



**República del Ecuador**  
**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil**  
**Facultad de Posgrado e Investigación**

**Tesis en opción al título de Magister en:**  
**Administración de Empresas**

**Tema de tesis:**  
**Modelo de gestión gerencial para la reestructuración del departamento**  
**comercial de la empresa Polylon S.A. de Guayaquil**

**Autor:**  
**Ing. Ricardo Daniel Gómez Morocho**

**Directora de Tesis:**  
**CPA. Dayse Cevallos Villegas, MBA**

**Septiembre 2020**  
**Guayaquil - Ecuador**

## **DECLARACIÓN EXPRESA**

Yo, Ricardo Daniel Gómez Morocho, con cédula de ciudadanía # 0706249281, declaro que el presente trabajo de investigación es original, de mi autoría, creación e investigación; siendo la recopilación de fuentes bibliográficas según corresponde y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente.

Atentamente,

Ricardo Daniel Gómez Morocho  
0706249281

## DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios.

A mis padres y hermanos, por su gran ejemplo de superación y valioso apoyo en todo momento desde el inicio de mis estudios de maestría.

A mis familiares y amigos que tuvieron una palabra de apoyo para mi durante mis estudios.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mi directora de tesis, CPA Dayse Cevallos Villegas, MBA por su dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

## RESUMEN

Dentro del marco del desarrollo organizacional en el cual se ven inmersas las empresas hoy en día, existe un elemento que debe considerarse como fundamental el crecimiento institucional, el cual es el capital humano de trabajo, el cual es importante generar una sinergia con la institución y el empleado para extender procesos de compromiso y desarrollo institucional donde ambas partes se vean favorecidas, involucrar de forma activa en las planificaciones y principales decisiones de las organizaciones, generando en descritos casos motivaciones, y complacencia laboral. Con anterior antecedente como maestrantes, vemos la necesidad de poner en práctica conocimientos adquiridos, para desarrollar la investigación con tema “MODELO DE GESTIÓN GERENCIAL PARA LA REESTRUCTURACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL DE LA EMPRESA POLYLON S.A. DE GUAYAQUIL”, permitiendo mantener equipos de elevado compromiso, motivados y comprometidos con los objetivos institucionales. La metodología implementada en el proceso de la investigación, parte de un estudio de tipo correlacional, donde el estudio se sustenta como estructura mediante investigaciones de carácter científico que instauran a la gestión gerencial y comercial por medio de un modelo que sea pilar que induce al fortalecimiento de los equipos de trabajo. El principal resultado obtenido donde se evidencia los diversos participantes implicados también llamados capital humano, tienen notables desaciertos referente al manejo del control, y administración de distintos recursos, así como en toda la seguridad y gestión de la cadena de operaciones administrativas del área de Talento Humano, la investigación concluye describiendo las dimensiones que mayormente infieren en la gestión comercial y relación entre equipos de colaboradores, así como supervisión y valoración de las condiciones para el desempeño, son determinados como indicadores que señalan un bajo nivel de complacencia y desempeño por parte de los empleados de la compañía POLYLON S.A.

**Palabras clave:** *Comunicación, Desempeño, Gestión, Calidad, Satisfacción.*

## **ABSTRACT**

Within the framework of organizational development in which companies are immersed today, there is an element that must be considered as fundamental institutional growth, which is human working capital, which is important to generate a synergy with the institution and the employee to extend commitment and institutional development processes where both parties are favored to actively involved in the planning and main decisions of the organizations, generating motivations and job satisfaction in described cases. With previous antecedent as teachers, we see the need to put into practice acquired knowledge, to develop research with the topic “MANAGEMENT MODEL FOR THE RESTRUCTURING OF THE COMMERCIAL DEPARTMENT OF THE COMPANY POLYLON S.A. DE GUAYAQUIL”, allowing to maintain highly committed teams, motivated and committed to institutional objectives. The methodology implemented in the research process, starts from a correlational study, where the study is supported as a structure through scientific research that establishes managerial and commercial management through a model that is a pillar that induces strengthening of work teams. The main result obtained where the various participants involved also called human capital are evident, have notable mistakes regarding the management of control, and administration of different resources, as well as in all the security and management of the chain of administrative operations of the Human Talent area , the research concludes by describing the dimensions that mostly infer in commercial management and the relationship between teams of collaborators, as well as supervision and assessment of the conditions for performance, are determined as indicators that indicate a low level of complacency and performance on the part of employees. employees of the company POLYLON SA

Keywords: Communication, Performance, Management, Quality, Satisfaction.

## CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| DECLARACIÓN EXPRESA .....                                     | II |
| AGRADECIMIENTO .....  | IV |
| RESUMEN.....  | V  |
| ABSTRACT.....   | VI |
| INTRODUCCIÓN.....   | 13 |
| CAPÍTULO I MARCO TEORICO CONCEPTUAL .....                     | 18 |
| 1.1. Antecedentes de la investigación.....                    | 18 |
| 1.2. Planteamiento de problema de Investigación.....          | 22 |
| 1.2.1. Formulación del problema.....                          | 24 |
| 1.2.2. Sistematización del problema .....                     | 24 |
| 1.3. Objetivos de la investigación .....                      | 25 |
| 1.3.1. Objetivo General .....                                 | 25 |
| 1.3.2. Objetivos Específicos .....                            | 25 |
| 1.4. Justificación de la investigación.....                   | 25 |
| 1.5. Marco de referencia de la investigación.....             | 30 |
| 1.5.1. Marco Teórico .....                                    | 30 |
| 1.5.1.1. La administración y la gestión gerencial.....        | 30 |
| 1.5.1.2. Gestión.....   | 31 |
| 1.5.1.3. Gestión administrativa.....                          | 31 |
| 1.5.1.4. Definición de los modelos de gestión gerencial ..... | 32 |
| 1.5.1.5. Tipos y modelos de gestión gerencial .....           | 32 |
| 1.5.1.6. Modelos de gestión gerencial.....                    | 32 |
| 1.5.1.7. Modelo de Planeación Estratégica .....               | 33 |
| 1.5.1.8. Modelo de Calidad total.....                         | 34 |
| 1.5.1.9. Modelo kaizen, mejoramiento continuo .....           | 35 |

|                                     |  |    |
|-------------------------------------|--|----|
| 1.5.1.10.                           | Modelo Justo a Tiempo Just In Time – (J. I. T.).....                     | 36 |
| 1.5.1.11.                           | Empowerment.....   | 37 |
| 1.5.1.12.                           | Modelo de gestión gerencial por competencias.....                        | 37 |
| 1.5.1.13.                           | Modelo de Gestión por objetivos.....                                     | 38 |
| 1.5.1.14.                           | Función y elementos de la Gerencia.....                                  | 39 |
| 1.5.1.15.                           | Gestión gerencial.....   | 39 |
| 1.5.1.16.                           | Qué es un Gerente.....   | 39 |
| 1.5.1.17.                           | Tipos de gerente.....  | 40 |
| 1.5.2.                              | Cultura organizacional.....  | 40 |
| 1.5.2.1.                            | Definición de procesos.....  | 41 |
| 1.5.2.2.                            | Identificación de procesos.....  | 42 |
| 1.5.2.3.                            | Gestión por procesos.....  | 42 |
| CAPÍTULO II MARCO METODOLOGICO..... |  | 44 |
| 2.1.                                | Tipo de diseño de la investigación.....                                  | 44 |
| 2.1.1.                              | Alcance de la investigación.....   | 44 |
| 2.1.2.                              | Alcance descriptivo.....   | 44 |
| 2.1.3.                              | Alcance correlacional.....   | 45 |
| 2.1.4.                              | Enfoque de la investigación.....   | 46 |
| 2.2.                                | Métodos de investigación.....  | 46 |
| 2.2.1.                              | Caracterización del objeto de estudio.....                               | 47 |
| 2.3.                                | Unidad de análisis población y muestra.....                              | 47 |
| 2.3.1.                              | Población.....   | 47 |
| 2.4.                                | Variables de la investigación operacionalización.....                    | 47 |
| 2.5.                                | Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información..... | 48 |
| 2.5.1.                              | Técnicas e instrumentos para la recolección de información.....          | 48 |
| 2.6.                                | Tratamiento de la información.....                                       | 48 |

|  |    |
|--|----|
| CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....                                    | 50 |
| 3.1. Análisis de la situación actual .....                                   | 50 |
| 3.1.1. Ubicación geográfica .....  | 51 |
| 3.1.2. Principales certificaciones que posee POLYLON S.A.....                | 52 |
| 3.1.3. Principales productos que posee POLYLON S.A. ....                     | 53 |
| 3.1.4. Organigrama de la compañía .....                                      | 54 |
| 3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas .....        | 54 |
| 3.3. Presentación de resultados y discusión .....                            | 55 |
| CAPITULO IV DISEÑO DE LA PROPUESTA.....                                      | 63 |
| 4.1. Título de la propuesta .....  | 63 |
| 4.2. Datos Informativos de la empresa a quien se le acerca la propuesta .... | 63 |
| 4.3. Antecedentes de la propuesta .....                                      | 64 |
| 4.4. Justificación de la propuesta .....                                     | 64 |
| 4.5. Objetivo de la propuesta .....  | 65 |
| 4.6. Objetivos específicos de la propuesta .....                             | 65 |
| 4.7. Análisis de factibilidad .....  | 65 |
| 4.7.1. Política. -.....  | 65 |
| 4.7.2. Organizacional .....  | 66 |
| 4.7.3. Económico. – .....  | 66 |
| 4.7.4 Tecnológico .....  | 66 |
| 4.7.5. Legal.....  | 66 |
| 4.8. Descripción de la propuesta .....                                       | 66 |
| 4.9. Direccionamiento estratégico de la propuesta .....                      | 66 |
| 4.10. Manual de gestión comercial .....                                      | 67 |
| 4.10.1. Introducción. ....   | 68 |
| 4.10.2. Objetivo del Manual. ....  | 68 |
| 4.10.4. Alcance .....  | 69 |

|  |           |
|--|-----------|
| 4.10.5. Responsabilidades.....                   | 69        |
| 4.10.6. Propuesta de evaluación.....             | 69        |
| 4.10.7. Monitoreo.....                           | 69        |
| 4.10.8. Resultado.....                           | 70        |
| 4.10.9. Impacto.....                             | 70        |
| 4.10.10. Forma y condiciones de aplicación. .... | 70        |
| 4.10.11. Presupuesto de la propuesta. ....       | 71        |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>                         | <b>76</b> |

### **ÍNDICE DE TABLAS**

|  |    |
|--|----|
| Tabla No. 001 Nivel de satisfacción y cumplimiento de procesos.....                        | 59 |
| Tabla No. 002. Resumen de resultados de la guía de observación aplicada a POLYLON S.A..... | 61 |
| Tabla No. 003 Datos informativos de POLYLON S.A.....                                       | 63 |
| Tabla No. 004 Cronograma para la implementación de la propuesta.....                       | 71 |
| Tabla No. 005 Presupuesto para el desarrollo de la propuesta.....                          | 71 |

### **ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración No. 001 mapa de procesos.....   | 32 |
| Ilustración No. 002 mapa de procesos.....   | 33 |
| Ilustración No. 003 Modelos gerenciales basados en cambios en la calidad total..... | 34 |
| Ilustración No. 004 Modelo kaizen, mejoramiento continuo.....                       | 35 |

|  |    |
|--|----|
| Ilustración No. 005 Modelo Justo a Tiempo Just In Time – (J. I. T.).....                 | 35 |
| Ilustración No. 006 Empowermetn.....   | 36 |
| Ilustración No. 007 Modelo metodológico para la gestión por competencias.....            | 37 |
| Ilustración No. 008 Cultura Organizacional.....  | 40 |
| Ilustración No. 009 Ubicación geográfica POLYLON S.A.....                                | 52 |
| Ilustración No 010 catálogo de productos POLYLON S.A.....                                | 53 |
| Ilustración No 011 Organigrama de POLYLON S.A.....                                       | 54 |
| Ilustración No 012 DISEÑO PARA OPTIMIZAR LAS OPERACIONES COMERCIALES DE POLYLON S.A..... | 69 |

### **INDICE DE ANEXOS**

|   |    |
|---|----|
| ANEXO No. 001 GUIA ENTREVISTA DE POLYLON S.A..... | 83 |
| ANEXO No. 002 GUÍA DE OBSERVACIÓN.....            | 84 |
| ANEXO NO. 003 MODELO GESTIÓN COMERCIAL.....       | 86 |



## INTRODUCCIÓN

Martín, Segredo, y Perdomo (2013) afirman que en la actual sociedad moderna todos estamos obligados de una u otra forma a competir dentro de un cambiante mercado cuyo dinamismo está forjado fundamentalmente por el desarrollo, y dinamismo apresurado de la ciencia y la técnica. (pg. 1). Es por ello que, al encontrarse en un cambiante medio con una gestión conveniente en las compañías de producción y comercialización se ve la notoria participación e involucramiento integral de las personas que son participes, hoy por hoy los elevados niveles de competitividad solicitan nuevas y puntuales formas de compromiso, de ver los acontecimientos, de resolver y administrar, de pensar y concebir, así como gestionar de forma oportuna e idónea el capital humano de las organizaciones modernas. Las recientes investigaciones sobre el modelo de gestión gerencial comercial donde directamente se involucra la gestión administrativa y operativa de las compañías cada vez toman un importante significado y puntual relevancia, donde su mayoría inclinan sus enfoques de formación hacer más eficientes y participes en los sistemas y procesos de gestión, ya que por este medio se genera el dinamismo e impulso para el óptimo rendimiento y desarrollo comercial competitivo institucional.

La innovación en los procesos productivos y comerciales parte de que, en las últimas cuatro décadas, se promueven estudios enfocados en la búsqueda de un oportuno modelo de gestión que intuya la estimación del dinamismo comercial y el eficiente desempeño organizacional alimentando las expectativas de los gestores en las compañías modernas ya sean aquellas públicas o privadas. Las energías para encontrar puntualizado modelo se conducen desde la implementación de procedimientos inexorables y correctamente estructurados, donde todos los procedimientos que intervienen en el control y evaluación se direccionan a la gestión, hasta la aceptación de sistemas flexibles, en los cuales se refleje los resultados esperados, simultáneamente con la integración del capital humano se alcanzan ventajas competitivas que favorecen la institucionalidad, los mismos que son los ejes que sitúan las instrucciones también denominados gestión administrativa (Del Castillo & Vargas, 2009).

El presente estudio incorpora el interés extensivo de diversos actores, por lo tanto, la activa contribución de ellos suscitará la reactivación competitiva organizacional e institucional conducentes en el desarrollo gerencial y comercial en el entorno en el cual se despliegan los movimientos productivos y de comercialización. El importante objetivo del actual estudio es indicar por medio de la investigación la importancia de implementar un “Modelo de gestión gerencial para la reestructuración del departamento comercial de la empresa POLYLON S.A. de Guayaquil”, que favorezca a la empresa en la gestión operativa comercial, con la acertada contribución del capital humano, y posterior dinamismo de la productividad y competitividad, todo ello al contar con el notable compañerismo y respaldo por parte de los equipos de trabajo formados en la compañía POLYLON S.A., se provoca al cambio de la cultura organizacional, formando una avenencia y responsabilidad con los objetivos de la compañía.

La investigación específica en la instauración de un beneficioso modelo de gestión comercial que admita la optimización de las ejercicios operativos y comerciales de POLYLON S.A., donde especificadas operaciones consentirá fortalecer la cadena comercial y productiva de la empresa, componiendo acciones y elementos estándares que reconozcan la seguridad integral de sus sistemas metodológicos dentro del marco comercial y prestación del servicio que suministre la práctica vinculada de normas de seguridad desde el puntual instante en que se producen los productos hasta el proceso que se comercializan fuera de la planta, lo cual le concederá ser apreciada como aquella institución honesta y garante de buenas prácticas operativas y comerciales ante la sociedad, la optimización de las practicas comerciales consentirá obtener ciertas ventajas, tolerando una imponderable conexión y excelentes relaciones comerciales y laborales entre sectores ya sean estos públicos o privados que le ratifique obtener un reconocimiento por el óptimo desempeño en la innovación y manejo de la materia prima comercializada

El estudio que como maestrante se pretende impulsar el mismo que forma parte del desarrollo organizacional en instituciones intenta contribuir a una de las compañías como lo es POLYLON S.A., la cual forma parte del sector productivo industrial de la provincia del Guayas, y al autor como parte del

proceso de titulación de Magister en Administración de Empresas, en el cual para una cómoda interpretación del lector, la cual le admita familiarizarse con la idea planteada en la presente tesis es sustancial abordar la terminología gestión de desempeño, la misma que es la base del impulso investigativo, la que admite todos los procesos organizacionales y que determinan que tan viable se desempeñan los colaboradores, los equipos de trabajo, y definitivamente la planificación institucional, para la obtención de los efectos (Mony & Noe, 2005). Es preciso referir la terminología modelo de gestión comercial, el cual se compendia a los procesos de planificación, descripción de objetivos, y la medición de los resultados de los mismos (Rey, 2016). A su vez es imperioso describir el vocablo satisfacción laboral, el cual concierne al oportuno cometido de las normas y la ocupación del empleado, donde la flexibilidad y el acceso al cambio, se ajusta con las dimensiones del desarrollo psicológico, donde puntualizado ligado de desenlaces se relacionan con la satisfacción laboral (Sanín & Salanova, 2014).

La cultura organizacional es perceptible ya que el ejercicio laboral es suscitado en función de los objetivos de las empresas, el cual marca el desenlace de cada una de las labores que debe desempeñar el empleado o burócrata, es por ello que Chiavenato (2006) afirma que es “un estado de vida, así como un ligado de conocimientos, dogmas y valores, que a su vez obra una mutua interacción y relaciones propias donde se ven incluidos determinadas organizaciones”, descritos comentarios y concepciones fundados por un conjunto de autores que inspiran los nuevos modelos de la gestión empresarial, apoyados en la teoría del desarrollo sostenible de las empresas (p. 135).

La gestión comercial definido como aquel instrumento que delinea discretamente el desempeño es una de las importantes herramientas que se emplean en las empresas con el objetivo de promover la producción, comercialización y control de todos los recursos incluyendo el talento entre los colaboradores, el objetivo de este puntual método de gestión es perfeccionar el desarrollo operativo motivando equipos autosuficientes de trabajo, produciendo y resaltando el talento como las capacidades de los empleados perfeccionando la complacencia propia de cada colaborador. El presente estudio de orden académico se enfoca en efectuar convenientes ordenamientos para dinamizar

la cadena comercial y de operaciones de la Compañía POLYLON S.A., de la provincia del Guayas, instituyendo esquemas que responden la complacencia laboral en el marco de sus procesos comerciales consumando normas y procedimientos los mismos que son normados y controlados por el Ministerio del Trabajo, lo cual representa convertirse en una compañía garante y comprometida ante las instituciones de control, empleados, y sociedad, comunicando confianza, suministrando la productividad, inspirando calidad en el servicio y atención al cliente, lo que accede a notorias ventajas, consintiendo una inmejorable conexión entre los sectores privados y públicos para la obtención de reconocimientos internacionales.

La compañía POLYLON S.A., al poder conseguir equipos de trabajo solidos y motivados con conocimientos claros y definidos en cuanto al manejo del trabajo será identificada como aquella compañía que asiduamente efectúa metodologías, sistemas de trabajo y estímulos, internamente en sus procesos comerciales, administrativos y operativos, causando el progreso organizacional y giro de la cultura de sus miembros consintiendo el crecimiento institucional.

Para el puntual desarrollo investigativo de la presente tesis de orden académico el cual es ejecutado en cuatro capítulos, se lo genero con la siguiente estructura descrita a continuación:

Capitulo I. el mismo que se encuentra constituido puntualmente por el marco teórico conceptual, dentro del cual se relatan los importantes antecedentes investigativos que son la base de la teórica de la investigación, a su vez se relata el planteamiento principal del problema de investigación que refiere los sustanciales por menores de lo acontecido en la compañía objeto de investigación, ello sin antes resaltar el planteamiento general, para consecutivamente efectuar una descripción de la formulación del problema, así mismo se puntea los objetivos general así como los específicos donde los puntualizados anteriormente son determinados como la base del proceso investigativo, donde subsiguientemente se procede a justificar la investigación, y describir el marco de referencia investigativo con los principales aportes de estudios efectuados dentro de la tesis.

Capitulo II. El cual es donde se relata metódicamente el marco metodológico, que como su nombre lo indica refiere la metodología actuada en el proceso

investigativo, la cual se destaca que es de tipo correlacional, admitida y sostenida por medio de variadas estudios o artículos de representación científica, las cuales pertenecen a las novedosas tendencias, teorías de la administración y gestión operativa comercial, que forman parte de las ciencias administrativas y empresariales como tal, en el que se hace un sustancial aporte al desarrollo oportuno de la cadena de operación y comercialización o a su vez prestación del servicio, para ello se reflexiona, el alcance y enfoque, donde se debe puntualizar la población objetivo o quienes forman parte importante del estudio, donde una vez especificada se detalla que no se empleará un procedimiento muestral, se insiste en lo fundamental de los instrumentos a emplear y manipular en la toma de la sustancial información para confirmar y fundar un análisis, que nos trasladaran a plantear la propuesta del presente proyecto.

Capitulo III. El cual es apreciado como muy significativo ya que se muestran los más significativos resultados para subsiguientemente fundar una discusión en el cual se declara el análisis integral de los importantes resultados obtenidos en el estudio descriptivo tomado en un primer instante, para inmediatamente verificar mediante una corta discusión de los importantes develamientos e implicaciones de interés para la declaración de la propuesta a instaurar.

