



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE
LICENCIATURA EN SISTEMAS COMERCIALES

**MEMORIA DE EXPERIENCIA LABORAL EN EL AREA DE VENTAS
EN CANAL 5TV COZUMEL**

TRABAJO MONOGRÁFICO

Para obtener el Grado de Licenciado en Sistemas Comerciales

**PRESENTA
MAGALY GUADALUPE MAY HOIL**

MATRÍCULA

10-11256

Director:

Dr. Alfonso González Damián.

Cozumel, Q.Roo, 2020



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

Trabajo monográfico elaborado bajo la supervisión del Comité de Asesoría y aprobado para obtener el grado de:

LICENCIADO EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

Director :



Dr. Alfonso Gonzales Damian



Supervisora:



MT Y DH: Julia Sderis Anaya Ortiz

Supervisora:



Mtra. Nubia Berenice Castro Castillo



Cozumel, Quintana Roo, Diciembre, 2020.

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada, le doy gracias a Dios por permitirme terminar la carrera, por darme sabiduría e inteligencia para poder concluir esta etapa de mi vida.

A mi esposo Osvaldo y a mi hijo Leví, ya que ellos me impulsan a ser una mejor persona y están conmigo en todo momento.

Quiero agradecer a mi familia, a mis padres Juan May y Reina Hoil por ser ese apoyo moral, económico durante mi carrera, porque gracias a sus sacrificios he logrado culminarla, también gracias a mis hermanos Linda, Juan, Adrián y Maricruz que estuvieron en todo momento para apoyarme y alentarme a seguir adelante; y también a mis cuñados Israel y Carmen que siempre están para apoyar en todo momento.

Maestra Alma Rosa Macías gracias por confiar en mí, por motivarme a ser mejor alumna y sobre todo por siempre estar conmigo, por su ayuda a terminar mi carrera; siempre la tendré presente mi vida y en mi corazón, es y será un ejemplo de mujer, de madre, de esposa y de maestra; le dedico este trabajo porque sin usted no hubiera llegado a este punto de mi carrera profesional.

Gracias a todos aquellos maestros que formaron parte importante en mi vida académica, que, sin su apoyo, sus regaños, sus motivaciones uno no llegaría a donde está.

RESUMEN

La presente Memoria de Experiencia Profesional, pretende exponer la prácticallaboral en el área de Administración y ventas en un canal de televisión de prestigio como lo es Canal 5tv, esta empresa utiliza buenos modelos para el desarrollo de sus actividades, como lineamientos de alto estándar tanto en lo administrativo, ventas y operativo; esto le permite gozar de muy buena reputación en sus procesos entre los otros canales locales de la isla, de igual manera le permite tener un lugar adecuado en donde los trabajadores pueden desarrollarse laboralmente.

Los estudiantes universitarios adquieren conocimiento en el aula de clases y con sus profesores, en su mayoría son conocimientos teóricos que les permiten desarrollar técnicas y habilidades en el desempeño de la función en el área laboral; Cuando un estudiante egresa de la carrera universitaria y decide ingresar en el campo laboral tiene una desventaja, ya que no cuenta con conocimientos prácticos, estas habilidades laborales se desarrollan por la persona durante la experiencia cotidiana en el trabajo.

Trabajar en una empresa privada, permite desarrollarse en un ambiente laboral real, con retos desafíos que cualquier joven o empleado podrá encontrar en un futuro, si decide trabajar en una empresa pública o privada.

La memoria de experiencia profesional es un informe de actividades profesionales del pasante donde aplique los conocimientos de su área de formación en este caso fue en la Universidad De Quintana Roo Campus Cozumel. Por lo que desarrollar una memoria de actividades contribuye a citar todo lo que el estudiante de la universidad aprendió durante la carrera, describiendo como aplicó la teoría en un ambiente real y competitivo, la manera como se desarrolló y empleo las técnicas aprendidas.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPITULO I. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	
1.1 DATOS GENERALES	5
1.2 RESEÑA HISTORICA DE LA EMPRESA	8
1.3 ORGANIGRAMA	9
1.4 MISIÓN Y VISIÓN	11
1.5 PRODUCTOS Y CLIENTES.....	11
CAPITULO II. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.	
2.1 ANTECEDENTES.....	12
2.2 OBJETIVOS.....	13
2.3 JUSTIFICACIÓN.....	13
CAPITULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS.	
3.1 DESARROLLO DE LA ESTANCIA LABORAL.....	16
CAPITULO IV. ANALISIS Y RESULTADOS.	
4.1 CONOCIMIENTOS APRENDIDOS EN LA ESTANCIA LABORAL.....	24
CONCLUSIÓN.....	25
RECOMENDACIONES.....	26
REFERENCIAS.....	26

INTRODUCCIÓN

Se vive una época de constantes cambios, tanto a nivel nacional como internacional, por lo tanto, en la actualidad para que se denomine a una empresa como moderna debe optimizar sus recursos, ofrecer bienes y servicios de calidad, para satisfacer las necesidades del mercado y poder ser más competitivo.

Cuando se habla de calidad y productividad, se refiere a un cambio de actitudes, valores y cultura que deben existir en todas las personas involucradas en la organización. Para lograr este cambio en el ser humano, es necesario saber cómo motivarlo.

La American Marketing Association, define la venta como *"el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y el comprador)"*

Un departamento de ventas es el responsable de mantener las buenas relaciones entre la empresa o compañía y su cliente o público objetivo; ¿de qué manera? esto lo hace nombrando a un encargado de ventas; este es el agente que se ocupa en la toma de decisiones de acuerdo con el presupuesto con el que cuenta la empresa; y analizará si aumentar o disminuir el volumen de ventas.

