

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA

**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**MEJORA DE PROCESOS EN EL ÁREA ADMINISTRACION DE VENTAS
COMERCIAL DE ATV**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**PRESENTADO POR BACHILLER
TRINIDAD CRUCES HUGO JUNIOR**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

LIMA - PERÚ

2025

ASESOR Y AUTOR

ASESOR: DR. JOSÉ AUGUSTO CORONADO SALAZAR

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-6736-1201

AUTOR: BACH. TRINIDAD CRUCES, HUGO JUNIOR

CODIGO ORCID: 0009-0005-6298-4484

AGRADECIMIENTO

Me gustaría agradecer a todos aquellos que me ayudaron con este trabajo y que, de diferentes maneras, lo hicieron posible. A mis compañeros del área de administración de ventas de la empresa Andina de Radiodifusión S.A.C. a quienes agradezco por su apoyo y colaboración, quienes con su disposición y experiencia me ayudaron a entender mejor la realidad del trabajo y sobre todo, a mi asesor, por la orientación, paciencia y guía durante este proceso que me brindó para elaborar dicho informe con responsabilidad.

DEDICATORIA

A mis padres, que aún en su ausencia física, siempre me acompañan y me orientan en cada paso que doy en mi vida.

A mi familia, en especial a mi esposa, por su apoyo incondicional, su comprensión y por estar a mi lado en los momentos más difíciles, siendo siempre mi mayor fortaleza. A mis inseparables compañeros de cuatro patas, mis gatos, que con su silenciosa compañía hicieron más llevaderos los largos momentos de estudio.

.

RESUMEN

En este trabajo de suficiencia profesional expreso la experiencia que adquirí en el área de administración de ventas de Andina de Radiodifusión S.A.C., que es una empresa del sector de telecomunicaciones dedicada a la gestión de espacios publicitarios. Durante mi labor como Gestor de Administración de ventas, realicé tareas relacionadas con el registro, validación y cierre de ordenes publicitarias, además de coordinar con distintas áreas internas y también con las agencias de publicidad. Para ello, puse en práctica conocimientos sobre fundamentos de la administración. Sistemas administrativos y el comportamiento organizacional. A lo largo de mi tiempo en el puesto, pude identificar problemas que impactaban negativamente a la eficiencia del proceso comercial, como el ingreso de datos incompletos en los convenios, que generaban errores al ingreso de las órdenes y también problemas de comunicación entre el área Comercial y Administración de Ventas; esto ocasionaba reprocesos, demoras en la facturación y un impactos negativos en la experiencia del cliente, lo que evidencio la necesidad de mejorar tanto los procedimientos como la coordinación entre áreas. Mi aporte se centró en planear una propuesta de mejora orientada a estandarizar procesos, fortalecer el uso de canales formales de comunicación, promover el trabajo colaborativo e incorporar herramientas tecnológicas que faciliten el seguimiento y control de las operaciones. Estas medidas permitieron reducir errores, mejorar el flujo de trabajo y la coordinación organizacional. La experiencia desarrollada permitió integrar conocimientos teóricos con la práctica profesional, contribuyendo a la mejora de los procesos administrativos y el fortalecimiento organizacional. Se recomendó continuar con la formalización de los procedimientos, la capacitación continua y la modernización tecnológica para asegurar la sostenibilidad de los avances logrados.

Palabras clave: *gestión administrativa, procesos operativos, comunicación organizacional y mejora continua.*

ABSTRACT

In this professional competency paper, I describe the experience I gained in the sales administration department of Andina de Radiodifusión S.A.C., a telecommunications company specializing in advertising space management. During my time as a Sales Administration Manager, I performed tasks related to the registration, validation, and closing of advertising orders, as well as coordinating with various internal departments and advertising agencies. This required me to apply my knowledge of administrative fundamentals, administrative systems, and organizational behavior. Throughout my tenure, I identified problems that negatively impacted the efficiency of the sales process, such as incomplete data entry in agreements, which led to errors in order processing and communication issues between the Sales and Administration departments. This resulted in rework, billing delays, and a negative impact on the customer experience, highlighting the need to improve both procedures and interdepartmental coordination. My contribution focused on planning an improvement proposal aimed at standardizing processes, strengthening the use of formal communication channels, promoting collaborative work, and incorporating technological tools that facilitate the monitoring and control of operations. These measures reduced errors, improved workflow, and enhanced organizational coordination. The experience gained allowed me to integrate theoretical knowledge with professional practice, contributing to the improvement of administrative processes and organizational strengthening. It was recommended that I continue formalizing procedures, providing ongoing training, and modernizing technology to ensure the sustainability of the progress achieved.

Keywords: *administrative management, operational processes, organizational communication, and continuous improvement.*

INTRODUCCIÓN

La empresa Andina de Radiodifusión S.A.C., conocida comercialmente como ATV, es uno de los principales medios de comunicación en el Perú y forma parte del Grupo Albavisión. Desde sus inicios, ha consolidado su presencia como canal de televisión abierta con amplia cobertura nacional y una variada programación informativa y de entretenimiento. Su permanencia en un entorno empresarial altamente competitivo depende, en gran medida, de la eficiencia en la gestión administrativa y de la capacidad de coordinación entre sus diferentes áreas.

En el desarrollo de mis actividades realizadas dentro del Departamento de Administración de Ventas, se identificaron dificultades en la comunicación y en la transferencia de información con el Área Comercial, lo que ocasionaba retrasos en el registro de órdenes publicitarias, inconsistencias en los contratos y, en consecuencia, afectaciones en la facturación y en la calidad del servicio brindado a los anunciantes. Estos problemas no solo disminuyen la eficiencia operativa, sino que también pueden impactar en los ingresos y en la satisfacción de los clientes estratégicos de la empresa.

El presente trabajo de suficiencia laboral no solo describe el centro de trabajo, si no busca analizar y aportar soluciones a las dificultades encontradas en la gestión administrativa y en la coordinación entre las áreas involucradas. Para ello, se emplearon los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional, como los fundamentos de la administración, sistemas administrativos y el comportamiento organizacional, con el objetivo de proponer mejoras que fortalezcan la comunicación, disminuyan los errores operativos y se hagan más eficientes los flujos de trabajo entre el área de Administración de Ventas y el área Comercial.

De esta forma, se pretende demostrar que una buena gestión administrativa no solo optimiza los procesos internos, sino que también influyen directamente en el desempeño de los colaboradores, en la calidad de servicio al cliente y en los resultados generales de la organización. También se busca generar propuestas que aporten al desarrollo organizacional de ATV, articulando la experiencia laboral con soluciones de problemas reales dentro de la empresa.

En el capítulo I del trabajo en mención, se presenta la descripción del lugar de trabajo y las funciones realizadas. Allí se detalla la razón social de la empresa, su sector, la estructura organizacional, el área donde se desarrollaron las actividades, la relación entre

las funciones desempeñadas y los temas propios de la carrera profesional.

En el capítulo II se desarrollará la situación problemática y las contribuciones efectuadas. Se explican las principales dificultades encontradas durante la experiencia laboral, su análisis, las acciones realizadas y las propuestas de mejora orientadas a fortalecer la gestión administrativa y la comunicación entre las áreas involucradas.

