



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
“SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO”**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CONTABILIDAD**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**“GESTION DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN  
ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA  
ENTEL PERÚ S. A. C. - HUARAZ - PERIODO 2018”**

**AUTORES:**

Bach. GONZALES SALVADOR, JULIO CESAR

Bach. RODRIGUEZ VERAMENDI, GINO THOMMY

**ASESOR:**

Dr. CPC. TOLEDO CENA, CERAFIN PRIMITIVO

HUARAZ - PERÚ

2019

**FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**1. Datos del autor:**

Apellidos y Nombres: GONZALES SALVADOR JULIO CESAR

Código de alumno: 111.1304.272 Teléfono: 930270441

E-mail: gsjc25@hotmail.com D.N.I. n°: 46022809

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

**2. Tipo de trabajo de investigación:**

- Tesis
- Trabajo Académico
- Tesinas (presentadas antes de la publicación de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014)
- Trabajo de Suficiencia Profesional
- Trabajo de Investigación

**3. Para optar el Título Profesional de:**

CONTADOR PÚBLICO

**4. Título del trabajo de investigación:**

GESTIÓN DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ S.A.C. - HUARAZ- PERIODO 2018

**5. Facultad de:**

**6. Escuela o Carrera:**

**7. Asesor:**

Apellidos y nombres TOLEDO CENA CERAFIN PRIMITIVO D.N.I n°: 31624699

E-mail: peru9207cerita@gmail.com ID ORCID: 0000-0001-6240-1078

**8. Referencia bibliográfica:**

**9. Tipo de acceso al Documento:**

- Acceso público\* al contenido completo. Acceso
- restringido\*\* al contenido completo

*Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.*

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

---



---



---

## 10. Originalidad del archivo digital

Por el presente deixo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Firma del autor

## 11. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia Creative Commons, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

## 12. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:



Varillas William Eduardo

Asistente en Informática y Sistemas

- UNASAM -

**\*Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**\*\* Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

**FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL**

**1. Datos del autor:**

Apellidos y Nombres: RODRIGUEZ VERAMENDI GINO THOMMY

Código de alumno: 122.1403.215 Teléfono: 973242806

E-mail: grodriguezveramendi@gmail.com D.N.I. n°: 70689668

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

**2. Tipo de trabajo de investigación:**

- Tesis
  Trabajo de Suficiencia Profesional  
 Trabajo Académico
  Trabajo de Investigación  
 Tesinas (presentadas antes de la publicación de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014)

**3. Para optar el Título Profesional de:**

CONTADOR PÚBLICO

**4. Título del trabajo de investigación:**

GESTIÓN DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ S.A.C. - HUARAZ- PERIODO 2018

**5. Facultad de:**

**6. Escuela o Carrera:**

**7. Asesor:**

Apellidos y nombres TOLEDO CENA CERAFIN PRIMITIVO D.N.I n°: 31624699

E-mail: peru9207cerita@gmail.com ID ORCID: 0000-0001-6240-1078

**8. Referencia bibliográfica:**

**9. Tipo de acceso al Documento:**

- Acceso público\* al contenido completo. Acceso  
 restringido\*\* al contenido completo

*Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.*

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 10. Originalidad del archivo digital

Por el presente deixo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.



Firma del autor

## 11. Otorgamiento de una licencia **CREATIVE COMMONS**

Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia Creative Commons, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.



El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

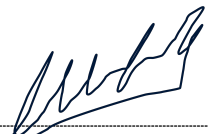
Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

## 12. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:



Varillas Wiliam Eduardo  
Asistente en Informática y Sistemas  
**- UNASAM -**

**\*Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**\*\* Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

**MIEMBROS DEL JURADO**



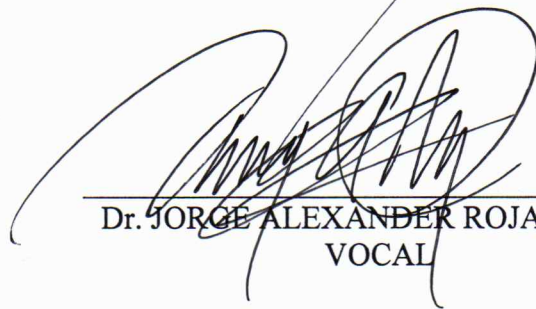
---

Dr. ABRAHAN CASTILLO ROMERO  
PRESIDENTE



---

Dr. WILLIAM ZACARÍAS OJEDA PEREDA  
SECRETARIO



---

Dr. JORGE ALEXANDER ROJAS VEGA  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

A nuestros padres:

Por darnos su apoyo incondicional para la realización de la presente investigación, por ser el motor y motivo para seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por habernos dado la fortaleza para persistir hasta lograr este objetivo, al personal administrativo y a los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, por colaborar con la aplicación de la entrevista y proporcionar información de la gestión de ventas y la compensación económica de los trabajadores, la misma que nos permitió obtener los datos para poder emitir los resultados correspondientes de la investigación planteada.



## ÍNDICE

|  |       |
|--|-------|
| Dedicatoria .....  | iii   |
| Agradecimiento .....   | iv    |
| Índice.....  | v     |
| Resumen.....   | xvii  |
| Abstract .....   | xviii |
| <br>   |       |
| 1. INTRODUCCIÓN.....   | 1     |
| 1.1. Planteamiento del problema .....                                  | 1     |
| 1.1.1. Descripción del problema.....                                   | 1     |
| 1.2. Formulación del problema .....                                    | 5     |
| 1.2.1. Problema general.....   | 5     |
| 1.2.2. Problemas específicos .....                                     | 5     |
| 1.3. Objetivos de la investigación .....                               | 6     |
| 1.3.1. Objetivo general .....  | 6     |
| 1.3.2. Objetivos específicos.....                                      | 6     |
| 1.4. Justificación, viabilidad y delimitación de la investigación..... | 6     |
| 1.4.1. Justificación teórica .....                                     | 6     |
| 1.4.2. Justificación metodológica .....                                | 6     |
| 1.4.3. Justificación práctica .....                                    | 7     |
| 1.4.4. Viabilidad de la investigación .....                            | 7     |
| 1.4.5. Delimitación de la investigación .....                          | 8     |
| 1.5. Hipótesis.....  | 8     |
| 1.5.1. Hipótesis general .....   | 8     |

|        |   |    |
|--------|---|----|
| 1.5.2. | Hipótesis específicas .....                                   | 8  |
| 1.6.   | Operacionalización de las variables .....                     | 9  |
| 2.     | MARCO REFERENCIAL .....                                       | 10 |
| 2.1.   | Antecedentes .....  | 10 |
| 2.1.1. | Nivel internacional .....                                     | 10 |
| 2.1.2. | Nivel nacional.....   | 11 |
| 2.1.3. | Nivel local .....   | 14 |
| 2.2.   | Marco teórico .....   | 15 |
| 2.2.1. | Factores de gestión de ventas .....                           | 15 |
| 2.2.2. | Compensación económica.....                                   | 23 |
| 2.3.   | Marco legal.....  | 33 |
| 2.4.   | Marco conceptual .....  | 38 |
| 3.     | METODOLOGÍA.....  | 41 |
| 3.1.   | Tipificación de la investigación .....                        | 42 |
| 3.1.1. | Tipo .....  | 42 |
| 3.1.2. | Nivel .....   | 42 |
| 3.1.3. | Diseño.....   | 42 |
| 3.2.   | Población y muestra .....                                     | 42 |
| 3.2.1. | Población.....  | 42 |
| 3.2.2. | Muestra.....  | 43 |
| 3.3.   | Variable de estudio.....                                      | 43 |
| 3.4.   | Formulación de la hipótesis y modelo econométrico.....        | 44 |
| 3.5.   | Fuentes, instrumentos y técnicas de recolección de dato ..... | 45 |
| 3.6.   | Procedimiento de tratamiento de datos .....                   | 46 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.7. Procesamiento de datos .....                        | 46  |
| 3.8. Análisis e interpretación de las informaciones..... | 47  |
| 4. RESULTADOS .....                                      | 49  |
| 5. CONCLUSIONES .....                                    | 131 |
| 6. RECOMENDACIONES .....                                 | 133 |
| 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....                      | 135 |
| ANEXOS .....   | 140 |
| Matriz de consistencia.....                              | 140 |
| Instrumentos de recolección de datos .....               | 142 |
| Guía de Análisis Documental .....                        | 146 |

## INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 1</b> Cuotas a cumplir cada mes - 2018 .....  | 3  |
| <b>Tabla 2</b> Compensaciones económicas mensuales netas de cada vendedor - 2018..   | 4  |
| <b>Tabla 3</b> Operacionalizacion de las variables .....   | 9  |
| <b>Tabla 4</b> Características de los modelos de compensación para los vendedores....  | 32 |
| <b>Tabla 5</b> Personal de ventas (asesores integrales) .....  | 43 |
| <b>Tabla 6</b> Gestión de ventas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.<br>Huaraz, periodo 2018 .....         | 49 |
| <b>Tabla 7</b> Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S.<br>A. C. Huaraz, periodo 2018 .....    | 50 |
| <b>Tabla 8</b> Fijación de metas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.<br>Huaraz, periodo 2018 .....         | 52 |
| <b>Tabla 9</b> Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S.<br>A. C. Huaraz, periodo 2018. ....    | 53 |
| <b>Tabla 10</b> Capacitaciones de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.<br>Huaraz, periodo 2018 .....           | 54 |
| <b>Tabla 11</b> Compensación económica de los trabajadores de le empresa Entel Perú<br>S. A. C. Huaraz, periodo 2018 .....   | 55 |
| <b>Tabla 12</b> Ingresos fijos de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.<br>Huaraz, periodo 2018 .....           | 56 |
| <b>Tabla 13</b> Ingresos extraordinarios de los trabajadores de le empresa Entel Perú S.<br>A. C. Huaraz, periodo 2018 ..... | 57 |
| <b>Tabla 14</b> Metas fijadas por la gerencia en todo el año 2018.....   | 59 |
| <b>Tabla 15</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a enero del 2018....   | 59 |

|  |    |
|--|----|
| <b>Tabla 16</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 60 |
| <b>Tabla 17</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a febrero del 2018.                  | 63 |
| <b>Tabla 18</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 64 |
| <b>Tabla 19</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a marzo del 2018...                  | 67 |
| <b>Tabla 20</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 68 |
| <b>Tabla 21</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de abril del<br>2018.....     | 71 |
| <b>Tabla 22</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 72 |
| <b>Tabla 23</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de mayo del<br>2018.....      | 75 |
| <b>Tabla 24</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 76 |
| <b>Tabla 25</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de junio del<br>2018.....     | 79 |
| <b>Tabla 26</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 80 |
| <b>Tabla 27</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de julio del<br>2018.....     | 83 |
| <b>Tabla 28</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 84 |
| <b>Tabla 29</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de agosto del<br>2018.....    | 88 |
| <b>Tabla 30</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 89 |
| <b>Tabla 31</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de setiembre<br>del 2018..... | 92 |
| <b>Tabla 32</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....                                   | 93 |

|   |     |
|---|-----|
| <b>Tabla 33</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de octubre del 2018.....   | 96  |
| <b>Tabla 34</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....  | 97  |
| <b>Tabla 35</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de noviembre del 2018.....   | 100 |
| <b>Tabla 36</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....  | 101 |
| <b>Tabla 37</b> Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de diciembre del 2018.....   | 104 |
| <b>Tabla 38</b> Cumplimiento de metas por cada tipo de venta .....  | 105 |
| <b>Tabla 39</b> Compensación económica.....   | 109 |
| <b>Tabla 40</b> Compensación económica del vendedor N°. 01 .....  | 109 |
| <b>Tabla 41</b> Compensación económica del vendedor N°. 02 .....  | 110 |
| <b>Tabla 42</b> Compensación económica del vendedor N°. 03 .....  | 111 |
| <b>Tabla 43</b> Compensación económica del vendedor N°. 04 .....  | 112 |
| <b>Tabla 44</b> Compensación económica del vendedor N°. 05 .....  | 113 |
| <b>Tabla 45</b> Compensación económica del vendedor N°. 06 .....  | 114 |
| <b>Tabla 46</b> Compensación económica del vendedor N°. 07 .....  | 115 |
| <b>Tabla 47</b> Compensación económica del vendedor N°. 08 .....  | 116 |
| <b>Tabla 48</b> La gestión de ventas y la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. .... | 119 |
| <b>Tabla 49</b> La fijación de metas y la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz 2018.....             | 122 |
| <b>Tabla 50</b> Las capacitaciones y la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz 2018. ....            | 125 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Gestión de ventas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. -<br>Huaraz, periodo 2018.....             | 50 |
| <i>Figura 2.</i> Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú<br>S. A. C. - Huaraz, periodo 2018..... | 51 |
| Figura 3. Fijación de metas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. -<br>Huaraz, periodo 2018.....             | 52 |
| <i>Figura 4.</i> Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú<br>S. A. C. - Huaraz, periodo 2018..... | 53 |
| <i>Figura 5.</i> Capacitaciones de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. -<br>Huaraz, periodo 2018.....         | 55 |
| Figura 6. Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú<br>S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.....        | 56 |
| Figura 7. Ingresos Fijos de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. -<br>Huaraz, periodo 2018.....                | 57 |
| Figura 8. Ingresos extraordinarios de los trabajadores de la empresa Entel Perú S.<br>A. C. - Huaraz, periodo 2018.....      | 58 |
| Figura 9. Cumplimiento de metas de enero del 2018.....   | 60 |
| <i>Figura 10.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de<br>enero.....                         | 61 |
| <i>Figura 11.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de<br>enero.....                           | 61 |
| <i>Figura 12.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del<br>mes de enero.....                   | 62 |