(¿Qué es un departamento de ventas? (2019, septiembre 2) Recuperado de <https://www.madridactualidad.es/departamento-de-ventas/>)

Un departamento de ventas dirige la distribución, preventa, venta y post venta de los productos o servicios de una empresa o compañía; entrega la mercancía o hace llegar el servicio; la intención principal es generar un impacto financiero positivo en la empresa; esto lo logra obteniendo incrementos significativos en el volumen de sus ventas, así como un mejor posicionamiento de su marca.

Entre algunas funciones del departamento de ventas, incluye actividades que no solo son visitar clientes y vender.

A continuación, se mencionan algunos ejemplos de las funciones del departamento de ventas, según el autor David Torres:

- Enfócate en el producto o servicio principal que piensas vender.
- Establecer un pronóstico en ventas: qué cantidades vas a vender; sé realista con estas cifras y procura cumplir esas metas a fin de incrementar tus ventas progresivamente.
- Preguntarse: ¿cómo ayudarás a tu público objetivo?, ¿con qué recursos cuento para ayudar a mis clientes o público objetivo?
- Coordinar las actividades que llevarán a cabo los agentes de ventas y contrólalos.
- Establecer un “plan de ventas” y sé flexible con este.

CAPITULO I GENERALIDADES DE LA EMPRESA:

1.1 DATOS GENERALES

1.1.1 NOMBRE COMERCIAL:

Canal 5tv Cozumel

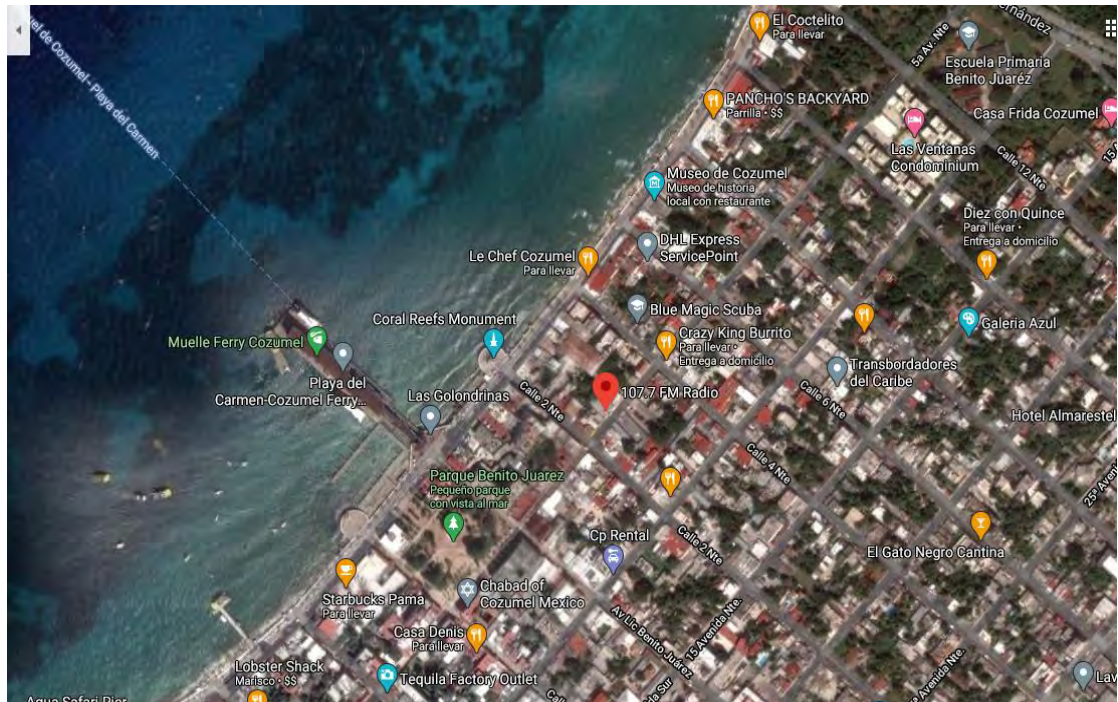
RAZON SOCIAL:

Pantalla Liquida S.A DE C.V



1.1.2 UBICACIÓN:

5ta Avenida entre 2 y 4. Colonia: Centro Cozumel Quintana Roo



1.1.3 GIRO:

Como giro comercial se entiende a la actividad o negocio que desarrolla la misma. Estas actividades se clasifican en diferentes categorías de acuerdo con su propósito y su importancia dentro de la empresa; Existen tres grandes

categorías que agrupan a los giros empresariales según su actividad: industrial, comercial y de servicios. Sin embargo, dentro de estos tres grandes grupos existe una gran diversidad de actividades posibles. (Caro, 2004)

Canal 5Tv Cozumel, está en la categoría de Servicios, ya que lo que ellos ofrecen son bienes intangibles, porque manejan el servicio de spots y menciones.

1.1.4 TAMAÑO DE LA EMPRESA:

El tamaño de empresas se determinará conforme al "Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, publicado el 30 de junio de 2009 en el Diario Oficial de la Federación", conforme a los siguientes criterios:

Ejemplo tamaño de empresas

Tabla 1				
Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (m.d.p.)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Nota: Recuperado del Diario Oficial de la Federación. Copyright 2016.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES), tienen una gran importancia en la economía y en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las empresas MPYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales. Los criterios para clasificar a la micro, pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país; de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

(Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa [archivo PDF]. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2009/doc/minimonografias/m_pymes.pdf)

Por lo tanto, canal 5Tv se considera como una pequeña empresa local en la isla de Cozumel, que ofrece servicios de publicidad.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

Una "reseña histórica" contiene la historia de la empresa. Debe incluir toda la información pertinente acerca de la empresa, sus productos o servicios, su mercado y/o industria y su equipo de gerencia. Debe estar escrita de forma tal que atraiga el interés de un periodista. Debe centrarse siempre en los beneficios y la información. Recuerde, ésta no es una herramienta de ventas, de modo que evite al máximo los elogios. (¿Qué hace un departamento de ventas? 2019, septiembre 2 Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/resena-historica-u-hoja-informativa.html>)

Tv Cozumel, Canal 5 es un canal de televisión que se transmite vía cable por el sistema Cablemás. Estamos ubicados en el canal 25 en analógico y el 135 en digital. Canal 5 comenzó operaciones en 1997 por señal abierta operando la

frecuencia XHCOZ (actualmente al aire). Debido a que el consumo de televisión por parte de la población se inclinó por los sistemas restringidos y siendo Cablemásla que más suscriptores tiene en Cozumel, se decidió en 2007 incorporar a Canal 5 en esta red que es la que actualmente operamos y comercializamos.