Capitulo IV. Donde se formula la propuesta de la implementación de un “Modelo de gestión gerencial para la reestructuración del departamento comercial de la empresa POLYLON S.A. de Guayaquil” para posteriormente presentar conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO I MARCO TEORICO CONCEPTUAL**

### **1.1. Antecedentes de la investigación**

El desarrollo parte de los antecedentes investigativos, el cual proponen un soporte acerca del tema, donde se puede acentuar el elaborado mediante el artículo “Modelo de gestión de inventarios para empresas comerciales de productos agrícolas”, donde relata que para las compañías comerciales representan inversiones de mayor importancia en correspondencia con los demás empresas, ya que son primordiales para las ventas y para la obtención de considerables utilidades, el artículo presenta que el dispositivo de análisis investigativo es la compañía comercial “Agroinsumos SV” que dentro de sus actividades esta la mercantilización de productos agrícolas ubicada en la ciudad de Machala provincia de El Oro, donde se comprobaron inconvenientes en el control de sus procesos. Razón por la cual se diseñó un modelo de gestión que concentre componentes de la administración efectiva. La metodología empleada es bajo el enfoque mixto, por cuanto en su práctica se adquirió información cuali-cuantitativa. Además, se la estimo transversal con un alcance e importancia descriptivo – explicativo. Donde los resultados más notables tienen correspondencia con la necesidad imperiosa de fundar dispositivos que admitan fijar su stock y realizar un estudio de inventarios (Tamayo, Narváez, & Erazo, 2019).

Es preciso que todos los sistemas dentro de las compañías se hallen registrados mediante conformes conocimientos de planificación, es por ello que la indagación antes expuesta, exhibe lo preciso que es suscitar un modelo de gestión que reúna componentes de la administración efectiva, los modelos de gestión son importantes y simples procesos diseñados bajo una línea de influencia o hoja de ruta que al fin y al cabo siempre será un proceso de organización y planificación.

Es significativo destacar el estudio “Empresas familiares en Colombia: hacia la construcción de un modelo de gestión comercial”, donde el estudio registro como objetivo generar un estudio y diagnóstico de la estructura comercial de varias empresas familiares colombianas, para la enunciación de un sistema de gestión, que les acceda revolve los retos del mercado, donde los precisos instrumentales de recolección de la información, la encuesta organizada y la

entrevista personal abierta e histórica son importantes, donde las derivaciones del trabajo de campo proyectó que el 33% de las compañías familiares llegaron a la segunda generación y sólo el 13% consiguieron la tercera, lo cual, indica su debilidad al no estar prevenido para el cambio de los métodos empresariales, la dinámica y la flexibilización que expone la gestión comercial y administrativa, donde la caracterización de los componentes críticos y la insuficiente investigación de mercados, con de planes de mercadeo, la endeble incorporación de procedimientos de comercialización y logística, el uso incipiente de habilidades publicitarias y la poca diligencia de sistemas de información comercial. El impacto del clima organizacional en el sistema comercial redujo la posibilidad de un notorio crecimiento y la falta de unificación de los procesos entorpeció la caracterización y el compromiso de valores incorporados de la cadena productiva. A partir de las debilidades, se enunció un modelo de gestión comercial, con el fin de exponer políticas y tácticas de fortalecimiento, que les admita a las empresas familiares ascendientes niveles de competitividad y sostenibilidad (Sandoval & Guerrero, 2010).

La revista Ekos en una de sus importantes publicaciones anuales, ofrece un espacio al estudio de la gestión del capital humano, liderazgo y la competitividad que este simboliza para las empresas, es por ello que exteriorizan principalmente el desafío de una organización en componente de estilo de liderazgo, en el cual manifiesta que es la adopción al cambio el 28%, gestión de equipos 28%, concertar la cultura de la empresa un 21%, detener el talento clave con un 13%, y dogmas fuertemente acomodadas con un 8%; y dentro del primordial reto en componente de gestión de personas, se encuentra un foco (Concentración de los individuos en un ambiente de inseguridad laboral) con un 39%, desmotivación ante ambiente hostil 26%, flexibilidad a los cambios con un 19%, depreciación en la compensación 7%, y exceso de trabajo con un 3% (Ekos, 2016)

El estudio sobresale el papel de los puntuales líderes en el proceso de gestión, quienes son los claramente garantes en los resultados a los cuales se direcciona como organización, son quienes originan los cambios estructurales para que obtenga el éxito esperado, donde la oportuna innovación es el equivalente de capacidad, que respalda los resultados corporativos.

Presentemente la gestión operativa y comercial practica influencia directa en el capital humano y la complacencia laboral poseyendo un impacto revelador ante los diferentes eslabones de la cadena comercial, producción y encargo administrativo en las PYMES ya que actualmente se mantiene para las magnas cadenas comerciales o industrias del país, considerando que a partir su fomento como sistema de gestión comercial y administración del talento humano solo cuenta con pocas compañías dentro de las cuales se puede mencionar: la muy importante empresa Acería del Ecuador “ADELCA” Exportador de Acero, dentro de la línea de alimentos esta Operadora y Procesadora de Productos Marinos “OMARSA S.A.”, a su vez dentro de la línea industrial de exportación esta Exportador de camarón, y Negocios Industriales Real “NIRSA S.A.” Exportador de conservas de atún, Claro S.A. así como las empresas de servicios de telecomunicación, etc.

Extendiendo con la ejemplificación se matiza a la compañía Acería del Ecuador C.A. ADELCA, una de las significativas compañías que generan desarrollo económico y empleo a nivel nacional que ha sabido conquistar un nombre en el mercado internacional, la misma que consume múltiples certificaciones que la autentican como empresa líder y modelo a alcanzar en el medio, y que dentro sus importantes triunfos posteriores a la ejecución de una planificación de la gestión comercial que implique a los empleados, formule alicientes y complacencia laboral, los cuales le han reconocido conservar un control exhaustivo e inclemente en la cadena operativa, administrativa y comercial de la compañía, asegurando lucidez, productividad y competitividad, en todas sus líneas operativas, tornándola una compañía ascendente y soberanamente competente, que dentro de sus trascendentales compromisos está mantener las certificaciones, ya obtenidas hasta el momento, liderar aspiraciones que amplíen valor a la cadena operativa y logística de la organización, ser socialmente responsable en las acciones consumadas en el ambiente que se maneja como institución (ADELCA, 2016).

Polylon es una compañía que se dedica puntualmente a la elaboración y comercialización de productos de espuma de polietileno los cuales son considerados de baja densidad y celda cerrada, la compañía tiene una dilatada trayectoria desde su natal Colombia, y lleva permanente en Ecuador por alrededor de seis años. Es una compañía importante en la Comunidad Andina

de Naciones CAN, con empresas, plantas de producción y agencias comerciales en dos países estratégicamente ubicados en Sudamérica, como lo son Colombia y Ecuador. Apuntalados en amplios centros de distribución comercial y clientes institucionales en los dos países mencionados, que mantienen productos de un alto nivel comercial gracias a una propuesta de valor agregado la cual integra innovación tecnológica, el trabajo en equipos consolidados la comunicación y el servicio.

Dentro de sus principales actividades la compañía elabora productos de plástico para tapicería de automóviles de cualquier gama, al igual que mallas en polietileno las cuales sirven para la protección de las exportaciones de frutas, protecciones que sirven para la conservación del banano en puntual etapa, así como tubos plásticos de aislamiento térmico y cableado en espuma que se implementan tanto a escala residencial como industrial. Su último producto el cual tiene aceptación en el mercado es el flotalon, los cuales son tubos de espuma flotantes que se usan en las piscinas. El enfoque comercial de POLYLON S.A. ha sido su fuerte en la protección del racimo de banano en los periodos de producción, con una materia prima 100% virgen con un oportuno servicio y atención a clientes. POLYLON S.A. tiene como importantes clientes a compañías agrícolas de todo el país, empresas de tapicería, construcción y de recreación como los son piscinas, entre otras. Su fortaleza es la atención clientes, la compañía comercializa sus productos en todas las provincias del estado ecuatoriano, y está creciendo firmemente gracias al respaldo y trabajo de todos los que la integran.

Ante el eminente aumento de amenazas y riesgos focalizados que se vive en la actualidad por los riesgos comerciales que afrontan las empresas a raíz de la pandemia del COVID 19 a nivel mundial, en cuanto a la operatividad en la cadena suministros, y operaciones POLYLON S.A., se ve en la inmediata importancia de reinventarse comercialmente para promover la ejecución de un modelo para gestionar las actividades comerciales y optimizar las practicas operativas de la empresa con la finalidad de obtener niveles óptimos que inciten la protección en su cadena logística y que junto a su capital humano de trabajo puedan formar políticas y procedimientos que originen las inferencias en el crecimiento institucional.

El lograr practicar una consumación de acordes procesos que fortalezcan la gestión de recursos y organización de las trascendentales operaciones comerciales y empresariales, que hoy en día son establecidas como aquellas estrategias empleadas en los nuevos sistemas de desarrollo, administración y oportuna gestión de todos aquellos recursos empresariales efectuados en la evolución organizacional, es por ello que los administradores, gerentes, y directores buscan de forma tenaz perpetrar descritos procedimientos con la finalidad de forjar un giro valioso en la cultura organizacional que conciba un incremento en el nivel de comunicación, cometido y trabajo colaborativo que se vea revelado en el aumento de la producción y optimización de recursos de la institución.

## **1.2. Planteamiento de problema de Investigación**

Durante los últimos años, se han presentado cambios mundiales sobrevenidos por el fenómeno de la globalización, específicamente en el campo de la gestión administrativa, han extendido mayor superioridad en las compañías y mercados de todos los países y continentes; en descrito entorno situacional, el perfeccionamiento de todas las actividades comerciales en que implique el recurso humano provoca la puesta en marcha de novedosos modelos de gestión administrativa y gerencial, que provoquen la mejora del ejercicio organizacional y comercial empresarial.

POLYLON S.A. desde su origen en el mercado ecuatoriano y colombiano; la compañía, tiene varios departamentos en los que figura el operacional, administrativo, distribución, bodega, gerencial y, por último: ventas. Este tiene una particularidad clave, la cual es generar ingresos, mientras que, quienes lo componen su objetivo principal es vender.

Es puntual constatar, además, que presentemente no se lleva a cabo un estudio de sus objetivos frente al desarrollo de las ventas y penetración de mercado, por cuanto nunca se ha estimado a las ventas como aquella área en la que, la rápida obsolescencia de los procesos, políticas, objetivos, estrategias y programas es estimada como una amenaza constante. Por lo tanto, la compañía correspondería valorar con regularidad su orientación estratégica hacia el mercado y contar con herramientas adecuadas para la planeación, dirección y control integral de las ventas.

Según Kotler (2012), el importante proceso de comercialización expone cuatro elementos principales: ¿cuándo?, ¿a quién?, ¿dónde? y ¿cómo? En el primero, el escritor reseña al instante puntual de llevarlo a efecto; en el segundo elemento, a la estrategia geográfica; el tercero, a la puntualización del público objetivo y definitivamente, se hace una referencia a la maniobra a emplear para la introducción del producto al mercado.

Dentro del área de comercialización, de POLYLON no consta con una figura ordenada o procesos que correspondan seguir para la venta de los distintos productos que produce esta compañía. La importante problemática es que el personal comercial transfiere sus productos directamente al consumidor final con precio que oferta al mayorista faltando a los intermediarios autorizados por la organización, lo que conlleva a un problema de pérdida para los dos involucrados. E incluso acarreado problemas externos al contexto laboral interno.

Dentro de la problemática relatada en el apartado anterior, se agregan las quejas por parte de los distribuidores, por lo que el 15% del producto se comercializa a precio de cliente final. Sin embargo, a pesar que la compañía no tiene una organización estructurada o un orden internamente de la misma, si hay un procedimiento y política determinada en que el personal mercader no puede despachar mercadería a usuarios finales.

No obstante, este procedimiento se ejecuta ya que no hay capacidades concretas con relación a las ventas de los bienes, es decir, si aquel personal comercial vende un producto X, el mismo que no estaba determinado, ellos no alcanzan una comisión por expendio de cada uno del producto vendido. Ya que, actualmente cada miembro del equipo de ventas comisiona solo por puntuales productos y no por todos que existe en la gama a comercializar de POLYLON S.A.

Mientras que a su vez se establece un problema macro el cual se determinó en la investigación previa, mediante la aplicación de una guía de entrevista a profundidad con el gerente de POLYLON donde expresa que existe una inadecuada comunicación interna que se lleva entre departamentos de la empresa, ya que no existe un orden como tal y asimismo las políticas internas

no son lo efectivamente enérgicas para provocar casos de crisis o sobredemanda de productos.

Así también, no se cuenta con una delegación de ocupaciones por parte de los altos mandos de la empresa hacia todos los supervisores, o empleados, lo que funda cierto desconcierto en el instante de querer establecer una estrategia ya sea de ventas, mercadeo, o de comunicación interna.

En el puntual caso de conservar el proceso usual de comercialización, presentemente aplicado en procesos, es natural pensar que poseerá a futuro una incorrecta planificación, control y valoración de ventas, poco interés en dirección al cliente, decremento en la cuota de mercado, notables niveles de insatisfacción por parte de los clientes y además la merma de los números de ventas.

Por todo lo descrito, se hace forzoso, analizar el proceso de comercialización que presentemente dispone la compañía en cuanto a procesos, para establecer sus limitaciones y la forma en que pueden ser renovados, poseyendo como meta la elaboración de un puntual modelo para comercializar todos los productos que mencionado piloto sea totalmente integrado a todos los departamentos de la compañía.

De este modo, es preciso para el progreso de métodos contar con dicho modelo de gestión gerencial de las actividades comerciales, presentemente inexistente, que constituya los procesos micro y macro de ventas que genere un discernimiento sobre las necesidades de los clientes, y el cambio continuo del ambiente laboral.

#### **1.2.1. Formulación del problema**

¿Cuál es el modelo de gestión gerencial para reestructurar el departamento comercial de POLYLON S.A., para conseguir un incremento en las ventas orientado al mercado de la exportación de productos de consumo masivo, construcción e incluso de uso personal, que acceda a la eficiencia y eficacia en las ventas de la compañía?

#### **1.2.2. Sistematización del problema**

Diversas incógnitas parten de la evocación del planteamiento del problema, donde se procuran dar contestación con el desarrollo del presente estudio de orden académico:

- ¿Cómo un modelo de gestión gerencial desarrollará las ventas de Polylyon S.A.?
- ¿Cuánta predisposición existe por parte de los empleados del departamento comercial de Polylyon S.A. para obtener información?
- ¿Cómo se implementará un modelo de gestión gerencial para reestructura el departamento comercial de Polylyon S.A.?
- ¿Qué tan factible será implementar una reestructuración del departamento comercial de Polylyon S.A.?
- ¿Qué elementos internos y externos intervienen negativamente en el ejercicio laboral del departamento comercial de la empresa Polylyon S.A.?
- ¿Cómo un modelo gerencial ayudará a la reestructuración del departamento comercial de Polylyon S.A.?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Elaborar un modelo de gestión gerencial para reestructurar el departamento comercial de POLYLON S.A., para alcanzar incremento de ventas en el mercado de la exportación de productos de consumo masivo, construcción e incluso de uso personal.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Determinar el funcionamiento actual del departamento comercial de la empresa Polylyon S.A., en base a un análisis previo de la situación.
- ✓ Definir las posibles problemáticas internas que existan dentro del departamento comercial de Polylyon S.A.
- ✓ Establecer un modelo de gestión gerencial en el departamento comercial que incrementará las ventas y mantendrá un público fiel dentro de la cartera de clientes.

### **1.4. Justificación de la investigación**

A pesar que la compañía POLYLON S.A. cuenta años en el mercado de Ecuador y Colombia y tenga una cartera de clientes extensa, con notables ingresos anuales. Es forzoso indicar que esta compañía refleja varios problemas que se observan desde el ambiente externo de la compañía, lo que

podría ocasionar la pérdida de clientes. Con ello se razona que no existen políticas bien definidas dentro de la empresa.

Con la elaboración de un modelo de gestión gerencial, para el perfeccionamiento de las actividades comerciales para la compañía POLYLON, se desplegarán soluciones en el área de comercialización, a un grupo de factores entre los que se subrayan la ausencia de un direccionamiento hacia el cliente, la carencia de sistematicidad en la gestión de ventas, los elevados niveles de centralización y repetición de la actividad de comercialización, así como la incorrecta planeación, dirección y control del proceso de ventas. El alcance de la investigación es desplegar un modelo de gestión comercial, con el objeto de extender la eficiencia y eficacia de las ventas.

La investigación es justificada con la intención de aplacar la carga profesional que conserva el gerente comercial, donde se evidencia una saturación de funciones o a su vez demasiada delegación de operaciones, lo que se vuelve un desorden tanto para los empleados, como para todo su público externo. Es por esto, que la actual investigación tiene la necesidad de solucionar la problemática central. Para consecutivamente, orientarse al área de ventas y así obtener una correcta organización dentro de este departamento importante de POLYLON S.A. Tener una serena distribución organizacional posee un valioso beneficio, el primordial es lograr que la compañía sea más eficaz y forme más manufactura productiva, además de alcanzar los objetivos corporativos. (Diario La República, 2018).

El análisis precedente relatado sobre el proceso de ventajas y la ejecución de un modelo de gestión de prácticas comerciales que provoque el perfeccionamiento organizacional aceptado por su dominio sobre la fecundación de productividad y responsabilidad entre todos los colaboradores de la empresa en el marco del movimiento comercial, donde explicada ejecución de optimización de recurso fortifiquen la organización, y a su vez el ambiente corporativo actual. Presentemente la competencia, el desarrollo y capacidad organizacional además de la optimización de recursos son ejercicios que evidencian el desarrollo de ordenamientos y políticas en las compañías modernas. Hoy en día el perfeccionamiento productivo y la competitividad no son procedimientos que se circunscriben a ser efectuados al sector empresarial

privado, asimismo logran ser incluidos a sector público, indagando provocar un progreso integral competitivo entre toda la cadena productiva suscitando la mejora organizacional. En el actual y reciente ambiente empresarial ya no se dialoga puramente de formar desarrollo o bienestar corporativo, se habla indivisiblemente del dispositivo que provoquen la competitividad y operatividad, puntualizadas o teorías se emplean para personificar lo mismo ya que se asume que la competencia transporta a la operatividad, lo cual tolera a la optimización de recursos en la empresa y este lleva al desarrollo sostenible.

Es transcendental demostrar que, antes de constituir la organización se debe establecer la cantidad de capital humano que se va a emplear para efectuar las ocupaciones, definir los compromisos y a quien se encomendará en cada proceso o área, donde una de los cambios es efectuar, un modelo de gestión, que ayudará a que POLYLON S.A., quien lleva más de dos décadas en el mercado conserve una organización práctica y que así consiga tener una conexión entre sus dispositivos, además de examinar las secuelas de las acciones, previo a una valoración propia de este modelo de organización.

La investigación es transcendental porque subraya la jerarquía de perfeccionar el modelo de gestión de gerencial vigente, el cual pretende recapacitar sobre el bajo ejercicio organizacional, y la necesidad de un diseño estructurado de plan estratégico, que vaya a la par con el bienestar social con conocimientos de vinculación, mejora, unificación y estimulación de los individuos organizadamente. Con estrategias de ajuste, por ejemplo, se puede formar el sentido de pertenencia y pertinencia que se precisa para vigorizar el compromiso de cada uno de sus órganos en el desempeño de objetivos comerciales y corporativos.

Se destaca la contribución de la investigación, la cual forja tendencia por la competitividad las mismas que son expresiones perpetradas en el mundo en cuanto a la expresión competitiva son diversas, y su más valiosa definición se localiza dentro del contexto del perfeccionamiento realizado en la gestión empresarial, el cual se encausa para promover mercedes en un marco dinámico con componentes propios, donde se fundan componentes muy precisos como el perfil del líder de la empresa, la educada encargo de los recursos institucionales, los mismos que alcanzan a mostrarse de forma física o

del capital humano, a su vez se meditan estrategias conjuntamente con el idóneo estudio del ambiente competitivo, esto con la aspiración de promover un mando en secciones definidas de la compañía, aprobando constituir un perfeccionamiento sostenible en la compañía, y a su vez en el mercado al cual se dirige como empresa (Uzcátegui & Solano, 2015). El medio empresarial moderno, se define por ser profesional el cual es un estado que establece la competencia, el desarrollo y perfeccionamiento productivo, donde la constante estabilidad de las compañías en los mercados industrializados y globalizados es un reto, por lo cual la invariable búsqueda de acciones transformadoras que forme la competitividad se convierte en un reto eterno al que afrontan las compañías.

Las ejercicios que forjan progreso empresarial gira sobre la palabra competitividad, en el cual la totalidad de veces se lo estima como reseña de los productos que son principalmente mercantilizados o a su vez sean más seductores y considerados en nuevos mercados, así mismo al vocablo se lo presenta como el ligado de condiciones que se confieren en su hábitat, para la formación de bienestar y complacencia de los clientes (Fonseca, 2015). Al conservar una perspectiva hacendosa y profesional obtenemos enunciar que ser competitivo es el ejercicio que aprueba estar un paso más allá que la competencia, donde se observa el interés adecuado de sus líderes o fiadoras de la dirección institucional y así mismo el inteligente manejo de todos los recursos, métodos y sistematizaciones con los que cuenta la empresa.

Uno de los componentes notorios son las operaciones de valor adherido en la que se ve unida la cadena de operativa y que implica valiosa estimación para el éxito de cualquier cadena de comercialización. Para tal fin, resulta justo forjar una guía de valor que se consolide a un producto en cada uno de los compendios que disponen los procesos de la cadena de operaciones. Por ello se especifica al valor agregado como aquella puntual diferencia efectiva entre el valor económico, los ingresos materiales y las salidas de un proceso de producción (Marrero, Vinajera, & Ruiz, 2017). Con lo expuesto en reseña a lo expuesto por el autor sobre el valor agregado que conserva un producto de la cadena de operaciones, al obtener un modelo práctico y natural de optimización de ordenamientos se dará mejor claridad a la actividad comercial

que se notará en el perfeccionamiento de los servicios, practicando todos aquellos estándares determinados internacionalmente y con la asistencia de inspecciones de seguridad regulados por la misma compañía, al redimir ordenamientos eficientes, se afina como una empresa sólida organizacionalmente conducente al mercado productor de comercialización de bienes en polietileno, consintiendo extender su oferta y prevaleciendo en las expectativas de los clientes.