En el capítulo III se encontrará un análisis más profundo de las contribuciones realizadas, evaluadas en función de las competencias y habilidades desarrolladas durante la formación profesional. Se describe del como estas capacidades fueron aplicadas para afrontar y resolver los problemas identificados, así como la necesidad de consultar fuentes externas que apoyaron la toma de decisiones. Además, se detallan los beneficios que obtuvo la organización gracias a estas mejoras, especialmente en lo relacionado con la operatividad y la coordinación entre áreas.

Finalmente, en el capítulo IV reúne las conclusiones generales del trabajo y presenta recomendaciones orientadas a reforzar la gestión administrativa, evitar futuros problemas de comunicación interna y asegurar la continuidad de los procesos mejorados.


ÍNDICE

CARÁTULA.....	I
ASESOR Y AUTOR.....	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN	V
ABSTRACT.....	VI
INTRODUCCIÓN	VII
ÍNDICE.....	IX
INFORME ANTIPLAGIO	XI
LISTA DE TABLAS.....	XIV
LISTA DE FIGURAS.....	XIV
LISTA DE ANEXOS	XIV
CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL Y FUNCIONES DESEMPEÑADAS	1
1.1. DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL.....	1
1.1.1. Razón social.....	1
1.1.2. Sector al que pertenece	1
1.1.3. Estructura organizacional.....	1
1.1.4. Área de desempeño.....	2
1.2. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES DESEMPEÑADAS Y SU VINCULACIÓN CON CAMPOS TEMÁTICOS DE LA CARRERA PROFESIONAL	3
CAPÍTULO II: SITUACIONES PROBLEMÁTICAS Y CONTRIBUCIONES REALIZADAS	6
2.1. DESCRIPCIÓN DE UNA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA O CASO CLÍNICO QUE SE LE HUBIESE PRESENTADO EN EL AÑO QUE DESEMPEÑÓ SUS FUNCIONES.....	6

2.2. CONTRIBUCIÓN EN LA SOLUCIÓN DE SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.	8
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE CONTRIBUCIONES Y BENEFICIOS OBTENIDOS.....	12
3.1. ANÁLISIS DE SU CONTRIBUCIÓN EN TÉRMINOS DE LAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES ADQUIRIDAS DURANTE SU FORMACIÓN PROFESIONAL. EXPLICAR SI SU CONTRIBUCIÓN REQUIRIÓ LA CONSULTA A OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN.	12
3.2. EXPLICAR EL NIVEL DE BENEFICIO OBTENIDO POR EL CENTRO LABORAL DE SU CONTRIBUCIÓN A LA SOLUCIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS.....	15
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	17
4.1. CONCLUSIONES	17
4.2. RECOMENDACIONES.....	17
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	19
ANEXOS.....	20

INFORME ANTIPLAGIO

Hugo Junior Trinidad Cruces TSP_TRINIDAD CRUCES HUGO JUNIOR

 Revisión 01

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::3117:534951977

Fecha de entrega

1 dic 2025, 17:58 GMT-5

Fecha de descarga

1 dic 2025, 18:06 GMT-5

Nombre del archivo

TSP_TRINIDAD CRUCES HUGO JUNIOR.docx

Tamaño del archivo

3.7 MB

33 páginas

6115 palabras

35.956 caracteres



Página 1 de 36 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid::3117:534951977




2% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 1%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

*% detectado como IA

La detección de IA incluye la posibilidad de que haya falsos positivos. Aunque cierto texto en esta entrega se generó probablemente con IA, los puntajes inferiores al umbral del 20 % no aparecen porque tienen una mayor probabilidad de falsos positivos.

Precaución: Se necesita revisión.

Es esencial comprender los límites de la detección de IA antes de tomar decisiones acerca del trabajo del estudiante. Te alentamos a obtener más información acerca de las funciones de detección de IA de Turnitin antes de usar la herramienta.

Aviso legal

Nuestra evaluación de escritura con IA está diseñada para ayudar a los académicos a identificar texto que podrían haberse preparado mediante una herramienta de IA generativa. Es posible que nuestra evaluación de escritura con IA no siempre sea precisa (existe la posibilidad de que identifique erróneamente redacciones probablemente generadas por humanos como generadas por IA, y redacciones probablemente generadas por IA como generadas por humanos), por lo que no debe usarse como único fundamento para aplicar sanciones a un estudiante. Para determinar si es un caso de deshonestidad académica, se necesita de un escrutinio mayor y el juicio humano, junto con la aplicación de las políticas académicas específicas de la organización.

Preguntas frecuentes

¿Cómo debería interpretar los falsos positivos y el porcentaje de escritura con IA de Turnitin?

El porcentaje que se muestra en el reporte de escritura con IA es la cantidad del texto calificado en la entrega que el modelo de detección de escritura con IA de Turnitin determina se generó probablemente con IA desde un modelo de lenguaje de gran tamaño.

Los falsos positivos (que marcan incorrectamente alertas de texto escrito por humanos como generado con IA) son una posibilidad en los modelos de IA.

Los puntajes de detección de IA inferiores al 20 %, que no aparecen en reportes nuevos, tienen una mayor probabilidad de ser falsos positivos. Para reducir la probabilidad de malinterpretación, no se atribuye ningún puntaje o resaltado y se indican con un asterisco en el reporte (*%).

El porcentaje de escritura con IA no debe ser el único fundamento para determinar si ha ocurrido una mala conducta. El revisor/instructor debería usar el porcentaje como un medio para iniciar una conversación formativa con sus estudiantes o usarlo para examinar el ejercicio entregado según las políticas de la escuela.

¿Qué significa 'texto calificado'?

Nuestro modelo sólo procesa texto calificado en la forma de escritura de formato largo. La escritura de formato largo se refiere a los enunciados individuales en párrafos que constituyen una parte más grande del trabajo escrito, como un ensayo, una disertación, un artículo, etc. El texto calificado que se ha determinado que se generó probablemente con IA se resaltará en color cian en la entrega.

El texto no calificado, como viñetas, bibliografías comentadas, etc., no se procesará y puede crear disparidad entre los puntos destacados de la entrega y el porcentaje mostrado.



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Campos temáticos de la carrera profesional.....	4
--	---

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del Departamento de Ventas.	2
Figura 2. Comunicación institucional sobre la actualización de tipos de publicidad.	9
Figura 3. Comunicación institucional sobre el nuevo concepto de negocio Lab Comercial.....	10
Figura 4. Comunicación institucional sobre la implementación de un nuevo software	11
Figura 5. Capacitación de pauta de garantía con nuevo sistema	13
Figura 6. Coordinación de nuevo procedimiento por un nuevo tipo de publicidad.....	13

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Organigrama institucional	20
--	----

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL Y FUNCIONES DESEMPEÑADAS

1.1. DESCRIPCIÓN DEL CENTRO LABORAL

1.1.1. Razón social

Andina de Radiodifusión S.A.C. con Ruc: 20100114420

1.1.2. Sector al que pertenece

Telecomunicaciones

1.1.3. Estructura organizacional

La empresa Andina de Radiodifusión S.A.C. cuenta con una estructura organizacional funcional, conformada por diversos departamentos que cumplen funciones especializadas para el logro de los objetivos corporativos. Entre sus principales áreas se encuentran:

- Presidente
- Departamento de Administración y Finanzas
- Departamento Comercial
- Departamento de Producción
- Departamento de Programación
- Departamento Legal
- Departamento de Recursos Humanos
- Departamento de Operaciones
- Departamento de Ingeniería y Técnica

Dentro de esta estructura, el Departamento de Administración de Ventas cumple un papel estratégico, ya que se encarga de planificar, supervisar y controlar las actividades comerciales de la empresa (Andina de Radiodifusión S.A.C., 2016); ver Anexo 1.