Somos una televisora local con programas que van dirigidos a la sociedad cozumeleñas resaltando la historia, los valores familiares, la cultura y tradiciones, la belleza y los recursos naturales de Cozumel, así como la información oportuna, la crítica objetiva y fundamentada en los hechos abordada desde la ética y responsabilidad de Canal 5.

Se trata de una programación dirigida al televidente local donde se vea reflejado e identificado. Llevamos a la pantalla las situaciones cotidianas que influyen en la vida diaria de todos los cozumeleños.

Después de una renovación técnica en nuestro canal e instalaciones y la profesionalización en nuestros procesos de operación y producción en 2011, dieron como resultado una mejor calidad de contenidos y señal al aire mismo que se ve reflejado en la preferencia del auditorio por nuestra señal.

La renovación tecnológica de nuestros equipos de producción, realización y post producción nos dan la oportunidad de responder pronta y eficazmente a casi cualquier evento de última hora en nuestro entorno.

Canal 5 tv, con el paso del tiempo se ha convertido en una referencia seria y a tomar en cuenta de los eventos noticiosos de nuestros programas. En canal 5 tv, estamos produciendo la televisión de nuestra gente.

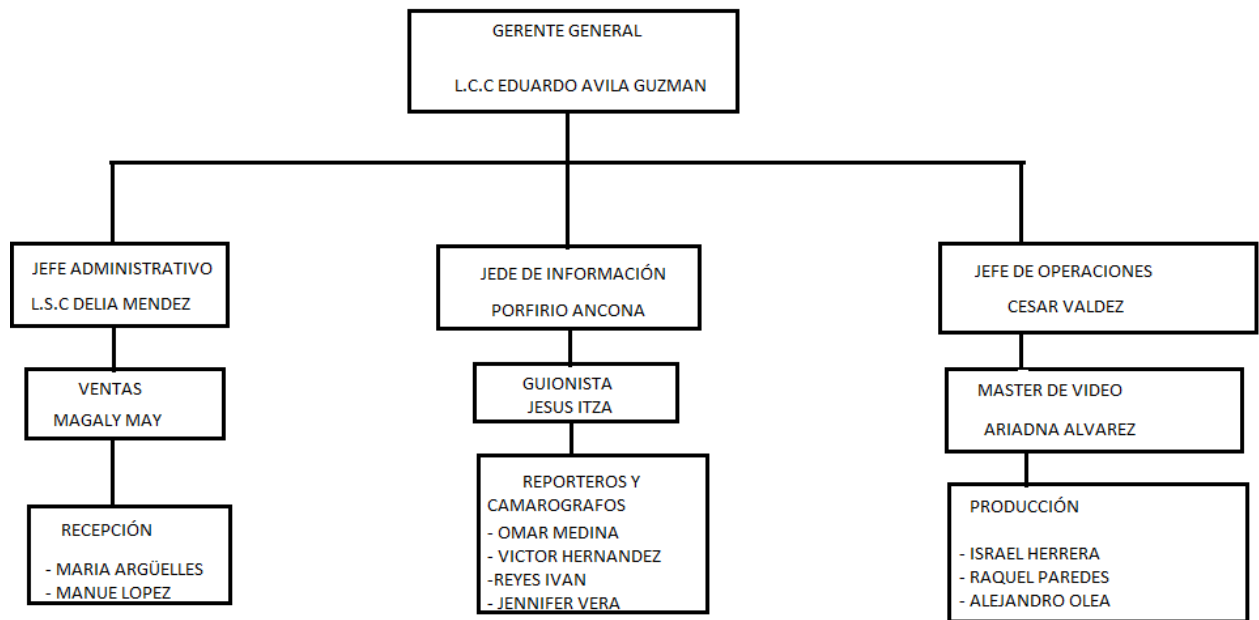
(Ávila, E. (2005, enero 3) Defensoría de la Audiencia. Tv Cozumel de <https://tvcozumel.mx/index.php/defensoria#defensoria-de-audiencias>)

1.3 ORGANIGRAMA

El organigrama de una empresa consiste en una representación visual ordenada de cada una de las estructuras organizacionales que componen la entidad.

Se trata de un sistema que permite identificar las cadenas de mando, cómo se agrupan los empleados, bajo qué departamentos y las funciones y relaciones jerárquicas de la plantilla. Siempre marcado por los criterios de la dirección y las políticas de RR. HH.

A continuación, se presenta el organigrama de Canal 5Tv Cozumel.



1.4 MISIÓN, VISIÓN.

La implementación de la misión y la visión de las organizaciones es un deber que tienen que cumplir todas las empresas que deseen tener éxito y sobresalir en el giro al que se dediquen. Canal 5Tv Cozumel tiene fijada su misión y su visión, la cual hace del conocimiento a todos sus empleados desde el primer día de labores de la empresa, esta información en el curso de inducción, "EL objetivo de la inducción es ayudar a los nuevos trabajadores a desarrollar un sentimiento de

pertenencia y aceptación para generar entusiasmo y general la moral”
(Rodriguez,2007)

MISIÓN

Desarrollar y producir de manera profesional contenidos para radio y televisión dirigidos a los diferentes sectores de la sociedad con los más altos estándares de calidad y profundo apego al código de ética que rige las actividades de la organización para posicionar a Canal 5tv y 107.7 FM como un importante referente en la opinión pública regional.