El actual propósito de titulación trata sobre cómo confeccionar un fortalecimiento empresarial conducente en la gestión gerencial y su eficacia en las actividades comerciales, el cual debe crear apoyo en técnicas y prácticas aptas de organización y mercantilización las cuales endurezcan el sustento central en Fiabilidad/Confiabilidad o RCM establecido por sus siglas en inglés (Reliability Centred Maintenance)

Presentemente el poder examinar los distintos requerimientos y necesidades de los individuos, la empresa debe aprovechar sistemas, modelos e instrumentales de gestión para fundar destrezas que perfeccionen el servicio y que no solo consienta las necesidades de los potenciales clientes sino además compriman los costos prolijos inmersos como medio de evasión, y que por medio de componentes logísticas de inventario inspeccionen sus diligencias cotidianas y el ambiente para la evolución de la compañía.

El estudiar y valorar el contexto de los ordenamientos que se forman entorno a la planificación dirección y control refiere que en el presente proyecto se forme una apología práctica investigativa, puesto que presentemente la empresa exterioriza centrales observaciones en los ordenamientos de valoración y control comercial, tomado desde esta apariencia es imprescindible que se valore el presente contexto para establecer los beneficios y el ascenso que conservaría el uso y la consumación de un plan de acción que sistematice y forje un control de las labores de la empresa, y a su vez compensar la falta de recursos que presencien al mejoramiento de sus procesos.

Se exhibe la categoría de asimilar el ambiente competitivo institucional de la compañía POLYLON S.A. empresa que conforma el amplio sector industrial de la ciudad de Guayaquil, partiendo de la incitación y colaboración propia como maestrante de cuarto nivel de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, mediante la alineación y progreso académico, el asimilar la

contribución en materia de perfeccionamiento competitivo, donde la delicada investigación que se procura entrever auxiliará al discernimiento sobre el tipo de metodología operativa comercial que se procura efectuar a importante empresa del sector industrial, sus particularidades y primordiales ventajas competitivas que se alcanzarán como consecuencia, para certificar la cadena comercial, consolidándose como compañía establecida y sostenible.

## **1.5. Marco de referencia de la investigación**

### **1.5.1. Marco Teórico**

La actual investigación valorará la importancia de la ejecución del programa de gestión comercial en busca de alicientes que inicien la complacencia laboral, basado en la productividad y competitividad que espera la compañía, este apartado esbozará los conceptos y teorías metodológicas de oportuna preeminencia que sostienen la investigación.

#### **1.5.1.1. La administración y la gestión gerencial**

La historia parte del relato de significativos momentos en la historia de la administración donde uno de ellos nace por el siglo XX cuando Adam Smith anuncia su libro la riqueza de las naciones en el cual departía las notorias ventajas que planteaba la división del trabajo, así como que sus colaboradores creen tareas especializadas, lo que les formaba a las compañías y organizaciones grandes ventajas (Taylor, 2006).

Partiendo de ello brota la necesidad de tener teorías honestas que auxilien tanto a las organizaciones como a los líderes y gerentes a planear, gobernar, constituir y fue con la llegada del siglo XX que se enuncian las primeras teorías. De este modo surgen teóricos como Coulter allá por el año 2011 que instruye la teoría moderna de la administración científica año en donde se anuncian los primeros escritos de Frederick Taylor, puntual obra en la que muestra que la dirección consiste en la diligencia de un método científico la alcanzar la “mejor manera de hacer un trabajo”. La cual se conoce con el nombre de “escuelas” a puntuales grupos de autores que sostienen en escritura metodológica principios y métodos análogos referente a una disciplina determinada (Ponce, 2005).

Las bases teóricas son muy precisas para establecer hacia dónde va la compañía, su misión su visión, sus valores, sus objetivos, la variación de los

enfoques lineales, la estandarización de los diferentes fenómenos de la institución así como las maniobras de publicidad, marketing y ventas que establecen el posicionamiento de la compañía, nada de esto sería viable si no se poseen los recursos tal como lo insinúa Fernández, cuando alude el uso de “nuevas estrategias y el manejo de recursos como son; marketing, producción, humanos, finanzas, operaciones, economía y contabilidad (Barreiro, 2011)

#### **1.5.1.2. Gestión**

El ambiente empresarial, accedido por variados procesos, pero uno de ellos el cual forma e induce el correcto trabajo de una organización es el de gestión, el propio que dentro de sus dispositivos utilizables esta la administración, planificación, innovación, control organizacional y dirección los mismos que llevan al perfeccionamiento sostenible de una compañía.

Gestión es el proceso donde interactúa el trabajo y subsiguientemente entra en la obtención de administrar o gestionar algo dentro del ambiente institucional. Es por ello que gestionar es acarrear diligencias que admiten la realización de un proyecto comercial o cierto emprendimiento. Por otra parte, administrar soporta ideas de gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar un explícito proceso, cosa o situación (Veiga, 2013).

De allí se recalca la categoría del proceso de gestión dentro de una institución ya que intensifica el perfeccionamiento empresarial del establecimiento, como también la delicada administración de los disímiles recursos con los que cuenta la compañía.

#### **1.5.1.3. Gestión administrativa**

Así mismo Raffino (2019) define a la gestión administrativa como aquella clasificación de los procesos para obtener las metas de una institución. Íntimamente de esta gestión encierra componentes, operaciones y formas en la que se utilizan recursos monetarios, humanos y materia prima en la transformación de productos, materiales e incluso se medita sobre la gestión de servicios.

Asu vez, (Economipedia, 2017) la conceptualiza como aquel ligado de ejercicios que abarcan un plan estratégico de transacciones que auxilian a proporcionar valor a una compañía; asimismo que una gestión asiste a

conservar buenas relaciones con los clientes, ya sean los mismos clientes dables o los que la empresa ya ha mantenido durante el tiempo.

Con todo esto, se logra adicionar que una gestión administrativa es importante para una empresa como Polylon S.A., ya que, en el área comercial, a pesar de no tener políticas determinadas se manifiesta una notoria problemática en ventas y posicionamiento del negocio.

#### **1.5.1.4. Definición de los modelos de gestión gerencial**

Partiendo de la historicidad de la gestión empresarial, el vocablo Gestión, procede del latín gesño que es el ejercicio y consecuencia de administrar o gestionar, se trataría entonces de las vías o rutas que transportan al beneficio de objetivos en los negocios, así como a su vez estas nociones involucrarían operaciones como organizar, dirigir, gobernar, disponer (Van den Berghe, 2016).

#### **1.5.1.5. Tipos y modelos de gestión gerencial**

Según Buitrago, Rodríguez, y Serna (2019) varios teóricos revelaron la presencia de características y modelos de gestión. De los cuales esta Peter Drucker quien expresa la existencia de tres tipos (p.78): La política, gerencia patrimonial, y por objetivos.

- La gerencia patrimonial: Es establecida por la gerencia presidida por grupos familiares regularmente trasciende la jerarquía empresarial.
- La gerencia política: Es muy similar a la gerencia patrimonial y en la cuales expresa que las obligaciones de mayor grado se da prioridad a afinidad política, con ello se describe que este tipo de gerencia no se da principalmente en sociedades industrializadas sino más bien en politizadas.
- La gerencia por objetivo: Considerando el criterio de Peter Druker se delinea en un punto o un objetivo final, entonces toda la gerencia pone sus energías para establecer un propósito

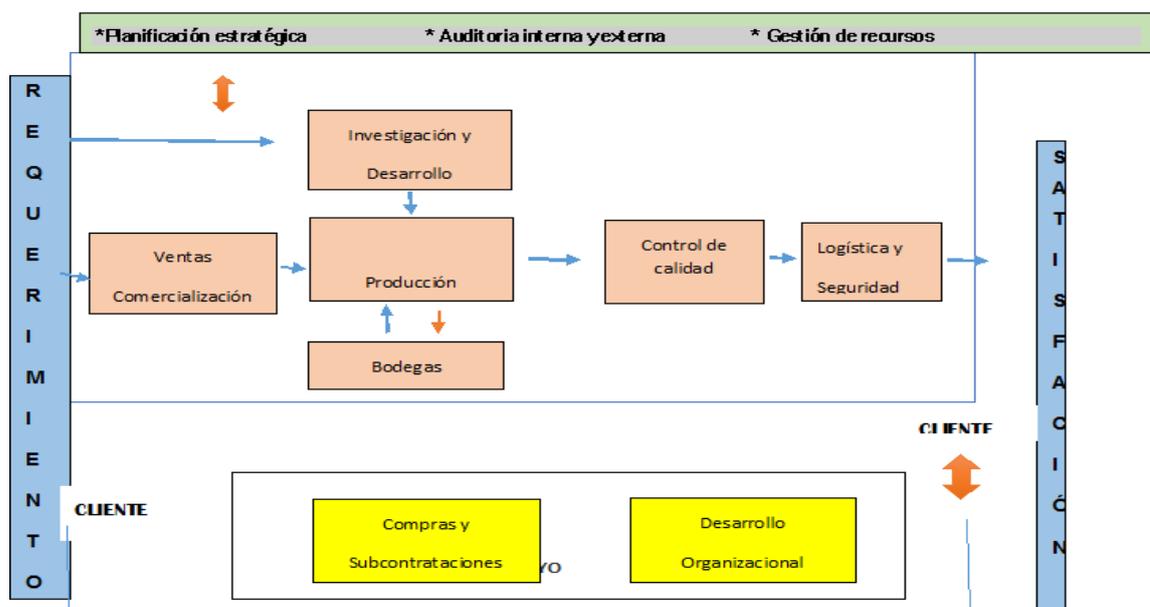
#### **1.5.1.6. Modelos de gestión gerencial**

Los Modelos Gerenciales son pericias que involucran la gestión operativa de Management que se manejan para direccionar el gobierno estratégico de una compañía u organización. Se suscitan en las disímiles escuelas clásicas o modernas de corriente administrativa

### 1.5.1.7. Modelo de Planeación Estratégica

Este piloto es uno de los más empleados en cualquier compañía, es aquel que compone, constituye y ejecuta las líneas conducentes al logro de los objetivos institucionales, cuyos efectos serán adheridos a la misión y además avalen desarrollo y fluctuación económica gracias a las disposiciones tomadas por quien gobierna la organización a si lo indica Steiner la planeación relata el proceder de las providencias actuales, por lo cual, la planeación observa la cadena de derivaciones y efectos percibidos durante un tiempo, coherente con una decisión que tomara el director de una organización (Valdés, 2005).

#### Mapa de procesos de la gestión gerencial



**Ilustración No. 001 mapa de procesos**

**Fuente: Pérez (2010) Gestión por procesos**

Zacarías Torres describe a la planeación participativa como aquella que pende de tres elementos, estos son:

- Principio participativo: Solo a través de la colaboración en el proceso de la planeación recíproca es que los participantes de una organización consiguen desarrollarse (Torres, 2014)
- Principio de continuidad: Debido a que los programas no logran ser pronosticados con precisión, todo plan puede marchar como se esperaba por bien dispuesto que haya estado, por ello deben ser analizados permanentemente (Torres, 2014).

- Principios holísticos: El principio de relación e integración concerniente se proyectan sincrónica e interdependientemente para obtener excelentes resultados. (Torres, 2014).

Porter plantea descrito modelo con la categoría del estudio competitivo, no solo en la enunciación de la estrategia de la compañía, sino además en las economías colectivas, en la comercialización, en el estudio del mercado de valores y diversas otras plazas de los expertos de la dirección, en ocupaciones diversas y en disímiles organizaciones (Porter, 2012).



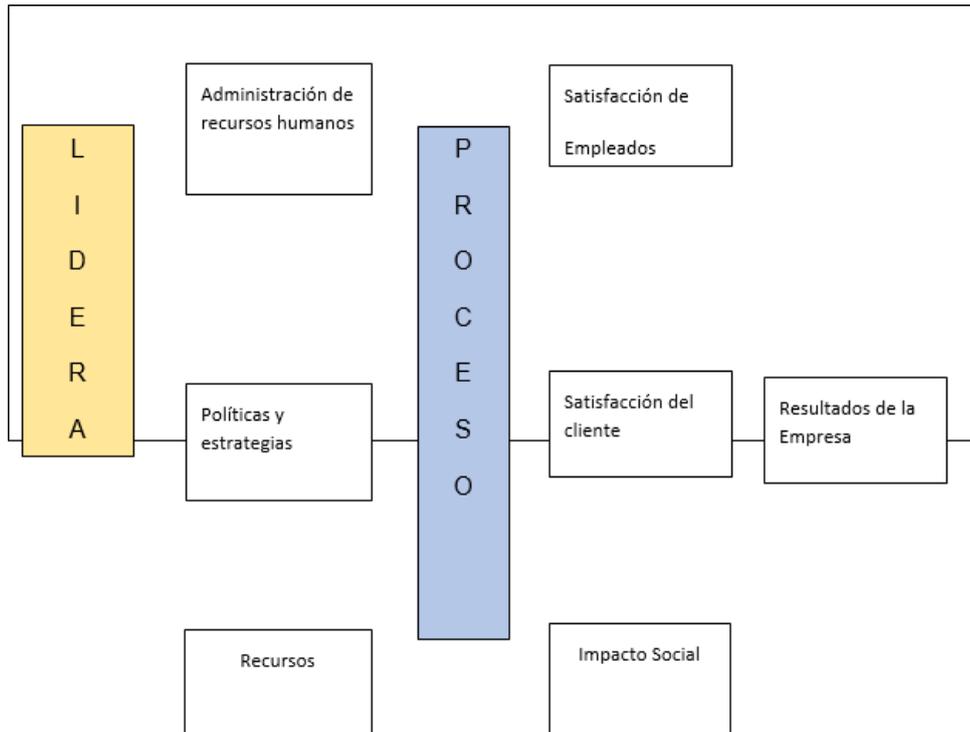
#### **Ilustración No. 002 mapa de procesos**

**Fuente: Porter (2012) Involucrados dentro de una organización**

##### **1.5.1.8. Modelo de Calidad total**

Para que una institución esté compuesta, debe poseer identidad es, decir, un oriente de lo que es y lo que debe hacer donde nada es más significativo para las organizaciones actuales que su capacidad para enfrentar con éxito el cambio de una organización que pronostique el cambio pretenderá fundar una nueva correspondencia entre su ambiente interno y el ambiente externo previsto (Bennis & Nanus, 2008).

“Las compañías no obtendrán a conseguir el éxito a menos que sus pericias en el adelanto y la innovación, resolviendo con voluntad de competir, y en una penetración realista de su ambiente nacional y de la forma de mejorarlo” (Miller, 2017, pág. 253).



**Ilustración No. 003 Modelos gerenciales basados en cambios en la calidad total**

**Fuente: Miller (2017) Modelo de calidad Total**

Descrito modelo se asienta en un proceso ecuánime de necesidades y esperanzas de los grupos de interés que dentro ellos están clientes, accionistas, trabajadores, y propietarios.

#### **1.5.1.9. Modelo kaizen, mejoramiento continuo**

Se parte del análisis del cual Since Masaaki Imai define al Modelo Kaizen como el progreso incesante que es aquel que envuelve a administradoras, trabajadores clientes a todos.

La palabra KAIZEN etimológicamente es definida como: KAI = Cambio, ZEN = Bueno (para mejorar) (Suárez, 2007)

Este modelo japonés es aplicado en la empresas actuales y por los resultados derivados a dado efectos de ahí que el proceso comprende:



**Ilustración No. 004 Modelo kaizen, mejoramiento continuo**  
**Fuente: Suarez (2007) Modelo Kaizen**

#### 1.5.1.10. Modelo Justo a Tiempo Just In Time – (J. I. T.)

“Just in time” Modelo deslucido con las siglas JIT que expresa “Justo a tiempo”. El cual parte de una filosofía que precisa la forma en que compensaría optimar un régimen de producción. Se intima de conceder materias primas o dispositivos a la línea de producción de modo que consigan llegar “justo a tiempo” a modo que son necesarios (Fernandez R. , 2017). Establecida como una filosofía industrial de exclusión de todo lo que envuelva sobrante en el proceso de producción que va desde las compras hasta el proceso de distribución.



**Ilustración No. 005 Modelo Justo a Tiempo Just In Time – (J. I. T.)**  
**Fuente: Fernández R (2017) Modelo JIT**

### 1.5.1.11. Empowerment

Es aquella herramienta de autoevaluación y evaluación comparativamente del interés de la compañía, y, por otro lado, además el benchmarking se consigue esgrimir como proceso. (Cruz, Carreón , Rosas, agular, & Rivera, 2014)



**Ilustración No. 006 Empowermetn**  
**Fuente: Fernández R (2017) Empowerment**

### 1.5.1.12. Modelo de gestión gerencial por competencias

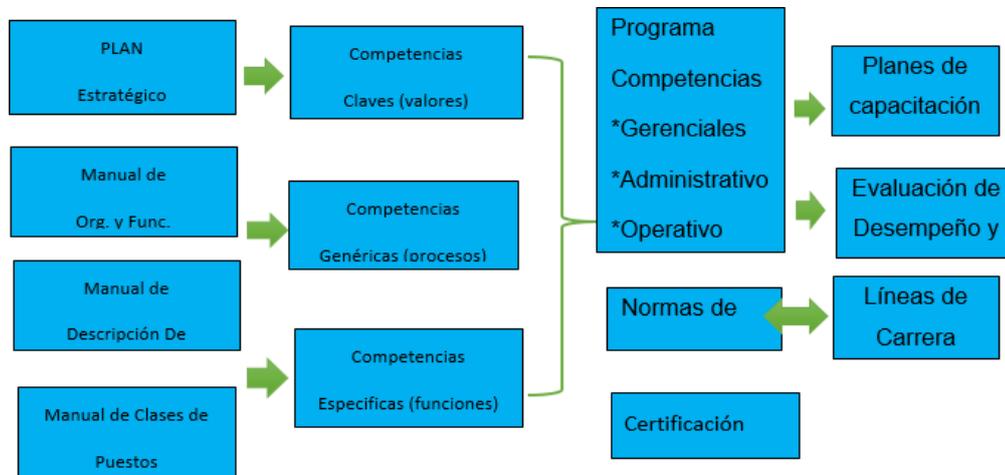
La gestión por competencias la cual parte de un modelo de gerenciamiento en el que se valoran las capacidades personales concretas para cada sitio de trabajo beneficiando el perfeccionamiento de nuevas capacidades para el desarrollo personal de los empleados.

Las competencias son: conductas que algunos individuos dominan mejor que otras, y que las hace más fuertes en una explícita situación (Moreno, Moreno, & Dávalos, 2015)

Según Chiavenato (2007) La gestión por competencias parte de un modelo que se sitúa a través de un programa que observa los siguientes pasos que se ocurren de esta manera:

1. Sensibilización

2. Definición de las capacidades genéricas de la empresa.
3. Estudio de los puntos de trabajo.
4. Enunciación del perfil de competencias citadas
5. Estimación inventiva y redefinición de los perfiles



**Ilustración No. 007 Modelo metodológico para la gestión por competencias**

**Fuente: Fernández R (2017) Gestión de competencias**

### 1.5.1.13. Modelo de Gestión por objetivos

Los procesos de la dirección por objetivos es una segura “best practice” para anunciar, vigilar y exponer lo que ocurre íntimamente del trabajo organizacional. Es mejor pensar en términos de MBO que en las simples palabras de “maximizar utilidades” (Drucker, 2014).

Se ha reconocido puntualmente las áreas importantes donde precisamente las instituciones deben fundar objetivos de performance bajo la sistemática de MBO. Ellas son:

- a) Posicionamiento en el mercado
- b) Innovación
- c) Productividad
- d) Recursos físicos y financieros
- e) Rentabilidad
- f) Performance y desarrollo gerencial
- g) Performance y actitud del personal
- h) Responsabilidad pública

Peter Drucker exterioriza que un modelo no solo debe ser escrito sino además empleado, por la gerencia o la dirección lo ponga en funcionamiento mencionado plan o modelo.

#### **1.5.1.14. Función y elementos de la Gerencia**

Fayol ya instituyó cinco ocupaciones administrativas hace más de un siglo, en el que expone: organización, planeación, dirección, coordinación y control. Mientras que Kast y Rosenweing observaban seis ocupaciones de la administración, entre ellas existen la planeación, fijación de objetivos, organización y ampliación, integración de recursos, y el control (Perez, 2015).

#### **1.5.1.15. Gestión gerencial**

La gerencia visto desde la óptica de Chiavenato, alude que es la capacidad para ocuparse con y a través de los sujetos para el logro de los principales objetivos, (2009) es así que conseguimos citar que líderes de cada organización son los que transportan a desempeñar los objetivos a toda la empresa, los hombres ubicados dentro de la "cúpula" de la empresa ven en la alocución de la administración habitual, manuales que les benefician en la práctica, pues dentro de los ejercicios de proyectar, constituir, gobernar y controlar a los hombres, les acceden lograr las metas delineadas por la organización (Costa, 2014)

#### **1.5.1.16. Qué es un Gerente**

Alles, (2007) señala que: "El vocablo gerente es una alusión para escoger el acto de gobernar a los demás, alcanzar las cosas, así como que se hagan, dar y ejecutar órdenes"(p. 133)

Cardona (2013), señala que: "El gerente su razón de ser es para ejecutar el objetivo o misión de la compañía". A pesar de que mencionada misión altera según las particularidades del contexto donde proceda existen seis compromisos básicos que componen la particularidad de su acción, esta son las siguientes:

- Desarrollar el estado de la tecnología de la institución.
- Perpetuar la organización.
- Suministrar dirección a la organización.
- Aumentar la productividad.
- Compensar a los empleados.