Según la Presentación del Área de Administración de Ventas elaborada por el Directorio (ATV, 2016), entre sus principales funciones destacan:

- Gestionar y dar seguimiento a los procesos de venta de espacios publicitarios, menciones comerciales y paquetes digitales.
- Coordinar con el Área Comercial para garantizar el cumplimiento de las metas de ingresos.
- Asegurar la correcta facturación y control administrativo de los contratos con los anunciantes y agencias publicitarias.
- Supervisar la atención al cliente anunciante, garantizando eficiencia y satisfacción

en la prestación de los servicios.

- Contribuir a la eficiencia operativa mediante la coordinación entre las áreas administrativas y comerciales.

La relevancia de este departamento radica en que constituye el vínculo directo entre la gestión comercial y los procesos administrativos, siendo un área clave para la sostenibilidad económica de la empresa. Un adecuado funcionamiento del Departamento de Administración de Ventas no solo asegura ingresos constantes, sino que también permite optimizar la relación con clientes estratégicos, consolidando la posición de ATV como un medio competitivo en el sector televisivo.

En el presente trabajo se enfatiza en este departamento, al ser el área en la que se desarrolla la experiencia profesional, con el objetivo de analizar cómo la gestión administrativa influye directamente en el desempeño laboral de sus colaboradores y en los resultados globales de la empresa.

Figura 1.

Estructura del Departamento de Ventas.



Nota: 8 personas

Fuente: Andina de Radiodifusión S.A.C. (2016), introducción de funciones del área de Administración de Ventas.

1.1.4. Área de desempeño

En el departamento de Administración de Ventas, el cual se encuentra dentro del departamento de Administración y Finanzas.

1.2. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES DESEMPEÑADAS Y SU VINCULACIÓN CON CAMPOS TEMÁTICOS DE LA CARRERA PROFESIONAL

Cargo desempeñado

Gestor de Administración de Ventas

Descripción de las funciones desempeñadas

Se detallan las funciones propias, inherentes y complementarias al cargo de Gestor de administración de ventas, esta sección no está incluida en el contrato, si no fue extraída de una presentación interna de la empresa presentada durante la inducción al cargo (Andina de Radiodifusión SAC,2016):

- Generar códigos de materiales de spots y PNT, y enviarlo a las agencias (clientes - anunciante) para su posterior envío de las órdenes publicitarias y de sus materiales a las áreas que correspondan: Spots a Ingesta y PNT's al Editor de Auspicios.
- Ingresar, revisar y cerrar órdenes regulares o de auspicio; y enviarlas a las agencias o anunciante.
- Coordinar con el Editor de Auspicios el ingreso de órdenes por este concepto.
- Coordinar con el área Comercial los choques de competencia y saturación de auspicios en programas en vivo.
- Validar las OP's según las condiciones negociadas en el convenio o contrato y enviar al Ejecutivo las diferencias que hubiera para su revisión antes de consultar a la agencia (cliente – anunciante)
- Verificar y coordinar requerimientos especiales de las agencias, previa revisión del convenio aprobado, como: ubicaciones preferenciales (súpercabecera, cabecera, cola en cortes u horarios específicos), programas vetados y avisos en sándwich.
- Gestionar y dar seguimiento a los cobros y recargos adicionales por penalidades y multimasas con la agencia (cliente - anunciante) y área comercial. - Coordinar con las agencias (cliente - anunciante) la reposición de publicidad no emitida a nivel nacional o regional.
- Coordinar con las agencias las reubicaciones por saturación comercial, choques de competencia, cambios de programación o eventos especiales.
- Coordinar con las agencias (cliente - anunciante) el envío adelantado de órdenes

previo a los feriados según Cuadre de Planta enviado por el área de Programación.

- Coordinar con el Encargado de log los ingresos fuera de horario previa autorización.
- Enviar a IC las bonificaciones sujetas a evaluación, según condiciones del convenio.
- Informe de cierre semanalmente para no acumular órdenes al cuadro del mes.
- Cuadrar y conciliar con las agencias (clientes - anunciantes) los cierres mensuales y enviarles sus EECC.
- Enviar horarios de transmisión, órdenes de compra y EECC al área de Finanzas de los convenios requeridos para su facturación.
-

Vinculación con campos temáticos de la carrera profesional

Los campos temáticos que he podido analizar se vinculan principalmente con los Fundamentos de la Administración, ya que este enfoque se orienta al estudio del proceso administrativo y la aplicación de principios y técnicas que favorecen el uso eficiente de los recursos disponibles. Asimismo, se relacionan con los Sistemas Administrativos, considerando que estos permiten organizar, integrar y controlar los procesos internos, facilitando una toma de decisiones más oportuna y efectiva. Finalmente, se asocian con el Comportamiento Organizacional, dado que este campo contribuye al análisis y comprensión del comportamiento de los colaboradores, con el propósito de mejorar las conductas laborales y promover un ambiente de trabajo productivo y satisfactorio.

A continuación, se expone la siguiente tabla:

Tabla 1.

Campos temáticos de la carrera profesional

Competencia Académica	Competencia Profesional	Evidencia de la Aplicación
Fundamentos de la Administración	Aplicación del proceso administrativo en la gestión de órdenes publicitarias.	Apliqué los principios del proceso administrativo (planificación, organización, dirección y control) al coordinar con las agencias y áreas internas de la organización el envío, validación y cierre de órdenes de publicidad. Esto permitió optimizar el uso de recursos, reducir errores en la emisión y mejorar la eficiencia del flujo de trabajo.
Comportamiento	Coordinación	Mantuve una comunicación constante con el área Comercial y otras áreas, promoviendo la cooperación y resolución de conflictos entre

Organizacional	y trabajo colaborativo con distintas áreas.	equipos para garantizar el cumplimiento de plazos y la satisfacción de los clientes. Esto contribuyó a un ambiente laboral más armonioso y productivo.
Sistemas Administrativos	Control y seguimiento de procesos internos de ventas.	Implementé un control sistemático en el registro y cierre de órdenes (OPs), conciliando información con agencias y enviando reportes semanales de las ordenes de publicidad emitidas. Este seguimiento garantizó la precisión de datos para los EECC finales y el cumplimiento de los compromisos comerciales.

Fuente: Universidad Privada San Juan Bautista, plan de estudio de la carrera de Administración de Negocios (documento curricular, versión 20042), Andina de Radiodifusión S.A.C. (2016), introducción de funciones del área Administración de ventas (documento interno no publicado).