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 13.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de enero .....                       | 63 |
| <i>Figura 14.</i> Cumplimiento de metas mes de febrero del periodo 2018.....  | 64 |
| <i>Figura 15.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta portabilidad del mes de febrero de 2018 .....                   | 65 |
| <i>Figura 16.</i> <i>Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de febrero del periodo 2018.</i> ..... | 65 |
| <i>Figura 17.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de febrero del periodo 2018.....  | 66 |
| <i>Figura 18.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de febrero del 2018.....             | 67 |
| <i>Figura 19.</i> Cumplimiento de metas del mes de marzo del periodo 2018.....  | 68 |
| <i>Figura 20.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de marzo del periodo 2018.....          | 69 |
| <i>Figura 21.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes del periodo 2018.....                     | 69 |
| <i>Figura 22.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de marzo del periodo 2018 .....   | 70 |
| <i>Figura 23.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes de marzo del periodo 2018.....               | 71 |
| <i>Figura 24.</i> Cumplimiento de metas mes abril del 2018 .....  | 72 |
| <i>Figura 25.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de portabilidad del mes de abril del 2018.....                           | 73 |



|   |    |
|---|----|
| Figura 26. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de abril del 2018.....                       | 73 |
| Figura 27. Cumplimiento de metas en el tipo de venta prepago alto valor del mes de abril del 2018.....                  | 74 |
| Figura 28. Cumplimiento de metas en el tipo venta de nuevos clientes en el mes de abril del 2018.....                   | 75 |
| Figura 29. Cumplimiento de metas de mes de mayo del 2018 .....  | 76 |
| Figura 30. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de mayo del 2018 .....                     | 77 |
| <i>Figura 31.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de mayo del periodo 2018.....         | 77 |
| <i>Figura 32.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de mayo del periodo 2018..... | 78 |
| <i>Figura 33.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de mayo del 2018 .....           | 79 |
| Figura 34. Cumplimiento de metas mes de junio del periodo 2018.....   | 80 |
| Figura 35. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de junio del periodo 2018 .....            | 81 |
| Figura 36. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de junio del periodo 2018 .....              | 81 |
| Figura 37. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de junio del periodo 2018 .....      | 82 |
| <i>Figura 38.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de junio del periodo 2018.....   | 83 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 39. Cumplimiento de metas mes de julio del 2018.....   | 84 |
| Figura 40. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de julio del periodo 2018 .....          | 85 |
| <i>Figura 41.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de julio del periodo 2018 .....     | 86 |
| Figura 42. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de julio del periodo 2018 .....    | 86 |
| Figura 43. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de julio del periodo 2018.....        | 87 |
| <i>Figura 44.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de agosto del periodo 2018 .....  | 89 |
| Figura 45. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de agosto del periodo 2018 .....           | 90 |
| Figura 46. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de agosto del periodo 2018.....    | 91 |
| Figura 47. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de agosto del periodo 2018 .....      | 91 |
| Figura 48. Cumplimiento de metas mes de setiembre del periodo 2018 .....  | 92 |
| Figura 49. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de setiembre del periodo 2018 .....      | 93 |
| Figura 50. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de setiembre del periodo 2018 .....        | 94 |
| Figura 51. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de setiembre del periodo 2018..... | 95 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Figura 52.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de setiembre del periodo 2018 .....    | 95  |
| <i>Figura 53.</i> Cumplimiento de metas mes de octubre del periodo 2018.....  | 96  |
| <i>Figura 54.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de octubre del periodo 2018.....          | 97  |
| <i>Figura 55.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de octubre del periodo 2018.....            | 98  |
| <i>Figura 56.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de octubre del periodo 2018 .....   | 99  |
| <i>Figura 57.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de octubre del periodo 2018.....       | 99  |
| <i>Figura 58.</i> Cumplimiento de metas mes de noviembre del periodo 2018.....  | 100 |
| <i>Figura 59.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de noviembre del 2018.....                | 101 |
| <i>Figura 60.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de noviembre del, periodo 2018.....         | 102 |
| <i>Figura 61.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de noviembre del periodo 2018 ..... | 103 |
| <i>Figura 62.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de noviembre del periodo 2018.....     | 103 |
| <i>Figura 63.</i> Cumplimiento de metas mes de diciembre del periodo 2018 .....   | 104 |
| <i>Figura 64.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de diciembre del periodo 2018.....        | 105 |

|   |     |
|---|-----|
| Figura 65. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de diciembre del periodo 2018.....                 | 106 |
| <i>Figura 66.</i> Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de diciembre del periodo 2018 ..... | 107 |
| Figura 67. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de diciembre del periodo 2018.....            | 107 |
| Figura 68. Cumplimiento de metas, correspondiente a todo el periodo 2018.....   | 108 |
| Figura 69. Movimiento de la compensación del vendedor N°. 01 .....  | 110 |
| Figura 70. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 02 ...  | 111 |
| Figura 71. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 03 ...  | 112 |
| Figura 72. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 04 ...  | 113 |
| Figura 73. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 05 ...  | 114 |
| Figura 74. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 06 ...  | 115 |
| Figura 75. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 07 ...  | 116 |
| Figura 76. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 08 ...  | 117 |
| Figura 77. Interpretación general del análisis documental.....  | 118 |

## RESUMEN

Esta tesis pretende orientar sobre la importancia de la gestión de ventas y las retribuciones económicas hacia los trabajadores en las entidades de giro comercial, pues ayuda a encaminar a las organizaciones para tener una buena calidad en los productos y los servicios que ofrece, así como también mejorar y aumentar los ingresos económicos de sus trabajadores. La presente investigación titulada “Gestión de ventas y la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018” tiene por objetivo identificar cuáles son las deficiencias de la gestión de ventas que limitan la compensación económica de sus asesores de venta, exigiendo tener una adecuada gestión de venta, acción indispensable en las organizaciones comerciales.

Se analizó las acciones y procedimientos adoptados por la gerencia que influye en la compensación económica; en la cual se ha determinado que la gestión de ventas incide significativamente en la compensación económica de los asesores de venta de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz. La muestra es de 08 asesores de venta; se ha realizado la recolección de datos mediante la encuesta y las respuestas fueron registradas en el programa Excel, obteniendo así la conciliación de datos con el análisis documental e interpretación de los resultados.

En los resultados se aprecia que según los indicadores de las variables, se propone una información confiable sobre la relación de la gestión de ventas y la compensación económica. Sobre el trabajo de investigación se concluye que la falta de una adecuada gestión de ventas es un problema inminente, acción que lleva a la inestabilidad remunerativa. Por eso se debe tener planes y acciones de ventas para obtener una mayor compensación económica por parte de los trabajadores.

**Palabras claves:** Gestión de ventas, compensación económica.

## ABSTRACT

This thesis aims to provide guidance on the importance of sales management and economic rewards towards workers in commercial entities, as it has helped to direct organizations to have a good quality in the products and services offered, as well as also improve and increase the economic income of its workers. This research entitled “Sales management and economic compensation of the workers of the company Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 period aims to identify which are the deficiencies of the sales management that limit the economic compensation of its Sales Advisors. Demanding to have an adequate sales management and being very indispensable in commercial organizations.

The actions and procedures adopted by management that influence economic compensation were analyzed; in which it has been determined that the sales management has a significant impact on the economic compensation of the Sales Advisors of the company Entel Perú S. A. C. - Huaraz, whose sample is 08 Sales Advisors, data collection was carried out through the survey, where these responses were recorded in Excel, thus obtaining the reconciliation of data with the documentary analysis and interpretation of the results.

The results show that, according to the indicators of the variables, they propose reliable information on the relationship between sales management and economic compensation. Regarding the research work, it is concluded that the lack of adequate sales management is an imminent problem with a step towards remuneration instability, which is why sales plans and actions must be taken to obtain greater economic compensation from the workers.

**Keywords:** Sales management, economic compensation.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

#### 1.1.1. Descripción del problema

La empresa Entel Perú S. A. C. es una empresa trujillana especializada en la venta al por menor de ordenadores, equipo periférico, programa de informática y equipos de telecomunicaciones. La cual fue creada y fundada el 22 agosto del 2014, registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una Sociedad Anónima Cerrada. La empresa Entel Perú S. A. C. se vuelve socio comercial de la empresa Entel Perú S. A. C. a partir del 14 de agosto del 2015, la cual está dedicada a la oferta y comercialización de equipos y servicios de telecomunicaciones. Posteriormente la empresa Entel Perú S. A. C., a partir del 10 de enero de 2016, comienza a operar en el mercado comercial de la ciudad de Huaraz ofreciendo los equipos y servicios de telecomunicaciones de la empresa Entel Perú S. A. C.

Tras el vínculo societario comercial adquirido por dichas empresas, la empresa Entel Perú S. A. C. se hizo presente en el mercado huaracino brindando el plan comercial de una oferta disruptiva de la empresa Entel Perú S. A. C. lo cual dinamizó la competencia, pues motivó a los principales operadores (Movistar, Claro y Bitel) a replantear su oferta comercial con mayores beneficios para los usuarios.

La empresa Entel Perú S. A. C. tiene una política basada en el cumplimiento de metas las cuales se subdividen en cumplimiento de diversos procesos tal y cual son la captación de nuevos clientes, la migración de usuarios de otros

operadores a la empresa, los prepagos alto valor y la renovación de equipos a clientes habituales. Siendo cumplidas estas metas la empresa comisiona a los asesores de ventas, de acuerdo a lo alcanzado dentro del periodo.

La presente investigación está enfocada únicamente en el trabajador. Al ser este el principal activo generador de riqueza, necesariamente amerita un estudio de los factores que impiden la superación y la estabilidad económica del mismo. Es así que la agencia está operando en la ciudad de Huaraz con un total de 8 vendedores (asesores integrales), los cuales laboran dentro del establecimiento, siguiendo las disposiciones establecidas por la administración y regidos por un horario de trabajo el cual lo brindan personalmente.

Se ha determinado diferentes puntos críticos las cuales impiden la realización personal y organizacional de los involucrados, entre ellos se encuentra que el personal de ventas desconoce la política adoptada por parte de gerencia sobre las metas establecidas de las ventas para periodos posteriores, las metas fijadas por la gerencia son variables de manera ascendente, durante el año 2018, como lo muestra el siguiente cuadro:



**Tabla 1***Cuotas a cumplir cada mes - 2018*

|              | ENE        | FEB        | MAR        | ABR        | MAY        | JUN        | JUL        | AGO        | SET        | OCT        | NOV        | DIC        |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Vendedor 1   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 2   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 3   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 4   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 5   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 6   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 7   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| Vendedor 8   | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>TOTAL</b> | <b>600</b> | <b>624</b> | <b>624</b> | <b>656</b> | <b>672</b> | <b>688</b> | <b>728</b> | <b>736</b> | <b>744</b> | <b>776</b> | <b>784</b> | <b>832</b> |

**Fuente.** Elaboración propia según fuente de la empresa Entel Perú S. A. C.

El personal de la empresa no tiene la capacidad adecuada para la resolución de diferentes casos suscitados en su actividad, como el conocimiento y descripción del producto, facilidad de interacción con el usuario, quejas y reclamos.

La investigación realizada estuvo orientada en las bajas y variables compensaciones económicas que obtienen los trabajadores por los servicios brindados como asesores integrales de venta de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. Esto debido a que existe una ineficiente potencialización de los factores de gestión de ventas. Cabe mencionar que las metas fijadas por la empresa son variables de manera constante, además por parte de la gerencia no se realiza constantes capacitaciones e inducción sobre los diferentes procesos que se realiza en las ventas para así alcanzar sus metas

fijadas, esto conlleva a la variación descendente de los salarios de los trabajadores, así como lo muestra el siguiente cuadro:

**Tabla 2**

*Compensaciones económicas mensuales netas de cada vendedor - 2018*

|                   | ENE      | FEB      | MAR      | ABR      | MAY      | JUN      | JUL      | AGO      | SET      | OCT      | NOV      | DIC      |
|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Vendedor 1</b> | 1926.10  | 1901.98  | 1901.98  | 1947.42  | 1963.50  | 1979.58  | 2003.70  | 1955.46  | 1979.58  | 1987.62  | 1987.62  | 1987.62  |
| <b>Vendedor 2</b> | 1949.50  | 1929.50  | 1919.50  | 1869.10  | 1986.30  | 2004.70  | 2032.30  | 1929.10  | 1995.50  | 2004.70  | 1819.10  | 2050.70  |
| <b>Vendedor 3</b> | 2128.62  | 2091.82  | 2073.42  | 2115.38  | 2170.58  | 2170.58  | 2188.98  | 2133.78  | 2170.58  | 2170.58  | 2244.18  | 2179.78  |
| <b>Vendedor 4</b> | 2027.89  | 1991.09  | 1991.09  | 2051.49  | 2079.09  | 1987.09  | 2125.09  | 2051.49  | 2069.89  | 2088.29  | 2088.29  | 2088.29  |
| <b>Vendedor 5</b> | 1999.82  | 1990.62  | 1990.62  | 1995.78  | 2078.58  | 2096.98  | 2133.78  | 2050.98  | 2060.18  | 2069.38  | 2032.58  | 2106.18  |
| <b>Vendedor 6</b> | 2044.98  | 2035.78  | 1922.98  | 2059.26  | 2132.86  | 2123.66  | 2197.26  | 2068.46  | 2114.46  | 2123.66  | 2142.06  | 2142.06  |
| <b>Vendedor 7</b> | 2018.69  | 1963.49  | 1981.89  | 2005.49  | 2060.69  | 2060.69  | 2134.29  | 2023.89  | 2051.49  | 2051.49  | 2010.09  | 2115.89  |
| <b>Vendedor 8</b> | 1964.24  | 1955.04  | 1945.04  | 1951.11  | 2089.11  | 2070.71  | 2098.31  | 2024.71  | 2070.71  | 2015.51  | 1941.75  | 2079.91  |
| <b>TOTAL</b>      | 16059.86 | 15859.34 | 15726.54 | 15995.03 | 16560.71 | 16493.99 | 16913.71 | 16237.87 | 16512.39 | 16511.23 | 16265.67 | 16750.43 |

**Fuente.** Elaboración propia según fuente de la gerencia de la empresa Entel Perú S. A. C.

Dejando de lado lo que manifiesta Molina (2000) que una variable contextual identificada como antecedente potencial del compromiso con la meta son las restricciones situacionales. Estas restricciones son ciertos aspectos del entorno laboral (falta de tiempo, materiales, información, capacitación, etc.) que actúan como obstáculos para el desempeño laboral, impidiendo que los empleados puedan traducir plenamente su habilidad y motivación en su desempeño.

En el caso que no se solucionen la ineficiente potencialización de los factores de gestión de ventas en la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, los asesores integrales de venta seguirán disminuyendo su compensación económica, debido a que no cumplen con las metas de venta establecidas para el mes, esto

conllevara a que los trabajadores no cubran sus necesidades básicas y además o estén propensos a ya no formar parte de la empresa, desvinculándose de ella.

Por lo tanto, esta investigación fue encaminada al análisis de la gestión de ventas y compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018”, proponiendo una eficiente potencialización de los factores de gestión de ventas para la mejora de la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿Cuáles son las deficiencias de gestión de ventas que limitan la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018?

### **1.2.2. Problemas específicos**

¿De qué modo la carencia de la política de la fijación de metas limita la compensación económica de los trabajadores?