- Auxiliar con la comunidad

#### **1.5.1.17. Tipos de gerente**

- **Gerentes de primera línea**

Los gerentes de primera línea gobiernan a empleados los cuales no son gerentes; y que a su vez no controlan a otros gerentes. Unos ejemplos de gerente de primera línea serían el jefe o el supervisor de fabricación de una planta productiva, el supervisor técnico de un área de investigación y el supervisor de una agencia grande o sucursal (Sellenave, 2015)

- **Gerentes medios**

El vocablo gerencia media contiene diferentes niveles de una organización. Los gerentes de niveles medios administran todas las diligencias de gerentes de niveles más bajos y, en momentos, las de empleados de operaciones (Sellenave, 2015)

- **Gerentes de segunda línea**

En descrita clase de gerentes dirigen los movimientos llevadas a cabo por los gerentes de primera línea y, en innegables momentos los ejercicios de los empleados estratégicos. Su ocupación principal reside en administrar aquellas conductas encauzadas a la ejecución de políticas propias de una compañía (Sellenave, 2015)

- **Alta gerencia**

La alta gerencia está concertada por una cantidad considerable de individuos tamañamente pequeña y es la garante de dirigir toda la organización. Estas personas reciben el nombre o catalogadas como ejecutivos (Sellenave, 2015)

#### **1.5.2. Cultura organizacional**

Las organizaciones establecidas como aquellos sistemas sociales que indagan obtener las metas determinadas donde, conjuntamente interactúan en un ambiente interno indagan exteriorizar las conductas, ya sean estas relaciones empleado – empleador – cliente. (Amaya & Castillo , 2006)

La cultura organizacional se obliga como una compilación de reglas, valores que son instruidos por las personas y grupos internos de una compañía con el fin de vigilar o normar las interacciones que concurren dentro y fuera de la misma. (Buján Perez, 2018) Esa cultura se representa y se distribuye de la



siguiente manera:

#### **Ilustración No. 008 Cultura Organizacional**

**Fuente: Amaya & Castillo 2006**

Entre las particularidades puntuales en que la cultura organizacional se consigue expresar son las siguientes:

- Maneras en que la empresa despliega sus movimientos internos o externos, confianza con los clientes, y aquellos colaboradores e incluso la comunidad en general.
- La capacidad conjuntamente con la libertad para la toma de fallos y aporte de nuevas ideas.
- Gestión de las altas gerencias y su dominio para transferir las instrucciones al resto de compañeros.
- Responsabilidad que conservan los empleados para desempeñar los objetivos trazados por la organización.
- Los valores de la empresa se asientan en las reglas y esperanzas que tiene la empresa en sus empleados. (García, 2017)

##### **1.5.2.1. Definición de procesos**

De acuerdo a la normativa internacional ISO 9000:2000, en el que se pone en evidente que: Proceso es el combinado de operaciones que se aciertan equitativamente estando conexas o que permanentemente interactúan con el modelo administrativo, las cuales convierten los elementos de entrada en resultados (Colin, 2002).

### **1.5.2.2. Identificación de procesos**

La precisión de los procesos que gobiernan dentro una empresa se halla explícitos en su misión y visión corporativa, evaluando aquellos aspectos fundamentales básicos en los que la compañía debe encargarse del trabajo. Es significativo organizar los conocimientos para adquirir ideales conocimientos en la visión del futuro corporativa (Ramirez & Ramirez, 2016).

### **1.5.2.3. Gestión por procesos**

La gestión por procesos establecida como aquellos ejercicios que accede la optimización de recursos, donde las empresas hoy en día deben ser autosuficientes correspondiendo trabajar con sistemas que toleren ser más fructíferos, mejorando la comunicación en las importantes áreas de la organización. Determinada asimismo como aquella forma de negociar la compañía, la cual consiente envolver a los empleados en todas aquellas diligencias que son parte transcendental del triunfo de la línea de negocio, desplegando técnicas precisas para conseguir las metas y objetivos señalados por medio de las estrategias generales que se utiliza en los establecimientos orientándose en la satisfacción del cliente.

“La gestión por procesos habita en congregar el cuidado en la derivación de cada una de las actividades comerciales o métodos que ejecuta la empresa, en sustitución de aquellas labores o actividades focalizadas” (Fernandez M. , 2003, pág. 37).

La gestión por procesos es la ejercicio consiente reordenar los flujos de compromiso laboral de toda la compañía, o a su vez de algún departamento explícito, con el firme propósito de dar un cuidado de calidad enfocado a compensar todas aquellas penurias y requerimientos que los clientes soliciten, así como a su vez suministrar la realización de las tareas y optimización de todos los recursos, forjando un cambio encauzado a una mejora en la prestación de servicio.

La gestión por procesos se inserta en la producción de la calidad, y dispone de la herramienta principal para el desarrollo de una de las maniobras puntales del plan de calidad.... Puesto que se toma en consideración desde el inicio las necesidades y perspectivas de los clientes, y se mide su importante nivel de satisfacción. (Rojas, 2010, pág. 7).

Es característico subrayar que presentemente se están originando cambios dentro de las empresas modernas en las cuales se reflexiona la gestión por procesos; las cuales son ejercicios precisos para su beneficio, con el firme designio de afirmar ventajas competitivas imponderables; para ello, esta herramienta metodológica hace viable un encargo interfuncional arista de valor para el cliente, por ello procura alcanzar su complacencia.

Un modelo de gestión es una escritura o marco sistemático de reseña para la apropiada administración de una compañía, donde los modelos determinados de gestión pueden ser diligentes tanto en las compañías como en aquellos negocios privados partícipes del amplio mercado, así como en la administración pública. Es estimada una forma sistemática y fundada para la oportuna toma de disposiciones de representación gerencial (Tobar, 2011).

Como referencia se menciona la eficacia y empuje que se dispersa con una acorde cumplimiento de conocimientos operativos que incrementen la competitividad organizacional, estimando el caso de una compañía en el mercado nacional como lo es JASAFRUT S.A. compañía que cuneta como su importante actividad comercial la exportación de banano al mercado internacional, empresa que dentro de su sistema de cuidado operativo logístico mantiene una certificación como Operador Económico Autorizado o OEA, la cual es una estado que autoriza ser honesto como compañía exportadora, ella encuadrada en el campo logístico y de las operaciones de exportación, esta atestado además le accede ser bien observada ante los mercados, así como con todos sus socios comerciales y primariamente ante sus clientes, a su vez otra de las ventajas es que avala ser una compañía decorosa permitiendo captar en seguridad, perfeccionamiento organizacional y competitividad en los futuros mercados (JASAFRUT S.A., 2017)

Con las ideas y concepciones precedentemente indicadas se puede relatar que un modelo de gestión es un módulo que permite tomar el fallo más beneficioso con conexión a un proceso. Para el presente propósito investigativo se busca fundar el estado capaz para el direccionamiento gerencial importante de los disímiles recursos manejados en la empresa.

## **CAPÍTULO II MARCO METODOLOGICO**

### **2.1. Tipo de diseño de la investigación**

El presente proyecto es naciente de un tipo descriptivo, puesto que se mantendrá como referencia determinar el estado actual de los procesos que tiene el departamento comercial de la compañía POLYLON S.A, donde es fundamental realizar una investigación, para una previa recolección, estimación y un análisis puntual de datos, que acepté a concluir varias incógnitas investigativas, necesidades y perspectivas del problema reciente de la gestión, donde al verificar totalmente la información, es puntual gracias a la oportuna uso de un guía de observación, y para poder captar el valioso criterio del líder y gerente de la compañía mediante una guía de entrevista para conocer la pertinente toma de decisiones y utilización de la información y de las gestiones que se efectuaran, en visorias de mejorar el desarrollo organizacional, que va a partir de una oportuna administración eficiente para forjar procesos plenos en busca de la producción y competencia de la compañía.

El modelo investigativo es de carácter no experimental, en el que se descubrieron los fenómenos tal y como ocurre dentro del marco y el contexto natural, para luego comparar todos los datos resultantes durante la actual investigación, la misma que se cumplirá en un único instante y escenario ya que por el diseño investigativo este será transversal y de tipo descriptivo.

#### **2.1.1. Alcance de la investigación**

El moderno y puntual estudio es de gran utilidad en toda el área comercial de la compañía POLYLON S.A., para un excelente y una conforme misión laboral, procurará alcanzarlo mediante la notoria recomendación de emplear un plan o modelo de gestión gerencial para el rediseño del departamento comercial de la empresa POLYLON S.A. de la ciudad de Guayaquil, con el cual el gerente comercial de la compañía logrará cumplir un mejor desarrollo organizacional

#### **2.1.2. Alcance descriptivo**

El objeto de estudio establecido en poder valorar la presente situación de las operaciones comerciales, con el seguro objetivo de delinear acciones y procedimientos continuos de control de todas aquellas labores en el mercado, puestos en manifiesto dentro de la cadena de valor, administrativa y de estable

gestión en la compañía, eso apoyará al perfecto desarrollo de los sistemas estratégicas, para la toma de un mejora y adecuadas decisiones las que son de completo carácter gerencial, las cuales son enfocadas a los garantes de la operatividad de la compañía ya que se cubrirá puntualmente las necesidades y altas expectativas de la organización, todo ello para ampliar la calidad en la prestación de los servicios, y mejora de los productos, ellos dirigidos a las puntuales acciones estratégicas que presentara el modelo, realizando un crecimiento competitivo. A su vez se colaborará al pleno proceso operativo comercial, ya que mantiene un directo contacto con el usuario, ello creando movimientos con mayor valor añadido y planeando un impacto sobre la satisfacción de los clientes internos y externos de la institución.

La investigación que se pone en manifiesto busca determinar de qué modo se vulnera la falta de un claro modelo de gerencia comercial de la compañía POLYLON S.A., mencionado inicialmente en los antecedentes, este estudio partirá de la metodología a utilizar que es de orden cualitativa de recolección de importantes datos, aceptando conseguir y proveer principalmente a los representantes, socios o gerente de la compañía, la información principal sobre los diferentes tipos de dificultades que exhiben en la cadena comercial y operaciones, de igual modo está conducente a mejorar sus servicios, manteniendo un acorde desarrollo y cultura organizacional, lo que conllevará a optimizar el oportuno proceso de toma de decisiones. Partiendo de ello se enmarca a la propuesta de desarrollo operativo comercial que direcciona, genera alcance, avala la calidad y responsabilidad empresarial, donde se aprobará adquirir información de las otras actividades que se efectúen. A su vez se observa y examina el real impacto producido por inadecuados procesos operativos comerciales, por lo cual infiere directamente en la competencia y producción institucional.

### **2.1.3. Alcance correlacional**

Planteado con anterioridad, el objeto primordial de estudio de la presente investigación, persiste en examinar el contexto actual del proceso de dirección comercial y proponer mejoras para defender toda la cadena operativa de la compañía POLYLON S.A., mediante la enunciación de adecuadas acciones

que inciten el fortalecimiento organizacional, con lo descrito se procura entender la analogía o grado de asociación que conservan las variables causadas de la implementación de un modelo de gestión gerencial en el departamento comercial, estas explícitas variables se sujetan directamente por medio de la diligencia de una regla en procesos de planeación y direccionamiento para el área comercial, se prevé equilibrar aquellos procesos erróneos que ocasionan fallas administrativas de las cuales trascienden a significativos efectos económicos y financieros difíciles de enfrentar en un futuro, así como se motivará proporcionar una medida que estimule a crecer la producción y renta; la correlación entre las variables es directa, cimentada como punto de partida el realizable fortaleciendo de toda la cadena productiva, la cual concederá a los implicados en ganar mayor precisión y claridad en las labores, a su vez favorece un pleno control positivo y pertinente comunicación entre clientes, por lo cual se repasa que la correspondencia es positiva, sostenido en los beneficios varios que se concede mediante el planteamiento de la propuesta.

#### **2.1.4. Enfoque de la investigación**

La investigación parte de una orientación gerencial que acude a los gerentes a tomar medidas para administrar cortésmente el cambio dentro de un contexto globalizado y versátil, para subsiguientemente pasar a un direccionamiento diverso cualitativo ya que se narra como aquel procedimiento explícito para estudiar de modo científico una pequeña muestra de todos aquellos objetos de investigación, partiendo de este caso se asimilarán los contextos en cuanto al perfeccionamiento organizacional y generar un acorde proceder por parte del capital humano implicado en las distintas operaciones dentro de la compañía.

#### **2.2. Métodos de investigación**

- Método deductivo: es exhibido como aquel que modelo y da iniciación a los datos generales percibidos como legal para lograr una conforme conclusión de tipo particular; el cual proviene a emplearlo para proceder a la forma de ejercicio del proceso de gestión comercial de POLYLON S.A.
- Método inductivo es cual mantiene como punto de inicio los datos particulares para obtener desenlaces frecuentes. Se lo emplea para

compendiar el idóneo proceso de gestión comercial, partiendo de las tendencias que se cumplen en la planta central de operación, esto aceptó fijar un modelo de gestión para ser aprovechado en POLYLON S.A. Donde dicho método permite adquirir información de entrevistados y se observó los hechos colocado de modo directo en las instalaciones de la compañía, para luego reconocer y llegar a oportunas las conclusiones y recomendaciones.

### **2.2.1. Caracterización del objeto de estudio**

El objeto de estudio el cual es la compañía POLYLON S.A., naciente en el año 2010; la misma que está conformada por varias sucursales, donde varias son generadoras de empleo en diversos sectores del estado. A pesar de ser una sola compañía a nivel nacional, cada negocio o cadena se maneja de manera independiente, por lo tanto, mantiene las operaciones como compañía individual que posee. Partiendo de ello la investigación diseña la propuesta de realizar el procedimiento para la gestión comercial de la compañía.

### **2.3. Unidad de análisis población y muestra**

#### **2.3.1. Población**

En la investigación ejecutada en POLYLON S.A. se reflexionó como población a los empleados que ingresan en el proceso comercial de la cadena de operaciones de la compañía

- Gerente o Coordinador de ventas de POLYLON
- Jefe de Operación
- Jefe de Control de Producción de POLYLON
- Jefe de Bodega

### **2.4. Variables de la investigación operacionalización**

#### **➤ Variable Independiente**

Aplicación de un modelo de gestión comercial en los procesos de operación para la gerencia comercial

#### **➤ Variables Dependientes**

Fortalecimiento en el área comercial de la empresa POLYLON S.A. para aumentar la operatividad y productividad en el Mediano Plazo

## **2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información**

- Fuente primaria: expuesta con la finalidad de conseguir información precisa, fiable y de primera mano, la investigación cumple con entrevistas y visitas de directa observación, como se lo había expuesto con anteriormente, se procederá primero a analizar los individuos adecuados dispuestos a colaborar con el presente propósito.
- Fuente secundaria: La información secundaria a manipular en el presente proyecto de investigación de orden académico será en base a precisos trabajos de desarrollo investigativo donde este inmersa la gestión comercial, así como la de operaciones ya realizados por otros autores con anterioridad en libros de gestión y administración de operaciones, apartados científicos que tengan indagación importante para este proyecto y demás consultas en diversas páginas web institucionales y corporativas.

### **2.5.1. Técnicas e instrumentos para la recolección de información**

- Entrevista estructurada  
Para el conforme impulso de preciso proyecto se adquirió información mediante entrevista estructurada y consumada al gerente garante integral del proceso gerencial comercial y operativo de la compañía POLYLON (*Ver anexo 01*).
- Visitas de observación  
Se formaliza el proceso de observación directa con el fin de conseguir información que alcance ser útil ante los ojos de los sustanciales realizadores del presente proyecto de orden académico, para estar al tanto de detalles con correspondencia a la gestión comercial de la compañía POLYLON S.A. (*Ver anexo 02*)

## **2.6. Tratamiento de la información**

Tomada como asiento la información transmitida por las distintas metodologías e instrumentos disponibles en el actual proyecto de enfoque académico se elaborará una precisa selección y observación para considerar cada uno de los datos derivados por el ejercicio. Donde lo importante es examinar los procesos comerciales y de operaciones de la compañía, para así poder localizar cuáles

son las importantes debilidades que se exponen en el delicado proceso, para así levantar un análisis conducido de puntuales indicaciones y recomendaciones que admitan corregir el ejercicio comercial de la compañía.

Todos aquellos datos acaparados serán estimados, examinados y expuestos dentro una primordial función que son las variables trazadas para decretar las razones por las cuales no se ha obtenido a un desempeño con efectividad de todos aquellos procesos operativos en la compañía POLYLON S.A., conociendo y derivando a profundidad el inicio y naturaleza de la situación en que se delimita el determinado proceso y así obteniendo a la técnica de análisis de contenidos.

## **CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **3.1. Análisis de la situación actual**

En la actualidad POLYLON S.A. está situada entre unas de las principales e importantes empresas productoras de espuma de polietileno a nivel nacional, su aprobación y popularidad se debe a la alta calidad de sus productos, calidad en servicios y a sus precios competitivos. Fundamentando el proceso que conserva la compañía, objeto de estudio se cree importante observar los esfuerzos propios para concertar a la entidad y el escenario en el que se inmersa. Considerando aquello es oportuno efectuar estrategias comerciales que vayan formando cambios de medidas de actuar, para lograr un aumento de estrategias para así poder batallar con la competencia actual y con ello introducirse en el mercado tecnológico.

Hoy en día la compañía POLYLON S.A. es sujeta a dificultades de precepto organizacional, por tal motivo la compañía precisa innovar en técnicas que convengan aumentar sus ventas mediante un modelo que forme de manera inmediata la atracción de los empleados del departamento comercial a la idea comercial, la misma que servirá de soporte para el ampliación de ventas, el modelo de gestión comercial aprueba optimar los lazos de trabajo en equipo el cual se destaca por el bienestar del capital humano de la empresa y así retirar los elementos internos y externos que median negativamente en el trabajo laboral.

El interés compuesto de la oportuna investigación parte de la actuación de un modelo óptimo de gestión gerencial para el departamento comercial, donde se notificara que la compañía corresponderá ser conducente como una red de conocimientos conexos o interconectados, donde no se verá retenida la estructura organizativa a nivel de las labores, esta se asentará hacia una inclinación horizontal partiendo del interés de las estructuras modernas hacia los procesos macros, apreciada como aquella metodología que conduce mejorar la provecho, agrupándose perennemente en el importante diseño exacto de un cuidadoso observancia de datos y procesos de una institución.

Hoy en día el Ecuador y el sector empresarial en general camina en la vía del desarrollo, proporcionando desarrollo a las compañías que fortifican la economía del país. Así se señala la activa contribución de diversas entidades

beneficiosas entre ellas públicos y privados, que se sujetan al proceso sistémico de las compañías ecuatorianas notablemente responsables, por ello será favorable que se aproveche una orientación globalizada, componiendo varias acciones y propuestas que admitan la perfeccionamiento como un modo de alcanzar que los esfuerzos se perfeccionen en lugar de impulsar vanas emulaciones entre sí, logrando las iniciativas de manera establecidas, para así constituir métodos productivos que sean partidarios resistibles y competitivos.

La ética organizacional de la empresa POLYLON S.A., se alinea a:

#### ❖ **Misión**

Crear el bienestar y valor, buscando continuamente la satisfacción de las necesidades y las expectativas de nuestro mercado meta, mediante el desarrollo y la comercialización de soluciones superiores de protección, contra impactos, térmica y acústica en: empaque, embalaje, construcción o remodelación de inmuebles, así como productos en el campo de protección para la comodidad y la sana diversión.

#### ❖ **Visión**

Obtener lealtad hacia nuestras marcas y los máximos beneficios para nuestros clientes, distribuidores, colaboradores, proveedores socios es nuestro esfuerzo continuo por mantener el liderazgo en el campo de la protección.

#### ❖ **Valores**

Valores Para el cumplimiento de nuestra misión, nos comprometemos a inculcar y profesar los siguientes valores que creemos firmemente que son los pilares de nuestra estrategia y son clave del éxito. Calidad- Compromiso, Comunicación efectiva- Credibilidad- Honestidad- Lealtad- Mejoramiento continuo- Orientación al cliente- Responsabilidad- Trabajo en equipo.

#### **3.1.1. Ubicación geográfica**

Dirección exacta: Provincia: Guayas, Parroquia: Tarqui Ciudadela: Industrial Barrio Mapasingue calle. Emilio Romero Av. Juan Tanca Marengo Número: S/N Edificio: Bodega J Kilómetro: 3,5 Referencia ubicación: Junto al Edificio. RTS.



**Ilustración No. 009 Ubicación geográfica POLYLON S.A.  
Fuente: Google maps POLYLON S.A.**

### **3.1.2. Principales certificaciones que posee POLYLON S.A.**

- Certificación ISO 9001: POLYLON S.A., mantiene un atestado, la misma que es una disposición de métodos de gestión de la calidad (SGC) que es inscrita internacionalmente, aludido el sistema “SGA” que ha favorecido a una sólida construcción, de instrucciones, métodos y recursos precisos para socorrer a POLYLON S.A. a vigilar, reformar su beneficio y llevarla hacia la eficacia, con un correcto servicio al cliente en una agraciada producción.
- Certificación ISO 14001: Es la normativa establecida internacional de sistemas de gestión ambiental (SGA), que asiste a POLYLON S.A. a identificar, anunciar y intimar todos aquellos riesgos ambientales, como parte sus oportunas y buenas prácticas de negocios habituales.