CAPÍTULO II: SITUACIONES PROBLEMÁTICAS Y CONTRIBUCIONES REALIZADAS

2.1. DESCRIPCIÓN DE UNA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA O CASO CLÍNICO QUE SE LE HUBIESE PRESENTADO EN EL AÑO QUE DESEMPEÑÓ SUS FUNCIONES.

Durante el tiempo que desempeñé mis funciones, en el Departamento de Administración de Ventas de la empresa Andina de Radiodifusión S.A.C., tuve la oportunidad de conocer de cerca los procesos que sustentan la operación comercial y, a la vez, identificar varios retos que dificultaban el desarrollo fluido de las tareas diarias. Estas dificultades, que se repitieron con frecuencia en los últimos años, no solo entorpecían el trabajo interno, sino que también afectaban la coordinación con el Área Comercial y, en última instancia, la calidad del servicio ofrecido a nuestros anunciantes.

Con el tiempo, fui comprendiendo que muchos de estos problemas nacían de desviaciones o interrupciones dentro de un proceso que, en teoría, debía seguir una secuencia clara y ordenada. El flujo correcto contempla los siguientes pasos:

- a) Recepción de la orden de publicidad
- b) Validación de la orden con las condiciones establecidas en el contrato
- c) Ingreso de la orden al sistema
- d) Envío del código del material publicitario
- e) Evaluación de la orden por parte del CPR
- f) Envío de la orden interna virtual al cliente o agencia
- g) Supervisión del cuadro por parte del administrador del Log
- h) Supervisión de la emisión de los spots
- i) Cierre de las órdenes de publicidad
- j) Envío de estados de cuenta al cliente o agencia
- k) Cierre final del proceso de ventas

Cada etapa del proceso representa un eslabón clave en una cadena que debe mantenerse coordinada para asegurar resultados óptimos. Sin embargo, cuando alguna de estas fases se veía alterada, ya sea por falta de información, retrasos o fallas de comunicación, estos generaban efectos negativos que se propagaban rápidamente, afectando tanto la gestión interna como la percepción del cliente.

Esta experiencia no solo me permitió desarrollar una mirada crítica sobre los procesos

administrativos y operativos, sino también reafirmó la importancia de trabajar en la mejora continua, buscando siempre formas más eficientes y colaborativas de gestionar nuestro trabajo.

Los más relevantes fueron los siguientes:

- Datos incompletos o errados en el ingreso de órdenes de publicidad

En varias ocasiones, la información que enviaba el Área Comercial para registrar las órdenes de publicidad llegaba con datos incompletos o incorrectos. Esto obligaba a rehacer el proceso, generando retrasos en el sistema, demoras en la facturación y problemas en la programación de la pauta publicitaria. Como consecuencia, algunos clientes llegaban a presentar reclamos, lo que afectaba la imagen de la empresa y la relación con los anunciantes.

- Fallas en la comunicación de observaciones sobre contratos

Otro inconveniente frecuente fue que las observaciones realizadas a los contratos no siempre se comunicaban de manera oportuna desde el Área Comercial al Área de Administración de Ventas. Esto ocasionaba inconsistencias en el registro de órdenes, trabajo duplicado y pérdida de tiempo en la corrección de errores. A la larga, este problema genera descoordinación entre las áreas y disminuye la eficiencia operativa, afectando también la experiencia de los clientes.

En resumen, ambas situaciones evidencian un problema de fondo, la carencia de procesos estandarizados y de canales formales de comunicación entre áreas. Esta debilidad en la gestión administrativa comprometerá directamente la calidad del servicio entregado, eleva los costos operativos por ineficiencia y pone en riesgo la relación con clientes claves en un entorno competitivo como el de la publicidad televisiva, como parte de los procesos tenemos los informes post cierres como medio indicador ya que con este podemos, después de corregir con los datos correctos del convenio en el sistema, hacer las correcciones a las ordenes cerradas después del cierre de ventas y así poder actualizar con la datos nuevos ingresados al sistema.

En ese sentido, se propone realizar una revisión general del proceso y el flujo de información entre las áreas involucradas, con el objetivo de establecer practicas más eficientes, reducir errores operativos y asegurar una experiencia satisfactoria para el cliente, en alineación con los objetivos estratégicos de la empresa.

2.2. CONTRIBUCIÓN EN LA SOLUCIÓN DE SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

Durante su desempeño en el Departamento de Administración de Ventas de la empresa Andina de Radiodifusión S.A.C., se logró identificar una serie de dificultades que afectaban significativamente el proceso de gestión de órdenes de publicidad. Estas problemáticas no solo impactaban la operatividad interna, sino que también comprometían la calidad del servicio brindado a los anunciantes, elemento clave en un sector tan competitivo como el de la publicidad televisiva.

Uno de los principales inconvenientes detectados fue el ingreso de órdenes con datos incompletos o erróneos, situación que generaba constantes reprocesos, demoras en la facturación y, en consecuencia, frecuentes reclamos por parte de los clientes. Además, se observaron fallas en la comunicación entre áreas, especialmente entre el Área Comercial y el Área de Administración de Ventas, lo que ocasionaba descoordinaciones operativas, pérdida de eficiencia y una experiencia poco fluida tanto para el cliente interno como externo.

Ante este contexto, se realizó un análisis detallado del proceso actual. Si bien el flujo de trabajo establecido contempla once pasos esenciales desde la recepción de la orden hasta el cierre del proceso de ventas, la ausencia de controles y procedimientos estandarizados generaba interrupciones en distintas etapas. Algunos de los problemas más críticos identificados fueron: ingreso de datos incompletos, observaciones contractuales no comunicadas oportunamente, y la carencia de canales formales de comunicación entre las áreas involucradas.

Como respuesta a esta situación, se coordinó de forma verbal una propuesta integral de mejora el cual luego se fue implementando en las labores, es estructurada en cuatro ejes fundamentales:

Revisión y estandarización del proceso

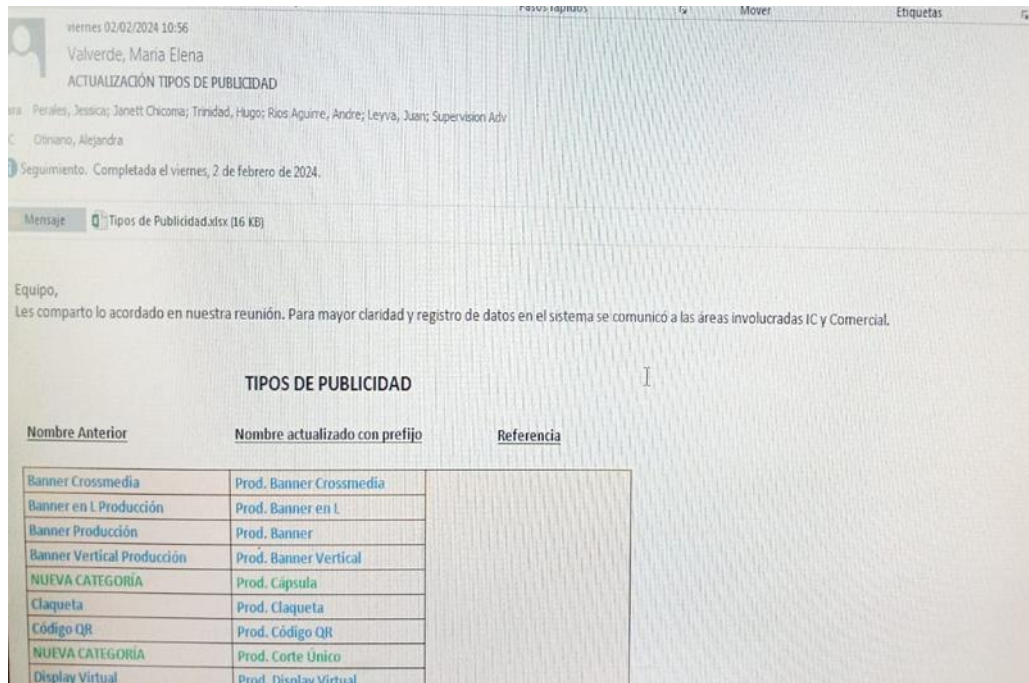
Se propuso cumplir los procedimientos operativos establecidos, en el que están definidos claramente las responsabilidades, los tiempos estimados, la documentación requerida y los mecanismos de validación para cada fase del proceso. Asimismo, se recomendó la implementación de checklists obligatorios antes del registro de cada convenio, así como la asignación clara de responsables por cada eslabón del flujo operativo, a fin de asegurar trazabilidad y control.

En la figura 2, se muestra una comunicación institucional que evidencia la aplicación

de los procedimientos establecidos y la coordinación entre áreas involucradas para mantener la trazabilidad de los procesos operativos.

Figura 2.

Comunicación institucional sobre la actualización de tipos de publicidad.



Nota: Captura de pantalla de un correo electrónico enviado por M.E. Valverde (comunicación personal, 2 de febrero de 2024)

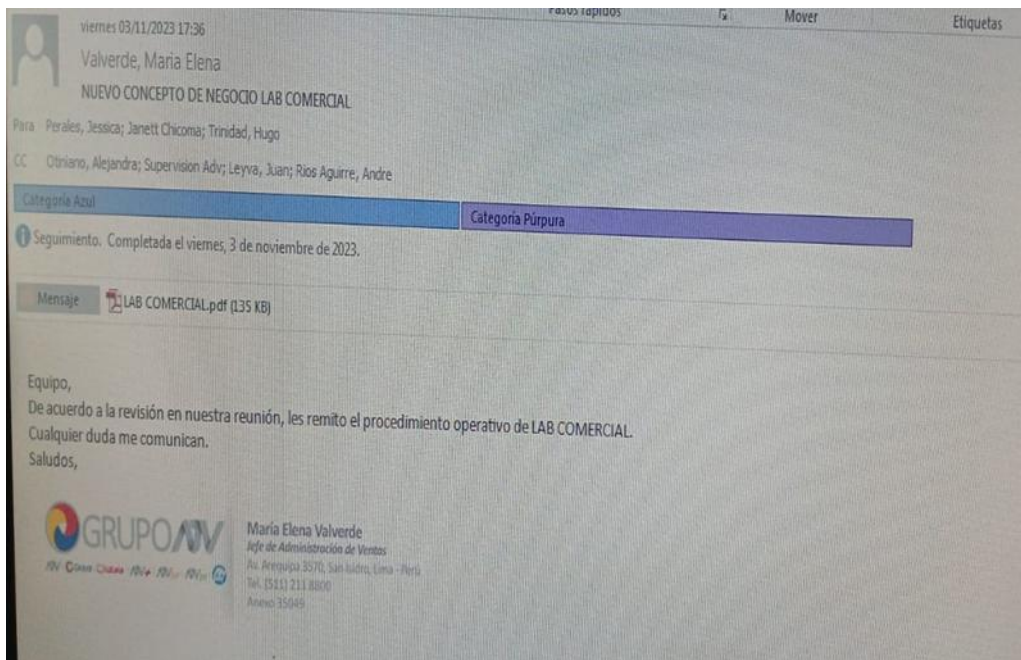
Fortalecimiento de la comunicación interáreas

Con el objetivo de mejorar la coordinación entre equipos, se planteó el diseño de un protocolo de comunicación formal basado en el uso de herramientas como el correo institucional, que ya se tiene implementado o buscar otra herramienta como un sistema CRM (Customer Relationship Management o Gestión de la Relación con el Cliente). También se propuso la realización de reuniones semanales de coordinación, orientadas a revisar casos pendientes, órdenes observadas y reclamos en curso. Estas acciones serían acompañadas por programas de capacitación continua en gestión de procesos y habilidades comunicacionales para el personal de ambas áreas.

En la figura 3, se muestra un ejemplo del uso del correo institucional como medio de comunicación formal entre áreas involucradas.

Figura 3.

Comunicación institucional sobre el nuevo concepto de negocio Lab Comercial.



Nota: Captura de pantalla de un correo electrónico enviado por M.E. Valverde (comunicación personal, 3 de noviembre del 2023)

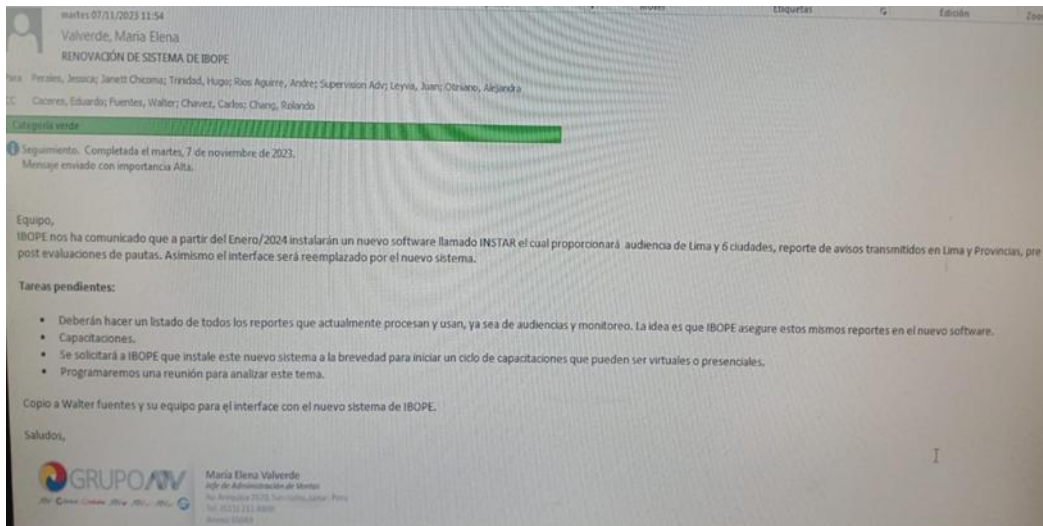
Incorporación de herramientas tecnológicas

Reconociendo el valor de la digitalización en los procesos empresariales, se sugirió la evaluación y eventual implementación de una plataforma digital integrada, que permita registrar órdenes y convenios con validaciones automáticas de campos obligatorios, generar notificaciones en tiempo real ante errores u observaciones, y monitorear el estado de cada orden desde su ingreso hasta el cierre del ciclo de ventas. También se recomendó la opción de dar mejoras al sistema que ya cuenta la empresa, considerando complementos de software que apoyen a la mejora, siempre con la capacitación correspondiente con los involucrados para la implementación.