¿Cuáles son las insuficiencias en la política de capacitaciones que limita la compensación económica de los trabajadores?

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

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

Identificar cuáles son las deficiencias de la gestión de ventas que limitan la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

Analizar de qué modo la carencia de la política de la fijación de metas limita la compensación económica.

Describir cuales son las insuficiencias en la política de capacitación que limita la compensación económica de los trabajadores.

### **1.4. Justificación, viabilidad y delimitación de la investigación**

#### **1.4.1. Justificación teórica**

A través de esta investigación se aportó la aplicación de los enfoques teóricos planteando estrategias para la eficiente gestión de ventas, tomando al personal que labora como asesores integrales de ventas como activo principal de la organización, para así analizar su incidencia, las cuales se verán reflejadas en la compensación económica de cada uno de ellos.

#### **1.4.2. Justificación metodológica**

La investigación se realizó en la recolección de información sobre el cumplimiento de factores de gestión de ventas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, fuentes basadas en la realidad. Para ello, se acudió al análisis de las informaciones obtenidas para así poder relacionar los factores de gestión de ventas y a su vez relacionarlo

con la compensación económica de los trabajadores. De esta manera se realizó la recolección de datos, los cuales ayudarán a la operacionalización de las variables; así los instrumentos de recolección de datos a emplearse en esta investigación sirve para realizar investigaciones sobre las variables en otras entidades de formación profesional.

### **1.4.3. Justificación práctica**

Esta investigación se realizó porque existe la necesidad de mejorar las deficiencias de la gestión de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, para que esta propicie su mejora continua en cuanto a la compensación económica percibida. Así como conocer la situación de los factores de gestión de venta y la compensación económica de los asesores integrales de ventas. Esto sirve a los trabajadores a fortalecer el manejo de los factores de gestión en ventas las cuales inciden en sus compensaciones económicas deseadas, para mejorar o realizar cambios a fin de que contribuyan en beneficio de los trabajadores y en consecuencia a la empresa.

### **1.4.4. Viabilidad de la investigación**

**Viabilidad tecnológica:** Se cuenta con recursos técnicos, humanos, materiales y financieros para su desarrollo dentro del tiempo y espacio establecido para la investigación.

**Viabilidad financiera:** Los beneficios de la investigación son mayores que los costos incurridos en desarrollarla.

**Viabilidad operativa:** Frente al problema planteado se ha identificado las variables e indicadores y su medición es posible, la misma que permite materializar la investigación.

#### **1.4.5. Delimitación de la investigación**

**Delimitación teórica:** La investigación se desarrolló en base a las teorías atinentes sobre los factores de gestión de ventas y la compensación económica.

**Delimitación espacial:** La investigación se concretó en la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

**Delimitación temporal:** El periodo de análisis se refiere al 2018.

### **1.5. Hipótesis**

#### **1.5.1. Hipótesis General**

La deficiencia de la gestión de ventas inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

#### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- La fijación de metas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores.
- La falta de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores.

## 1.6. Operacionalización de las variables

**Tabla 3**

*Operacionalización de las variables*

| <b>Variables</b>   | <b>Dimensiones</b>                  | <b>Indicadores</b>   | <b>Tipo</b>  |
|--|-------------------------------------|--|--------------|
| <i>Variable independiente: X</i><br>Gestión de ventas    | <b>X1:</b> fijación de metas        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas Fijas</li> <li>• Metas Logradas</li> <li>• Metas Incumplidas</li> </ul>                                   | Cuantitativo |
|  |                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones Programadas</li> <li>• Capacitaciones Oportunas</li> <li>• Capacitaciones Permanentes</li> </ul> |              |
| <i>Variable dependiente: Y</i><br>Compensación Económica | <b>Y1:</b> Ingreso Fijo             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sueldo</li> </ul>   | Cuantitativo |
|  | <b>Y2:</b> Ingresos Extraordinarios | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones</li> </ul>   | Cuantitativo |

## **II. MARCO REFERENCIAL**

### **2.1. Antecedentes**

Se ha encontrado los siguientes estudios anteriores sobre las variables en investigación:

#### **2.1.1. Nivel internacional**

Viteri (2014) en su tesis “Análisis del modelo de gestión de ventas e incentivos de una empresa de venta directa de (maquillaje) Avon Ecuador. Teoría y evidencia”, llega a la siguiente conclusión: “Los planes de compensación son el medio para alcanzar las recompensas económicas, pero depende de cada uno el compromiso, dedicación, empeño y entrenamiento que le ponga para poder alcanzar dichas recompensas” (p.132).

Rondon y Schmitz (2007) en su tesis de pregrado “Influencia de los Sistemas de Compensación Total para que empresas del sector farmacéutico sean exitosas” llega a la conclusión de que basándonos en los resultados obtenidos de la investigación realizada por ellos, se puede afirmar que mientras las empresas otorgan mayor salario fijo, tanto a directores y gerentes como al resto de empleados, y si poseen a su vez un mayor número de empleados, la motivación es mayor. Específicamente para el caso de directores y gerentes, ya que este elemento resulta ser el de mayor contribución para que las empresas del sector farmacéutico fueran catalogadas exitosas.

Vásconez (2015) en su tesis de pregrado “Análisis del proceso de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa INFOQUALITY S.A. en la ciudad Quito, año 2014” llega a las siguientes conclusiones de que del análisis de



proceso de ventas actuales se pueden concluir que estas no cumplen con las fases de un proceso de ventas óptimo pues no realizan una gestión adecuada de sus clientes y no disponen de un listado actualizado de los clientes y no aplican estrategias para captación de nuevos clientes. Por eso es necesario diseñar un nuevo proceso que incluya actividades de posventa que brinde un adecuado servicio al cliente, con responsables definidos. Esto por la insatisfacción de los clientes y que los productos no ofrecen diferenciación frente a la competencia a través de los resultados obtenidos del *focus group*: la implementación de una herramienta para seguimiento de los clientes y el desarrollo de nuevos productos permitirían mejorar estos aspectos.

Además, el nuevo proceso debe anticiparse a las necesidades del cliente y el mejoramiento del mismo deberá recuperar y captar un grupo de clientes que permitan incrementar el monto de ventas que han disminuido en los tres últimos años y por ende lograr un mejoramiento de la rentabilidad. De este análisis interno se concluye que la empresa no dispone de objetivos comerciales con metas definidas, así como también mantiene una rotación de personal alta debido a la forma de contratación en calidad de FreeLancer por lo que debe plantear nuevas estrategias de ventas y objetivos comerciales anuales.

### **2.1.2. Nivel nacional**

Rodríguez y Vargas (2015) en su tesis de pregrado “Modelo de gestión de ventas Ovc para mejorar la productividad en la Empresa Tecmovil S. A. C. de la ciudad de Chiclayo, 2015” llegan a la conclusión que al determinar un

modelo de Gestión de ventas Orientado al Valor del Cliente, se logra un mayor nivel de capacitación, satisfacción laboral y experiencia de la fuerza de ventas, dando como resultado mayores cuotas alcanzadas por cada vendedor, por lo que aumentó la productividad en la empresa Tecmovil S. A. C. de la Ciudad de Chiclayo.

Salazar (2018), en su tesis de pregrado “Relación de la gestión de compensaciones y el nivel de desempeño organizacional en los colaboradores de la Empresa Iron Mountain Perú S.A. Lima-2017” llega a las conclusiones de que al determinar la relación existente entre la gestión de compensaciones y el nivel de desempeño organizacional en los colaboradores de la empresa Iron Mountain Perú S.A. Lima-2017 y, de acuerdo al procesamiento estadístico aplicado en el análisis correlacional entre ambas variables en estudio, se concluye una correlación positiva alta según el estadístico de correlación de Rho de Spearman al 0.858, la que se interpreta como a mayor gestión de compensaciones, mayor será el grado de desempeño organizacional en los colaboradores de la empresa.

En relación a su primer objetivo específico, que es determinar la relación existente entre el nivel de desempeño organizacional y la administración eficaz en los colaboradores de la empresa y, por consiguiente, de acuerdo al procesamiento estadístico aplicado en el análisis correlacional entre ambas resulta una correlación positiva alta según el estadístico de correlación de Rho de Spearman al 0.789, el cual interpreta que, si la administración eficaz es

adecuada mayor será el grado de desempeño organizacional en los colaboradores de la empresa.

Y en relación al segundo objetivo específico de la presente investigación, determinar la relación existente entre el nivel de desempeño organizacional y el paquete de remuneración económica en los colaboradores de la empresa Iron Mountain Perú S.A. Lima-2017, de acuerdo al procesamiento estadístico aplicado en el análisis correlacional entre ambas variables, arroja como resultado una correlación positiva alta según el estadístico de correlación de Rho de Spearman al 0.833, la cual indica que si el paquete de remuneración económica es adecuado, mayor será el índice de desempeño organizacional en los colaboradores de la empresa.

Además, en relación al tercer objetivo: determinar la relación existente entre el nivel de desempeño organizacional y el paquete de remuneración extraeconómica en los colaboradores de la empresa Iron Mountain Perú S.A. Lima- 2017 y, de acuerdo al procesamiento estadístico aplicado en el análisis correlacional entre ambas, arroja como resultado una correlación positiva alta según el estadístico de correlación de Rho de Spearman al 0.826. Esto se interpreta como que el paquete de remuneración extraeconómica es adecuado, mayor será el índice de desempeño organizacional en los colaboradores de la empresa Iron Mountain Perú S.A. Lima-2017.

Mego (2016) en su tesis de pregrado “Reestructuración de la remuneración y su efecto en la motivación de los asesores comerciales y resultados económicos en las tiendas de la Empresa Electrotiendas del Perú, de la

provincia de Trujillo - primer semestre 2015”, sus conclusiones son que existe una relación directa entre motivación y productividad por cuanto se mejoró la motivación del personal hacia el trabajo lo cual influyó en la mejora de los resultados económicos de las tiendas. Además, el factor económico motiva a los asesores comerciales a ser más productivos por cuanto al reestructurar la remuneración se ha mejorado la motivación y se ha incrementado la productividad en las tiendas de la empresa.

### **2.1.3. Nivel local**

Palacios y Aquino (2015) en su tesis “Gestión de la fuerza de ventas y rendimiento de los comisionistas de Karoca Eirl, Huaraz, 2015”, su conclusión es que la Gestión de la fuerza de ventas influye directamente en el Rendimiento de los comisionistas de KAROCA EIRL de la Ciudad de Huaraz, 2015. Así, factores como el manual de reclutamiento, de selección, de capacitación, las charlas de mejora de ventas, la tecnología de ventas, las recompensas intrínsecas, las recompensas extrínsecas guardan estrecha relación con el rendimiento de los comisionistas. Sin embargo, eso no sucede con la determinación de la cuota de venta y las fuentes de información. Además, el nivel de rendimiento de los comisionistas de KAROCA EIRL de la ciudad de Huaraz 2015 es bajo en razón a que los comisionistas tienen un nivel de rendimiento que se relaciona con logros por debajo de la meta.

Cueva y Narro (2016) en su tesis de pregrado “Recompensas y desempeño laboral en la Distribuidora Ferretera Corporación CAF S. A. C. de la Ciudad de Huaraz, 2015”, concluyen que la valoración de las recompensas en la

distribuidora ferretera corporación CAF S. A. C. de la ciudad de Huaraz año 2015 es bajo. Pues, de acuerdo al análisis de las dimensiones de la variable recompensas: “monetarias son bajas, ya que el 74, de los encuestados manifestó estar en desacuerdo”. Al igual que las recompensas “no monetarias” manifestó con el 86%.

Cancha y Ramírez (2013) en su tesis de pregrado “Compensación y satisfacción laboral en la Corporativa de Ahorros y Crédito Chiquinquirá Áncash 2013” concluyen que la investigación se desarrolló dentro de la investigación descriptiva correlacional de la influencia de los factores de la compensación y la satisfacción laboral de los trabajadores. Así, su objetivo principal fue determinar la relación de la compensación en el desempeño de los trabajadores cooperativa de Ahorro y Crédito Chiquinquirá Áncash. Mediante los resultados obtenidos llegaron a la conclusión que si existe una relación directa y significativa entra la compensación y la satisfacción laboral de los trabajadores.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Factores de Gestión de Ventas**

El factor de gestión y venta es el elemento clave y el que no debe fallar en cualquier emprendimiento basado en las ventas, porque de él dependerá directamente el éxito o el fracaso de las mismas. Ahora bien, no solamente a la hora de concretar ventas es importante la acción de esta área, sino que también lo será para incrementar el volumen de ventas que tiene un negocio. Entonces, la gestión de ventas será crucial tanto en el comienzo de un negocio

como también en un negocio que ya viene funcionando y que quiere incrementar sus ventas. Entonces la gestión de ventas estará conformada por una serie de profesionales y de empleados de una empresa que trabajan en equipo y de manera relacionada para concretar las ventas de los productos y servicios que la empresa produce. (Definición ABC)

### **Establecimiento de Metas**

Molina (2000) sostiene que en el centro de la teoría del establecimiento de metas se encuentra la idea de la acción con propósito. La gente elige las metas que se relacionan con la satisfacción de sus necesidades; la aspiración y la búsqueda de metas son parte central del proceso de la vida misma. La acción consciente y auto dirigida es la responsable de casi todo lo que la gente hace; esta búsqueda incita el proceso motivacional.

Molina en su reflexión añade que la investigación organizacional confirma esta declaración. Así, la gente con metas trabaja más duro y se desempeña mejor que la que no tiene metas. Mientras sean aceptadas, las metas difíciles conducen a niveles superiores de desempeño laboral que las metas fáciles o la ausencia de metas. Las metas específicas son más motivadoras que las metas generales en términos de desempeño laboral. Sin embargo, para que el establecimiento de metas sea efectivo, los individuos deben poseer la capacidad necesaria para llevar a cabo las tareas y estar comprometidos con el logro de las metas.

El compromiso se refiere al apego o a la determinación de alcanzar una meta, independientemente de su origen. Por lo tanto, puede aplicarse a cualquier

meta, sea auto-establecida, participativa o asignada. La aceptación es un tipo de compromiso; se refiere al compromiso con una meta que ha sido asignada.

Conceptualmente, el compromiso con las metas modera la relación entre la dificultad de la meta y el desempeño.