Dentro de las principales ventajas que ha obtenido la empresa POLYLON S.A. son:

- Haber alcanzado un beneficio continuo del SGA, con templados objetivos de perfeccionamiento, que han concurrido a POLYLON S.A. a un uso más moderado de las materias primas, beneficiando el ahorro de los costes
- Se ha almacenado una misión optima del cumplimiento de la legislación: la certificación ISO 14001 asistiendo a estrechar el esfuerzo obligatorio para negociar la obediencia legal y al encargo de sus primordiales riesgos ambientales

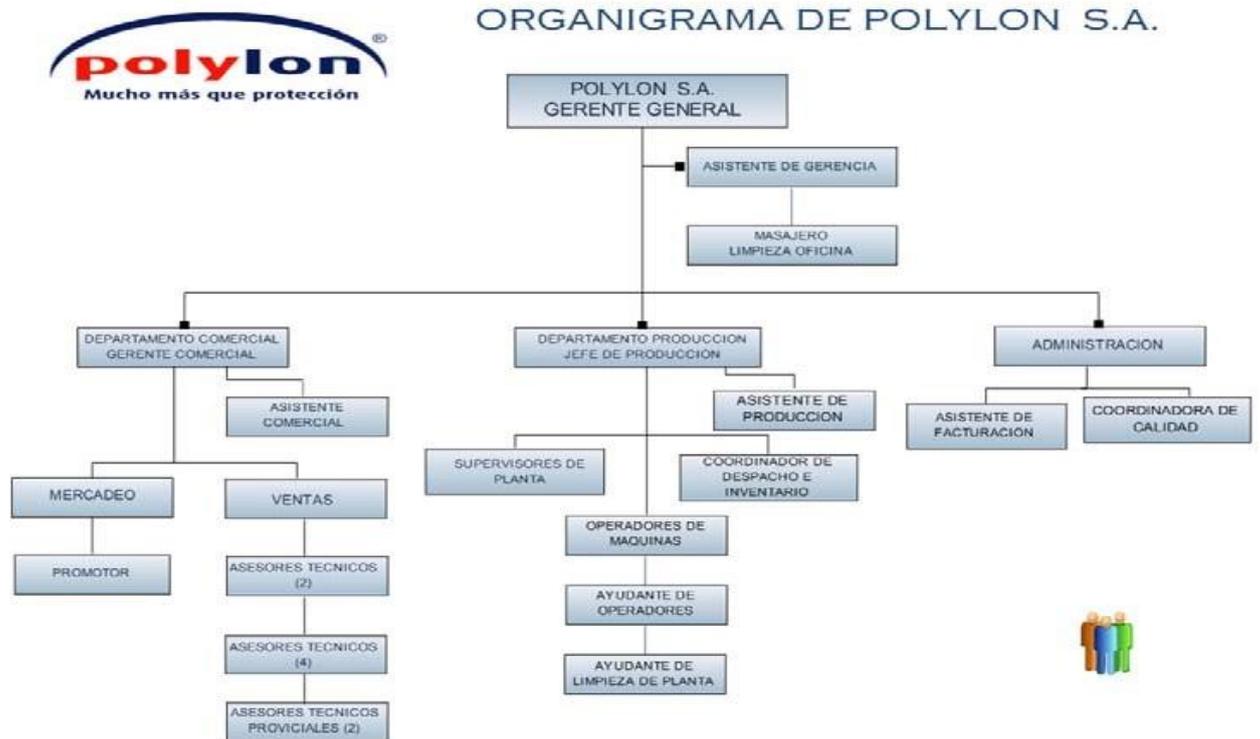
- Ha registrado la baja y la duplicación de energías, lo cual ha considerado perfeccionar las exigencias de ésta y otras reglas de encargo en un único determinado sistema de ejercicio para sujetar la duplicación de esfuerzos y los costes.
- Ha permitido conservar como un provisor elegido que accede acrecentar su ventaja competitiva, lo cual le ha considerado trabajar con compañías que estiman las organizaciones que respetan el medio ambiente
- Ha facilitado la composición con la regla de sistemas de gestión tal es el caso de la ISO 9001(Calidad).

### 3.1.3. Principales productos que posee POLYLON S.A.



Ilustración No 010 catálogo de productos POLYLON S.A.  
Fuente: POLYLON S.A.

### 3.1.4. Organigrama de la compañía



**Ilustración No 011 Organigrama de POLYLON S.A.  
Fuente: POLYLON S.A.**

### 3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

Partiendo como punto análogo, la referida gestión gerencial de las operaciones comerciales, ha experimentado inestimables acciones de ampliación y ha sido admitida ciertamente por los administradores y organizaciones de las líneas consignadas del progreso, la propagación de programas espoleara la mejora continua y personifica una confirmación sólida de su pensamiento y una espléndida conformidad para así fortificar los mercados, firmar alianzas trascendentales que vale para perfeccionamiento de los mercedes que advertirán las compañías y crear el actual modelo de operaciones comerciales en un medio interesante para el sector importante productivo, una puntualizada asimilación residirá de los informes sobre cómo se acarrear las operaciones comerciales en el siglo XX, donde una labor por demás colosal que sea, la tecnología es incrustada como método de apoyo, donde al consumir el siglo no se pudo crear un fortalecimiento, en el inicio del presente siglo donde se ven

florecientes rendimientos de cómo la tecnología forma una intervención o apoyo para que los corrientes de operaciones y logística sean prósperos con presentes procesos de gestión y control de seguridad.

Tras la diligencia de los mercados añadidos a la globalización histórica, se conseguirá afirmar que la administración, gestión gerencial y comercial simbolizara una de las significativas prioridades de las organizaciones actuales, donde se sitúa en evidencia el compromiso que todos los copartícipes de la compañía obtendrán para ampliar su contribución con un apoyo técnico y financiero que quedarán al alcance de las metas empresariales a mediano plazo y objetivos diseñado que originen a las compañías, y organizaciones sellar una diferencia en la competitividad de los mercados a los cuales se direccionan, así como ser responsables.

Como representación se exhibe que la gestión gerencial va de la mano conjuntamente con la administración de operaciones comerciales en que se inducirá el desarrollo y la correspondencia entre todos los niveles sistemáticos de las compañías y restantes colaboradores pues al lograr operaciones poderosas les vale para optimizar la correspondencia y el entendimiento equitativo con todos los miembros.

### **3.3. Presentación de resultados y discusión**

#### **3.3.1. Presentación y análisis de resultados de la entrevista aplicada al gerente de empresa POLYLON S.A.**

✓ **Pregunta 1. ¿Qué estructura de procesos tiene actualmente POLYLON S.A.?**

La organización con la que actualmente cuenta la institución es muy jerárquica lineal, donde se direccionaran todas las habilidades a los responsables de 2da línea técnica para que a su vez estén ajustadas a los subordinados de menor rango dentro de la línea oficial, eso a su vez es un modelo de instrucciones institucionalizado.

✓ **Pregunta 2. ¿La compañía basa su gestión en un Modelo de Operación por Procesos y Funciones?**

La compañía basa su juicio de gestión en un modelo corporativo de operaciones con modelos intervenidos por instituciones como los bomberos a nivel nacional, la cual al quebrantar uno de los procesos se

castigará, ya que, al ser una compañía productora con materiales peligrosos, se conserva un firme control de las operaciones.

✓ **Pregunta 3. ¿Bajo su criterio, cuáles son los procesos estratégicos y cuáles son los de apoyo, dentro de los departamentos?**

Aquellos procesos principales son textualmente el de planificación como primer orden, la dirección, y gestión como 2do que guardan los responsables a nivel nacional ya que al ser una empresa grande manejamos los procesos rectamente de operaciones, los cuales guardan instrucciones de apoyo, como el de logística, y producción que son monitoreados perennemente por los procesos estratégicos.

✓ **Pregunta 4. ¿Creé Ud. que la gestión por procesos y funciones que se aplica en la compañía contribuye al desarrollo de la misma?**

Como lo exteriorizamos precedentemente los métodos son lineales, muy rígidos, concebimos que, ayuden al desarrollo organizacional, pero opinamos, que existan macro procesos que deberán existir con el apoyo de micro procesos, que auxiliarán a los diferentes contextos de los departamentos.

✓ **Pregunta 5. ¿Creé Ud. que existe un equilibrio organizacional dentro de la compañía puntualmente en el área comercial?**

Conservamos el juicio que la organización que se ha desarrollado con el actual modelo, se ha mantenido en el mercado con altos y bajos a nivel local, por tal motivo indicamos que hemos tomado un equilibrio o seguridad organizacional, ya que nos proyectamos al desarrollo comercial actual y se conserva con una línea el cual ha autorizado entrar en un estado de confort

✓ **Pregunta 6. ¿Bajo su criterio cuales creé que son los procesos que se deba poner énfasis en su mejora, en POLYLON S.A.?**

Creemos que el proceso al cual correspondemos orientar los esfuerzos en redención y llegar a una permanencia organizacional, es el proceso de operaciones comerciales.

✓ **Pregunta 7. ¿Bajo su criterio cree que POLYLON S.A. está gestionando estratégicamente sus actividades en la que involucra el personal de operaciones?**

Creemos que no, porque no se conoce el entorno del colaborador en cuanto a debilidades, errores o molestias del proceso de ventas, nos sujetamos mucho a las ventas que se realizan, mas no se tiene en claro alguna puntual debilidad que se presente o desconcierto que se exponga en el proceso dispuesto que podría ser reformado para la satisfacción de ambos tanto del empleado como de la institución.

✓ **Pregunta 8. ¿La gestión operativa comercial que se implementa se encuentra alineada a políticas institucionales?**

Si, se hallan organizadas a las políticas de la empresa, más no muestran el contexto organizacional que se enfrenta.

✓ **Pregunta 9. ¿Cómo maneja la empresa su sistema comercial actualmente?**

Es conocida por medio de procesos y ocupaciones exactas para cada miembro o responsables de procesos departamentales.

✓ **Pregunta 10. ¿Existe una adecuada planificación de las actividades por medio de funciones en el área operativa y comercial?**

La organización es institucional, mas no existirá una organización puntual para el área comercial o determinada realidad de algún departamento esto quiere expresar que figuran funciones innecesarias y repetitivas.

✓ **Pregunta 11. ¿Se encuentran establecidas estrategias de control de actividades y procesos dentro del departamento de talento humano?**

Existen puntuales ordenamientos y habilidades de control los cuales, son considerados eficientemente por el garante del departamento, ya que al conservar una organización jerárquica lineal se precautelará los bienes institucionales y el compromiso en el desempeño de las labores diarias.

✓ **Pregunta 12. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de su sistema logístico?**

Al no contar con ordenamientos serenos de operaciones, administración, seguridad de recursos, encargo de actividades comerciales y de operaciones que fortifiquen el trabajo en equipo, por tal motivo constituyan un compromiso por procesos, como fortaleza que se refiere

en el nivel de involucramiento e interés del personal en guardar el orden, compromiso y producción de la compañía.

✓ **Pregunta 13. ¿Qué estrategia logística implementa la compañía?**

Al no existir una práctica puntual logística indicada mediante un documento institucional, las actividades logísticas se van a gobernar al cometido de las labores y diligencias dichas en el manual de cargos de cada área y de cada colaborador.

✓ **Pregunta 14. ¿Cuáles son las políticas de la compañía?**

Son algunas las políticas institucionales entre ellas está la responsabilidad social y ambiental reduciendo los impactos socio-ambientales generados, accediendo a los puntuales ordenamientos de la compañía; clientes-usuarios, en el marco del responsabilidad con la complacencia y progreso de las representaciones de los clientes, por medio del ejercicio y un avance continuo que se revelara entre los índices de calidad y costo de producción, conservando riesgos y responsabilidades con la determinación apropiada y dirección correcta del riesgo, para concluir sus impactos y efectos significativos sobre las personas y entre otras políticas.

✓ **Pregunta 15. ¿Cómo implementan la innovación dentro de la empresa?**

El envión del avance incesante de la gestión empresarial, congrega y utiliza firmemente las importantes prácticas y tecnologías que valdrán de apoyo, desplegando la innovación exploración, para así desenvolverse como institución fundando un proceso productivo y competitivo acertado.

✓ **Pregunta 16. ¿Cree Ud. que la implementación de un modelo de gestión gerencial en el departamento comercial mejorara el desarrollo y crecimiento productivo de la compañía?**

Concebimos que todas las contribuciones para la prosperidad de la institución son admitidas, más este que será muy trascendental, para el desarrollo organizacional, y operacional de la compañía

✓ **Pregunta 17. ¿Cuál es la proyección de la compañía ante sus empelados?**

Conservar un capital humano que este satisfecho complaciente, motivado, siendo una parte activa de la institución comprometido

visiblemente en los objetivos institucionales, para que de esta forma cree un progreso organizacional e institucional integral entre empleado y compañía.

### 3.3.2 Presentación y análisis de resultados de la guía de observación aplicada a los operadores logísticos de la compañía POPYLON S.A.

El trabajo exploratorio realizado por medio de una ajustable guía de observación (*anexo 2*), la cual conserva como elementos estratégicos de análisis y distribución organizativa, métodos de la compañía, archivo fuente, relaciones interpersonales, contenido, desarrollo, seguridad, y uso de los procesos, que reflejara como un significativo objetivo para corroborar y narrar la actualidad de la empresa, así como los inclinaciones, técnicas y procesamiento de datos logísticos de la compañía POPYLON S.A.; la detallada observación se la ejecuto el día 11 de febrero del 2020 a las 10am, en el cantón Guayaquil de la provincia del Guayas, asistiendo a las instalaciones, ubicadas en la calle Mapasingue calle. Emilio Romero Av. Juan Tanca Marengo. Se operó una técnica muy conocida para este tipo de indagaciones como lo es la escala Likert, donde se expone el nivel de cometido entre compañía y causa que va a partir de la técnica de estimación exponiendo a 4 como cumple convenientemente hasta 0 que no existe, tal y como se puntualiza en la tabla adjuntada.

**Tabla No. 001 Nivel de satisfacción y cumplimiento de procesos**

| <i>Muy satisfactoriamente</i> | <i>Se cumple satisfactoriamente</i> | <i>Se cumple insatisfactoriamente</i> | <i>No se cumple</i> | <i>No existe</i> |
|-------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|------------------|
| <b>4</b>                      | <b>3</b>                            | <b>2</b>                              | <b>1</b>            | <b>0</b>         |

**Elaborado por: Ricardo Gómez**

**Punto 1.-** Se formó la evaluación de la estructura organizativa funcional, la cual se expuso una ponderación de dos, donde se verifica insatisfactoriamente, por el motivo que consignó errores graves al tiempo de transportar un determinado registro de todas aquellas operaciones comerciales que se archivaban en la actualidad en puntual compañía, se volvió muy impreciso indicar, cuáles son

los presentes manuales y los métodos que se guardan en correspondencia a las operaciones, así mismo, no se señaló, documentaciones que traten los reales métodos y ocupaciones que conserva cada empleado, asimismo se observó una distribución metódica muy adherida de las disposiciones del gerente.

**Punto 2.-** Es propicio que la valoración de aquellos métodos que la compañía regularmente plantea, donde se declara la falta de métodos claros eficaces, se conserva requerir que mantenga una organización muy sistemática, incorporada de las disposiciones gerenciales, por eso se asigna una apreciación de dos, en la cual relata que se consume insatisfactoriamente, por motivación que no preexiste, una correcta distribución de funciones que aplaque la carga laboral de los cuantiosos involucrados.

**Punto 3.-** Los documentos fuentes se evaluaron, el cual guardó una apreciación de dos, el cual asimismo representa que se efectúa insatisfactoriamente, ya que la inexistencia de un oportuno control de actividades en el período comercial, lo que conlleva que los pocos controles que se acumulan serán el registro de entrada de mercadería a bodega por medio de guías de expedición, más bien no constan con convenientes políticas para el adecuado control y provisión por categorías de las productos ingresadas, partiendo de eso se corresponderán consumir instrucciones organizadas que sistematicen el manejo de bodega e inventarios.

**Punto 4.-** Por medio de la guía aplicada, se evidencio las relaciones interpersonales, se estimó una evaluación de cuatro, la cual es cumple muy satisfactoriamente, esto es gracias a la presencia de agraciadas relaciones y distinciones de todo el capital humano, donde la presencia de puntuales desaciertos de inseguridad no altere la armonía institucional, los cuales están comprometidos con las ocupaciones a su cargo, asimismo es justo indicar que se incumbirán otorgar mayores recursos para el cometido de este parámetro que es de primordial e importancia de la cadena comercial y así alcanzar superiores garantías en el desarrollo organizacional.

**Punto 5.-** En este puntual literal se evalúa la capacidad y desarrollo, el cual acogió una estimación de uno, ya que no se efectúa con un significativo juicio de políticas de desarrollo y comercial que se intima en un explícito

departamento, no se manifiesta la situación hacendosa ocupada en la cadena de operaciones comerciales, así mismo exhiben deslices complejos en la seguridad por la escasa cabida de encargo y no se observa metodologías operantes y funcionales que estén atentos a la situación, menos aún revelan instrumentos que señalen su funcionalidad y control.

**Punto 6.-** La seguridad y manejo de las técnicas almacenamiento obtuvo una estimación de tres, la cual es afín a su desempeño al ser una compañía que conserva un costoso riesgo en el dirección y administración de materiales, donde es importante conservar las exactas normas y protocolos de seguridad, que a la vez corresponderán ser indispensablemente consumadas con el medio de elaboración y comercialización objeto de la investigación.

**Tabla No. 002. Resumen de resultados de la guía de observación aplicada a POLYLON S.A.**

|                    | <b>Punto 1</b>                      | <b>Punto 2</b>                 | <b>Punto 3</b>                 | <b>Punto 4</b>                   | <b>Punto 5</b>         | <b>Punto 6</b>                     |
|--------------------|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------|------------------------------------|
| <b>Factores</b>    | Estructura Organizativa y funcional | Procesos de la empresa         | Documentación Fuente           | Relaciones interpersonales       | Capacidad y desarrollo | Seguridad y manejo de los procesos |
| <b>Ponderación</b> | Se cumple insatisfactoriamente      | Se cumple insatisfactoriamente | Se cumple insatisfactoriamente | Se cumple muy satisfactoriamente | No se cumple           | Se cumple satisfactoriamente       |
|                    | <b>2</b>                            | <b>2</b>                       | <b>2</b>                       | <b>4</b>                         | <b>1</b>               | <b>3</b>                           |

**Elaborado por: Ricardo Gómez**

### 3.4. Discusión

Es indudable que los comprometidos en el actual estudio de disposición académica, poseen arduas equivocaciones en el control, dirección y administración de recursos entre ellos humanos y materiales, así como en el manejo de la seguridad y el oportuno direccionamiento de la cadena comercial, pero es transcendental el discernimiento, así como la indiscutible predisposición que guardan sobre separar una indudable gestión y administración eficaz de las operaciones comerciales. El gerente posee claras las debilidades expuestas en la entrevista donde reconoce que la compañía POLYLON S.A es débil en ciertos sectores, a su vez reconoce que es

constante gracias al excelente impulso que ha sostenido la compañía en relación a su estructura donde la conforme gestión de operaciones comercial dinamiza relativamente el área. El estudio afirma la efectiva problemática y de esto parte la decisión de desarrollar y de promover indicadores de mejora organizacional estando plenamente aptos como compañía para asumir el reto de modo eficaz en todo el círculo productivo, dentro de lo cual las entidades de control afirmaran y valoraran a la compañía como optima y garante ante el mercado.

Existen varios contextos de análisis en cuanto a la contestación de la guía de entrevista, ejecutada al gerente de la compañía, mostrando los problemas e inconvenientes puntuales que atraviesan, se puede obtener una compendio de criterios con la indagación mostrada, tomada por medio de la guía de entrevista, así como el oportuno estudio documental, donde se puede evidenciar con notoriedad que no poseen sistemas claros instituidos, menos aún documentados, que certifiquen el desarrollo organizacional y que consta de una notoria conformidad en la puesta en práctica en el desarrollo laboral sin colaboración De un puntual modelo de gestión por competencias que dinamice e impulse POLYLON S.A.; A su vez se parte del notable interés oportuno de mejorar la cadena comercial, integrando a los procesos diversas estrategias y participantes que sumen, con el fin de perfeccionar la comercialización, la competencia, siendo un modelo integral para distintas compañías del medio que deseen originar este tipo de métodos de desarrollo colaborativo y ser observados en el medio como empresa garante, eficiente y eficaz.

## CAPITULO IV DISEÑO DE LA PROPUESTA

### 4.1. Título de la propuesta

Propuesta de implementación de un modelo de gestión gerencial para optimizar las prácticas comerciales de la compañía POLYLON S.A.

### 4.2. Datos Informativos de la empresa a quien se le acerca la propuesta

**Tabla No. 003 Datos informativos de POLYLON S.A.**

NOMBRE DE LA **POLYLON S.A.**

EMPRESA:

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| TIPO DE EMPRESA:                | Comercializadora fabricación de productos, para líneas industriales a base de polietileno   |
| OBJETO SOCIAL:                  | Producción de productos a base de polietileno 100% puro, para industrias y hogar.   |
| DOMICILIO JURÍDICO:             | <b>Provincia:</b> Guayas Cantón: Guayaquil<br><b>Parroquia:</b> Tarqui<br><b>Barrio:</b> Industrial Barrio Mapasingue<br><b>Numero:</b> S/N<br><b>Referente:</b> Ciudadela: calle. Emilio Romero Av. Juan Tanca Marengo Número: S/N Edificio: Bodega J Kilómetro: 3,5 Referencia ubicación: Junto al Edificio. RTS. |
| DEPARTAMENTO INVOLUCRADO        | Departamento de Comercialización  |
| PERSONAS RESPONSABLES           | Ing. Palomeque Jean, Ing. Dalís Flores Saavedra   |
| FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES: | 07/ de mayo del 2001  |
| TELÉFONO:                       | (593-4) 2236505 - (593-4) 2272832 - 1800-765956   |

**Fuente: POLYLON S.A.**

**Elaborado por: Ricardo Gómez**

### **4.3. Antecedentes de la propuesta**

En la compañía POLYLON S.A., no se encuentran completamente concretas las ocupaciones u sistematizaciones claros en relación a las operaciones, que causen una actividad en el beneficio de los ejercicios diarias y más aún las comerciales de la compañía, impulsando el ejercicio laboral, productivo y competitivo de la institución, razón por la cual se han motivado diversos inconvenientes como:

- La impropia administración y control de los inventarios.
- Escasa capacidad de gestión y discernimiento de los productos
- La endeble productividad y competitividad presente en la organización.
- El decrecimiento en el beneficio institucional de la compañía.
- La no manifestación de una conveniente vigilancia o programa que subyugue políticas, labores o instrucciones claras, en cuanto a la comercialización, que convenga motivar y crear un perfeccionamiento absoluto entre los implicados en reseña a la comercialización de los productos en el mercado, conociendo puntualmente las necesidades del mercado y particularidades de los productos.

Por lo tanto, la creación de un modelo gerencial que induzca a la organización operativa comercial para mejorar la mercantilización de productos de POLYLON S.A. promoverá políticas e instrucciones de todas aquellas operaciones de la acción, a su vez la cadena operativa tolerará corregir la eficiencia y eficacia que involucre el capital humano del área operativa comercial, optimizando de este modo, recursos de toda clase y perfeccionando los contextos laborales de la empresa.