En la figura 4, se muestra la instalación de un nuevo software, destinado a optimizar los reportes de audiencia y monitoreo de la publicidad, así como a modernizar la interfaz del sistema que se cuenta para una gestión más eficiente.

Figura 4.

Comunicación institucional sobre la implementación de un nuevo software



Nota: Captura de pantalla de un correo electrónico enviado por M.E. Valverde (comunicación persona, 7 de noviembre del 2023)

Con la implementación de esta propuesta, se espera una reducción significativa de errores operativos, mayor eficiencia, y un uso más inteligente de los recursos disponibles.

La experiencia adquirida en el Departamento de Administración de Ventas permitió evidenciar debilidades estructurales en la gestión de órdenes publicitarias dentro de Andina de Radiodifusión S.A.C. A través de esta propuesta, se planteó un camino claro hacia la mejora de los procesos internos, el fortalecimiento de la coordinación entre áreas y la consolidación de un servicio de calidad orientado al cliente. Esta iniciativa no solo permitió reducir errores y mejorar el aprovechamiento de los recursos, sino también consolidar la competitividad de la empresa en el dinámico mercado de la publicidad televisiva.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE CONTRIBUCIONES Y BENEFICIOS OBTENIDOS

3.1. ANÁLISIS DE SU CONTRIBUCIÓN EN TÉRMINOS DE LAS COMPETENCIAS Y HABILIDADES ADQUIRIDAS DURANTE SU FORMACIÓN PROFESIONAL. EXPLICAR SI SU CONTRIBUCIÓN REQUIRIÓ LA CONSULTA A OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN.

En el transcurso de la elaboración de la propuesta de mejora entre el área Comercial y el área de Administración de Ventas de Andina de Radiodifusión S.A.C., con el uso varias competencias y habilidades aprendidas a lo largo de mi formación académica en Administración de Negocios.

En primer lugar, se manifestó una sólida capacidad de análisis y diagnóstico organizacional mediante el adecuado análisis de las principales dificultades presentes en el proceso de gestión de ordenes publicitarias. Se encontraron causas relevantes, como el registro de información incompleta y errónea que se menciona en los convenios y la falta de procedimientos estandarizados e interrelación de las áreas. Por ello se considera una propuesta integral orientada a facilitar acciones y coordinación que derive en mayores eficiencias operacionales.

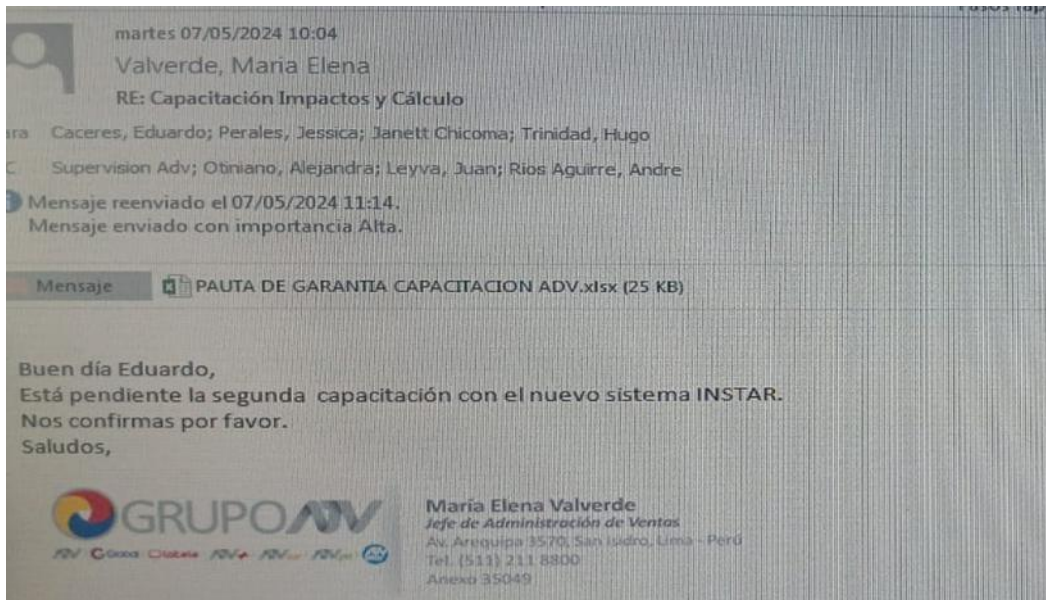
Asimismo, se aplicaron habilidades de planificación y gestión de procesos, para impulsar el estricto cumplimiento de los procedimientos establecidos, que se asumen las responsabilidades, tiempos, registros y controles. Esta actividad nos demuestra que somos capaces de organizar procesos más eficientes y alineados a los objetivos de la organización.

Se pudo evidenciar en los trabajos que se ha fortalecido la coordinación entre áreas, mediante uso de correos formales, reuniones periódicas y capacitaciones. Esas acciones fomentaron el trabajo en equipo, ayudaron a resolver conflictos y promovieron a una mejor toma de decisiones siendo más participativa, y contribuyendo a una cultura organizacional más empática y colaborativa.

En la figura 5 y figura 6 podemos evidenciar lo mencionado en el párrafo anterior:

Figura 5.

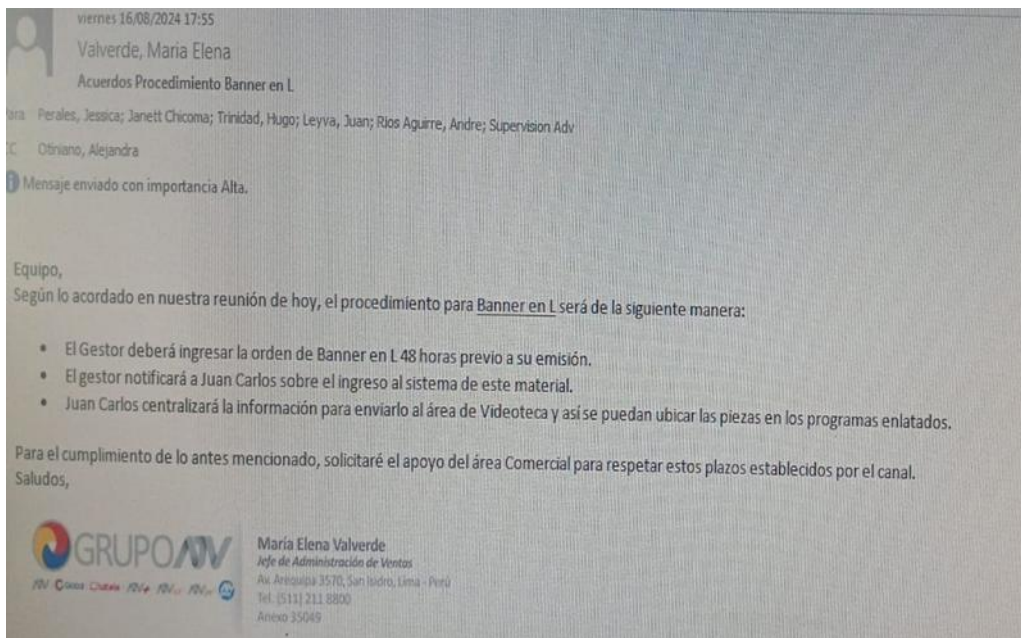
Capacitación de pauta de garantía con nuevo sistema



Nota: Captura de pantalla de un correo electrónico enviado por M.E. Valverde (comunicación personal, 7 de mayo del 2024)

Figura 6.