VISIÓN

Consolidar a los medios de Patronato en la sociedad para ser un agente dinámico, participativo y propositivo con programas de enfoque social, humanista y rentables con un equipo de trabajo multidisciplinario, responsable y comprometedor con los principios por los cuales se originó. Así mismo, establecer alianzas con instituciones públicas, privadas y organizaciones reconocidas por su integridad. Llegar a ser un factor de cambio y líder de opinión con poder e influencia en la sociedad.

1.5 PRODUCTOS Y CLIENTES

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. (Concepto de producto. (s/f.). Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>)

Canal 5tv Cozumel, contiene una amplia barra de programaciones para todo tipo de públicos, este es uno de sus productos que ofrece.

LA PROGRAMACIÓN ESTÁ DIVIDIDA EN 4 BLOQUES:

1. Información y opinión

2. Valores y cultura
3. Entretenimiento y deportes
4. Documentales, programación externa y programas especiales

PROGRAMAS DE LA BARRA DE INFORMACIÓN Y OPINIÓN:

1. Media Sur de la mañana
2. Vértice. El ángulo de la noticia.
3. Las 5+ del 5 (español/inglés)

BARRA VALORES Y CULTURA:

1. Diálogos de mujer

BARRA ENTRETENIMIENTO Y DEPORTES:

1. Celebrando
2. Zona deportiva
3. El Changarrito

BARRA DOCUMENTALES, PROGRAMACIÓN EXTERNA Y ESPECIALES:

1. ONU

CAPITULO II EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

2.1 ANTECEDENTES:

El motivo por el cual se realiza la presente memoria es para culminar el proceso de formación académica en la Universidad De Quintana Roo Campus Cozumel, en base a la experiencia laboral en la empresa Canal 5Tv Cozumel.

Durante el tiempo que se desempeñaron las funciones en el área de ventas, se pudieron percibir algunas dificultades que se presentaban dentro de la misma

que se pudieron ir mejorando paulatinamente, lo cual se ve reflejado en el incremento de sus ventas y de su prosperidad como empresa.

Se trabajó en el área de ventas por 2 años, que fue del 10 de octubre del 2016 al 31 de diciembre 2018.

Se recibió una inducción por parte de las personas que estaban a cargo del puesto, quienes describieron algunas actividades que ellos hacían, las cuales se volvieron parte del trabajo actual del área.

2.2 OBJETIVOS

2.2.1 OBJETIVO GENERAL

Describir la experiencia profesional como empleada del departamento de ventas en Canal 5tv Cozumel.

2.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Identificar las habilidades aprendidas y aplicadas en el departamento de ventas en el canal.
- Describir mi experiencia en la empresa de como los conocimientos aprendidos en la carrera de Sistemas Comerciales, ayudo a tener un buen desempeño en el área laborada.

2.3 JUSTIFICACIÓN

Con el indetenible cambio global que sufre la economía se ha buscado la mejora en cada una de las áreas de una empresa, aunque con la era del consumismo en el cual nos encontramos, dejar a un lado la publicidad y no tomarla como una de las herramientas que mejor debemos manejar, sería el desperdicio de una oportunidad muy favorable para los objetivos de la empresa.

En la actualidad se vive un ataque masivo de publicidad por muchos medios, ejemplo: televisión, radio, periódicos, volantes, espectaculares, publicidad vía internet, mensajes de texto al celular, correo postal y aun dentro

de productos que adquirimos. Tanto es el alcance de la publicidad que ha llegado al punto en que se puede anticipar lo que el cliente desea o necesita ayudando así a planear los futuros alcances de venta que podemos presupuestar.

La observación de los gustos cambiantes del cliente nos ayuda a ofertar productos y servicios que estén a la vanguardia de lo que el cliente desea o puede utilizar. (Walker.2007)

La dependencia de las organizaciones modernas hacia el área de tecnología e información en los medios de comunicación ha crecido dramáticamente durante el último tiempo y promete seguir incrementándose al ritmo de entornos cada vez más desafiantes y competitivos, y estos es resultado de que muchas empresas están tomando la decisión de reestructurar sus departamentos y se están dando cuenta de todos los cambios positivos que esto implica para su negocio. (Quintanilla, 1998)

La tendencia a la globalización posiblemente ha influenciado en la toma de decisiones de varios países del mundo, tanto en lo político, económico y religioso: probablemente las tendencias globales también hayan influenciado en los procesos administrativos y de ventas en las empresas. (Estay, 2005)

Las crecientes demandas de estos clientes cada vez más complejos han creado necesidades y oportunidades de negocio para las empresas de comunicación que decidan dedicarse de lleno a las ventas, como lo ha hecho Canal 5tv.

En la actualidad la gran mayoría de las grandes empresas tienen presencia en varios países, de igual manera tienen influencia en otras por su éxito o prosperidad, algunas han creado procesos para mejorar sus ventas, “Las naciones se encuentran inmersas en un contexto mundial, en el cual ninguna región o nación pueden aislarse de las demás. De esta manera, los sucesos importantes es un lado tienen repercusiones en otro” (Arias & Heredia,2004)

Canal 5tv Cozumel, se ha dedicado a crear espacios de entretenimiento para las familias cozumeleñas, lo cual implica la realización de programas de información,

programas de entretenimiento entre otras; pero para poder llevar a cabo dichos programas se necesita la entrada de ingresos para que se puedan solventar los gastos que estos generan.