### **4.4. Justificación de la propuesta**

Al poder verificar y a su vez realizar un modelo de gestión gerencial para optimizar las prácticas comerciales de POLYLON S.A. que sujete reglas, capacidades, instrucciones claras legible y medibles, para el departamento comercialización y su empleados, donde consentirá perpetrar primordiales pericias de control y seguridad para la cadena comercial y para el progreso integral tanto de quienes dirigen los recursos, como para todos aquellos comprometidos en el manejo de los procesos y a su vez del líder o gerente, donde los mayores favorecidos serán empleados de la compañía regularmente

del departamento comercialización de POLYLON S.A. el vinculado de ejercicios preventivos convertirá a la compañía en un contexto más productivo y realmente comprometido ya que la conciencia comercial y progreso institucional estriba del departamento en estudio.

Para la proposición de perfeccionamiento del modelo gestión gerencial, se ha optado por desarrollarlo por medio de puntuales puestos de trabajo que actúan en el departamento de comercialización, donde todas sus acciones u operaciones que trasgreden claramente en la operatividad y el procedimiento corresponden ingresar en el proceso de innovación, para que la notable gestión en métodos de contracción de costos facilite excesivos diligencias y así poder optimizar el efecto con excelentes rendimientos, ellos bajo la protección de la unidad orgánica ejecutiva o proceso garante de su desempeño situadas dentro del rango central, el cual se encomienda para crear y controlar los efectos de todos los movimientos.

#### **4.5. Objetivo de la propuesta**

Tener con un modelo eficaz de mandato comercial, metodológico y procedimental, que apruebe perfeccionar las destrezas operativas comerciales de POLYLON S.A., con el fin de perfeccionar el progreso institucional.

#### **4.6. Objetivos específicos de la propuesta**

- Instituir ocupaciones al departamento de comercialización conformes a la observancia de los procedimientos de comercialización que ha determinado POLYLON S.A., que son la base principal de la organización.
- Formar capacidades y destrezas entre los garantes de las operaciones comerciales, para desarrollar el nivel de estimulación y productividad de los empleados.
- Promover la eficacia del área comercial y de la compañía POLYLON S.A.

#### **4.7. Análisis de factibilidad**

**4.7.1. Política.** - Para la distinguida promoción de la propuesta en mención se contó con todo el apoyo y colaboración del gerente de la compañía POLYLON S.A. empresa que es objeto de estudio, quien precisó mediante un documento la oportuna autorización al libre acceso de información institucional requerida para el desempeño de esta propuesta.

**4.7.2. Organizacional.** - La compañía toma completamente la responsabilidad de estudiar y refrendar la propuesta delineada por el Ing. Ricardo Gómez, ya que considerándola a la misma como un proyecto favorable para la compañía ya que se constituirá la dirección del área comercial de la empresa.

**4.7.3. Económico.** – El estudio es factible y posible desde la óptica económico financiero puesto que la empresa fija el presupuesto preciso para el establecimiento del modelo operativo de gestión comercial.

**4.7.4 Tecnológico.** - La compañía proporciona todos los equipos tecnológicos forzosos como son las laptops, proyectores de audio y video, y todo lo preciso para poder motivar y propagar la propuesta a los equipos de trabajo de la compañía POPYLON S.A.

**4.7.5. Legal.** - La empresa desde el espacio legal avala todas las erudiciones solicitadas para llevar a cabo la aludida propuesta del modelo de gestión comercial.

#### **4.8. Descripción de la propuesta**

el concreto ofrecimiento se basa principalmente en la capaz puesta en práctica de un eficaz modelo de gestión gerencial, el cual es metodológico y factible, que ratifique corregir las experiencias operativas y comerciales de POLYLON S.A., con el firme intento de censurar el desarrollo actual empresarial, explicado herramienta sujetará información puntual que ratifique formar avance integral entre los procesos comerciales y productivos de la empresa, explicado medio se percibirán favorecidos los empleados, participantes, y jefes del departamento de comercialización donde explicada herramienta sujetará puntual información clara para su posible comprensión.

#### **4.9. Direccionamiento estratégico de la propuesta**

El direccionamiento acertado importante de la propuesta en mención accederá una orientación exacta a las siguientes alineaciones:

- **El Trabajo**

La compañía POLYLON S.A. fundará ocupaciones que incumben cumplir conforme a los procedimientos que se han definido dentro del área de comercialización, que son estimadas como la base importante de la compañía. aludidas labores se fraccionan luego en labores

visiblemente concretas y dan comienzo a que la labor sea fraccionada ya sea esta por su calidad, cantidad o por su grado de distinción en el área.

- **El personal**

Un dispositivo clave en la repartición del trabajo acomoda el personal apoderado de consumir las disímiles funciones. El personal comprometido en la compañía debe poseer determinada una parte concreta de la labor total comercial, es significativo además que las labores metódicas puedan ser realizadas por el trabajador, es decir, que se adecúen a su pleno utilidad, o a sus destrezas y estilos.

- **El lugar de trabajo.**

Un tercer elemento que dispone la distribución del trabajo es el lugar en el cual parten las acciones laborales es decir en el que incumben cumplirse, sujeta los medios materiales, así como el contexto en general, el local, y varios materiales, los módulos de ejercicio, muebles, etc. El ambiente de trabajo está combinado por las situaciones, el ánimo afectivo, el pleno obediencia, fisionomías que influyen indiscutiblemente en los resultados del trabajo.

En síntesis, el trabajador necesita:

- Percibir regularmente los requerimientos de sus tareas.
- Conocer la correspondencia de su adecuado trabajo con el del demás empleado de la empresa.
- Saber su atmosfera de obediencia es decir con sus jefes y la correspondencia con el restante individuos de su equipo de trabajo.
- Su lugar y los dispositivos de que pondrán sus obligaciones.

#### 4.10. Manual de gestión comercial

|   |  |                      |
|---|--|----------------------|
|  | <b>MANUAL DE GESTIÓN<br/>COMERCIAL</b> | Código:              |
|   |  | Fecha: 12/07/2020    |
|   |  | Revisión: 08/08/2020 |
|   |  | Página 01 de 20      |

#### **4.10.1. Introducción.**

El Modelo de Gestión Gerencial para el departamento de comercialización de la empresa POLYLON S.A. es una propuesta que se basa en el modelo de gestión por competencias la que aprecia mejor la capacidad de las personas cuando consigue ser observada durante el inicio de tareas distinguidas en ambientes empresariales reales.

Este modelo consiente precisar las capacidades personales determinadas para cada puesto de trabajo y beneficiar el perfeccionamiento de nuevas capacidades para el desarrollo personal de los practicantes.

Este modelo es importante porque genera orientación de competencias como la base de declaración de habilidades de alineación, a los planes institucionales y a la certificación de profesionales y líderes competentes

La compañía POLYLON S.A., ha definido todas sus diligencias cotidianas en positivos medidas llamados manuales por lo que, el documento personificara las programaciones de la institución para poseer una extensa visión de todas aquellas diligencias que verifica el departamento de comercialización y cada lugar de trabajo íntimamente de la distribución organizativa del departamento en mención de la compañía.

Cabe exteriorizar que el actual manual corresponderá inspeccionar anualmente con correspondencia a la fecha de autorización o a su vez cada que exista una reforma indicadora en cuanto a la distribución armónica de la compañía.

#### **4.10.2. Objetivo del Manual.**

El contemporáneo manual parte en dar a conocer inseparables políticas de todos los ordenamientos, que a su vez será una herramienta de apoyo empleado que consienta inducir al personal que mantiene un nuevo ingreso en las labores que se despliegan dentro de la compañía metódicamente el departamento de comercialización.

#### **4.10.3. Propósito del Procedimiento.**

El presente medio descubre la total actuación donde se relata paso a paso todas aquellas acciones del departamento de operaciones comerciales emparentado directamente con la la gerencia con el fin de conocer con

luminosidad sus labores y los garantes de que este modo se lleve a cabo con vigor.

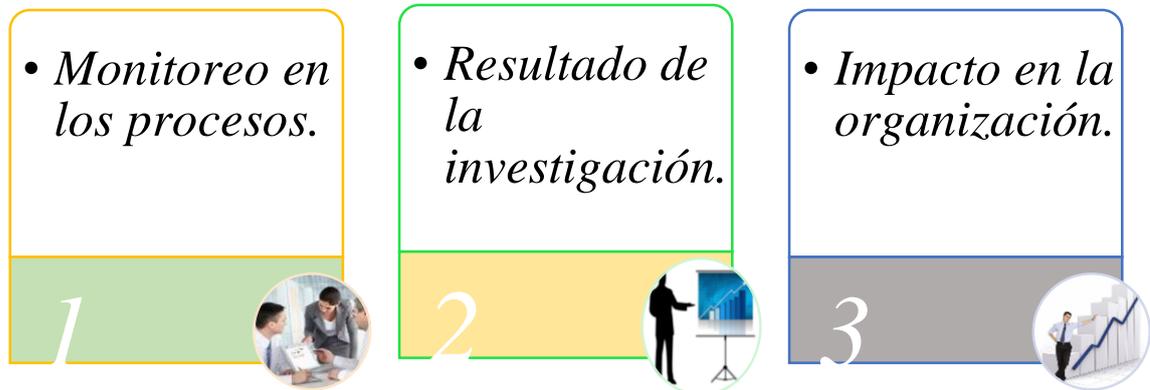
#### 4.10.4. Alcance

El actual y reciente modelo práctico organizacional es de colmada celeridad en toda el área de comercialización de la compañía POLYLON S.A.

#### 4.10.5. Responsabilidades.

La total responsabilidad de la plena consumación de ordenado modelo práctica es estrictamente de la alta gerencia de la compañía con el fin de crear y mejorar las ocupaciones de cada uno de los puestos de trabajo del departamento.

#### 4.10.6. Propuesta de evaluación



**Ilustración No 012 DISEÑO PARA OPTIMIZAR LAS OPERACIONES COMERCIALES DE POLYLON S.A.  
Elaborado por: Ricardo Gómez**

#### 4.10.7. Monitoreo

Determinado como aquel combinado de reglas, y conocimientos evaluativos como didácticos referenciados en mediano plazo, este puntual monitoreo enuncia metódicamente la automatización de todo el proceso de estimación y las distintas valoraciones fundadas en maniobras de ascensos para la total administración de operaciones comerciales, mediante una conforme comunicación entre todos niveles jerárquicos y estudio de los sistemas de manufactura eficiente. Este monitoreo inicia posteriormente que se consume la indagación y monitoreo didáctico, apreciado en el lapso del procedimiento evaluativo, o en el medio del proceso de intervención y estimación en la mitad del periodo informado.

#### 4.10.8. Resultado

Utilizando la pericia del modelo de gestión gerencial se obtendría perfeccionar la calidad de los procesos comerciales de la compañía “POLYLON S.A.”

#### 4.10.9. Impacto

La aplicación de precisa pericia alterará de modo positivo a todos los niveles de la organización que disponen en la organización y su impertinencia será manifestada en el puntual producto final y en el personal que retiene la importantemente producción del bien o servicio.

#### 4.10.10. Forma y condiciones de aplicación.

Se instituirán 3 fases para la actividad de la propuesta.

- **FASE 1.- Familiarización**

Familiarización con todas las capacidades que inquietan la comercialización de la compañía “POLYLON S.A.” para dispersar la productividad en el Mediano Plazo.

- **FASE 2.- Ingeniería del departamento de comercialización**

Constitución o reingeniería de todo el departamento de comercialización de la compañía “POLYLON S.A.” que utilice como guía en el incremento de la productividad en el Mediano Plazo.

- **FASE 3.- Cronograma**

Desplegar un cronograma de ejercicios para instituir la propuesta para eliminar las equivocaciones, que perturban a la compañía “POLYLON S.A.”.

**Tabla No. 004 Cronograma para la implementación de la propuesta**

| ACTIVIDADES  | S<br>-1 | S<br>-2 | S<br>-3 | S<br>-4 | S<br>-5 | S<br>-6 | S<br>-7 | S<br>-8 | S<br>-9 | S-<br>10 | S-<br>11 | S-<br>12 | S-<br>13 | S-<br>14 | S-<br>15 | S-<br>16 | S-<br>17 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Caracterización de la zona de dominio                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Beneficios directos e indirectos del plan            |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Análisis del ambiente                                |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Determinación de la posibilidad del modelo           |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Integración y socialización del modelo               |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Reproducción de reportes de la aplicación del moldeo |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |
| Valoración de los indicadores de                     |         |         |         |         |         |         |         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          |



## CONCLUSIONES

- Acorde al estudio diseñado en el presente proyecto investigativo, se logró identificar completamente los generadores que alteran puntualmente el ejercicio del desarrollo comercial de la compañía POLYLON S.A., esto se debe a la poca vigilancia interna, y que a su vez no se relacionan con una herramienta institucional que tolere un cuidado y direccionamiento real de todos los recursos, es por ello que se finiquita declarando que las operaciones comerciales que exhibe la compañía es muy frágil y en ocasiones es sensible, donde la observancia de las tareas y diligencias se efectúan en parte, a su vez las mismas están citadas dentro del modelo del área comercial y de cada empleado que la conforman, los cuales generan representatividad en las operaciones integrales, siendo ellos parte del departamento de comercialización, el cual presenta realidades distintas a los demás, por ello la empresa se ve en la necesidad de puntualmente identificar los problemas sumidos para, originar un perfeccionamiento organizacional que consienta optimizar las actividades comerciales.
- Mediante la evaluación de campo se pudo describir completamente la problemática que muestra POLYLON S.A., donde las dificultades en el manejo de actividades y procesos comerciales han sido las importantes debilidades de orden organizacional que exhibe, es por ello que se toman medidas para compensar las actividades con el objetivo de optimizar la administración de recursos lugar que es la parte vital y dinámica de la compañía.
- La investigación pudo relatar la significativo para el desarrollo institucional lo que es el poder elaborar un modelo de gestión comercial que contenga el manejo conveniente del recurso humano para perfeccionar la disponibilidad de las exigencias, es por ello que el modelo asiste en optimizar la gestión y administración de las acciones que a cada empleado le son encargadas, además de referir con una excelente inspección acerca de las labores que se desdoblán en la compañía. Por otra parte, se tiene en cuenta que

para que el modelo de tenga óptimos resultados es significativo que el departamento cuente con capacidades y ordenamientos.

- Se resuelve que la compañía POLYLON S.A. debe situar valoraciones que admitan la progreso incesante en base a una mejora en el proceso de comercialización enlazando al personal, esto aprobará conocer quiénes están competentes para practicar las ocupaciones del área de comercialización; y a través de estas valoraciones se podrá inclusive dar oportunidad al desarrollo profesional dentro de la misma compañía, por medio de un estudio pertinente y tomando como valor agregado el nivel de conocimiento, académico, ideas de mejoras, antigüedad y experiencia, lo que conferirá un desarrollo conjunto entre empresa y empleado.

## RECOMENDACIONES

- Para la consumación de todas las mejoras empleadas es necesario comunicar y preparar a todo el personal del departamento comercial, para así conseguir los efectos deseados. Ello desarrollado mediante la organización reuniones cada eventual tiempo con el personal implicado en el departamento de la compañía para formalizar y escuchar planteamientos de mejoras continuas que se consigan perpetrar.
- Finalizado el modelo de gestión comercial, se encomienda que la compañía apadrine la propuesta trazada si bien es cierto que esta ejercicio encierra cierto costo los mercedes que forma dicha instrumento ampliara la eficacia de los procesos puesto reducirá la doblez de trabajo, proporcionara la información solicitada para el correcto observancia de las labores, se precisará las encargos de cada colaborador de la empresa e frenara la pérdida de tiempo en duplicación de directrices previamente instruidas.
- El reto de precisar, desplegar y cumplir maniobras claras es incesantemente un objetivo primario de las empresas. Donde los líderes a su vez, conservan un rol fundamental en la consumación, expansión y seguimiento de las técnicas de apoyo administrativo que perfeccionaran el futuro de la compañía. Es por ello que se deben apoyar y originar el uso del modelo, para que toda la información concerniente a la historia, capacidad, distribución y/o operaciones de la compañía toque a todos sus órganos y positivamente se cumplan los objetivos trazados.
- El uso de este modelo no solo va a favorecer a los participantes actuales, también corresponderá como guía para aquellos nuevos elementos del equipo de trabajo de la compañía de forma tal que gozaran un novedoso instrumento de inducción y se les proporcionara su afiliación a la misma, especificando que el modelo

debe modernizarse cuando se presenten cambios esenciales en las descripciones de ocupaciones o puestos de trabajo de la compañía.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADELCA. (2016). *MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2016 Aseria del Ecuador ADELCA*. Quito: ADELCA. Recuperado el 30 de enero de 2018, de [https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop\\_2018/451621/original/MEMORIA\\_2016\\_COMUNICACION\\_DE\\_PROGRESO\\_PACTO\\_MUNDIAL\\_04.01.17.pdf?1515445103](https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/cop_2018/451621/original/MEMORIA_2016_COMUNICACION_DE_PROGRESO_PACTO_MUNDIAL_04.01.17.pdf?1515445103)
- Alles, M. (2007). *Comportamiento Organizacional*. Buenos Aires: Granica. Recuperado el 18 de junio de 2019
- Amaya, A., & Castillo, C. (2006). *Estudios de cambios en la cultura organizacional de las clínicas Federmán y Fundadores, a partir de la demografía organizacional*. Colombia: Universidad de los Andes.
- Barreiro, J. M. (2011). *Investigación Científica Empresarial*. La Coruña: NETBIBLO. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=9oa\\_UnBzqPkC&pg=PA372&dq=libro+de+barreiro+fernandez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiinJvL9NTpAhXSJt8KHSciCYEQ6AEITzAF#v=onepage&q=libro%20de%20barreiro%20fernandez&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=9oa_UnBzqPkC&pg=PA372&dq=libro+de+barreiro+fernandez&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiinJvL9NTpAhXSJt8KHSciCYEQ6AEITzAF#v=onepage&q=libro%20de%20barreiro%20fernandez&f=false)
- Bennis, W., & Nanus, B. (2008). *Líderes Estrategias para un liderazgo eficaz*. Barcelona: Iberica S.A. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=V3bwSuxShgMC&printsec=frontcover&dq=L%C3%ADderes,+las+cuatro+claves+del+liderazgo+eficaz&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjA0vXt-NTpAhVvg-AKHblfBQAQ6AEIUDAF#v=onepage&q&f=false>
- Buitrago, A., Rodríguez, M. S., & Serna, H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial competitiva. *PODIUM, II*(35), 97-118. Recuperado el 21 de enero de 2019, de <http://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/310/223>
- Buján Perez, A. (25 de marzo de 2018). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de Definición de Cultura organizacional: <https://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/cultura-organizacional.htm>
- Cardona, C. A. (2013). *Ensayo sobre la comunicación efectiva de los gerentes en las organizaciones*. Granada España: Universidad Militar Nueva

Granada. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de :  
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11191/1/CardonaBoteroCesarAugusto>

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mexico: McGraw-Hill. Recuperado el 20 de octubre de 2018

Chiavenato, I. (2007). *Administración de los recursos humanos: El capital humano en las organizaciones*. México: Ed. Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la Administración*. México: Interamericana. Recuperado el 12 de diciembre de 2018

Colin, L. (21 de Julio de 2002). *Artículos Tecnicos*. Obtenido de Artículos Tecnicos: <https://www.ineel.mx/bolISO02/tecni2.pdf>

Costa, J. (2014). *El dirCom hoy dirección y gestión de la nueva comunicación*. Barcelona. España: CPC editor. Recuperado el 24 de OCTUBRE de 2018

Cruz, G., Carreón , G., Rosas, F., agular, J., & Rivera, B. (2014). *Especificación de un modelo de emprendimienro ciberpolítico*. Bogota: Perspectivas. Recuperado el 16 de mayo de 2020

Del Castillo, C., & Vargas, B. (2009). EL PROCESO DE GESTIÓN Y EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL Una aproximación a la nueva gestión pública desde el ámbito de los gobiernos locales. *Journal of Economics, Finance and administrative science*, XIV(26), 57-80. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de <http://www.redalyc.org/html/3607/360733606003/>

Diario La República. (25 de enero de 2018). *Diario La República*. Obtenido de Importancia del diseño de la estructura organizacional: <https://www.larepublica.net/noticia/importancia-del-diseno-de-la-estructura-organizacional>

Drucker, P. F. (2014). *La gerencia de empresas*. New York: Best Seller. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=I6GaAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=drucker&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwizuab2\\_tTpAhXGmuAKHaGNBK4Q6AEIJjAA#v=onepage&q=drucker&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=I6GaAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=drucker&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwizuab2_tTpAhXGmuAKHaGNBK4Q6AEIJjAA#v=onepage&q=drucker&f=false)

- Economipedia. (21 de marzo de 2017). *Economipedia.com*. Obtenido de Definición de gestión empresarial: <https://economipedia.com/definiciones/gestion-empresarial.html>
- Ekos. (13 de septiembre de 2016). *Revista Ekos*. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de Ranking Pymes: <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=8091>
- Ekos, R. (2016). *Recursos Humanos 2016*. New York: Revista Ekos. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdf/268.pdf>
- Fernandez, M. (2003). *El Control Fundamentos de la Gestión por Procesos*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Fernandez, R. (2017). *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*. Alicante: ECI. Recuperado el 21 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=8crnCgAAQBAJ&pg=PA286&dq=Modelo+Justo+a+Tiempo+Just+In+Time&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwils7y8\\_NTpAhUEd98KHUQZCJwQ6AEISTAE#v=onepage&q=Modelo%20Justo%20a%20Tiempo%20Just%20In%20Time&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=8crnCgAAQBAJ&pg=PA286&dq=Modelo+Justo+a+Tiempo+Just+In+Time&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwils7y8_NTpAhUEd98KHUQZCJwQ6AEISTAE#v=onepage&q=Modelo%20Justo%20a%20Tiempo%20Just%20In%20Time&f=false)
- Fonseca, R. E. (2015). *Competitividad la clave del éxito empresarial*. Bogotá, Colombia.: Alfaomega Colombiana. Recuperado el 22 de enero de 2018
- García, I. (14 de noviembre de 2017). *Economía Simple*. Obtenido de Definición y características de cultura organizacional: <https://www.economiasimple.net/glosario/cultura-organizacional>
- JASAFRUT S.A. (29 de marzo de 2017). *JASAFRUT S.A.* Recuperado el 02 de enero de 2019, de JASAFRUT S.A.: <https://www.ppfam.com/JasafrutSA/11798/>
- Jimenez, C., & Zambrano, L. (20 de Octubre de 2009). Manual de gestión por procesos para la empresa INDULAC. *Manual de gestión por procesos para la empresa INDULAC*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: ESPE. Recuperado el 09 de abril de 2019
- Kotler, P. (2012). *Dirección de Mercadotecnia*. D.F, México: Pearson.

