

RESUMEN

Autor [Chavez Pantoja, G.](#)

Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)

Título **Rediseño de procesos para la mejora de herramientas de gestión del área dedicada a la publicidad online y offline de la empresa editora El Comercio**

Impreso Lima : UNALM, 2018

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	E20. C438 - T	USO EN SALA
Descripción	60 p. : 16 fig., 13 tablas, 27 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Trabajo Monográfico (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumario (Es)	
Materia	PERIODICOS GESTION DISEÑO PUBLOICDAD PROMOCION DE VENTAS EVALUACION NORMALIZACION COMUNICACION PERU PUBLICIDAD ONLINE PUBLICIDAD OFFLINE EDITORA EL COMERCIO	
Nº estándar	PE2019000021 B / M EUV E20; C20	

El presente trabajo de investigación, muestra el estudio y evaluación de los actuales procesos del área de Urbania de la Empresa Editora El Comercio (EEC), que se dedica a la venta de publicidad online y offline del sector inmobiliario. El problema de la investigación fue analizar la falta de coordinación y control de los procesos generados desde COMZ que contempla el registro del cliente en la base de datos, las órdenes de publicación y entrega de materiales,

considerados fundamentales para el desarrollo del negocio de la UNT. El análisis, permitirá a la organización mejorar sus herramientas de gestión, haciendo más fluida la obtención de la información y generando mayor interacción con el cliente para el establecimiento de mejores estrategias comerciales. La investigación se realizó en base a un diseño de tipo no experimental, obteniendo información de diversas fuentes, como entrevistas, encuestas y observaciones a la fuerza de venta. La propuesta de rediseño de los procesos, ha permitido identificar los principales puntos de mejora del área, encontrándose también que la herramienta de Siebel (CRM) que se utiliza no es la adecuada ya que solo sirve para un registro de agenda e indicador de visitas para el ejecutivo de ventas. Se concluyó que dentro de una organización los procesos siempre deben ser revisados para una mejora y las herramientas que sirven para el control de toda la gestión, siempre deben estar actualizadas; para el caso de la Unidad de Negocios Transaccionales, se indica que es necesario que Urbania asuma el control de sus procesos para hacerlos más eficientes y brindarle un valor agregado al cliente final. Finalmente, se puede tomar en consideración este estudio como referencia para las demás marcas que maneja la unidad.

ABSTRACT

This research work shows the study and evaluation of the current processes of the Urbania area of the Empresa Editora El Comercio (EEC), which is dedicated to the sale of online and offline advertising in the real estate sector. The problem of the investigation was to analyze the lack of coordination and control of the processes generated from COMZ that contemplates the registration of the client in the database, the orders for publication and delivery of materials, considered fundamental for the development of the business of the UNT . The analysis will allow the organization to improve its management tools, making the obtaining of information more fluid and generating greater interaction with the client for the establishment of better commercial strategies. The research was carried out based on a non-experimental design, obtaining information from various sources, such as interviews, surveys and observations of the sales force. The process redesign proposal has made it possible to identify the main areas for improvement in the area, also finding that the Siebel tool (CRM) used is not adequate since it only serves to record the agenda and indicator of visits to the sales executive. It was concluded that within an organization the processes should always be reviewed for an improvement and the tools that serve to control the entire management, should always be updated; In the case of the Transactional Business Unit, it is indicated that Urbania needs to take control of its processes to make them more efficient and provide added value to the end customer. Finally, this study can be taken into consideration as a reference for the other brands that the unit handles.