Es por eso que la empresa se dedica a comercializar los espacios al aire, Canal 5tv ofrece spots publicitarios (videos), menciones en programas en vivo, cobertura de eventos, uso de imagen en los sets de grabación, y en algunas ocasiones menciones en su frecuencia de radio 107.7 FM "La voz del caribe"

Un gran número de empresas nuevas y ya establecidas en Cozumel han mejorado de manera acelerada sus visitas y ventas gracias a Canal 5tv Cozumel, al ofrecerle un amplio repertorio de paquetes de spots, menciones, entre otros. Su estructura de ventas es a nivel local y tienen 10 años de experiencia, y eso le permitieron ser una de las empresas televisoras grandes y competitivas en su ramo.

Sin embargo, en los últimos años la empresa se ha visto con problemas para ampliar su cartera de clientes, porque hay dificultades en los tiempos de entrega de los spots para que se puedan revisar y aprobar.

Al dedicarse de lleno a un área en específica de trabajos de gran ayuda porque se puede dar cuenta de los pros y contras que tiene este departamento; al momento de estar trabajando en el área de ventas, se pudo notar que este departamento, aunque sea de gran importancia dentro de la empresa ya que estaba altamente descuidado ya que no había una persona en específico que se encargara de hacer estas ventas.

Al ser responsable durante 2 años del departamento de ventas, se logró un incremento significativo en las mismas ya que obtuvieron clientes nuevos no solo de Cozumel, sino de Playa del Carmen y Puerto Morelos, ya que a los clientes se les daba un servicio más personalizado, se hacían visitas a los negocios, que es de gran importancia ya que uno puede ver lo que los otros negocios necesitan y así poder generar paquetes publicitarios que se ajusten a sus necesidades.

CAPITULO III DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA LABORAL EN EL DEPARTAMENTO DE VENTAS.

3.1 DESARROLLO DE LA ESTANCIA LABORAL.

Las empresas o compañías funcionan como sistemas o unidades, ya que para el funcionamiento de ellas es necesario hacer trabajar varios engranes o áreas de la empresa, de manera que, si alguna parte no funciona, la compañía podría no trabajar correctamente, “Los componentes de cualquier sistema o unidad deben ser coordinados de manera lógica y eficiente para que puedan aportar beneficios tanto a la propia organización como a sus miembros individuales” (Rodriguez,2007).

En los últimos años las empresas de comunicación han volteado sus ojos hacia empresas grandes o marcas, esto se debe al gran potencial existente ya que, con una buena propuesta, con costos accesibles, pueden atacar un mercado que ha ido cobrando importancia. (López, 2017)

A pesar de la gran demanda por servicios publicitarios, algunas empresas no se han consolidado rápidamente debido a la gran competencia que existe en el mercado y en ocasiones las barreras que pueden existir.

Debido a la demanda de servicios de publicidad, canal 5tv ha tenido problemas para terminar en tiempo y forma los spots publicitarios, ya que para tener un spot completo se requiere de un proceso el cual es:

1. Necesita ir a grabar video: Este consiste en ir al local del cliente, ya saber qué es lo que se tiene que grabar, hacer varias tomas para tener respaldos y ver cuáles son las mejores para poder hacer el comercial.

2. luego grabar la voz: Se tiene que tener escrito el dialogo que se tiene que grabar, donde se contiene la información del negocio, como dirección, precio, promociones y sobre todo el nombre del lugar.
3. se tiene que editar y pasar a aprobación del cliente: Una vez que se tenga tanto el audio como el video, el editor tiene que trabajar en ellos para poder tener el producto final, y poder mostrárselo al cliente para que este lo apruebe y si es el caso contrario hacer los cambios solicitados para que ya pueda salir al aire.

Todo esto requiere personal y tiempo; esto no solo afecta la venta, también afecta la confianza de sus clientes, la cual, es fundamental para el éxito de la compañía.

Por lo antes expuesto en este contexto, es importante analizar la situación en la que se encuentra la empresa, al estudiar los factores que potencialmente tienen el mayor impacto, que permitan tener un mejor enfoque hacia acciones encaminadas a la disminución de las debilidades, así como aprovechar y aumentar las fortalezas de esta. También es importante considerar el impacto negativo que representan las amenazas y tratar de minimizarlas, como también sacar provecho de las oportunidades que se presentan en el entorno.

En el proceso de inducción suelen darse, al nuevo trabajador, informes de la siguiente naturaleza (Reyes,2010)

1. Idea de la empresa en que va a trabajar, su historia, sus productos, su organización.
2. Políticas generales de personal: que espera la empresa del nuevo trabajador, y que puede esperar el de la empresa.
3. Reglas generales de disciplina, que puede y no hacer.
4. Beneficios que uno como empleado puede disfrutar.
5. Visitar la planta y presentarlo con algún jefe de mayor categoría.

Durante los primeros días se recibió por parte de las personas encargadas del área, el curso de inducción y familiarización que se brinda a todo el personal de nuevo ingreso, para que de esta manera la empresa esté cumpliendo con lo que pide la ley, de igual manera brindar a los empleados un panorama amplio, proporcionando datos generales de la empresa, como sus antecedentes, historia en la comunidad, cuáles son las otras empresas hermanas, información sobre departamentos, áreas y quienes son las personas a cargo de cada departamento y área; al finalizar los días de inducción se presenta ante todos los empleados, para que ellos sepan cuál es su nombre y su cargo.

“Las experiencias iniciales que vive un trabajador en la organización van a influir en su rendimiento y adaptación; en esto radica la importancia del proceso de inducción” (Rodríguez,2007) de esta manera la empresa ayuda al empleado nuevo en la adaptación del nuevo lugar de trabajo, buscando un mayor rendimiento en casa uno de sus trabajadores.