### **Análisis de la literatura sobre establecimiento de metas**

Desde 1990 se han realizado varias investigaciones sobre el establecimiento de metas. Este documento trata de analizar varios documentos teóricos y prácticos para investigar los diversos pasos en el proceso de establecimiento de metas y los factores que median o moderan la relación entre el establecimiento de metas, el comportamiento y el desempeño. Aunque se ha demostrado que el uso de las metas y la relación entre la dificultad de la meta y el desempeño son ubicuos, es necesario prestar mayor atención al contexto que rodea el uso de las metas en las organizaciones. Los investigadores han sugerido que el contexto donde se implementa el establecimiento de metas es tan importante como el contenido de las metas. Una variable contextual identificada como antecedente potencial del compromiso con la meta son las restricciones situacionales. Ellas son ciertos aspectos del entorno laboral (falta de tiempo, materiales, información, etc.) que actúan como obstáculos para el desempeño impidiendo que los empleados puedan traducir plenamente su habilidad y motivación en desempeño:

Los empleados enfrentados a restricciones se sienten frustrados porque no pueden desempeñarse bien a pesar de tener la motivación y la habilidad para alcanzar el éxito. Esa sensación de frustración anula su motivación

reduciendo las percepciones de las expectativas, las cuales a su vez también pueden disminuir el compromiso con las metas. Otro factor contextual identificado como importante en el establecimiento de metas es el apoyo de los supervisores. El apoyo en términos de intercambio líder-miembro (ILM), que refleja la calidad de la relación dual entre supervisores y empleados; los empleados con relaciones ILM mejores se sienten más comprometidos con el éxito de sus unidades que aquellos que sostienen relaciones ILM de menor grado, y los primeros están dispuestos a dedicar más tiempo y energía que los últimos. Desde la perspectiva de la teoría de la expectativa, los empleados con ILM mejores deben tener mayores niveles de motivación porque reciben más ánimo y recompensas, no varía significativamente como una función de las restricciones. (Molina, 2000, p. 26)

### **Teoría de los Factores de Herzberg**

Chiavenato (2006) afirma que Frederick Herzberg formuló la teoría de dos factores para explicar la conducta de las personas en situación de trabajo. Para Herzberg existen dos factores que orientan la conducta de las personas.

**1. Factores higiénicos o factores extrínsecos**, pues se encuentran en el ambiente que rodea a las personas y abarcan las condiciones dentro de las cuales ellas desempeñan su trabajo. Como esas condiciones se administran y deciden por la empresa, los factores higiénicos se encuentran fuera del control de las personas. Los principales factores higiénicos son: sueldo, beneficios sociales, tipo de jefatura o supervisión que las personas reciben de sus superiores, condiciones físicas y ambientales de trabajo, políticas y directrices



de la empresa, clima de relación dentro la empresa y los empleados, reglamentos internos, etcétera.

Son factores de contexto y se sitúan en el ambiente externo que circunda al individuo. De manera tradicional únicamente los factores higiénicos se utilizan en la motivación de los empleados: el trabajo se consideraba como una actividad desagradable y, para hacer que las personas trabajaran más, se hacía necesario el recurso de premios e incentivos salariales, supervisión, políticas empresariales abiertas y estimuladoras; es decir, incentivos situados externamente al individuo a cambio de su trabajo. Las investigaciones de Herzberg revelaron que cuando los factores higiénicos son excelentes, estos únicamente evitan la insatisfacción de los empleados; si elevan la satisfacción no logran mantenerla por mucho tiempo. Cuando los factores higiénicos son precarios, estos provocan la insatisfacción de los empleados. Debido a esta influencia más enfocada para la insatisfacción, Herzberg los llama factores higiénicos, pues son esencialmente profilácticos y preventivos: ellos nada más evitan la insatisfacción, pero no provocan la satisfacción. Su efecto es semejante al de ciertas medicinas higiénicas: evitan infección o combaten el dolor de cabeza, pero no mejoran la salud. Por el hecho de que se encuentran más relacionados con la insatisfacción, Herzberg también los llama factores no satisfactores.

**2. Factores motivacionales, o factores intrínsecos,** se relacionan con el contenido del cargo y con la naturaleza de las tareas que la persona ejecuta. Los factores motivacionales se encuentran bajo control del individuo, pues se

relacionan con aquello que él hace y desempeña. Involucran sentimientos de crecimiento individual, reconocimiento profesional y autorrealización, y dependen de las tareas que el individuo realiza en su trabajo. Tradicionalmente, las tareas y los cargos se arreglaban y definían con la preocupación de atender a los principios de eficiencia y economía, eliminando el desafío y la creatividad individual. Con esto, perdían el significado psicológico para el individuo que los ejecutaba y creaban un efecto de “desmotivación”, provocando apatía, desinterés y falta de sentido psicológico. El efecto de los factores motivacionales sobre las personas es profundo y estable. Cuando los factores motivacionales son óptimos, estos provocan la satisfacción en las personas. Sin embargo, cuando son precarios, estos evitan la satisfacción.

La teoría de los dos factores de Herzberg presupone los siguientes aspectos:

- La satisfacción en el cargo depende de los factores motivacionales o satisfactores. El contenido o actividades desafiantes y estimulantes del cargo desempeñado por la persona.
- La insatisfacción en el cargo depende de los factores higiénicos o no satisfactores. El ambiente de trabajo, salario, beneficios recibidos, supervisión, compañeros y contexto general que involucra el cargo ocupado:

Para proporcionar continuamente motivación en el trabajo, Herzberg propone el “enriquecimiento de tareas” o “enriquecimiento del cargo” (Job enrichment): consiste en sustituir las tareas sencillas y elementales del cargo por tareas más complejas para acompañar el crecimiento individual de cada

empleado, ofreciéndole condiciones de desafío y de satisfacción profesional en el cargo. (Chiavenato, 2006, p. 197)

### **Capacitación**

Siliceo (2009) sostiene que la capacitación es una actividad planteada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador. Mondy (2010) define la capacitación como las actividades diseñadas para brindar a los aprendices los conocimientos y las habilidades necesarios para desempeñar sus trabajos actuales.

### **Teoría De Aprendizaje**

Según Pérez, Pinera y Arango (2011) la teoría que explican la capacitación vienen a ser la teoría del aprendizaje:

El estudio del aprendizaje humano se concentra en la forma de cómo los individuos adquieren y modifican sus conocimientos, habilidades, estrategias, creencias y comportamientos. Para esto la Teoría de aprendizaje tiene como propósito el de aclarar la influencia que puede tener el entrenamiento de los trabajadores en el mejoramiento de sus competencias laborales y en el desempeño global de la organización. Se observa las condiciones de contexto organizacional y cultural para que las personas liberen su potencial y asuman la administración de los puestos de trabajo. (p. 6)

### **Procesos de la capacitación**

Rodríguez y Ramírez-Buendía (2010) mencionan que la capacitación debe ser utilizada como una estrategia de largo alcance para abarcar un terreno que

es muy complejo. Debe ser analizado el cómo y el por qué la capacitación propone una estructura que convierte a la organización en sistemática, orgánica, y adecuada al sistema de vida de la organización, y en cada momento histórico. La capacitación propone una infraestructura que es necesaria, esto porque no es suficiente una legislación que imponga la capacitación como un deber de todas las empresas y reglamente su realización; también se requiere, por parte de los directivos una franca concientización del valor de la capacitación. Estas actividades deben ser implementadas por una persona que comparta los valores de la organización, así como también los valores de la capacitación que tenga una personalidad proactiva y que forme parte del departamento de recursos humanos.

### **Análisis de las necesidades de capacitación**

Dessler (2009) explica que el análisis de las necesidades de capacitación es un de las tareas que complican el trabajo de capacitación. En este punto se debe decidir si la capacitación es la solución a los problemas actuales. Es probable que el decremento del desempeño no se deba a la falta de capacitación sino a otros factores como fallas en los estándares establecidos. En primer plano se debe tener algún tipo de análisis del desempeño de los colaboradores porque si no se conoce este no se podrá identificar si la capacitación es necesaria o no. Además, sin el desempeño no se podrá constatar que se han alcanzado ningún tipo de resultados por medio de la capacitación. Hay muchos métodos para analizar la necesidad de capacitación en un departamento. Estos son:

- Revisión de las evaluaciones del desempeño relacionadas con el puesto.
- Observaciones de los supervisores o de otros especialistas.
- Bitácoras individuales de los empleados.
- Evaluación de conocimientos sobre el puesto, habilidades y asistencia.
- Entrevistas o cuestionarios.

Asimismo, Dessler concluye que se debe tener en consideración que es inútil dedicar tiempo a capacitar a un empleado cuyo trabajo es deficiente porque no posee la suficiente motivación. No es lo mismo lo que el colaborador no sabe hacer, a lo que el colaborador no quiere hacer.

### **2.2.2. Compensación económica**

Según Johnson y Marshall (2009) la compensación económica tiene que ver con:

#### **Panorámica de compensación e incentivos**

La forma de estructurar la compensación en una organización de ventas es mediante el plan de compensaciones para los vendedores. En la mayor parte de las empresas, la compensación económica total que se paga a los vendedores abarca varios componentes, cada uno de los cuales se diseña de acuerdo con el objetivo que se desee lograr. Así, el núcleo de los planes de compensaciones de ventas consiste en el pago de sueldo o comisiones. Un sueldo es una suma fija de dinero que se paga por intervalos regulares. El monto del sueldo que se paga a un vendedor dado suele estar en función de la

experiencia, la competencia y el tiempo en el puesto, así como del punto de vista de sus superiores acerca de la calidad de su desempeño individual.

Los vendedores por realizar actividades que no necesariamente tienen un resultado directo en ventas en el corto plazo, como la visita a clientes potenciales o el ofrecimiento de servicio posterior a la venta.

También ayudan a ajustar las diferencias en el potencial de ventas entre territorios. Muchas empresas que pagan a sus vendedores un sueldo, también ofrecen pagos de incentivos adicionales para estimular el rendimiento. Estos incentivos a veces asumen la forma de comisiones relacionadas con el volumen de ventas o la rentabilidad, o de bonos por cumplir o rebasar metas específicas de desempeño (por ejemplo, satisfacer cuotas de determinados productos de la línea de la compañía o en relación con tipos específicos de clientes). Tales incentivos son útiles para dirigir los esfuerzos de los vendedores hacia objetivos estratégicos específicos durante el año, así como para proporcionar premios adicionales a los que alcancen los mejores resultados dentro de la fuerza de ventas. Una comisión es un pago basado en los resultados de corto plazo de un vendedor, que por lo general considera el volumen en dinero o unidades de ventas. Puesto que hay un vínculo directo entre el volumen de ventas y el monto de comisión recibida, los pagos por comisión son particularmente útiles para motivar un alto nivel de esfuerzo de ventas.

Siguiendo con la reflexión, Vallejo (2016) indica que:

La compensación o recompensa significa retribución, premio o reconocimiento por los servicios de alguien. La compensación es el elemento fundamental en la gestión de persona en términos de retribución, retroalimentación o reconocimiento de su desempeño en la organización. Las compensaciones de personas abarcan temas como la remuneración, los programas de incentivos y los beneficios y servicios. Nadie trabaja gratis: como socio de la organización, cada empleado se interesa en invertir trabajo, dedicación y esfuerzo personal, conocimientos y habilidades, si recibe la retribución adecuada. Asimismo, las organizaciones se interesan en invertir en compensación para las personas si reciben contribuciones que estén al alcance de sus objetivos.

De ahí se deriva el concepto de remuneración total del empleado, el mismo que tiene tres componentes:

**a) La remuneración básica:** la que está representada por el salario, ya sea mensual o por horas. En la jerga económica, salario es la remuneración en dinero recibida por el trabajador por la venta de su fuerza de trabajo.

**b) Incentivos salariales:** son programas diseñados para recompensar empleados de buen desempeño. Los incentivos se conceden en diversas formas, por ejemplo, bonos y participación en los resultados, a título de recompensa por alcanzarlos, etc.

**c) Beneficios:** estos normalmente son denominados remuneración indirecta. Los beneficios se conceden por medios de varios programas (vacaciones, seguro de vida, transporte subsidiado, restaurante subsidiado, etc.).

### **Características de los métodos de compensación para vendedores**

Para Johnson y Marshall (2009), existen tres tipos de métodos de compensación: solo sueldo, solo comisiones y los planes combinados. Estos tienen las siguientes características:

**Solo sueldo:** Dos grupos de condiciones favorecen la aplicación de un plan de compensaciones solo de sueldo: 1) Cuando la administración desea motivar a los vendedores a alcanzar objetivos que no son el volumen de ventas de corto plazo, y 2) Cuando es difícil medir en un tiempo razonable el impacto individual del vendedor en el volumen de ventas.

**Ventajas:** La ventaja principal del sueldo directo es la posibilidad que tiene la administración de exigir a sus vendedores que dediquen su tiempo a actividades que no resulten en ventas inmediatas. Por lo tanto, un plan de ventas o un plan que ofrece una alta proporción de sueldo fijo, es adecuado cuando se espera que el vendedor realice muchos servicios u otras actividades diferentes de ventas a las cuentas. Esto incluye investigación de mercados, análisis de problemas de los clientes, reabastecimiento o promoción de ventas. Los planes de solo sueldo también son comunes en industrias en que se requieren muchos servicios de ingeniería y diseño como parte de la función de ventas. Como es el caso de la aeroespacial y otras de alta tecnología. Los planes de compensaciones solo de sueldo también son deseables cuando es difícil que la administración mida el efecto real de cada vendedor en el volumen de ventas u otros aspectos de desempeño. Así la empresa suele pagar sueldos a sus vendedores cuando: 1) Estos participan en ventas misioneras,



como en la industria farmacéutica; 2) Otras partes del programa de marketing, como la publicidad o las promociones con los distribuidores, son los principales determinantes del éxito de ventas, como sucede en algunos negocios de bienes empacados de consumo, 3) El proceso de ventas es complejo y requiere un equipo o un esfuerzo de ventas de niveles múltiples, como en el caso de las computadoras. Los planes de solo sueldo permiten que los vendedores cuenten con un ingreso constante, garantizado. Así, a menudo se utilizan los planes de compensación basados solo en el sueldo cuando es incierta la capacidad del personal para generar ventas inmediatas, como en el caso de personal recién contratado en un programa de capacitación de campo, o cuando una empresa introduce una nueva línea de productos o abre nuevos territorios.

Los planes basados solo en sueldos, finalmente, son más fáciles de calcular y administrar. También le permiten más flexibilidad a la administración. Es fácil reasignar a los vendedores a nuevos territorios o líneas de productos porque no tienen que preocuparse sobre alteran esos cambios su volumen de ventas. Por otra parte, puesto que los sueldos son costos fijos, el costo de compensación por unidad vendida es más bajo cuando hay niveles de ventas relativamente altos.