- Marrero, F., Vinajera, A., & Ruiz, M. (2017). Método para calcular el valor agregado en cadenas de suministro de productos electromecánicos. *Revista chilena de ingeniería, XXV(3)*, 535-546. Recuperado el 22 de ENERO de 2018, de [www.redalyc.org/html/772/77252700015/](http://www.redalyc.org/html/772/77252700015/)
- Martín, X., Segredo, A., & Perdomo Irene. (2013). Capital humano, gestión académica y desarrollo organizacional. *Revista Cubana de Educación Médica Superior, XXVII(3)*, 1-9. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de <http://www.medigraphic.com/pdfs/educacion/cem-2013/cem133n.pdf>
- Miller, M. M. (2017). *Economic Development for everyone*. New York: Routledge. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=5Jy8DgAAQBAJ&pg=PT87&dq=porter+2016&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjAgsXS-dTpAhVkg-AKHbq7B7cQ6AEIKTAA#v=onepage&q=porter%202016&f=false>
- Mony, W., & Noe, R. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. Mexico: Pearson. Recuperado el 24 de octubre de 2018, de [https://books.google.com.ec/books?id=UkWAvHmBswC&pg=PA252&dq=gestion+del+desempe%C3%B1o&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiW\\_OT6hKzeAhUxwFkKHRmCDjoQ6AEIMD AC#v=onepage&q=gestion%20del%20desempe%C3%B1o&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=UkWAvHmBswC&pg=PA252&dq=gestion+del+desempe%C3%B1o&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiW_OT6hKzeAhUxwFkKHRmCDjoQ6AEIMD AC#v=onepage&q=gestion%20del%20desempe%C3%B1o&f=false)
- Moreno, F. M., Moreno, S. M., & Dávalos, C. G. (2015). Planeación estratégica y gestión del conocimiento en las pequeñas y medianas empresas, (Pymes), herramienta básica para su permanencia y consolidación. *European Scientific Journal, ESJ,, XI(31)*, 139-150. Recuperado el 30 de SEPTIEMBRE de 2018, de <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/6603>
- Perez, J. M. (2015). Estudios Gerenciales. *ScienciaDirect, XXXI(134)*, 79-87. Recuperado el 22 de agosto de 2017, de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592314001600>
- Ponce, A. R. (2005). *Adimistración de empresaas teoria y practica*. Mexico DF: LIMUSA S.A. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=ITDo2npGhyQC&pg=PA242&dq=libro+de+planeaci%C3%B3n+de+ponce&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwixgsn489TpAhXmY98KHSjqB\\_IQ6AEILTAB#](https://books.google.com.ec/books?id=ITDo2npGhyQC&pg=PA242&dq=libro+de+planeaci%C3%B3n+de+ponce&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwixgsn489TpAhXmY98KHSjqB_IQ6AEILTAB#)

v=onepage&q=libro%20de%20planeaci%C3%B3n%20de%20ponce&f=false

- Porter, M. (2012). *Estrategia Competitiva*. Mexico: ICOSA. Recuperado el 26 de noviembre de 2018
- Raffino, E. (19 de agosto de 2019). *Gestión en Administración*. Obtenido de Gestión en Administración: <https://concepto.de/gestion-en-administracion/>
- Ramirez, C., & Ramirez, M. D. (2016). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*. Bogota: ECOE. Ediciones.
- Rey, J. (2016). *Proceso Integral de la actividad Comercial*. Madrid España: Ediciones Paraninfo S.A. Recuperado el 09 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=7lw6DwAAQBAJ&pg=PA448&dq=gesti%C3%B3n+comercial+2016&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj\\_4HR-tHpAhUBXc0KHdkPBK4Q6AEIJAA#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20comercial%202016&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=7lw6DwAAQBAJ&pg=PA448&dq=gesti%C3%B3n+comercial+2016&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_4HR-tHpAhUBXc0KHdkPBK4Q6AEIJAA#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20comercial%202016&f=false)
- Rojas, J. L. (2010). *Gestión por procesos y atención al usuario en los establecimientos del Sistema Nacional de Salud*. La Paz: McGraw.
- Sandoval, J. H., & Guerrero, D. E. (2010). Empresas familiares en Colombia: hacia la construcción de un modelo de gestión comercial. *U.D.C.A Actualidad y divulgación científica*, XIII(1), 135-146. Recuperado el 12 de mayo de 2020, de <https://revistas.udca.edu.co/index.php/ruadc/article/view/717/747>
- Sanín, J. A., & Salanova, M. (2014). Satisfacción laboral: el camino entre el crecimiento psicológico y el desempeño laboral en empresas colombianas industriales y de servicios. *Univ Psychol*, I(13), 1-22. Recuperado el 24 de Octubre de 2018, de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=1671335&pid=S0718-2449201400030001000014&lng=es](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=1671335&pid=S0718-2449201400030001000014&lng=es)
- Sellenave, J. P. (2015). *La Gerencia Integral*. Bogota: Norma. Recuperado el 22 de mayo de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=t35sLSWCcOgC&pg=PA23&dq=tipos+de+gerente&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwj86YfTgdXpAhXjT98KHVIVDTUQ6AEIMTAB#  
v=onepage&q=tipos%20de%20gerente&f=false

- Suárez, M. F. (2007). *La filosofía de la mejora continua e innovación incremental detras de la adminitración por la calidad total*. Mexico: Panorama. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=l3FXNs-q\\_CYC&pg=PA9&dq=LIBRO+DE+POLITICAS+KAIZEN&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiHse6G-9TpAhUFhOAKHQvmA6kQ6AEIJjAA#v=onepage&q=LIBRO%20DE%20POLITICAS%20KAIZEN&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=l3FXNs-q_CYC&pg=PA9&dq=LIBRO+DE+POLITICAS+KAIZEN&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiHse6G-9TpAhUFhOAKHQvmA6kQ6AEIJjAA#v=onepage&q=LIBRO%20DE%20POLITICAS%20KAIZEN&f=false)
- Tamayo, K. J., Narváez, C. I., & Erazo, J. C. (2019). Modelo de gestión de inventarios para empresas comerciales de productos agrícolas. *CIENCIAMATRIA*, V(1), 683-702. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de <https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/314/385>
- Taylor, F. W. (2006). *The Principles of Scientific Managament*. New York: Cosimo. Recuperado el 09 de mqyo de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=L4DsAt3WwssC&printsec=frontcover&dq=libro+de+taylor+2010&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-zZiR89TpAhWJhOAKHa0uDhsQ6AEIODAC#v=onepage&q&f=false>
- Tobar, F. (16 de marzo de 2011). *Gestión por Procesos. Gestión por Procesos*. Buenos Aires, Argentina: Proyecto de tesis. Recuperado el 02 de enero de 2019
- Torres, Z. (2014). *Administración Estrategica*. Mexico: Grupo Editorial Patria. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ACKOOFF,+R.+\(2010\).+Planeaci%C3%B3n+Interactiva&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwigtpXP99TpAhUDh-AKHfqnDSoQ6AEIMDAB#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=NNThBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ACKOOFF,+R.+(2010).+Planeaci%C3%B3n+Interactiva&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwigtpXP99TpAhUDh-AKHfqnDSoQ6AEIMDAB#v=onepage&q&f=false)
- Uzcátegui, C., & Solano, J. (2015). Influencia del liderazgo, estrategia y entorno en la competitividad empresarial de la pyme ecuatoriana. *. Munich Personal RePEc Archive 1(6943).*, 1(6943), 1-12. Obtenido de [https://mpira.ub.uni-muenchen.de/69430/1/MPRA\\_paper\\_6943](https://mpira.ub.uni-muenchen.de/69430/1/MPRA_paper_6943)

- Valdés, L. A. (2005). *Planeación estratégica con enfoque sistémico*. México: FONDO EDITORIAL FCA. Recuperado el 13 de mayo de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=fnt2iUvjknC&pg=PA165&dq=STEINER,+G.+\(2011\).+Planeaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica,+todo+lo+que+todo+director+debe+saber&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-ILCj9tTpAhVic98KHRwxAbIQ6AEINTAC#v=onepage&q=STEINER%2C%20G.%20\(2011\).%20P](https://books.google.com.ec/books?id=fnt2iUvjknC&pg=PA165&dq=STEINER,+G.+(2011).+Planeaci%C3%B3n+estrat%C3%A9gica,+todo+lo+que+todo+director+debe+saber&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-ILCj9tTpAhVic98KHRwxAbIQ6AEINTAC#v=onepage&q=STEINER%2C%20G.%20(2011).%20P)
- Van den Berghe, E. (2016). *Gestión Gerencial y Empresarial aplicadas al siglo XXI*. Bogotá: ECOE Ediciones. Recuperado el 20 de mayo de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=9sS4DQAAQBAJ&pg=PT92&dq=modelos+de+gesti%C3%B3n+gerencial+2015&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjSwoac8NTpAhVhT98KHbDMAg4Q6AEIPzAD#v=onepage&q&f=false>
- Veiga, J. F. (2013). *Control de gestión empresarial*. Madrid, España: ESIC Editorial. Recuperado el 24 de octubre de 2018

## ANEXO No. 001 GUIA ENTREVISTA DE POLYLON S.A.

|  |              |
|--|--------------|
| <b>Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil</b><br><b>Maestría en Administración de Empresas</b>   |              |
| <b>ENTREVISTA A GERENTE DE LA COMPAÑÍA POLYLON S.A.</b>  |              |
| <b>TEMA:</b> MODELO DE GESTIÓN GERENCIAL PARA LA REESTRUCTURACIÓN DEL DEPARTAMENTO COMERCIAL DE LA EMPRESA POLYLON S.A. DE GUAYAQUIL   |              |
| Buenos días/tardes es un gusto poder compartir unos segundos con Ud. y solicitar nos colabore con información valiosa para el desarrollo de un proyecto de orden académico como maestrante de la Universidad Tecnológica Guayaquil.  |              |
| <b>OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:</b> Conocer el criterio del gerente acerca de los procesos comerciales y de operaciones establecidos dentro de POLYLON S.A.  |              |
| <b>INTRODUCCIÓN:</b><br>Su opinión nos puede ayudar a conocer el entorno laboral, de prestación de servicios, en el cual se desarrolla POLYLON S.A.. Por ello le agradeceríamos dedicase tan solo unos segundos al cumplimiento de la presente entrevista.   |              |
| <b>PREGUNTAS ABIERTAS</b>  |              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Pregunta 1.</b><br/>¿Qué estructura de procesos tiene actualmente POLYLON S.A.?</li> <li>✓ <b>Pregunta 2.</b><br/>¿La empresa basa su gestión en un Modelo de Operación por Procesos y Funciones?</li> <li>✓ <b>Pregunta 3.</b><br/>¿Bajo su criterio, cuáles son los procesos estratégicos y cuáles son los de apoyo, dentro de los departamentos?</li> <li>✓ <b>Pregunta 4.</b><br/>¿Creé Ud. que la gestión por procesos y funciones que se aplica en la empresa contribuye al desarrollo de la misma?</li> <li>✓ <b>Pregunta 5.</b><br/>¿Creé Ud. que existe un equilibrio organizacional dentro de la empresa puntualmente en el área comercial?</li> <li>✓ <b>Pregunta 6.</b><br/>¿Bajo su criterio cuales creé que son los procesos que se deba poner énfasis en su mejora, en POLYLON S.A.?</li> <li>✓ <b>Pregunta 7.</b><br/>¿Bajo su criterio cree que POLYLON S.A.? se está gestionando estratégicamente sus actividades en la que involucra el personal de operaciones?</li> <li>✓ <b>Pregunta 8.</b><br/>¿La gestión operativa y comercial, que se implementa se encuentra alineada a políticas institucionales?</li> <li>✓ <b>Pregunta 9.</b><br/>¿Cómo maneja la empresa su sistema comercial actualmente?</li> <li>✓ <b>Pregunta 10.</b><br/>¿Existe una adecuada planificación de las actividades por medio de funciones en el área operativa y comercial?</li> <li>✓ <b>Pregunta 11.</b><br/>¿Se encuentran establecidas estrategias de control de actividades y procesos dentro del departamento de talento humano?</li> <li>✓ <b>Pregunta 12.</b><br/>¿¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de su sistema logístico?</li> <li>✓ <b>Pregunta 13.</b><br/>¿Qué estrategia logística implementa la empresa?</li> <li>✓ <b>Pregunta 14.</b><br/>¿Cuáles son las políticas de la empresa?</li> <li>✓ <b>Pregunta 15.</b><br/>¿Cómo implementan la innovación dentro de la empresa?</li> <li>✓ <b>Pregunta 16.</b><br/>¿Cree Ud. que la implementación de un modelo de gestión gerencial en el departamento comercial que permita mejorar el desarrollo y crecimiento productivo de la compañía?</li> <li>✓ <b>Pregunta 17.</b><br/>¿Cuál es la proyección de la compañía ante sus empleados?</li> </ul> |              |
| <b>COMENTARIOS:</b> .....  |              |
| <b>ENTREVISTADOR</b>   | <b>FECHA</b> |
|  |              |

## ANEXO No. 002 GUÍA DE OBSERVACIÓN

|  |                                 |                                   |                 |              |
|--|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------|--------------|
| <b>DISEÑO DE GUIA DE OBSERVACIÓN APLICADA A LOS PROCESOS DEL AREA<br/>COMERCIAL DE POLYLON S.A.</b>  |                                 |                                   |                 |              |
| <b>UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL<br/>ESCUELA DE POSGRADOS</b>   |                                 |                                   |                 |              |
| <b>GUIA DE OBSERVACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGISTER<br/>EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</b>  |                                 |                                   |                 |              |
| <b>GUÍA DE OBSERVACIÓN</b>   |                                 |                                   |                 |              |
| <b>OBJETIVO DE LA OBSERVACIÓN:</b> Verificar y describir la organización, así como las actividades, procesos y procedimientos del área comercial de POLYLON S.A. |                                 |                                   |                 |              |
| Muy<br>satisfactoriamente  | Se cumple<br>satisfactoriamente | Se cumple<br>insatisfactoriamente | No se<br>cumple | No<br>existe |
| <b>4</b>   | <b>3</b>                        | <b>2</b>                          | <b>1</b>        | <b>0</b>     |
| <b>DATOS GENERALES DE LA EMPRESA:</b>  |                                 |                                   |                 |              |
| NOMBRE DE LA EMPRESA:  |                                 |                                   |                 |              |
| UBICACIÓN:   |                                 |                                   |                 |              |
| SECCIÓN A OBSERVAR:  |                                 |                                   |                 |              |

|                       |  |          |          |          |          |          |
|-----------------------|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>1</b>              | <b>Estructura Organizativa y funcional</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
| Comentarios:<br>..... |  |          |          |          |          |          |
| Sugerencias:<br>..... |  |          |          |          |          |          |

|                       |                               |          |          |          |          |          |
|-----------------------|-------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>2</b>              | <b>Procesos de la empresa</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
| Comentarios:<br>..... |                               |          |          |          |          |          |
| Sugerencias:          |                               |          |          |          |          |          |

|       |
|-------|
| ..... |
|-------|

|          |                             |          |          |          |          |          |
|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>3</b> | <b>Documentación Fuente</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
|----------|-----------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Comentarios:  
.....

Sugerencias:  
.....

|          |                                   |          |          |          |          |          |
|----------|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>4</b> | <b>Relaciones interpersonales</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
|----------|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Comentarios:  
.....

Sugerencias:  
.....

|          |                               |          |          |          |          |          |
|----------|-------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>5</b> | <b>Capacidad y desarrollo</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
|----------|-------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Comentarios:  
.....

Sugerencias:  
.....

|          |                                       |          |          |          |          |          |
|----------|---------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>6</b> | <b>Seguridad y manejo de procesos</b> | <b>4</b> | <b>3</b> | <b>2</b> | <b>1</b> | <b>0</b> |
|----------|---------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|

Comentarios:  
.....

Sugerencias:  
.....

**ANEXO NO. 003 MODELO GESTIÓN COMERCIAL**  
**MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL**

“POLYLON S.A.”



| <b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>  |  |
|--|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>   | GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN  |
| <b>DEPENDENCIA:</b>  | AREA DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>   | TRES   |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>   | GERENTE GENERAL  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>  | ASISTENTE DE COMERCIALIZACION, JEFE DE MERCADEO, JEFE DE VENTAS  |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>  |  |
| Es el máximo garante del correcto ejercicio, coordinación y organización del área de comercialización de la compañía, tanto a nivel de producción, como a nivel de la correcta gestión del personal de marketing y ventas, con el objetivo de desempeñar con la distribución pertinente en tiempo y calidad del trabajo, por medio de la eficiente dirección del departamento a cargo.   |  |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar y controlar al personal a su cargo.</li> <li>• Organizar y proyectar la producción de la compañía.</li> <li>• Organizar y proyectar el aprovisionamiento de materiales en stock, la distribución y comercialización de lo que produce la compañía.</li> <li>• Coordinar con las disímiles áreas de comercialización, finanzas, recursos humanos con una eficaz y eficientemente comunicación y relación con el objetivo de desempeñar las metas de la compañía.</li> <li>• Optimizar los métodos de trabajo dentro de la planta.</li> </ul> |  |
| <b>NUMERO</b>  | <b>PROCEDIMIENTOS</b>  |
| 1  | Obtener el orden y aseo invariable en el inicio de la jornada laboral para un mejor ambiente en la ejecución de labores.   |
| 2  | Realizar la oportuna organización del personal de planta por medio de ordenes al personal a su cargo, así como delegación de autoridad y poder de decisión a su supervisor |

|           |  |
|-----------|--|
| <b>3</b>  | Explica el procedimiento labor sus subordinados, para llevar a cabo objetivos del área de comercialización   |
| <b>4</b>  | Recibe un reporte consumado de parte del supervisor de producción sobre los resultados de trabajo perpetrado el día laboral anterior   |
| <b>5</b>  | Recibe un reporte consumado de parte de su supervisor de producción acerca de los comportamientos, actitudes y aptitudes de los vendedores ejecutado dentro del día laboral anterior |
| <b>6</b>  | Atiende solicitudes, quejas y peticiones del supervisor de ventas, y marketing   |
| <b>7</b>  | Establece la mejor manera de resolver las quejas y petitorias del supervisor de ventas, y auxiliares   |
| <b>8</b>  | Establece las principales pericias para realizar las diligencias diarias en la comercialización de la producción dando inicio las misma con su orden verbal o escrita.               |
| <b>9</b>  | Realiza un informe de movimientos diarios, para confeccionar su reporte diario para el gerente general, jefe de recursos humanos.  |
| <b>10</b> | Solicita reportes al jefe de recursos humanos, ventas, jefe de marketing acerca de lo planeado y llevado a cabo en sus respectivas áreas.  |
| <b>11</b> | Mantiene constantemente informado al gerente general acerca de la producción en planta para establecer el control de la compañía   |

MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

“POLYLON S.A.”



| IDENTIFICACION DEL CARGO  |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  | ASISTENTE COMERCIAL  |
| <b>DEPENDENCIA:</b>   | AREA DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>  | TRES   |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>  | JEFE DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>   | JEFE DE MERCADEO, JEFE DE VENTAS   |
| OBJETIVO PRINCIPAL  |  |
| Responsable de controlar y supervisar que el trabajo de jefes de marketing y ventas se cumpla satisfactoriamente.   |  |
| FUNCIONES ESENCIALES  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar y supervisar al personal.</li> <li>• Ayudar a organizar y planificar la producción de la compañía.</li> <li>• Ayudar a organizar planificar el aprovisionamiento de materia prima, la distribución y comercialización del producto terminado de la compañía.</li> <li>• Coordinar con el jefe de producción y con sus auxiliares a cargo el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y de la compañía.</li> <li>• Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de comercialización.</li> </ul> |  |
| NUMERO  | PROCEDIMIENTOS   |
| 1   | Suscitar el orden y aseo indeleble, en el inicio de la jornada laboral, para un mejor ambiente en la ejecución de las labores                |
| 2   | Efectuar la correcta organización del personal, y de aquellas actividades que cada empleado debe asumir                                      |
| 3   | Realiza un reporte minucioso de todos los movimientos que se establecen en su entorno laboral direccionado al inmediato superior.            |
| 4   | Recibe un reporte consumado de parte de su supervisor de comercialización sobre los resultados de trabajo perpetrado el día laboral anterior |

|          |  |
|----------|--|
| <b>5</b> | Asiste al jefe de producción en los métodos de planificación coordinación dirección y control de todas aquellas diligencias del departamento de comercialización y producción. |
| <b>6</b> | En caso el supuesto caso de ausencia del jefe de comercialización cubrirá sus ocupaciones ejecutando con responsabilidad las acciones asignadas en los tiempos establecidos    |
| <b>7</b> | Mantiene invariable comunicación e información de las diligencias de comercialización del área al jefe inmediato superior  |
| <b>8</b> | Origina el dinamismo y el trabajo colaborativo armónico entre todos los colaboradores del área.  |

MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

“POLYLON S.A.”