Coordinación de nuevo procedimiento por un nuevo tipo de publicidad



Nota: Captura de pantalla de un correo electrónico enviado por M.E. Valverde (comunicación personal, 16 de agosto del 2024)

Por otro lado, la incorporación de herramientas tecnológicas en la mejora evidenció competencias digitales y de innovación, al considerarse la implementación de plataformas

integradas (ERP o CRM) que mejoren el registro, seguimiento y control de las órdenes de publicidad. Esta iniciativa reflejó una visión moderna y adaptativa frente a los desafíos de la transformación digital empresarial.

En resumen, esta práctica profesional aportó al estudiante la posibilidad de integrar los conocimientos teóricos-prácticos adquiridos a lo largo de su carrera. Esto colaboró en el desarrollo integral de competencias vinculadas al análisis de la organización, el liderazgo, la comunicación y la gestión tecnológica. Estas aptitudes llevaron al diseño de soluciones eficientes y sostenibles, que fortalecen su desempeño profesional, así como los valores agregados ofrecidos a la empresa Andina de Radiodifusión S.A.C.

Para la elaboración de la propuesta de mejora fue necesario complementar la información obtenida durante la experiencia profesional con la consulta a diversas fuentes teóricas. Esta búsqueda ayudó a tener un mejor diagnóstico sobre lo relacionado a la gestión de procesos administrativos, comunicación organizacional y control interno. Los aportes sirvieron de base conceptual para la mejora de procedimientos, así como para establecer mecanismos de trazabilidad y controles que aseguren que la propuesta se alinee con las prácticas corporativas vigentes.

En ese sentido, los planeamientos de Henry Fayol (1916) e Idalberto Chiavenato (2009) nos brindan las bases para comprender las ideas de que la gestión administrativa es un proceso que implica la estructura y el factor humano. Fayol establece que toda organización debe apoyarse en cinco funciones básicas: planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Estas funciones han ayudado a reflexionar sobre los procesos existentes, así como sobre la necesidad de reordenar los flujos administrativos en función del orden, la eficiencia y la definición de los roles para cada uno.

Sin embargo, no se consideró que la administración fuera solo mecanismos de control o de dirección, sino que es un proceso mediante el cual se incluye acompañamiento, cooperación y desarrollo colectivo. En otras palabras, el autor subraya la necesidad de que las organizaciones adopten un enfoque más centrado en el ser humano.

Con relación a la comunicación organizacional, la propuesta de mejora se apoyó en los postulados de la teoría de la motivación de Abraham Maslow (1943), que nos apoyó a comprender que el colaborador no solo iba a cumplir funciones, sino que también esperan necesidades que son emocionales y sociales, como reconocimientos o desarrollo profesional, que ayuden a influir en su rendimiento. Desde esta óptica, la comunicación debía ser empática, participativa y bidireccional, desarrollando así un trabajo en equipo.

Durante el proceso de optimización, se promovieron espacios para el dialogo abierto con el personal del área Comercial y el de Administración de Ventas, donde se compartieron experiencias, dudas y sugerencias. Esto permitió una mejor comunicación y que se convierta en una herramienta de solución ante observaciones que se tengan.

Con relación al control interno, se retoma a Max Weber (1922) y su teoría de la burocracia racional-legal. También, se destaca la importancia de contar con jerarquías claras, procedimientos formalizados y normas precisas que garanticen la transparencia y trazabilidad de la gestión. Estos principios fueron importantes para el desarrollo de mecanismos de control adecuados a las políticas de la organización. También se consideró necesario equilibrar esta formalidad con flexibilidad y sensibilidad hacia los colaboradores que participan en los procesos. Como control interno se entendió una actividad no solo de chequeo, sino que también de acompañamiento, orientación y fortalecimiento de la responsabilidad compartida, dentro de un marco de confianza y respeto.

Con base en esas ideas, la propuesta de mejora administrativa fue a dar entre otras optimizaciones, a fortalecer la confianza, participación y compromiso del colaborador. De esta manera, la gestión dejó de ser sólo técnica para convertirse en un proceso más humano donde cada colaborador fue considerado agente del cambio y no sólo ejecutor de una tarea.

3.2. EXPLICAR EL NIVEL DE BENEFICIO OBTENIDO POR EL CENTRO LABORAL DE SU CONTRIBUCIÓN A LA SOLUCIÓN DE LAS SITUACIONES PROBLEMÁTICAS.

A través, de la ejecución de la propuesta de mejora del área Comercial y el área de Administración de Ventas de Andina de Radiodifusión S.A.C., se mostraron importantes resultados que aportaron al mejoramiento del desempeño organizacional y el clima laboral. Esos beneficios fueron el resultado de la aplicación de competencias analíticas, comunicativas y de gestión adquiridas a lo largo de la formación profesional en Administración de Empresas, las cuales se enriquecieron con fundamentos teóricos que dieron soporte a la intervención desde un enfoque técnico y humanista.

Los beneficios logrados tuvieron repercusiones positivas en diversos procesos operativos, así como en la dimensión humana de la organización. En el ámbito tecnológico, se logró mayor eficiencia en el procesamiento de órdenes publicitarias, así como también una

reducción de errores administrativos y una mejora en la trazabilidad de los convenios. La cohesión de los equipos de trabajo, la comunicación empática y la motivación del personal, fueron factores que fortalecieron la gestión, que se tornó más armónica y sostenible.

La posible implementación de herramientas tecnológicas permitirá potenciar este proceso, lo que evidenciará una apertura hacia la digitalización y la modernización de los sistemas de información. La idea de plataformas integradas (ERP o CRM) permite observar que se puede agrupar la gestión comercial y administrativa, facilitando y mejorando el control, la comunicación y la toma de decisiones en el momento oportuno. En general, la propuesta de mejora causará en los procesos administrativos un impacto positivo en el centro laboral, al integrar equilibradamente los componentes técnicos y humanos de la gestión.