Limitaciones: La principal limitación de las compensaciones basadas solo en el sueldo es que los premios financieros no están vinculados directamente con ningún aspecto específico del desempeño del puesto. La administración debe tratar de dar mayores incrementos de sueldos cada año a los que tienen buenos

resultados, más que a los que tienen malos resultados. Sin embargo, el monto de estos incrementos y la manera en que el desempeño se evalúa están sujetos a la voluntad del gerente que toma la decisión. Asimismo, los sueldos no aportan algún incentivo financiero directo para mejorar el desempeño en relación con las ventas. Por lo tanto, los planes de sueldo atraen a vendedores más orientados a la seguridad que a los orientados al logro.

**Solo comisión:** Una comisión es un pago por lograr determinado nivel de rendimiento. Los vendedores reciben un pago con base en los resultados. Por lo general, las comisiones se basan en el volumen de ventas en dinero o en unidades; sin embargo, se ha vuelto muy popular entre las empresas el hecho de basar el pago de comisiones en la rentabilidad de las ventas para motivar al personal respectivo a incrementar sus esfuerzos en relación con los clientes o productos más rentables. La manera más común es ofrecer a los vendedores comisiones variables, donde se pagan comisiones relativamente altas por ventas de los productos más rentables o a las cuentas más rentables. Las comisiones variables también se suelen emplear para dirigir los esfuerzos del personal hacia otros objetivos de ventas directas, como la introducción de una nueva línea de productos.

**Ventajas:** La motivación directa es la ventaja clave de un plan de compensación por comisiones. Hay un vínculo directo entre el desempeño y la compensación que recibe el vendedor. Por ende, los vendedores están fuertemente motivados a mejorar su productividad e incrementar su compensación, por lo menos hasta alcanzar un nivel de ingresos tan alto que

un incremento posterior ya resulté menos atractivo. Los planes de comisiones también tienen un elemento interno de equidad (si los territorios de ventas están bien definidos con un potencial más o menos similar), porque los que tienen un buen desempeño son premiados en forma automática, mientras que los que tienen un mal desempeño se ven desalentados a continuar su baja productividad. Los planes de comisiones tienen algunas ventajas desde el punto de vista administrativo. Las comisiones suelen ser fáciles de calcular y administrar. Asimismo, los costos de las compensaciones varían directamente en relación con el volumen de ventas. Esta es una ventaja en el caso de empresas que tienen un capital de trabajo escaso, porque no necesitan preocuparse de pagar altos sueldos a la fuerza de ventas a menos que generen altos ingresos por las ventas.

Limitaciones: Los planes de compensación de comisión directa tienen algunas limitaciones importantes; por lo que muchas empresas los han abandonado. Tal vez la debilidad más importante es que la administración tiene poco control sobre la fuerza de ventas. Cuando todos sus premios financieros están relacionados directamente con el volumen de ventas, es difícil motivar a los vendedores a que participen en actividades de manejo de cuentas que no llevan en forma directa a ventas en el corto plazo. Por lo tanto, es probable que los vendedores que están solo a comisión expriman a los clientes existentes, en lugar de buscar nuevas cuentas y sostener relaciones de largo plazo. Finalmente, tienen poca motivación para participar en análisis de mercados y otros deberes administrativos que desvían su tiempo de las actividades reales de venta. Los planes de solo comisión también tienen una

desventaja para muchos vendedores, pues los ingresos de un vendedor son inestables y difíciles de predecir. Cuando las condiciones en el mundo de los negocios son malas, es probable que la rotación en la fuerza de ventas sea alta, porque los vendedores encuentran difícil vivir con los bajos ingresos producto de pocas ventas. Para combatir la inestabilidad inherente a los planes de solo comisión, algunas empresas proporcionan a sus vendedores una cuenta de depósito. Se adelanta dinero a los vendedores en tiempos en que las comisiones son bajas, para garantizar que siempre lleven a casa un mínimo de dinero. El monto del “retiro” del vendedor en los meses malos se deduce de las comisiones que gana cuando las ventas mejoran. Esto da a los vendedores ingreso seguro y permite que la administración tenga más control sobre sus actividades. No obstante, el problema surge cuando el vendedor falla en ganar suficientes comisiones para reponer las cantidades retiradas. Entonces si el empleado renuncia o es despedido, la compañía debe absorber las pérdidas.

**Planes combinados:** Los planes de compensación que más se emplean son los que ofrecen un sueldo base más alguna proporción de pago por incentivos porque tienen muchas de las ventajas, pero evitan la mayor parte de las limitaciones de los planes de solo sueldo y de solo comisión. El sueldo base proporciona al vendedor un ingreso estable, y le da a la gerencia la capacidad para premiar a los vendedores que realizan servicios al cliente y tareas administrativas que no están directamente relacionadas con la venta de corto plazo. Al mismo tiempo, los incentivos de este tipo de planes proporcionan premios directos para motivar al vendedor a dedicar esfuerzos a mejorar el

volumen o la rentabilidad de sus ventas. Los planes combinados suman a un sueldo base, comisiones, bonos o ambos. Cuando se utiliza el sueldo más las comisiones, estas van en relación con el volumen o la rentabilidad de ventas, o ambos, como ocurre en un plan de solo comisión. La única diferencia es que las comisiones son más pequeñas en un plan combinado, en comparación a cuando el vendedor recibe un ingreso exclusivamente por comisión. Como ya se mencionó, cuando se añade un componente de bono por lo general es en reconocimiento del logro de alguna meta específica de desempeño. Ya sea que el sueldo base se combine con pagos de comisión o bonos, los administradores deben responder a otros problemas cuando diseñan planes efectivos de compensación combinada. Estos incluyen:

- 1) El tamaño adecuado del incentivo en relación con el sueldo base,
- 2) Sí debe haber un techo en las ganancias por incentivos,
- 3) Cuándo debe acreditarse una venta al vendedor,
- 4) Sí se deben emplear los incentivos de grupo; y si es así, cómo deben distribuirse entre los integrantes de un equipo de ventas, y
- 5) La frecuencia con la que el vendedor debe recibir los pagos de incentivos.

**Tabla4***Características de los modelos de compensación para los vendedores*

| <b>Método de compensación</b> | <b>de</b> | <b>Especialmente útil</b>   | <b>Ventajas</b>   | <b>Desventajas</b>  |
|-------------------------------|-----------|---|---|---|
| <b>(frecuencia de uso)</b>    | <b>de</b> |   |   |   |
| <b>Solo salario</b>           |           | Cuando se compensa a representantes de ventas nuevos, cuando la empresa se adentra en nuevos territorios de venta que requieren trabajo de desarrollo, cuando lo representantes de ventas deben desempeñar muchas actividades no propias de las ventas. | Ofrece máxima seguridad a los representantes de ventas; da a los gerentes de ventas más control sobre los representantes de ventas, es fácil de administrar, genera gastos de ventas más predecibles.   | No hay incentivos, se necesita una supervisión más estrecha de las actividades del representante de ventas, durante las ventas bajas, los gastos de ventas permanecen en el mismo nivel.  |
| <b>Solo comisión</b>          |           | Cuando se requiere vender de forma muy insistente, cuando son mínimas las actividades relacionadas con las ventas, cuando a la empresa no le es posible controlar de manera estrecha las actividades de la fuerza de ventas.                            | Ofrece incentivos máximos; al aumentar la tasa de comisión, los gerentes de ventas alientan a los representantes a vender ciertos productos, los gastos de ventas se relacionan directamente con los recursos de ventas.  | Los representantes de ventas tienen poca seguridad financiera, el gerente de ventas tiene un control mínimo sobre la fuerza de ventas, puede provocar que los representantes den un servicio inadecuado a las cuentas pequeñas, los costos de ventas son menos predecibles. |
| <b>Combinación</b>            |           | Cuando los territorios de ventas tienen un potencial de ventas más o menos semejantes; cuando la empresa desea dar incentivos pero también controlar las actividades de la fuerza de ventas.  | Ofrece cierto nivel de seguridad financiera; proporciona algunos incentivos; los gastos de venta varían con los ingresos de venta, el gerente de ventas tiene un poco de control sobre las actividades de los representantes que no se relacionan con las ventas. | Los gastos de ventas son menos predecibles; puede ser difícil de administrar.   |

### **2.3. Marco legal**

**Constitución Política del Perú (1993).** Aprobada y publicada el 29 de diciembre de **1993**, entrando en vigencia el 1 de enero de 1994.

A continuación, se considera el capítulo II, el cual hace referencia sobre los derechos sociales y económicos.

#### **Artículo 24.-** Derechos del trabajador

El trabajador tiene derecho a una remuneración equitativa y suficiente, que procure, para él y su familia, el bienestar material y espiritual. El pago de la remuneración y de los beneficios sociales del trabajador tiene prioridad sobre cualquiera otra obligación del empleador. Las remuneraciones mínimas se regulan por el Estado con participación de las organizaciones representativas de los trabajadores y de los empleadores.

#### **Artículo 25.** Jornada ordinaria de trabajo

La jornada ordinaria de trabajo es de ocho horas diarias o cuarenta y ocho horas semanales, como máximo. En caso de jornadas acumulativas o atípicas, el promedio de horas trabajadas en el período correspondiente no puede superar dicho máximo. Los trabajadores tienen derecho a descanso semanal y anual remunerados. Su disfrute y su compensación se regulan por ley o por convenio. (Constitución Política del Perú, 1993)

**Ley N° 30709 (2017),** publicada el 27 de diciembre de **2017.** Ley que prohíbe la discriminación remunerativa entre varones y mujeres. Se considera el título

III, el cual hace mención sobre la prohibición de discriminación en la determinación de las remuneraciones.

**Artículo 6.-** Justificación de diferencias salariales

6.1. Por excepción, los trabajadores pertenecientes a una misma categoría pueden percibir remuneraciones diferentes, cuando dichas diferencias se encuentren justificadas en criterios objetivos tales como la antigüedad, el desempeño, la negociación colectiva, la escasez de oferta de mano de obra calificada para un puesto determinado, el costo de vida, la experiencia laboral, el perfil académico o educativo, el desempeño, el lugar de trabajo, entre otros.

6.2. Existe escasez de oferta de mano de obra calificada cuando objetivamente se demuestre que las calificaciones requeridas por un puesto de trabajo son escasas en el mercado.

6.3. Las diferencias de los ingresos totales generadas por la realización de trabajo en jornada reducida, en jornadas atípicas o a tiempo parcial no se consideran contrarias a lo previsto en la Ley o en el presente Reglamento.

**Artículo 8.-** Esquemas de remuneración variable

El empleador que opte por utilizar esquemas de remuneración variable debe asegurarse [de] que las condiciones establecidas para el otorgamiento de este tipo de remuneración sean objetivas y se sustenten en la necesidad de su actividad económica. Se debe garantizar que los criterios elegidos para la determinación de los esquemas de remuneración variable implementados no generen situaciones de discriminación directa o indirecta por motivo de sexo.



**Artículo 9.-** Bandas salariales

El empleador puede optar por establecer sus políticas remunerativas, incluyendo bandas salariales u otras formas, de acuerdo a los criterios que considere pertinentes para la consecución de sus fines.

**Decreto legislativo N° . 728 (1991).**- Los artículos y disposiciones del DL N°. 728 conocido como Ley de Fomento del Empleo, que a continuación se consideran, son todos aquellos que están directamente relacionados con el tema que estamos desarrollando. Así tenemos:

**Artículo 127.-** El empleador está obligado a proporcionar al trabajador capacitación en el trabajo, a fin de que ésta pueda mejorar su productividad y sus ingresos.

**Artículo 128.-** El empleador y los representantes de los trabajadores o de la organización sindical correspondiente, podrán establecer de común acuerdo Programas de Capacitación y Productividad, organizados a través de comisiones paritarias.

**Artículo 129.-** Las acciones de capacitación tendrán las siguientes finalidades:

- Incrementar la productividad;
- Actualizar y perfeccionar los conocimientos y aptitudes del trabajador en la actividad que realiza;

- Proporcionar información al trabajador sobre la aplicación de nueva tecnología en la actividad que desempeña;
- Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación;
- Prevenir riesgos de trabajo.

**Reglamento de la Ley N°. 30083 (2015).**- Ley que establece medidas para fortalecer la competencia en el mercado de los servicios públicos móviles, el cual se menciona en el marco teórico.

#### Artículo 1.- Objeto

El presente Reglamento establece las reglas, procedimientos y disposiciones necesarias para la aplicación de la Ley N° 30083, Ley que Establece Medidas para Fortalecer la Competencia en el Mercado de los Servicios Públicos Móviles.

#### Artículo 2.- Ámbito de aplicación

Se encuentran comprendidos dentro de los alcances de la presente norma:

- El Operador Móvil con Red;
- El Operador Móvil Virtual; y
- El Operador de Infraestructura Móvil Rural.

#### Artículo 3.- Principios

El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural se sujetan a los siguientes principios:

**Principio de Igualdad de Acceso:** El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural están obligados a brindar a sus usuarios y proveedores de servicios públicos de telecomunicaciones trato igualitario ante condiciones iguales o equivalentes.

**Principio de Neutralidad:** El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural no deben utilizar su condición de operadores, incluido el uso de los elementos de red que controlen, para obtener ventajas para sí mismos o para sus empresas vinculadas, en detrimento de sus competidores, afectando la competencia.

**Principio de No Discriminación:** El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural, de acuerdo a la oferta disponible, no pueden negar el servicio a ninguna persona natural o jurídica que cumpla con las condiciones establecidas para dicho servicio, conforme a la normativa vigente.

**Principio de Libre y Leal Competencia:** El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural deben desarrollar sus actividades sin realizar actos que afecten o puedan afectar la libre y leal competencia, la prestación de los servicios públicos de telecomunicaciones, la provisión de las facilidades de red u otras actividades a su cargo.

**Principio de Atención y Defensa del Consumidor:** El Operador Móvil con Red, el Operador Móvil Virtual y el Operador de Infraestructura Móvil Rural deben desarrollar sus actividades con estricto cumplimiento de las disposiciones del Marco Normativo de Usuarios.

Asimismo, los citados operadores se sujetan a los principios establecidos en la Ley de Telecomunicaciones y en su Reglamento, en lo que les resulta aplicable.

## **2.4. Marco Conceptual**

### **Capacitación**

“Capacitación es el proceso educativo de corto plazo aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos” (Chiavenato, 2007, p. 386).