| <b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>   |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  | JEFE DE VENTAS   |
| <b>DEPENDENCIA:</b>   | AREA DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>  | DOS  |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>  | SUPERVISOR   |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>   | ASESORES TÉCNICOS  |
| <b>OBJETIVO PRINCIPAL</b>   |  |
| Encargado de labores de comercialización y ventas de artículos de inventario, además de efectuar otras labores afines con el proceso de comercio y producción, ello bajo la petición de los supervisores y del jefe de producción de la planta.   |  |
| <b>FUNCIONES ESENCIALES</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las tareas de transporte de artículos de bodega requeridos.</li> <li>• Efectuar otras labores concernientes con el proceso de comercialización en la dependencia.</li> <li>• Organizar el aprovisionamiento de artículos de bodega</li> <li>• Coordinar con el supervisor y otros auxiliares de planta el trabajo perpetrado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y comercialización.</li> <li>• Optimizar los procesos de compromiso dentro del área de comercialización</li> </ul> |  |
| <b>NUMERO</b>   | <b>PROCEDIMIENTOS</b>  |
| <b>1</b>  | Consumar el orden y pleno aseo inquebrantable en el inicio de la jornada laboral para un agradable ambiente en la realización de labores.  |
| <b>2</b>  | Cumplir con las órdenes sobre distribución y organización del personal de planta por parte del supervisor y jefe de comercialización.  |
| <b>3</b>  | Lleva a cabo el procedimiento y modelo necesario, para consumar con los objetivos del área de comercialización expuestos y precisados por el supervisor y el jefe de comercialización. |

|           |  |
|-----------|--|
| <b>4</b>  | Realiza un reporte verbal detallado y completo ante el jefe de comercialización y supervisor en lo concerniente a los resultados de labores realizadas ejecutadas el día laboral anterior. |
| <b>5</b>  | Ejecuta solicitudes, quejas y peticiones al supervisor y jefe de comercialización.   |
| <b>6</b>  | Espera la disposición verbal o escrita del jefe de comercialización para dar inicio a las tareas afines con el proceso de comercialización en la planta                                    |
| <b>7</b>  | Efectúa actividades de traslación de materiales a los asesore técnicos, para que estos cumplan su labor correspondiendo acercarse a ellos  |
| <b>8</b>  | Realiza acciones de traslado de materiales hacia los almacenes para reunir y adecuadamente estos, y generar un código de registro  |
| <b>9</b>  | Efectúa su reporte verbal diario para el jefe de operarios y supervisor.   |
| <b>10</b> | Cumple con las variadas órdenes del jefe de operarios poseyendo como finalidad cumplir con los objetivos y metas de la compañía.   |

MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

“POLYLON S.A.”



| IDENTIFICACION DEL CARGO   |  |
|--|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>   | ASEOSORES TECNICOS   |
| <b>DEPENDENCIA:</b>  | AREA DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>   | CERO   |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>   | JEFE DE VENTAS   |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>  | -----  |
| OBJETIVO PRINCIPAL   |  |
| Responsable de ejecutar el trabajo encomendado por parte de jefes de ventas, respaldado por criterio del jefe de marketing, que se cumpla satisfactoriamente.  |  |
| FUNCIONES ESENCIALES   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar el desarrollo de actividades a la comercialización y venta de los productos</li> <li>• Ayudar a organizar y planificar la comercialización de la producción de la compañía.</li> <li>• Ayudar a organizar planificar el proceso de comercialización y venta, en cuanto la distribución y comercialización del producto terminado de la compañía.</li> <li>• Coordinar con el jefe de mercadeo y con el jefe de ventas el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y de la compañía.</li> <li>• Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de comercialización.</li> </ul> |  |
| NUMERO   | PROCEDIMIENTOS   |
| 1  | Suscitar el orden y aseo indeleble, en el inicio de la jornada laboral, para un mejor ambiente en la ejecución de las labores  |
| 2  | Efectuar la correcta organización de las actividades encomendadas, y de aquellas actividades que se inherentes a la comercialización y venta de los productos a los clientes |
| 3  | Realiza un reporte minucioso de todos los movimientos que se establecen en su entorno laboral direccionado al inmediato superior.  |

|          |   |
|----------|---|
| <b>4</b> | Recibe un reporte consumado de parte de su supervisor de ventas sobre los resultados de trabajo perpetrado el día laboral anterior                            |
| <b>5</b> | Asiste al jefe de ventas en los métodos de planificación coordinación dirección y control de todas aquellas diligencias del departamento de comercialización. |
| <b>6</b> | En el supuesto caso de ausencia del jefe de ventas cubrirá sus ocupaciones ejecutando con responsabilidad las acciones asignadas en los tiempos establecidos  |
| <b>7</b> | Mantiene invariable comunicación e información de las diligencias de comercialización del área al jefe inmediato superior                                     |
| <b>8</b> | Origina el dinamismo y el trabajo colaborativo armónico entre todos los colaboradores del área.   |

MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

“POLYLON S.A.”



| IDENTIFICACION DEL CARGO  |  |
|---|--|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  | JEFE DE MERCADEO   |
| <b>DEPENDENCIA:</b>   | AREA DE COMERCIALIZACIÓN   |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>  | DOS  |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>  | SUPERVISOR   |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>   | PROMOTOR   |
| OBJETIVO PRINCIPAL  |  |
| Encargado de labores de comercialización, difusión, promoción y ventas de artículos de inventario, además de efectuar otras labores afines con el proceso de comercio y producción, ello bajo la petición de los supervisores y del jefe de comercialización de la planta.  |  |
| FUNCIONES ESENCIALES  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las tareas de difusión y comercialización de artículos de la compañía</li> <li>• Efectuar otras labores concernientes con el proceso de comercialización y marketing en la dependencia.</li> <li>• Organizar el proceso de difusión y utilidades de artículos de la compañía</li> <li>• Coordinar con el supervisor y otros auxiliares de planta el trabajo perpetrado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y comercialización.</li> <li>• Optimizar los procesos de compromiso dentro del área de comercialización</li> </ul> |  |
| NUMERO  | PROCEDIMIENTOS   |
| 1   | Consumar el orden y pleno aseo inquebrantable en el inicio de la jornada laboral para un agradable ambiente en la realización de labores.  |
| 2   | Cumplir con las órdenes sobre distribución y organización del personal de planta por parte del supervisor y jefe de comercialización.  |
| 3   | Lleva a cabo el procedimiento y modelo necesario, para consumar con los objetivos del área de comercialización expuestos y precisados por el supervisor y el jefe de comercialización. |

|           |  |
|-----------|--|
| <b>4</b>  | Realiza un reporte verbal detallado y completo ante el jefe de comercialización y supervisor en lo concerniente a los resultados de labores realizadas ejecutadas el día laboral anterior.                           |
| <b>5</b>  | Ejecuta solicitudes, quejas y peticiones al supervisor y jefe de comercialización.   |
| <b>6</b>  | Espera la disposición verbal o escrita del jefe de comercialización para dar inicio a las tareas afines con el proceso de comercialización y marketing en la empresa   |
| <b>7</b>  | Efectúa actividades de traslación de materiales a los asesores técnicos, para que estos cumplan su labor correspondiendo acercarse a ellos, con el objeto de conocer las utilidades de los productos a comercializar |
| <b>8</b>  | Realiza acciones de análisis de mercado para efectuar estrategias y acciones para penetrar el mercado  |
| <b>9</b>  | Efectúa su reporte verbal diario para el jefe de comercialización y supervisor.  |
| <b>10</b> | Cumple con las variadas órdenes del jefe de comercialización poseyendo como finalidad cumplir con los objetivos y metas comerciales de la compañía.  |

## MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL

“POLYLON S.A.”



| IDENTIFICACION DEL CARGO  |   |
|---|---|
| <b>NOMBRE DEL CARGO:</b>  | PROMOTOR COMERCIAL  |
| <b>DEPENDENCIA:</b>   | AREA DE COMERCIALIZACIÓN  |
| <b>NUMERO DE CARGOS:</b>  | CERO  |
| <b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO:</b>  | JEFE DE MARCADEO  |
| <b>SOLICITA REPORTES Y REPORTA A:</b>   | ASESORES TÉCNICOS   |
| OBJETIVO PRINCIPAL  |   |
| Responsable de ejecutar el trabajo encomendado por parte de jefes de marketing y ventas que se cumpla satisfactoriamente.   |   |
| FUNCIONES ESENCIALES  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestionar el desarrollo de actividades a la difusión y utilidad de los productos</li> <li>• Ayudar a organizar y planificar la comercialización de la producción de la compañía.</li> <li>• Ayudar a organizar planificar el proceso de mercadeo, en cuanto la distribución y comercialización del producto terminado de la compañía.</li> <li>• Coordinar con el jefe de mercadeo y con el jefe de ventas el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con el objetivo de cumplir las metas del área de producción y de la compañía.</li> <li>• Ayudar a optimizar los procesos de trabajo dentro la planta de comercialización.</li> </ul> |   |
| NUMERO  | PROCEDIMIENTOS  |
| 1   | Suscitar el orden y aseo indeleble, en el inicio de la jornada laboral, para un mejor ambiente en la ejecución de las labores   |
| 2   | Efectuar la correcta organización de las actividades encomendadas, y de aquellas actividades que se inherentes a la difusión y comunicación de los productos a los clientes |
| 3   | Realiza un reporte minucioso de todos los movimientos que se establecen en su entorno laboral direccionado al inmediato superior.   |

|          |   |
|----------|---|
| <b>4</b> | Recibe un reporte consumado de parte de su supervisor de mercadeo sobre los resultados de trabajo perpetrado el día laboral anterior                            |
| <b>5</b> | Asiste al jefe de mercadeo en los métodos de planificación coordinación dirección y control de todas aquellas diligencias del departamento de comercialización. |
| <b>6</b> | En el supuesto caso de ausencia del jefe de mercadeo cubrirá sus ocupaciones ejecutando con responsabilidad las acciones asignadas en los tiempos establecidos  |
| <b>7</b> | Mantiene invariable comunicación e información de las diligencias de comercialización del área al jefe inmediato superior                                       |
| <b>8</b> | Origina el dinamismo y el trabajo colaborativo armónico entre todos los colaboradores del área.   |



Manual de GESTIÓN  
COMERCIAL DE POLYLON  
S.A.

Pág.

Fecha: 12 AGOSTO  
2020

**MODELO DE GESTIÓN COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA POLYLON S.A.**

Elaborado por:  
Ing. Ricardo Gómez

Revisado por:

Aprobado por:

|  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
|   | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|  |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <b>RESEÑA HISTÓRICA</b>  |   |                          |
| <p>2001.- Inicia las operaciones en la ciudad de Guayaquil bajo la razón social BURKINO.</p> <p>2003.- Cambia la razón social de BURKINO a ESPUMA DE POLIETILENO S.A.</p> <p>2004.- Finalmente adopta la que es hasta hoy nuestra razón social POLYLON S.A</p> <p>2005.- La empresa va creciendo y distribuye sus productos a nivel nacional.</p> <p>2009.- Su producto se extiende a nivel Internacional (República Dominicana, Perú, Venezuela etc.).</p> <p>2011.- Inicia sus procesos comerciales con estrictas normas y protocolos de bioseguridad, ya que el gobierno de turno incita a que la empresa se traslade a un sector conocido como industrial para así mejorar y contribuir con responsabilidad tanto a clientes gobierno proveedores y medio ambiente.</p> <p>2013.- La empresa obtiene normas ISO, OSHA, y reconocimientos por manejar protocolos de calidad y bioseguridad ante los empleados y clientes.</p> <p>2016.- La empresa entra en procesos de innovación de productos penetrando en nuevos mercados, afines a la educación y cultura física.</p> <p>2019.- La empresa expande los productos a mercados internacionales, complementando que los artículos para la ejercitación son elaborados con materiales reciclados contribuyendo al medio ambiente y con el estado.</p> |   |                          |
| Elaborado por:<br><br>Ing. Ricardo Gómez   | Revisado por:                                     | Aprobado por:            |

|  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
|   | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|  |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <b>VALORES</b>   |   |                          |
| <p><b>HONESTIDAD:</b> Formar confianza y credibilidad en la compañía es uno de los valores más significativos, honestidad tanto para los colaboradores de la compañía como ser sociablemente comprometido con el entorno.</p> <p><b>MÍSTICA:</b> Nos diferenciamos por una personal atención a los detalles del servicio, lo cual ha accedido corregir procesos y alcanzar una progresiva satisfacción con el trabajo realizado.</p> <p><b>CORDIALIDAD:</b> Es el proceso del cual todos los colaboradores de la compañía son parte es un socio con quien puede hablar de manera generosa sobre sus necesidades, consintiendo esto una mayor comunicación y total apertura al trabajo en equipo.</p> <p><b>PROFESIONALISMO:</b> Nos centralizamos en demostrar responsabilidad con el medio ambiente para obtener la excelencia y calidad como institución.</p> <p><b>CALIDAD:</b> nos encargamos de lograr el grado de aceptación o satisfacción que proporciona el desempeño diario de las funciones encomendadas ante los superiores.</p> |   |                          |
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez   | Revisado por:                                     | Aprobado por:            |



Manual de GESTIÓN  
COMERCIAL DE POLYLON  
S.A.

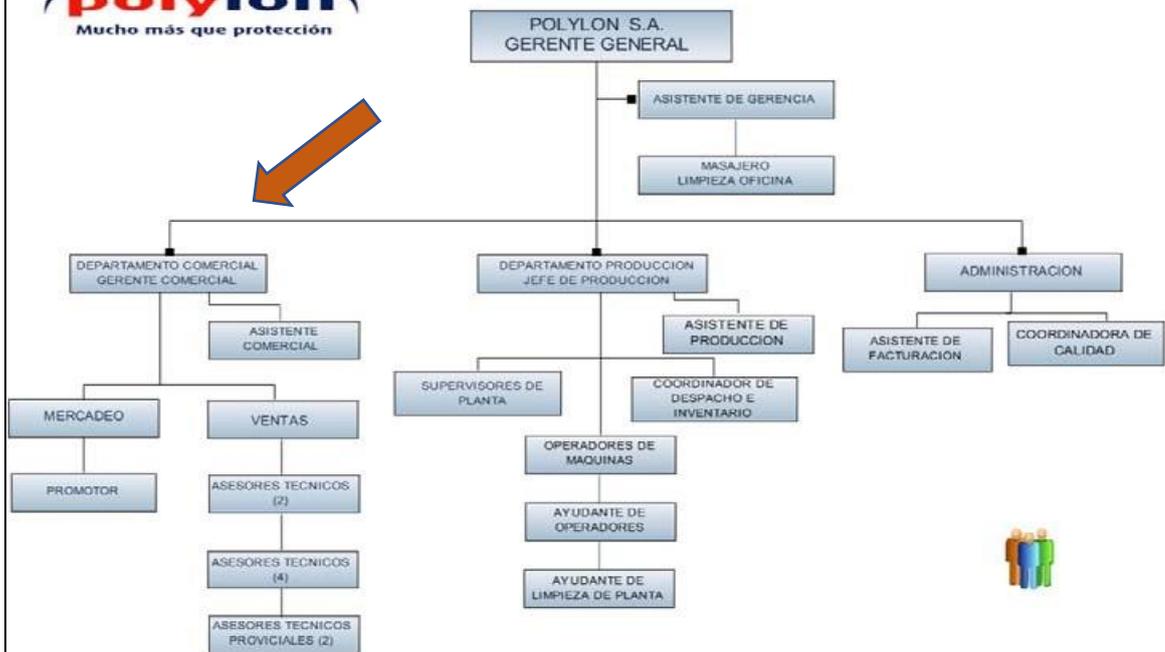
Pág.

Fecha: 12 AGOSTO  
2020

## ORGANIGRAMA



### ORGANIGRAMA DE POLYLON S.A.



Elaborado por:  
Ing. Ricardo Gómez

Revisado por:

Aprobado por:

|  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
|   | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|  |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <p><b>NORMAS Y REGLAMENTOS GENERALES</b></p> <p>Existe una sucesión de normas, las mismas se deben conocer para desempeñarse apropiadamente en la organización, dignificando su desempeño por medio de conductas que reflejen apego a las obligaciones y al estilo que atribuyen los valores como compañía.</p> <p><b>HORARIO DE TRABAJO</b></p> <p>El horario establecido es en un solo turno de ocho horas de lunes a viernes con horario extendido los sábados cada uno.</p> <p><b>PRESENTACIÓN DEL PERSONAL</b></p> <p>En términos generales la indumentaria a utilizar en las instalaciones son uniformes suministrados por la compañía. Al personal de oficina (administrativo) se le proveen pantalón, camiseta y chaqueta con el logo de la compañía, y al personal de bodega se le suministran camisas, franelas, blues jean, botas, guantes y cascos de seguridad conforme al trabajo a realizar y acorde a los lineamientos de la Ley orgánica de prevención, condiciones y medio ambiente del trabajo de la República del Ecuador.</p> |   |                          |
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez   | Revisado por:                                     | Aprobado por:            |

|   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
|    | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|   |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <p><b>PUNTUALIDAD</b></p> <p>La puntualidad estimada como aquella disciplina de estar a tiempo para desempeñar las obligaciones. El valor percibido de la puntualidad es forzoso para dotar a la personalidad de carácter, orden y eficacia, pues al insistir en este valor en plenitud se aceptan condiciones de ejecutar más actividades, desempeñar excelentemente el trabajo y ser merecedores de confianza.</p> <p>Al llegar a la oficina el empleado debe ocuparse de inmediato de sus asuntos profesionales, no perder tiempo inicial atendiendo el desayuno o dialogando sobre asuntos personales antes de emprender la laborar. Se estima que la persona, al arribar a la oficina o lugar de trabajo tenga todas sus necesidades satisfechas y exponga una capacidad de reacción inmediata como correspondencia a los valores organizacionales.</p> <p><b>CODIGO DE ETICA</b></p> <p>Dentro de las instalaciones de Polyton se sigue un código ético de comportamiento, por lo tanto, no debemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revelar secretos o instrucciones de la compañía.</li> <li>• Efectuar críticas a personeros o instituciones miembros de la organización.</li> <li>• No referirse a las personas en términos de su raza, condición social, estado civil, contextura física.</li> <li>• No ingerir alcohol en horas laborables.</li> <li>• No es aceptado ni tolerar alteraciones que lleven a apropiarse de bienes o dinero de la compañía.</li> <li>• Callar el perjuicio o la estafa contra la compañía, sus clientes o empleados, escudados en una falsa lealtad a otro compañero u obedeciendo órdenes indebidas.</li> <li>• El uso de teléfonos celulares dentro de las oficinas.</li> <li>• Fumar en las oficinas.</li> <li>• Comer, maquillarse, leer periódicos o escuchar radio en el área de trabajo</li> </ul> |   |                          |

durante las horas hábiles.

|  |   |                          |
|--|---|--------------------------|
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez   | Revisado por:                                     | Aprobado por:            |
|    | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|  |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <b>IMAGEN CORPORATIVA</b>  |   |                          |
| <p>La imagen que se proyecta es parte primordial del activo compromiso como organización. Ella refleja valores, quién es y cómo se requiere ser tratado, por lo tanto:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Al momento de una visita no se deben ingerir bebidas o comidas, leer periódicos o revistas, maquillarse, fumar ni escuchar radio.</li><li>• Evitar conversaciones personales frente a los clientes.</li><li>• Eliminar las conversaciones telefónicas extensas.</li><li>• Mirar a los ojos y sonreír al atender a las personas.</li><li>• Propiciar el contacto con los agentes que representen a la compañía procurando estrechar vínculos en base a servicio.</li><li>• Comunicar que somos personas útiles como profesionales y gente capaz de comprender.</li></ul> |   |                          |
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez   | Revisado por:                                     | Aprobado por:            |

|   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
|    | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|   |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |
| <p><b>POLITICAS DE CALIDAD</b></p> <p>POLYLON S.A. producimos y comercializamos productos a base de polietileno la cual mantiene rigurosos procesos de producción y control de la misma, siendo socialmente responsables con el entorno y manejando los más estrictos controles de calidad y seguridad industrial preservando el capital humano</p> <p><b>POLITICAS DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA</b></p> <p>Todos los empleados de POLYLON S.A., asumirán las orientaciones y procedimientos que se establezcan en la Gerencia Comercial, basados en la sugerencia que suministre la Gerencia General, encaminados a vivir y practicar en la empresa un estilo participativo, con base en trabajo en equipo y en un proceso de mejoramiento continuo.</p> <p><b>POLÍTICA DE GESTIÓN DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS</b></p> <p>Es nuestro deber diseñar y liderar la implementación del plan de ventas de la compañía, logrando objetivos de crecimiento en la participación del mercado y posicionamiento. Por lo consiguiente nuestras directrices están encaminadas a:</p> |   |                          |

- Planear y diseñar estrategias innovadoras de mercadeo y publicidad.
- Programar compra de productos según necesidad institucional.
- Coordinar proyectos de apertura de nuevos negocios y líneas de servicios.

|                                      |               |               |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez | Revisado por: | Aprobado por: |
|--------------------------------------|---------------|---------------|

|   |   |                          |
|---|---|--------------------------|
|  | Manual de GESTIÓN<br>COMERCIAL DE POLYLON<br>S.A. | Pág.                     |
|   |   | Fecha: 12 AGOSTO<br>2020 |

## **POLITICAS DE GESTIÓN FINANCIERA**

Se mantiene el compromiso situar de un sistema de información contable y financiero transparente por parte del departamento de comercialización que se defina por ser ágil, confiable y oportuno cumpliendo con los requisitos de la ley.

Se es consciente de la importancia que tiene el buen manejo de la información y para esto optimizamos nuestra labor creando:

- Políticas contables precisas.
- Políticas administrativas y financieras.
- Políticas generadoras de mejores rendimientos para la compañía

Todas las anteriores políticas establecidas con estrecha relación al departamento comercial

## **POLÍTICAS DE PLANEACIÓN INSTITUCIONAL**

POLYLON S.A., se compromete en liderar una cultura de procesos que le acceda la optimización de sus recursos y a su vez le consienta atender a sus clientes tanto internos como externos y reconocer todas sus necesidades.

Como compañía, se ocupa la responsabilidad de mejoramiento continuo por medio de la implementación de un sistema de gestión de calidad que acceda la formulación y consumación de nuevos proyectos generadores de valor y crecimiento de la compañía.

|                                      |               |               |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Elaborado por:<br>Ing. Ricardo Gómez | Revisado por: | Aprobado por: |
|--------------------------------------|---------------|---------------|