Consolidando el modelo administrativo ya implementado, pero más ordenado, transparente y participativo, donde las personas fueron reconocidas como el motor principal del cambio. Este enfoque contribuirá al fortalecimiento institucional de Andina de Radiodifusión S.A.C., demostrando que la eficiencia organizacional solo adquiere verdadero sentido cuando se articula con el desarrollo, la motivación y el bienestar de quienes forman parte de la organización.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

Durante mi experiencia en el Departamento de Administración de Ventas de Andina de Radiodifusión S.A.C., pude comprender de forma vivencial la importancia que tiene la gestión administrativa cuando se orienta no solo a la eficiencia operativa, sino también al desarrollo de las personas que forman parte de la organización. En el día a día, los problemas detectados como la falta de estandarización de procesos, los errores en la información y las dificultades de comunicación entre áreas evidenciaron que toda empresa necesita de coordinación, claridad y empatía para alcanzar los objetivos trazados. Esta propuesta de mejora me permitió conectar los conocimientos adquiridos durante mi formación profesional en Administración de Negocios con el funcionamiento real de una organización dinámica y competitiva. Durante este proceso pude fortalecer mis habilidades de análisis, liderazgo colaborativo, comunicación y gestión de procesos, lo que me ayudo a plantear soluciones prácticas que aportaron a una mayor eficiencia operativa y a mejorar las relaciones interpersonales dentro de la organización.

Esta experiencia también reafirmó mi idea de que una buena gestión no depende únicamente de tener procedimientos claros, sino del compromiso y la colaboración de las personas. Conseguir que las áreas trabajen alineadas y que cada colaborador se sienta parte de un objetivo común es, en realidad, lo que define el éxito de una organización. Por ello, este proceso no solo represento una mejora para la empresa, sino también un crecimiento personal y profesional que fortaleció mi visión como futuro administrador.

4.2. RECOMENDACIONES

Lo que recomendaría a Andina de Radiodifusión S.A.C. principalmente, es que continúe fortaleciendo la cultura de mejora continua que ha venido construyendo en estos últimos años. Lograr esto resultará fundamental ya que formalizando los procesos mediante manuales de operaciones actualizados y de implementar herramientas tecnológicas integradas que faciliten el registro, seguimiento y validación de la formación en cada etapa del proceso, hará que la mejora sea aún más eficiente. Además, es importante que el enfoque entre los colaboradores sea centrado y colaborativa, para mejorar la coordinación interna y, por ende, la experiencia del cliente. También se recomienda reforzar la comunicación entre áreas y fomentar decisiones compartidas para así resolver los problemas o observaciones.

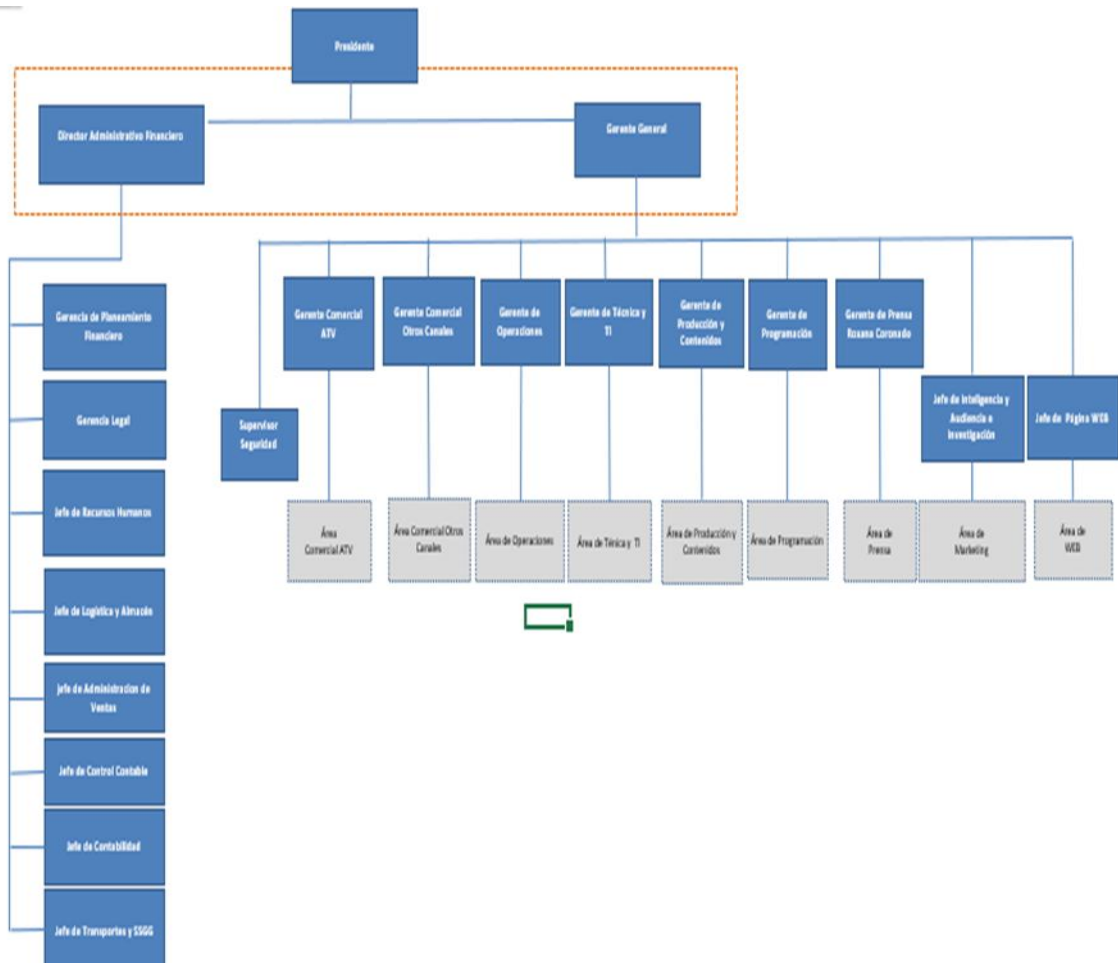
Finalmente, sugiero continuar con diálogos y capacitaciones permanentes que faciliten la conversación y el aprendizaje de los colaboradores, además contemplar el reconocimiento de los colaboradores como un elemento dinámico del crecimiento de la organización. Por último, integrar la innovación tecnológica a la gestión de procesos que permitirá a la organización avanzar hacia un modelo más eficiente, moderno y sostenible, que podrá afrontar los retos del entorno de telecomunicaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andina de Radiodifusión S.A.C. (2016). Contrato de trabajo: Gestor de Administración de Ventas. Documento interno, no publicado.
- Andina de Radiodifusión S.A.C. (2016). Presentación del Área de Administración de Ventas. Documento interno no publicado.
- Andina de Radiodifusión S.A.C. (2016). Introducción de funciones del área de administración de ventas. Documento interno no publicado.
- Universidad Privada San Juan Bautista (2013), plan de estudio 20042 de la carrera de Administración de Negocios
- OpenAI. (2025). *ChatGPT* (versión 5.1) <https://chat.openai.com>
- Declaración de uso de herramientas de IA
- Declaro que utilicé el modelo de lenguaje ChatGPT (OpenAI, versión 5.1) como herramienta de apoyo en redacción y revisión de este informe, verificando y editando personalmente toda la información generada.

ANEXOS

Anexo N°1. Organigrama institucional



Fuente: Andina de Radiodifusión SAC, 2023