### **Comisionista**

El conjunto de individuos que en forma directa o indirecta colaboran con el comerciante y que están unidos a él por diversas relaciones jurídicas constituyendo “el personal de la empresa comercial” (Sandoval, 2006).

### **Compensación Económica**

“Se entiende por remuneración el total de pagos que recibe un trabajador por la prestación de servicios. Y, por ello, algunos autores, en especial los juristas, consideran la remuneración como una contraprestación” (Urquijo y Bonilla, 2008, p. 25).

### **Comunicación organizacional interna**

“La Comunicación Organizacional Interna es un eje fundamental de las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios. Además, hay que resaltar que la comunicación organizacional interna cuenta con algunos objetivos, funciones y flujos, así como también se clasifica en algunos tipos y cuenta con una serie de elementos que la conforman. Imaginémonos una organización en la que sus integrantes no compartieran información con quienes dependen de ella para lograr sus objetivos; en la que no existieran canales formales de comunicación, y las noticias pasaran de boca en boca a través de la red informal; en la que los jefes nunca le dijeran a sus colaboradores lo que se espera de ellos, ni cómo van a ser evaluados, ni les dieran retroalimentación, ni nada que pudiera servirles para desempeñar su trabajo adecuadamente; en suma, en la que la comunicación fuera completamente rudimentaria, con graves deficiencias, distorsiones y omisiones. Dicha organización desaparecería, inevitablemente, al corto plazo” (Andrade, 2010, p. 87)

### **Gestión**

“Conjunto de decisiones dirigidas a motivar y coordinar a las personas para alcanzar metas individuales y colectivas” (Cansino, 2001).

### **Gestión de ventas**

“Varias políticas y procedimientos guían a la empresa al reclutar, seleccionar, capacitar, supervisar, motivar y evaluar a los representantes para gestionar su fuerza de ventas” (Kotler y Keller, 2012, p. 556).

### **Involucramiento del trabajo**

“El Involucramiento es el grado en que los individuos se identifican psicológicamente con su trabajo, es decir, con las tareas, actividades y/o procedimientos que se les hayan encomendado. Es la identificación psicológica con el trabajo” (Martin, 2011)

### **Motivación**

“Es la situación emocionalmente positiva o negativa que se produce en un sujeto cuando existe un estímulo o incentivo que le satisface una necesidad y le hace desarrollar una conducta determinada” (Urcola, 2008).

### **Nivel de Capacitación**

“La capacitación es la información de actividades planeadas de las necesidades reales de una organización o institución, con la finalidad de contar con un equipo de trabajo calificado y provechoso con formación teórica y práctica que potenciarán el desempeño y la productividad del equipo en beneficio de las mismas” (Díaz, 2014).

### **Objetivos: Los objetivos (metas)**

“Son aquellos resultados o propósitos que se desea lograr. Son ellos los que funcionan como guía de las decisiones y representan los criterios a partir de

los cuales serán medidos los resultados obtenidos por el trabajo” (Robbins y Courter, 2009, p. 221).

### **Política de incentivos**

“Los incentivos para la fuerza de ventas dependen del tipo de organización y la estructura de beneficios que ésta entregue a sus trabajadores es con la que construye su posición competitiva en la industria. Las formas más frecuentes de incentivo son: comisiones, bonificaciones, beneficios y los incentivos no monetarios” (Nuñez, 2011).

### **Satisfacción laboral**

“La Satisfacción Laboral se refiere a todas las características propias del trabajo y su ambiente, el que los vendedores pueden encontrar gratificante y satisfactorio. La satisfacción puede ser un estado emocional placentero o positivo” (Chiang, 2011).

### **Venta**

“Es la ciencia que se encarga del intercambio entre un bien y /o servicio por un equivalente previamente pactado de una unidad monetaria con el fin de repercutir, por un lado, en el desarrollo y plusvalía de una organización y nación y, por otro, en la satisfacción de los requerimientos y necesidades del comprador” (De la Parra y Madero, 2003).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipificación de la investigación

##### 3.1.1. Tipo

Aplicada: La presente investigación de acuerdo al fin que persigue es aplicada porque es un conjunto de actividades destinadas a utilizar los recursos de las ciencias basadas en conocimientos y teorías investigados, los cuales han sido descritos durante el desarrollo de investigación, que han sido utilizados para dar solución a problemas prácticos.

##### 3.1.2. Nivel

Descriptivo: Dado que está orientado, en describir situaciones y eventos; está situado al conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación, espacio y tiempo dado.

Correlacional: Debido a que tuvo propósito medir la incidencia entre la variable independiente y la variable dependiente, permitiendo evaluar el grado de relación que tienen entre sí.

##### 3.1.3. Diseño

**No experimental:** Porque no se manipulo las variables

**Transversal o transeccional:** Porque se tomó la información de dos periodos los cuales se analizó los cambios hechos a través del tiempo de las variables.

#### 3.2. Población y muestra

##### 3.2.1. Población

La Empresa Entel Perú S. A. C. – Huaraz.



### 3.2.2. Muestra

Está conformada por los 8 Asesores integrales de Ventas de la Empresa Entel

Perú S. A. C. - Huaraz.

**Tabla 5**  
*Personal de ventas (asesores integrales)*

| ORDEN | DNI   | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | POBLACION/<br>MUESTRA |
|-------|-------|---------------------|---------------------------|-----------------------|
| 01    | ..... | Vendedor 01         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 02    | ..... | Vendedor 02         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 03    | ..... | Vendedor 03         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 04    | ..... | Vendedor 04         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 05    | ..... | Vendedor 05         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 06    | ..... | Vendedor 06         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 07    | ..... | Vendedor 07         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
| 08    | ..... | Vendedor 08         | Asesor Integral de Ventas | 1                     |
|       |       | <b>TOTAL</b>        |                           | <b>8</b>              |

### 3.3. Variable de estudio

Variable independiente (X): Gestión ventas

Subvariables Independientes

#### **X1: fijación de metas**

Indicadores

- Metas Fijas
- Metas Logradas
- Metas Incumplidas

## **X2: Capacitaciones**

### **Indicadores**

- Capacitaciones programadas
- Capacitaciones oportunas
- Capacitaciones permanentes

Variable dependiente (Y): Compensación Económica

Subvariables dependiente

### **Y1: Ingreso Fijo**

#### **Indicadores**

- Sueldo

### **Y2: Ingresos Extraordinarios**

- Comisiones

## **3.4. Formulación de la hipótesis y modelo econométrico**

Deficiencia de la gestión de ventas inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A.

C. - Huaraz, periodo 2018.

**Y = f (X)**

DONDE:

**Y** = Compensación Económica

**X** = Gestión ventas

La gestión de ventas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

$$Y = f(X1)$$

DONDE:

**Y** = Compensación Económica

**X1** =Fijación de metas.

La Fijación de metas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores.

$$Y = f(X2)$$

DONDE:

**Y** = Compensación Económica

**X2** = Capacitaciones

La falta de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores.

### **3.5. Fuentes, instrumentos y técnicas de recolección de datos**

Las técnicas utilizadas han sido las siguientes:

- **Encuesta:** Se aplicó al personal involucrado en ventas de la muestra para obtener sus respuestas de la gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.
- **Análisis documental:** Se utilizó la información presentada mediante documentos existentes en la entidad para evaluar la relevancia de la

información que se consideró para el trabajo de investigación, relacionados con la gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

Los instrumentos que se han utilizado fueron los siguientes:

- **Cuestionario de Encuesta:** se tuvo como informantes al personal de ventas de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, cuyos datos se aplicará para obtener los datos de los dominios de las variables gestión de ventas y compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C.- Huaraz.
- **Guía de análisis documental:** Teniendo como informantes a los miembros del equipo de investigación, que se aplicó para obtener los datos la incidencia de la gestión de ventas en compensación económica de los trabajadores, obteniendo como fuentes los informes de cumplimiento de metas, planilla, informes del área de Recursos Humanos de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

### **3.6. Procedimiento de tratamiento de datos**

Para contrastar las hipótesis planteadas se aplicó la prueba de Chi cuadrado para probar la asociación entre dos variables, también se realizó cuadros estadísticos y de cálculos en Excel.

### **3.7. Procesamiento de datos**

Los datos obtenidos mediante la aplicación de las técnicas e instrumentos antes indicados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, fueron ingresados al programa computarizado SPSS, para digitar, procesar y

analizar datos estudiados en relación personal/empresa y la determinación de la incidencia entre la gestión de ventas y compensación económica de los trabajadores correspondiente a la Empresa Entel Perú S. A. C.- Huaraz.

### **3.8. Análisis e interpretación de las informaciones**

Para contrastar las hipótesis se aplicó la prueba estadística de Chi cuadrada., el análisis de los cuadros de cálculos consolidados se realizó en Excel.

- **Análisis documental:** Esta técnica permitió conocer, comprender, determinar e interpretar cada una de las normas, revistas, textos, libros, artículos de Internet, cuadros remunerativos, recibos de pago, reporte de ventas, reporte de metas y cumplimiento de metas de los asesores integrales de ventas de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz y otras fuentes documentales relacionadas con los factores de gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los asesores de venta de la Empresa Entel Perú S. A. C.- Huaraz.
- **Indagación:** Esta técnica facilitó disponer de datos cualitativos y cuantitativos de cierto nivel de razonabilidad relacionadas con los factores de gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los asesores de venta de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.
- **Conciliación de datos:** Los datos de algunos autores fueron conciliados con otras fuentes, para que sean tomados en cuenta siempre que se trate de los factores de gestión de ventas y la incidencia en la compensación

económica de los asesores de venta de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

- **Tabulación de cuadros con cantidades y porcentajes:** La información cuantitativa fueron ordenadas en cuadros que indiquen conceptos, cantidades, porcentajes y otros detalles de utilidad para la investigación y relacionada con los factores de gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los asesores de venta de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.
- **Comprensión de gráficos:** Se utilizó los gráficos para presentar información y para comprender la evolución de la información entre periodos, entre elementos y otros aspectos relacionados con los factores de gestión de ventas y la incidencia en la compensación económica de los asesores de venta de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

Para contrastar las hipótesis se usó la prueba estadísticas ji cuadrada, más conocida como Chi cuadrada.

Las apreciaciones correspondientes a informaciones del dominio de variables que han sido cruzadas en una determinada hipótesis, serán usadas como premisas para contrastar esas subhipótesis.

El resultado de la contratación de cada subhipótesis (que puede ser aceptación o rechazo), servirá de base para formular una conclusión parcial.

#### IV. RESULTADOS

- **Presentación de datos generales**

**CUADRO 1: DATOS GENERALES**

| N° | RAZÓN SOCIAL   | NOMBRE COMERCIAL | ADMINISTRADOR            | RUC         | DOMICILIO                   | DISTRITO |
|----|----------------|------------------|--------------------------|-------------|-----------------------------|----------|
| 1  | HECEB S. A. C. | Entel Perú       | JUAN R. BOCANEGRA REGIFO | 20563777789 | AV. ANTONIO RAYMONDY N° 623 | HUARAZ   |

**Fuente:** Entel Perú S. A. C. - Huaraz

- **Presentación y análisis de datos relacionados con cada objetivo de investigación**

#### **OBJETIVO GENERAL**

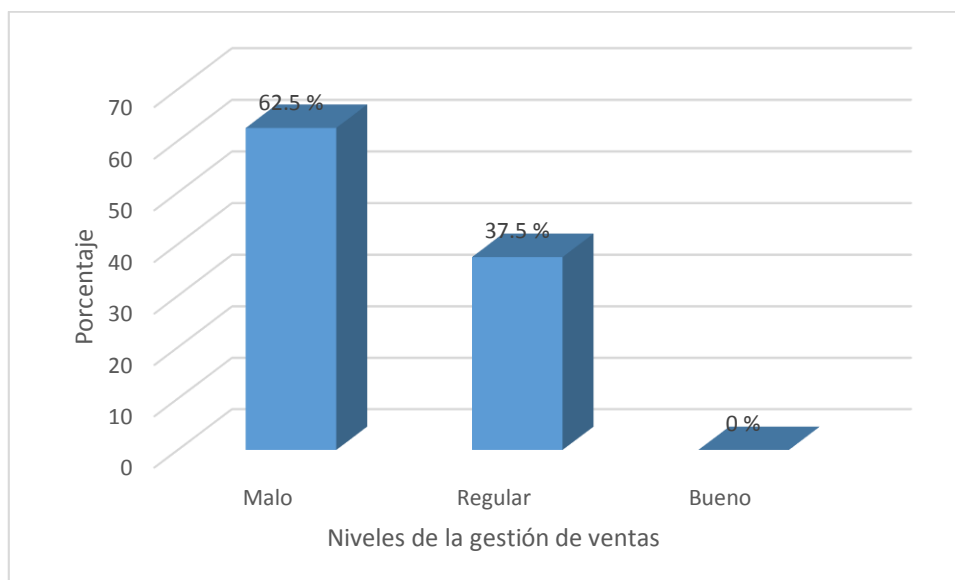
Identificar cuáles son las deficiencias de la gestión de ventas que limitan la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

#### **Tabla 6**

*Gestión de ventas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Niveles |            |            |
| Mala    | 5          | 62.5       |
| Regular | 3          | 37.5       |
| Buena   | 0          | 0          |
| Total   | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta sobre gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C. Huaraz, 2018.



*Figura 1. Gestión de ventas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.- Huaraz, periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 1, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que la gestión de ventas impuesta por la empresa es mala, mientras que un 37.5% considera que la gestión de ventas es regular.

## COMPENSACIÓN ECONÓMICA

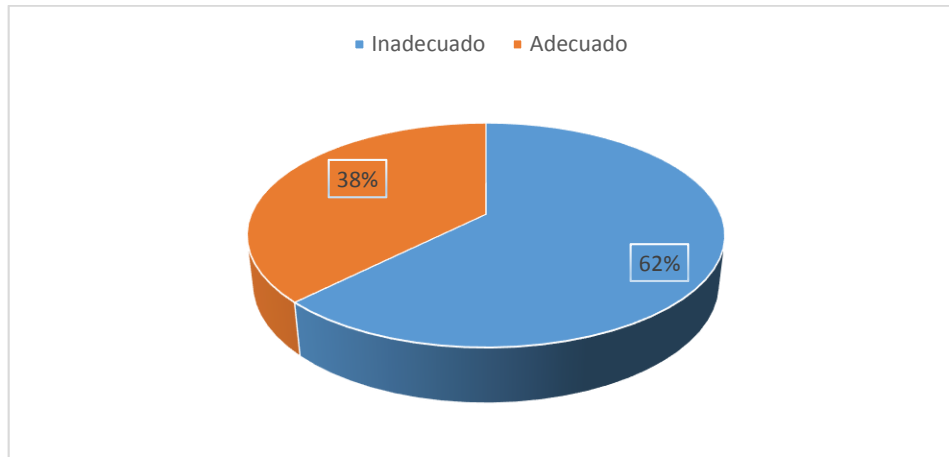
**Tabla 7**

*Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|               | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|------------|------------|
| Adecuada      | 3          | 37,5       |
| Inadecuada    | 5          | 62,5       |
| Niveles Total | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.





