

ÍNDICE

PÁG.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES DE LA COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	2
1.2 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR DE LA COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN.....	5
1.3 PROBLEMÁTICA QUE DELIMITA LA INVESTIGACION.....	5
1.4. IDENTIFICACION Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
1.4.1 Identificación del problema.....	8
1.4.2 Elementos del problema que se conocen.....	8
1.4.3. Elementos del problema que se pretenden conocer.....	9
1.4.4 Planteamiento del problema.....	9
1.5 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.5.1 Justificación Teórica.....	11
1.5.2 Justificación Metodológica.....	11
1.5.3 Justificación Práctica	11
1.6 FORMULACIÓN DE OBJETIVOS.....	12
1.6.1 Objetivo general.....	12
1.6.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.6.2.1 Objetivos del marco teórico	12
1.6.2.2 Objetivos del marco práctico.....	12
1.7 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS.....	13
1.7.1 Variable independiente	13
1.7.2 Variable dependiente.....	13
1.7.3 Variable interviniente.....	13
1.8 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.8.1 Ámbito Geográfico	13
1.8.2 Sector Económico	13

1.8.3 Universos de Estudio	13
1.8.4 Área Temática.....	14
1.9 ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.9.1 Tipo de Estudio	14
1.9.2 Método de Investigación	15
1.9.2.1 Métodos o Técnicas de Recolección de Información	16
1.9.2.1.1 Fuentes primarias	16
1.9.2.1.2. Fuentes secundarias.....	16
CAPÍTULO 2: ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	18
2.1 IMPLANTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	18
2.2 RELACIÓN ENTRE ESTRATEGIA Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	20
2.3 ORGANIZACIÓN COMO FUNCIÓN ADMINISTRATIVA.....	21
2.4 CRITERIOS Y PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN	23
2.5 TÉCNICAS DE ORGANIZACIÓN.....	25
2.5.1 Organización estructural	26
2.5.2 Organización funcional.....	26
2.6 DISEÑO ORGANIZACIONAL	26
2.6.1 Estructura Organizacional	27
2.6.2 Organigrama.....	28
2.6.2.1 Estructura Lineal.....	28
2.6.2.2 Estructura Matricial.....	30
2.6.2.3 Estructura por Departamentalización.....	31
2.6.2.4 Estructura Circular.....	31
2.6.2.5 Estructura Híbrida	32
2.7 DEPARTAMENTALIZACIÓN.....	33
2.7.1 Definición.....	33
2.7.2 Tipos de departamentalización.....	33

CAPÍTULO 3: PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS	35
3.1 PROCESO.....	35
3.2 PROCESOS VERSUS ORGANIZACIONES VERTICALES	37
3.3 MANEJO DE LOS PROCESOS DE SU EMPRESA.....	39
3.4 FALACIAS DEL PROCESO DE LA EMPRESA.....	39
3.4.1 Diagrama de flujo	41
CAPÍTULO 4: MANUALES ORGANIZACIONALES	42
4.1. MANUALES ADMINISTRATIVOS.....	42
4.2 MANUAL DE FUNCIONES	42
4.2.1 Funciones.....	42
4.2.2 Funciones Generales.....	43
4.2.3 Funciones Específicas	43
4.2.4 Manuales.....	43
4.2.5 Tipos de Manuales	44
CAPÍTULO 5: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	46
5.1 LA COMUNICACIÓN	46
5.2. AGRESIÓN EN LA COMUNICACIÓN	49
5.3. FLUJO DE LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN	49
5.4. REDES DE LA COMUNICACIÓN	51
5.5. SUGERENCIAS PARA REDUCIR LAS CONSECUENCIAS NEGATIVAS DE LOS RUMORES.....	52
5.5.1. Elección del canal adecuado	53
5.6 BARRERAS PARA LA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LA ORGANIZACIÓN	53
5.7 RECOMENDACIONES PARA UNA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LA ORGANIZACIÓN.....	54
5.8. LA COMUNICACIÓN Y LA VISIÓN.....	55

CAPÍTULO 6: COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	56
6.1. FACTORES CLAVE DE ÉXITO.....	56
6.2 SECTOR CONSTRUCCIONES EN SANTA CRUZ	64
CAPÍTULO 7: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	66
7.1 MEDIOS E INSTRUMENTOS PARA LA INVESTIGACIÓN	66
7.2. OBJETIVO DE LA ENCUESTA ORGANIZACIONAL.....	67
7.2.1 Objetivo General.....	67
7.3. NATURALEZA DEL TRABAJO DE CAMPO	67
7.4. SELECCIÓN DE UNIDADES DE ANÁLISIS.....	68
7.4.1 Empleados	68
7.4.2 Gerente	68
7.4.3 Clientes actuales.....	68
7.4.3.1 Clientes industriales	68
7.4.3.2 Cliente personas naturales.....	68
7.4.4 Proveedores	69
7.5. Relación marco teórico – marco práctico.....	70
7.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES Y SUBVARIABLES	71
7.7. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	72
7.8 RESULTADOS DE LA ENCUESTA ORGANIZACIONAL	73
7.9 PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	73
7.10. CONCLUSIONES DEL MARCO PRÁCTICO	74
CAPÍTULO 8: PROPUESTA DE REORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	78
8.1 INTRODUCCIÓN	78
8.2 RELACIÓN PROBLEMA – CAUSA – EFECTO – SOLUCION	78
8.3 ESQUEMA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	80
8.4 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO.....	80
8.5 ESTRATEGIA GENÉRICA	81

8.5.1 Ventaja Competitiva.....	82
8.6 ASPECTOS ORGANIZACIONALES Y ADMINISTRATIVOS.....	82
8.6.1 Manual de funciones.....	83
8.6.2 Reglamento interno para FERROCOLOR SRL.....	92
8.6.3 Manual de procesos y procedimientos	94
8.7 PRESUPUESTO Y EVALUACIÓN.....	98
8.7.1 Costo de la Propuesta Estratégica Organizacional	99
8.7.2 Gastos Proyectados.....	99
8.7.3 Relación Beneficio Costo (B/C)	100
8.7.4. Estado de Resultados sin Estrategia	101
8.7.4.1 Escenario Pesimista	102
8.7.4.2 Escenario Conservador	103
8.7.4.3 Escenario Optimista	104
8.7.4.4 Resumen de Ingresos	105
8.7.4.5 Implementación de la Propuesta	105
CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	107
7.1 CONCLUSIONES	107
7.2 RECOMENDACIONES	107
BIBLIOGRAFÍA	
WEBLOGRÁFICA	
ANEXOS	
ANEXO N° 1: PERFIL DE INVESTIGACIÓN DE GRADO	
ANEXO 2: ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL (CLIENTE INTERNO) DE FERROCOLOR S.R.L.	
ANEXO 3: TRANSCRIPCIÓN DE LA ENTREVISTA AL GERENTE DE FERROCOLOR	
ANEXO 4: RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL PERSONAL	
ANEXO 5: REGLAMENTO INTERNO PARA FERROCOLOR	