Con el propósito de aprovechar al máximo los recursos del área de capacitación y obtener mejores resultados en los cursos de inducción a la empresa, es importante llevar a cabo los siguientes puntos. (Reyes,2010)

1. Conviene que el nuevo empleado sea personalmente llevado y presentado con el que se habrá de ser su jefe inmediato, y no simplemente enviarlo con una ficha de ingreso. Por lo menos debe dársele una tarjeta de presentación muy amistosa y cordial.
2. El nuevo jefe debe presentarlo a su vez, con los que habrán de sus compañeros inmediatos de trabajo.
3. Debe después explicarle, de ser posible por mismo, en qué consistirá su trabajo. Para ello, nada mejor de auxiliarse de la descripción del puesto.
4. Deben mostrarle los sitios que requiere conocer, tales como lugar de cobro, de abastecimiento de material, sanitarios, etc.

De esta manera el Canal 5tv hace cumplimiento a una de las sugerencias que hace Reyes (2010) ya que el Director general del canal ofreció un recorrido al

personal nuevo por las áreas del canal con la finalidad de que se tenga conocimiento de las instalaciones, la ubicación de las áreas y oficinas de la empresa, se recorrieron los pasillos, los sets de grabación, los camerinos, la sala de juntas y la radio, se mencionó como y por donde se deben acceder a las áreas, en qué momento no pasar en radio y los sets donde hay programas en vivo, se enseñó al personal de manera de cómo usar el reloj checador al momento de llegar y salir; también hizo mención de la importancia de portar siempre el uniforme limpio y planchado, al igual de que el gafete tenerlo en un lugar visible y siempre con nosotros porque esto acredita a las personas como empleadas y permite en acceso a las áreas de trabajo.

“Otra etapa del proceso de inducción consiste en introducir al trabajador al puesto que desempeñara, es decir, colocar al empleado recién contratado en el puesto que ocupara” (Rodriguez,2007). En este caso después de los 3 primeros días de trámites para la contratación y después del curso de inducción, se fue asignado un cubículo que contenía un teléfono y una computadora, con la finalidad de que se realice los diferentes trabajos que previamente se habían comentad. La computadora y el teléfono se encontraban conectados a la red interna de la empresa y con acceso a internet, contaba con diferentes programas y una lista de clientes que ya tenía la empresa, así como documentos, presentaciones y varios documentos.

Durante las primeras semanas se estuvo hablando con los clientes activos que tenía el canal para presentarme como nueva encargada del área de ventas, preguntarles cómo se han sentido durante su estancia con nuestra empresa, y en algunos casos checar si su contrato ya estaba a punto de vencer y preguntarles si querían continuar con su espacio publicitario y si querían cambio de spot o mención.

Las tareas básicas que se enseñaron durante la inducción al departamento fueron: la etiqueta o forma estándar de contestar el teléfono, como usar el conmutador y enviar llamadas, se dio a conocer los diferentes números o

extensiones de los departamentos, se mostró como se debe realizar una llamada externa y la ubicación de botiquines, extintores en caso de ser necesario.

Una vez que se tiene en día las visitas y contratos de los clientes que ya están activos, se procede a ver futuros clientes y generar estrategias para poder venderles los paquetes publicitarios.

Semanas después de haber iniciado el trabajo ya inmerso en el área de ventas, se hace una reunión con las personas que estaban anteriormente en el puesto para checar con cual empresa se han entrevistado, que les han ofrecido y como ha sido el trato de los empresarios, para saber cómo llegar a darle continuidad en las ventas que ya se habían iniciado.

Se empezó a visitar a los negocios de la isla de Cozumel, primero se busca los prospectos a clientes; para poder hacer este proceso se tiene que buscar cuales son los negocios que hay en la isla que dan prioridad a los consumidores locales y sobre todo que no estén anunciándose en otro medio local, se hace una pequeña investigación en sus redes sociales, su página web para ver cuál es su giro, que tipo de clientes los frecuentan más, que productos o servicios ofrecen, se agenda una cita con el propietario o en algunos casos con los encargados generales; se acude el día de la cita con nuestros futuros clientes; al momento de llegar, se genera una plática amena con la persona que nos está atendiendo para luego poco a poco ir introduciendo el tema de ventas, cuando se está hablando de los paquetes publicitarios se les hace hincapié de los beneficios que uno como empresa tiene al contratar espacios publicitarios sobre todo en televisión, Los spot de televisión son eficaces para dar a conocer cualquier información ya sea de tipo comercial o social ya que el lenguaje publicitario utiliza un importante mecanismo de comunicación como lo es la persuasión, que es el resultado que el anunciante busca conseguir en los receptores para poder abordar sus sentimientos, llamando su atención, a través del empleo de la sugestión. (¿Qué es spot de televisión 2015, octubre 23 Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/spot-de-television/>)

Al momento que el cliente acepta trabajar con el canal, es momento de generar sus estrategias de spots, ver a que publico quieren llegar, que es lo que quieren transmitir y sobre todo si tienen fechas importantes para darle más relevancia; una vez teniendo toda esta información se empieza a trabajar en el spot publicitario, dando a conocer el nombre, dirección, horarios y el servicio que ellos ofrecen, se elige el slogan y la música que se utilizaría durante su estancia en el canal.

Otro de los trabajos del cual es responsable el área de ventas, es coordinar al área de producción, es decir, coordinar el día de grabación en el negocio, checar que hay que grabarse y que no se deben de grabar, sobre todo lo que el cliente quiere realzar de su negocio, antes de ir a grabar el spot se tiene que verificar que todo esté listo, tanto la idea del spot como lo que se necesita para grabar, es decir, las personas que saldrán en el spot, los camarógrafos, todo su equipo de grabación.

Ya teniendo las imágenes que se necesitan para poder realizar el spot, continua otra labor del trabajo de ventas, generar el texto que se utilizara en el spot, en el texto uno debe de ser breve y conciso, debe expresar el sentido de la empresa y sobre todo la calidad de sus productos, tiene que ver con que énfasis será leído y en ocasiones toca grabar con su voz este texto.