*Figura 2.* Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 2, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, 2018 considera que la compensación económica es inadecuada, mientras que solo un 37.5% considera que la compensación económica es adecuada al año anterior, teniendo como consecuencia utilidades menores.

### **INTERPRETACIÓN GENERAL DEL OBJETIVO GENERAL**

Tomando en cuenta los resultados anteriores, donde la gestión de ventas se encuentra en un grado malo, debido a que no se está empleando una óptima fijación de metas y capacitación a los trabajadores, provocando que los trabajadores no alcancen a cumplir con las cuotas trazadas por la gerencia de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, provocando además que la compensación económica de los trabajadores sea inadecuada; se puede afirmar que existe una influencia significativa entre Gestión de ventas y Compensación económica de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

## PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO

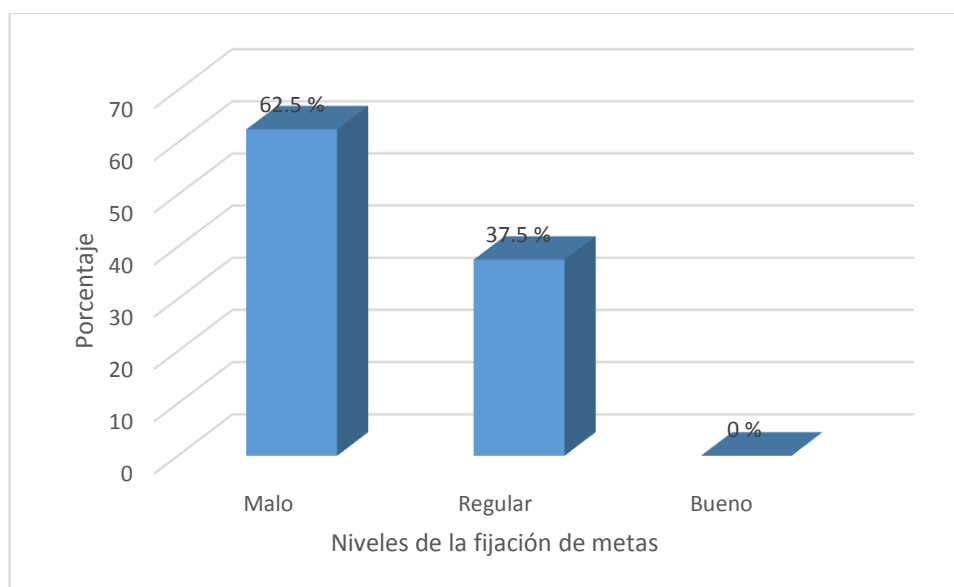
Analizar de qué modo la carencia de la política de la fijación de metas limita la compensación económica.

**Tabla 8**

*Fijación de metas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         |         | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|---------|------------|------------|
| Niveles | Mala    | 5          | 62.5       |
|         | Regular | 3          | 37.5       |
|         | Buena   | 0          | 0          |
|         | Total   | 8          | 100        |

**Fuente:** Encuesta sobre gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 3.* Fijación de metas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 3, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que

la fijación de metas impuesta por la empresa es mala, mientras que un 37.5% considera que esta fijación de ventas es regular.

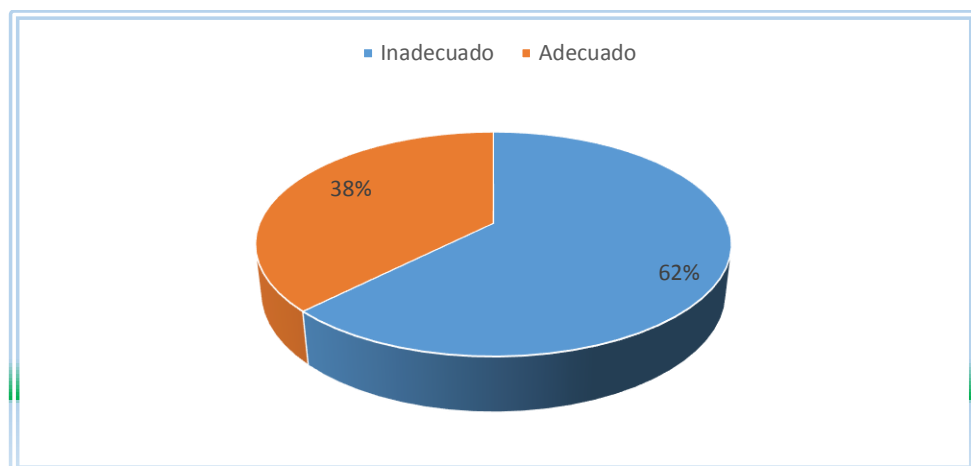
## COMPENSACIÓN ECONÓMICA

**Tabla 9**

*Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018.*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|------------|
| Niveles | Adecuada   | 3          | 37,5       |
|         | Inadecuada | 5          | 62,5       |
|         | Total      | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 4. Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 4, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que la compensación económica es inadecuada mientras que solo un 37.5% considera que esta compensación económica es adecuada al año anterior, teniendo como consecuencia utilidades menores.

## INTERPRETACIÓN GENERAL DEL PRIMER OBJETIVO ESPECÍFICO

La fijación de metas constantes y progresivas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018; ya que la fijación de metas tienen una valorización de regular - mala, debido a que las metas son constantes y progresivas, haciendo así que la compensación de los trabajadores sea inadecuada, a consecuencia de que las cuotas impuestas no han sido logradas, ya que no se está empleando de manera óptima la fijación de metas para los trabajadores.

## SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO

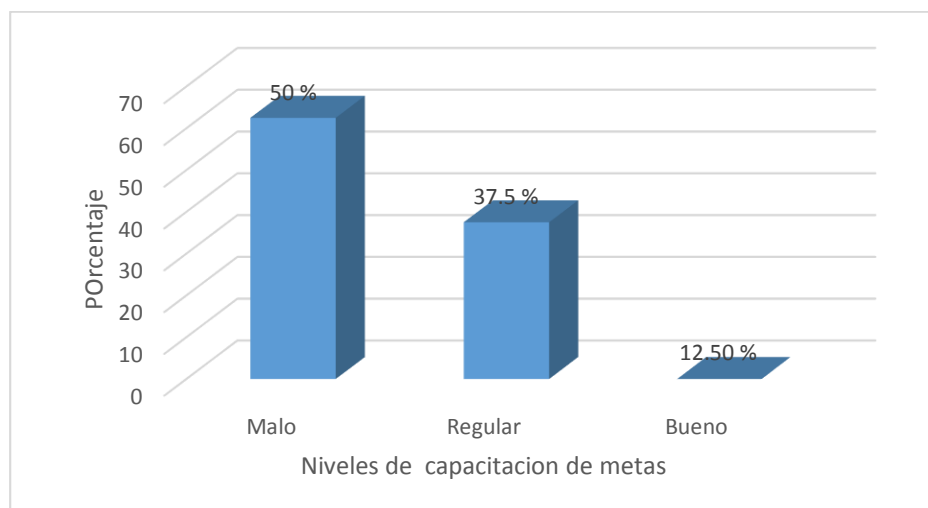
Describir cuales son las insuficiencias en la política de capacitación que limita la compensación económica de los trabajadores.

**Tabla 10**

*Capacitaciones de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         | Frecuencia | Porcentaje |       |
|---------|------------|------------|-------|
| Niveles | Mala       | 4          | 50.0  |
|         | Regular    | 3          | 37,5  |
|         | Buena      | 1          | 12.5  |
|         | Total      | 8          | 100,0 |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 5. Capacitaciones de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 5, se observa que el 50% de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que las Capacitaciones realizadas por la empresa es mala, mientras que un 37.5% considera que las capacitaciones son regulares.

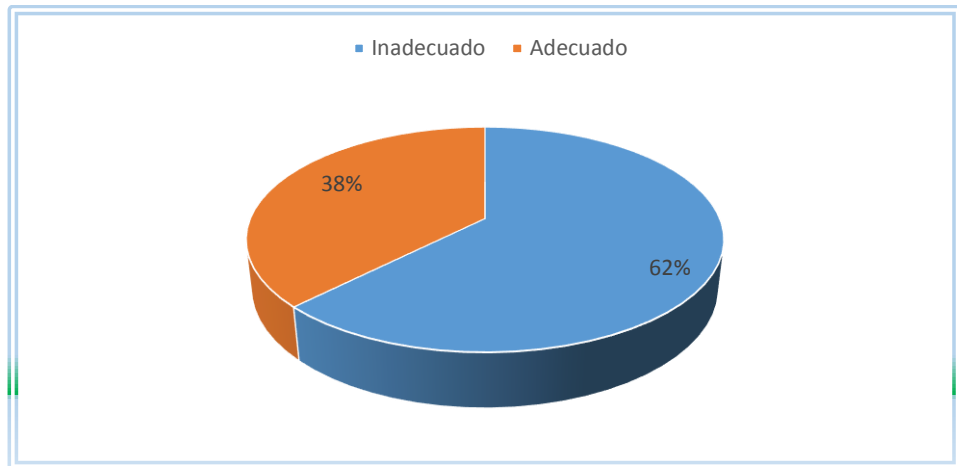
## COMPENSACIÓN ECONÓMICA

**Tabla 11**

*Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|------------|
| Niveles | Adecuada   | 3          | 37,5       |
|         | Inadecuada | 5          | 62,5       |
| Total   |            | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 6.* Compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018

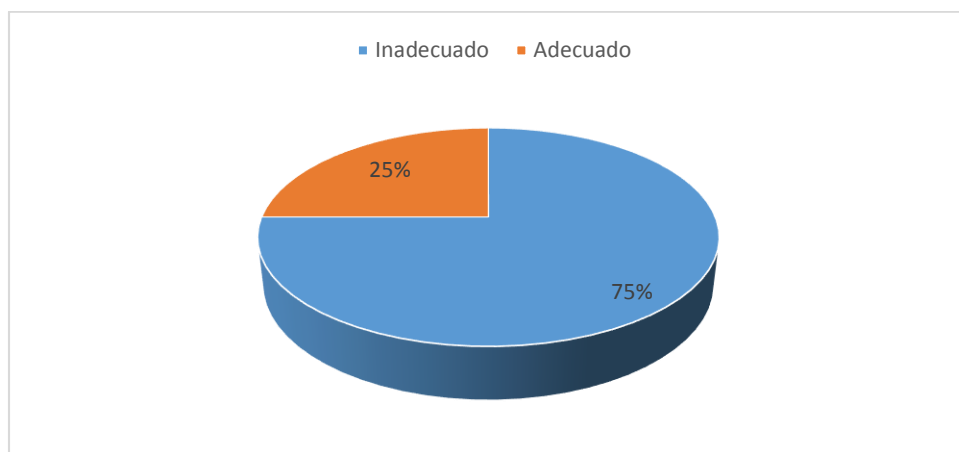
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 6, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que la compensación económica es inadecuada mientras que solo un 37.5% considera que esta la compensación económica es adecuada al año anterior, teniendo como consecuencia utilidades menores.

**Tabla 12**

*Ingresos fijos de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|------------|
|         | Inadecuado | 6          | 75,0       |
| Niveles | Adecuado   | 2          | 25,0       |
|         | Total      | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 7. Ingresos Fijos de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018*

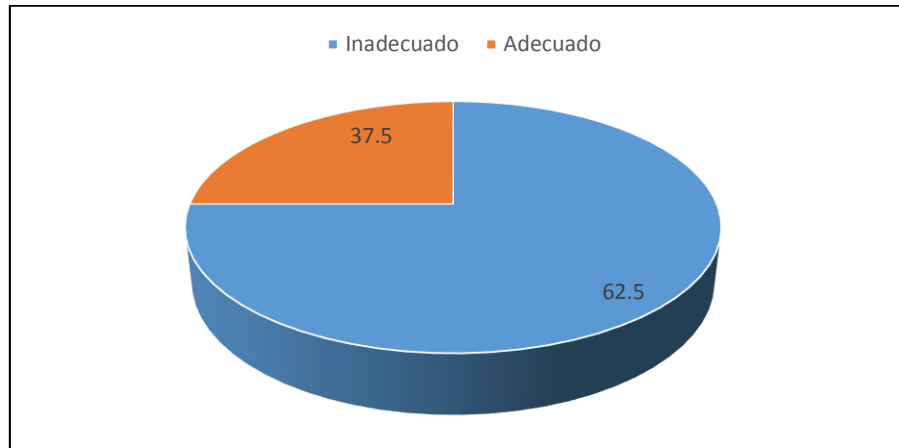
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 7, se observa que el 75.0% de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que los ingresos fijos obtenidos del salario son inadecuados mientras que el 25.0% de ellos considera que los ingresos fijos son adecuados.

**Tabla 13**

*Ingresos extraordinarios de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz, periodo 2018*

|         |            | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|------------|
| Niveles | Inadecuado | 5          | 62,5       |
|         | Adecuado   | 3          | 37,5       |
| Total   |            | 8          | 100,0      |

**Fuente:** Encuesta gestión de ventas y compensación económica Entel Perú S. A. C., Huaraz, 2018.



*Figura 8. Ingresos extraordinarios de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 8, se observa que el 62.5% de los trabajadores de la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018 considera que los ingresos extraordinarios son inadecuados, mientras que un 37.5% considera que los ingresos extraordinarios son adecuados.

#### **INTERPRETACIÓN GENERAL DEL SEGUNDO OBJETIVO ESPECÍFICO**

De la información obtenida se observa que una deficiente política de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores, debido a que las capacitaciones realizadas por la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz no son programadas e informadas con anticipación. Las capacitaciones realizadas por la empresa en Entel Perú S. A. C. - Huaraz en su mayoría no son útiles y no están orientadas a que los trabajadores puedan lograr el cumplimiento de metas con mayor facilidad; a consecuencia de esto, las ventas realizadas por los trabajadores son menores y las con mencionadas ventas no cumplen con las metas fijadas y así su compensación económica es inadecuada.



