficiente, es necesario que las organizaciones definan su direccionamiento estratégico. Este comprende los objetivos estratégicos de la organización, que deben ser diseñados por todos sus miembros. La estrategia comprende el plan general de la empresa para sobrevivir en el medio en el que desarrolla sus actividades, permite identificar y definir el modelo de negocios pertinente (quiénes son sus clientes, cómo se debe competir, qué tipo de organización se tiene y qué está tratando de lograr la empresa). Integra además, la misión, la visión y los objetivos estratégicos de la organización de la misma. La estrategia para direccionar la empresa permite prevenir más que reaccionar, para lograr esta condición se necesita obtener un diagnóstico integral de la organización como sustento de los procesos que elevarán la capacidad de adaptación a los cambios.

El organigrama

Es un modelo abstracto que permite obtener una idea acerca de una organización. Desempeña un papel informativo, al permitir que los integrantes de la organización y las personas vinculadas a ella conozcan sus características generales. Constituye un instrumento para el análisis estructural, al revelar las particularidades esenciales de la organización representada.

El proceso administrativo

Se entiende como el conjunto de operaciones directivas básicas, comunes a cualquier organización o actividad que incluye la planificación, la organización, la regulación y el control. Se considera un proceso donde sus funciones administrativas están estrechamente vinculadas (Gutiérrez Dueñas, 2010). Las funciones administrativas que conforman el ciclo de dirección, son definidas por los clásicos de la administración desde épocas tempranas. Henry Fayol las identifica como: planear (visualizar el futuro y trazar el programa de acción), organizar (construir), dirigir (guiar y orientar al personal), coordinar (ligar, unir, armonizar todos los actos y todos los esfuerzos colectivos) y controlar (verificar que todo suceda de acuerdo con las reglas establecidas y las órdenes dadas (García, 2010). Según Koontz, H y Weihrich, H (1999) las funciones administrativas son: planificar, organizar, ejecutar y controlar. Las mismas son aplicables a actividades con objetivos definidos lo que implica la coordinación y dirección del uso de recursos para lograr el cumplimiento de dichos objetivos. Desde otra perspectiva, Bustos Farias (2003) exhorta a la implementación de un modelo de negocio a partir del proceso administrativo.

Conclusiones

A partir de esta reflexión, se han visualizado las diferentes dimensiones de un modelo administrativo que aplique a la eficacia. Revisar estos aspectos, desde la doble perspectiva que significa evaluar una organización y, al mismo tiempo, formar parte de ella (o participar de su dirección), es un recurso indispensable que nos permitirá justipreciar la validez de los aspectos aquí esbozados.

Referencias bibliográficas

Arrubia Paucar, J.A. (2009). Contratos Mercantiles. Edición: 7 ed. Medellín. Biblioteca Jurídica Diké

Baena García, V. (2008). “La expansión internacional de la franquicia española. Descripción del momento actual. Proyecto social”. Revista de Relaciones laborales. 12 (12) PP. 41-64

Bustos Farias, E. (2003). Proceso Administrativo y Planeación. Disponible en: <http://www.letrak.com.co/alejandro/material/adm/planeacion.pdf>

David, R. (2007). Conceptos de Administración Estratégica. Londres. Ed Prentice Hall.

Faxas del Toro, P.J. (2011). Diagnóstico Estratégico de la empresa como herramienta de dirección "Un acercamiento a La Matriz DAFO", en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 152, 2011. Texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2011/>

Ferrell, O.C., Hartline, Michael, D. (2006). Estrategia de Marketing. (3ª edición) México. Thomson.

García Santillán, A. (2010). Administración Financiera I. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2010c/729/

Hart, L. (2007). El proceso estratégico y sus características. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/proceso-estrategico>

Hernández, G. (2006). Los nuevos ejes de la cultura organizacional de las empresas y las instituciones. Bogotá. Ed Norma.

Koontz, H., & Weihrich, H. (1999). Administración una perspectiva global (Oncena ed.). México. Mc Graw Hill.

Malhotra, N.K. (2008). Investigación de mercados (5h ed.). Londres. Pearson.

Ohmae, K. (2001). Negocios Internacionales. Madrid. Editorial Andrés Bello.

Osorio, J. (2010). "Implementación de un modelo administrativo para las empresas que pertenecen a Parquesoft Pereira". Scientia Et Technica, vol. XVI, núm. 44. Colombia. Universidad Tecnológica de Pereira. pp. 129-133.

Elementos esenciales para lograr la efectividad de los modelos administrativos

Padilla Garrido, N. (2002). “La toma de decisiones empresariales mediante la técnica multicriterio Analytic Hierarchy Process (AHP). Caso práctico”. *Estrategia financiera*, ISSN 1130-8753, N° 190, 2002, págs. 33-39.

Randall, G. (2003). *Principios de marketing* (2ª ed.). Madrid. S.A. Ediciones Paraninfo.

Robbins, S. (2010). *Administración*. Décima edición. Londres. Ed: Prentice–Hall, Hispanoamericana, S. A.

Schein, Edgar H. (2012). *Cultura organizacional y liderazgo*. 3era edición. Disponible en <https://es.scribd.com/doc/>

Westwood, J. (2001). *Cómo crear un Plan de Marketing*. (1ª edición) España. Editorial Gedisa.