Una vez que se tienen las imágenes y las voces ya listas, es momento de coordinar la edición del spot, definir que imágenes van, que secuencia debe tener, si la música va en volumen alto, medio o bajo, checar que el audio sea entendible y que las imágenes expresen lo que el cliente quiere mostrar, una vez terminado y se exporta, se le manda al cliente a verificación, si el spot es aprobado se empieza su transmisión del día que es aceptado, si es lo contrario se hace los cambios que se solicitan hasta ser aceptado por el cliente.

Otra de las áreas donde se laboro fue en el área de continuidad, es decir checar que programas y que cortes comerciales salen al aire. Además de vigilar y monitorizar la emisión constantemente, los operadores y responsables de

continuidad de cada cadena tienen un montón de funciones: son los encargados de poner la imagen del canal cuando se esté emitiendo algún programa, los banners, los tickers informativos (aunque más bien de esto se ayudan con un ordenador y su sistema de continuidad); colocar la parrilla de programación diaria en sus franjas y horas correctas; añadir los bloques publicitarios; avisar a los programas en directo cuándo les tocaría irse a publicidad.

Los operadores de continuidad son también los encargados de ejecutar la pauta única publicitaria entre todas las cadenas que tengan acuerdo. A nivel de espectador, la pauta única es un auténtico horror, pero a nivel técnico es algo impresionante conseguir sincronizar varias cadenas. (Soto, J. 2012, Julio 12¿Quién es quién en televisión? Continuidad. Recuperado de <https://www.espinof.com/presentadores/quien-es-quien-en-television-continuidad>)

Al encontrarse en esta área de trabajo, permite estar al pendiente de los spots que van a transmitir, checar en que programan estas pautados y en donde se anexan las menciones, entonces esta área va de la mano con el área de ventas, porque así se puede saber que espacios vender y cuáles no, porque ya están muy saturados, ya que se recomienda que un espacio de publicidad no sea mayor de 3 minutos, por eso los spots que se venden son con duraciones mayores a 30 segundos y menores a 60 segundos.

Hacer programas de televisión en ocasiones como conductor es muy gratificante ya que dan popularidad ante la audiencia y sobre todo da estabilidad económica, esto se da en empresas de comunicación grandes, ya establecidas y sobre todo que son ya conocidos por muchos televidentes, y patrocinadores; esto pasa en cadenas televisivas nacionales e internacionales, porque son vistos en muchos lugares de México y en el mundo; pero pasa todo lo contrario cuando el canal de televisión es local y sobre todo donde aún esta fuerte la industria radiofónica.

Referente a lo comentado, Canal 5Tv Cozumel, tiene una amplia gama de programas de todo tipo, pero sobre todo programas de entretenimiento y sociales, estos programas son vendidos por sus mismos conductores ya que se

les da la oportunidad de generar un ingreso al estar en el programa, estas ventas son autónomas, es decir, los conductores saben que ofrecer y el precio que se otorga, pero antes de salir a ver a sus clientes deben de pasar por el área de ventas, ya que una de las políticas empresariales que se maneja es no ir a visitar a los clientes que están activos y a los clientes que ya se fueron a visitar, ya que si se hace todo lo contrario los clientes verán precios diferentes y pensarán que la empresa no es seria; uno de los cambios que se hicieron de esta política que se tenía con anterioridad fue que todos los vendedores mantengan los mismos estándares de precios, y vender otros espacios; es decir que se les entregaba a todos los vendedores la misma propuesta a cada uno, para que se venda toda la parrilla de programación, sin variar en precios y espacios.

Durante el tiempo que se estuvo trabajando en esta empresa de comunicación, se generaron varios proyectos de la empresa y uno de los más importantes y relevantes fue comprar y crear unas radiodifusoras comercializables en partes de Quintana Roo, Campeche, Yucatán; proyecto en el cual se tuvo una gran e importante participación.

Para poder adquirir una de las concesiones de frecuencias comerciales que en ese tiempo se vendieron, se tuvieron que ingresar una gran cantidad de documentos ante el sindicato de trabajadores de la industria de la radiodifusión, televisión, telecomunicaciones, similares y conexos de la república mexicana (STIRTT) este trabajo se estuvo realizando por más de 2 semanas ya que los documentos se tenían que escanear, convertirlo en 1 solo archivo y se tenían que enviar tanto física como digitalmente.

Mientras se estaba en espera para saber si la empresa era candidata a estas ventas, se estuvo investigando sobre las otras radios que están en los lugares donde posiblemente se podría comprar una concesión, se averiguaron precios y paquetes que se son utilizados en estos lugares, ya que varían a los precios que se manejan en Cozumel, se estuvo buscando programas para transmitir, para hacer las pautas y pasarlas a todos los departamentos que se tendrá por medio

de un solo enlace, se estuvo averiguando todo esto, ya que la concesión que se tiene en Cozumel no es comercial, entonces es algo nuevo para la empresa.

Cuando avisaron que, la empresa si era candidata y cuales estaban ya disponibles para comprar, se viajó a estos lugares para ver donde serán las instalaciones, que tanto se necesitaría para poder empezar a posicionar las nuevas concesiones.

Se logró la compra de las concesiones y se inició el trabajo desde Cozumel, y en ocasiones se tuvo que viajar para estar pendientes de este nuevo proyecto; de las concesiones que se adquieren ya hay una trabajando en Puerto Morelos, Quintana Roo.

Una de los cambios más representativos durante el tiempo laborando en el área de ventas, fue la creación de los controles remotos en los negocios, y este fue utilizado en diferentes empresas, como por ejemplo Pacsadelli; ya que la empresa fue la encargada de crear contenido y hacer las transmisiones en vivo durante los espacios asignados; otro ejemplo es al Centro Medico de Cozumel (CMC) cuando se realizaron los viajes a los sitios de inauguración fuera de Cozumel; y las tomas de protesta e informes de gobierno del Estado, donde la empresa estuvo presente para poder transmitir en vivo desde los lugares, este proyecto no se hacía en el canal.

CAPITULO IV ANALISIS Y RESULTADOS

4.1 CONOCIMIENTOS APRENDIDOS EN LA ESTANCIA LABORAL.

Al llevar a cabo el trabajo en el área de ventas, se tuvo la oportunidad de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en el aula de clase en un entorno laboral real y con herramientas modernas que se habían aprendido en clase. De igual manera se aprendió cuáles son las principales necesidades y retos que se presentan en la administración de un departamento y como desarrollar las tareas que este necesita.

Como parte del área de ventas se aprendió a realizar contratos para clientes, a poder generar buenas estrategias dependiendo de lo que el cliente necesite, se mejoró el poder de convencimiento y sobre todo perder el miedo a hablar con otras personas, también se aprendió a realizar búsquedas de manera digital y físico para poder elaborar documentos importantes, de esta manera se reafirmó el conocimiento aprendido en clase, se mejoró el uso de paquetería office, ya que se utilizó estos programas para el desarrollo de tareas.

La relación con el personal interno de la empresa, ayudo a mejorar las habilidades de atención al cliente, las habilidades directivas de personal. Se aprendió la forma de como dirigirse a las personas, la forma correcta de hablar con dueños o gerentes de alguna empresa, y la forma correcta de expresarse en diferentes circunstancias; al convivir con otras personas muy diferentes a ti por más de 6 horas al día te enseña a ser tolerante, paciente y sobre todo como tratar a cada persona dependiendo de cómo esta sea.

Se llevó a la práctica los principios éticos aprendidos en la universidad, que van desde la motivación al personal, honestidad, responsabilidad al momento de realizar trabajos, aprender a ver cuáles son las necesidades de los clientes, buscar al segmento que cada empresa tiene, el compromiso para alcanzar los objetivos que uno se propone tanto personal como profesional por medio de la colaboración y el trabajo en equipo con las personas de otras áreas.

CONCLUSIONES

Al realizar este trabajo de memoria de experiencia laboral me permite describir las siguientes competencias adquiridas, así como los impactos de dicha evidencia:

1. Reafirmar mis conocimientos administrativos en el área de ventas al ponerlos en práctica.
2. Contribuir a través de la eficiencia y eficacia con el área de ventas al logro de objetivos
3. Reforzar las técnicas desenvolvimiento, así como las técnicas de negociación con los clientes adquiridos en el transcurso del trabajo.

4. Manejar y practicar la paquetería office al generar y presentar, tablas dinámicas, gráficos, reportes.
5. Mantener una buena relación con los clientes me permitió realizar mejores negociaciones.

La experiencia laboral que obtuve al trabajar en el área de ventas de Canal 5Tv Cozumel me ha permitido reforzar mis conocimientos y la oportunidad de obtener un papel sobresaliente en cualquier otra empresa.

Este trabajo me dio la oportunidad de demostrar mi capacidad al formar parte de la empresa, me siento satisfecha de los resultados alcanzados en la realización de mis funciones, así como el aprendizaje que obtuve desde el inicio. También me permitió a estar mejor preparada para enfrentar nuevos retos que se me presenten durante mi trayectoria laboral.

Pero todo esto que se vivió durante el tiempo que se estuvo laborando fue gracias a la Universidad de Quintana Roo, ya que le brinda al estudiante los conocimientos para poder desempeñar un gran papel en el ámbito laboral.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que, durante la estancia en la universidad, se creen más actividades como los seminarios de mercadotecnia, la feria del emprendedor que es donde los jóvenes pueden experimentar el modelo de ventas, que en un futuro les puede servir, si quieren enfocarse a esa área en específica.

REFERENCIAS

1. Alcaraz, R. (2011). El Emprendedor del Éxito. Cuarta Edición. Ed. Mc Graw Hill. México, D. F. 288 págs.
2. Cohen y Asín. (2003) Sistemas de Información para los negocios un enfoque en toma de decisiones. Tercera Edición. Ed. Mc Graw Hill. México, D.F., 423 págs.
3. Hernández, Fernández y Babtista (2010) Fundamentos de la Metodología de la investigación. Quinta Edición Ed. Mc Graw Hill. México, D.F. 613 Págs.
4. Que es la continuidad. Consultado el 24 de septiembre 2020. Se encuentra <https://www.espinof.com/presentadores/quien-es-quien-en-television-continuidad>

5. Que hace un departamento de ventas. 02 septiembre 2020. Se encuentra <https://www.madridactualidad.es/departamento-de-ventas/>
6. ¿Qué es un departamento de ventas? (2019, septiembre 2) Recuperado de <https://www.madridactualidad.es/departamento-de-ventas/>
7. Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa [archivo PDF]. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ce/2009/doc/minimonografias/m_pymes.pdf
8. ¿Qué hace un departamento de ventas? 2019, septiembre 2 Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/resena-historica-u-hoja-informativa.html>
9. Ávila, E. (2005, enero 3) Defensoría de la Audiencia. Tv Cozumel de <https://tvcozumel.mx/index.php/defensoria#defensoria-de-audiencias>
10. Concepto de producto. (s/f.). Recuperado de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>
11. ¿Qué es spot de televisión 2015, octubre 23 Recuperado de <https://conceptodefinicion.de/spot-de-television/>
12. Soto, J. 2012, Julio 12 ¿Quién es quién en televisión? Continuidad. Recuperado de <https://www.espinof.com/presentadores/quien-es-quien-en-television-continuidad>