## RESULTADOS DEL ANALISIS DOCUMENTAL

El análisis documental se realizó en base a la guía de análisis documental elaborada por los investigadores, la cual sigue los procedimientos establecidos en ella para determinar los resultados del presente capítulo.

**Tabla 14**

*Metas fijadas por la gerencia en todo el año 2018*

| CUOTAS A CUMPLIR CADA MES - 2018 |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |            |
|----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                  | ENE        | FEB        | MAR        | ABR        | MAY        | JUN        | JUL        | AGO        | SET        | OCT        | NOV        | DIC        |
| <b>Vendedor 1</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 2</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 3</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 4</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 5</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 6</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 7</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>Vendedor 8</b>                | 75         | 78         | 78         | 82         | 84         | 86         | 91         | 92         | 93         | 97         | 98         | 104        |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>600</b> | <b>624</b> | <b>624</b> | <b>656</b> | <b>672</b> | <b>688</b> | <b>728</b> | <b>736</b> | <b>744</b> | <b>776</b> | <b>784</b> | <b>832</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según fuente de la gerencia de la empresa Entel Perú S. A. C.*

**Tabla 15**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a enero del 2018*

|                     | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |       |      |          | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |       |      |          |     |
|---------------------|-------------------------------|-------|------|----------|------------------------------|-------|------|----------|-----|
|                     | PB OSS                        | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                       | RENOV | PPAV | SS TOTAL |     |
| Asesor de Ventas 01 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 22                           | 7     | 12   | 34       |     |
| Asesor de Ventas 02 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 19                           | 6     | 13   | 33       |     |
| Asesor de Ventas 03 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 23                           | 9     | 11   | 36       |     |
| Asesor de Ventas 04 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 21                           | 6     | 13   | 32       |     |
| Asesor de Ventas 05 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 20                           | 6     | 12   | 31       |     |
| Asesor de Ventas 06 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 20                           | 7     | 13   | 34       |     |
| Asesor de Ventas 07 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 18                           | 8     | 13   | 30       |     |
| Asesor de Ventas 08 | 22                            | 6     | 13   | 34       | 16                           | 6     | 12   | 31       |     |
| <b>TOTALES</b>      |                               | 176   | 48   | 104      | 272                          | 159   | 55   | 99       | 261 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

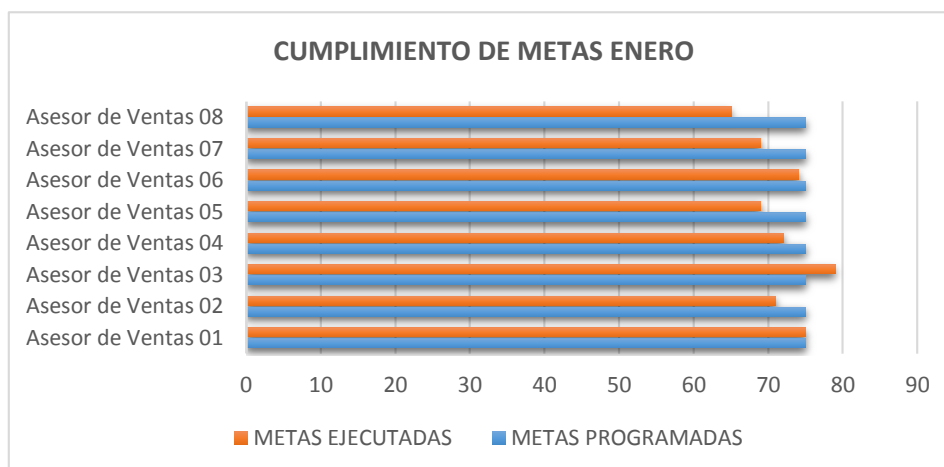


Figura 9. Cumplimiento de metas de enero del 2018

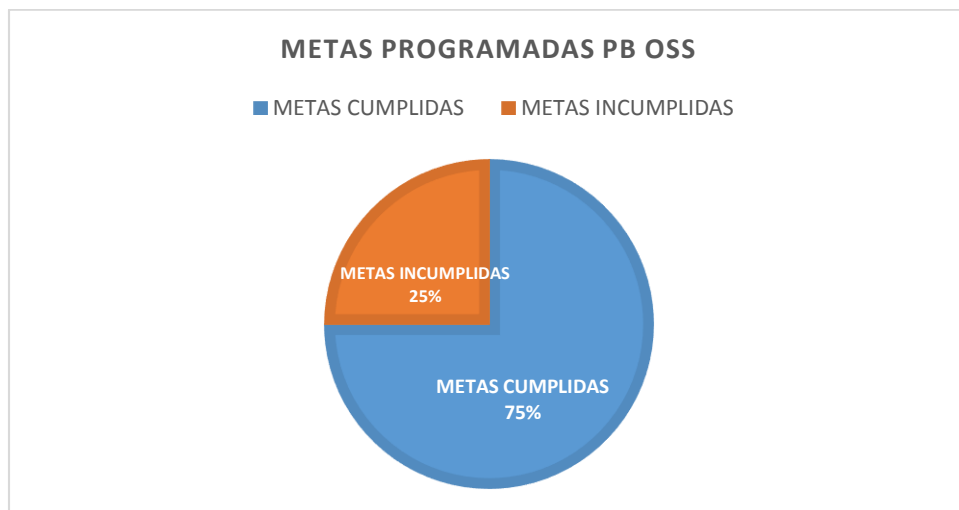
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 9, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de enero, no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 16**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

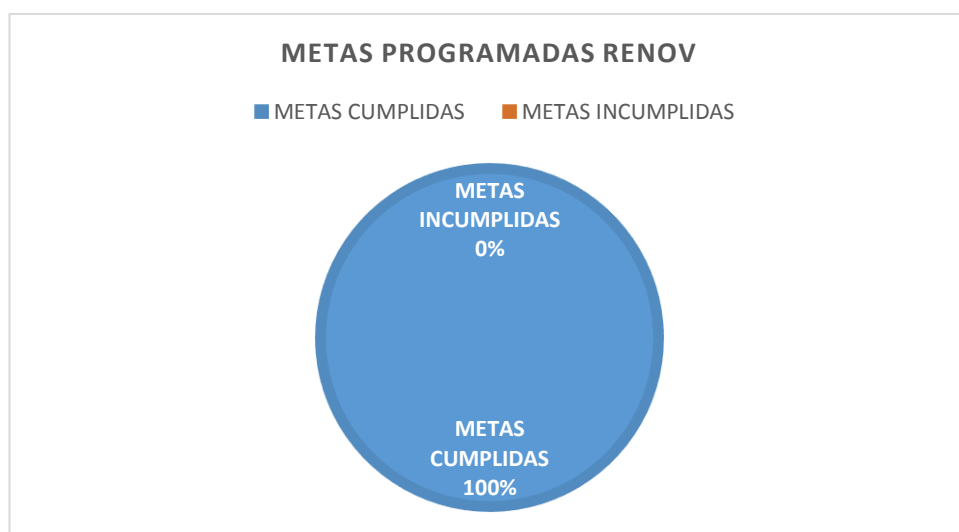
|                     | PB OSS | RENOV | PPAV | SS TOTAL |
|---------------------|--------|-------|------|----------|
| Asesor de Ventas 01 | SÍ     | SÍ    | NO   | SÍ       |
| Asesor de Ventas 02 | NO     | SÍ    | SÍ   | NO       |
| Asesor de Ventas 03 | SÍ     | SÍ    | NO   | SÍ       |
| Asesor de Ventas 04 | NO     | SÍ    | SÍ   | NO       |
| Asesor de Ventas 05 | NO     | SÍ    | NO   | NO       |
| Asesor de Ventas 06 | NO     | SÍ    | SÍ   | SÍ       |
| Asesor de Ventas 07 | NO     | SÍ    | SÍ   | NO       |
| Asesor de Ventas 08 | NO     | SÍ    | NO   | NO       |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



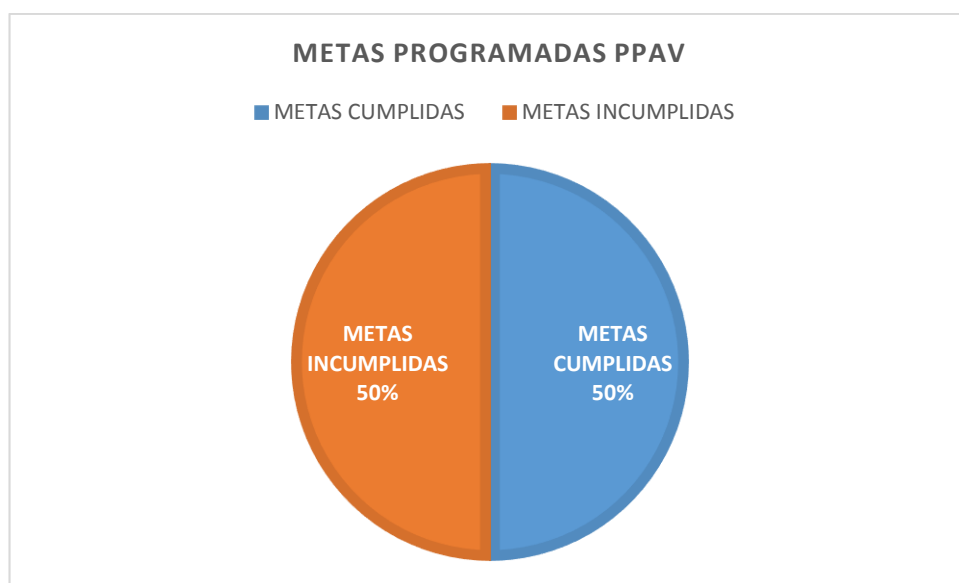
*Figura 10.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de enero

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 10, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de enero, solo cumplen el 75% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 25% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



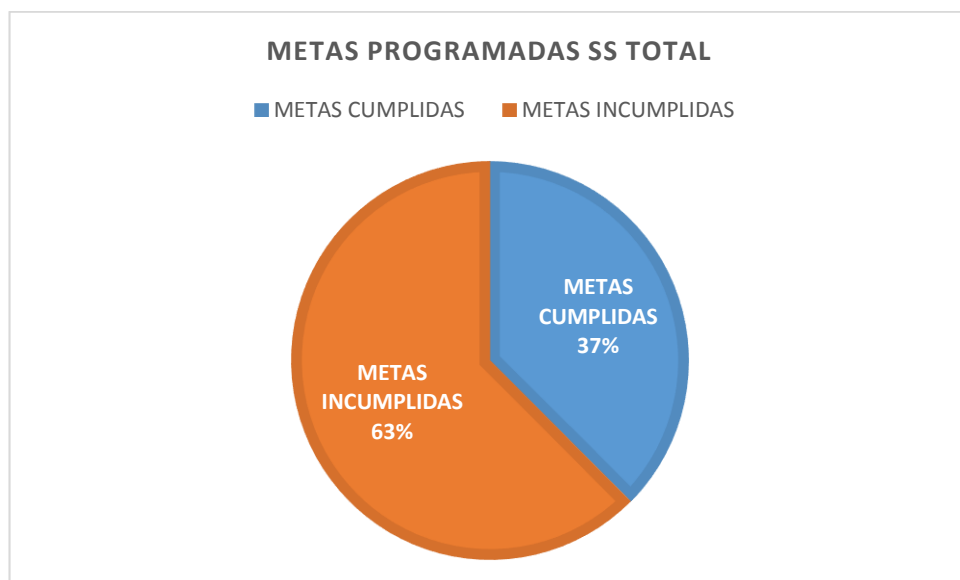
*Figura 11.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de enero

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 11, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de enero, solo cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENO (renovación) sin quedar ninguna meta por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 12.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de enero

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 12, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de enero, solo cumplen el 50% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 50% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 13.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de enero

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 13, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de enero, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 17**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a febrero del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |           |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|-----------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL  |            |
| Asesor de Ventas 01       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 24                           | 6          | 12        | 35        |            |
| Asesor de Ventas 02       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 22                           | 5          | 11        | 34        |            |
| Asesor de Ventas 03       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 20                           | 8          | 13        | 36        |            |
| Asesor de Ventas 04       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 22                           | 5          | 12        | 32        |            |
| Asesor de Ventas 05       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 23                           | 5          | 12        | 30        |            |
| Asesor de Ventas 06       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 23                           | 7          | 11        | 35        |            |
| Asesor de Ventas 07       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 22                           | 5          | 10        | 31        |            |
| Asesor de Ventas 08       | 22                            | 6          | 13        | 36         | 21                           | 5          | 9         | 32        |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>176</b> | <b>48</b> | <b>104</b> | <b>288</b>                   | <b>177</b> | <b>46</b> | <b>90</b> | <b>265</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

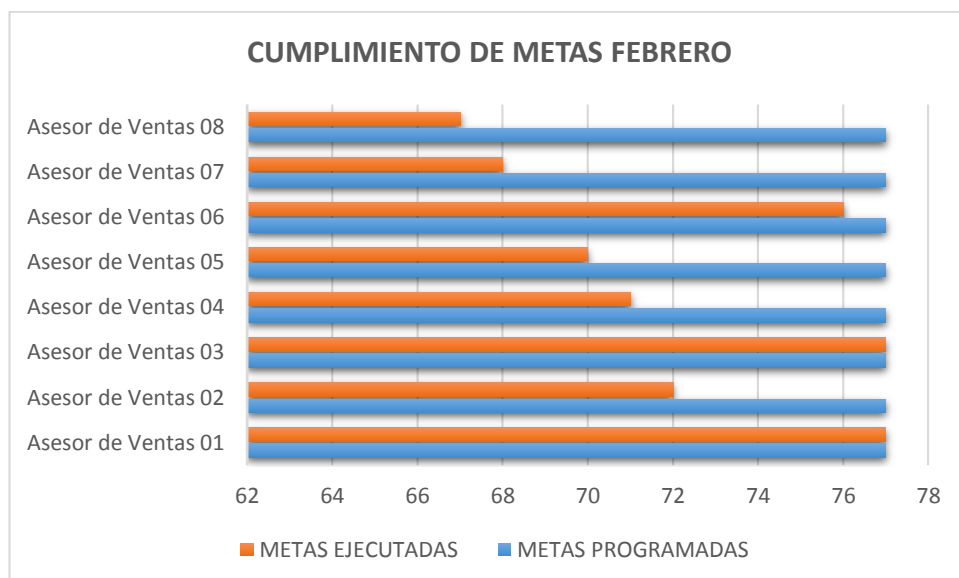


Figura 14. Cumplimiento de metas mes de febrero del periodo 2018

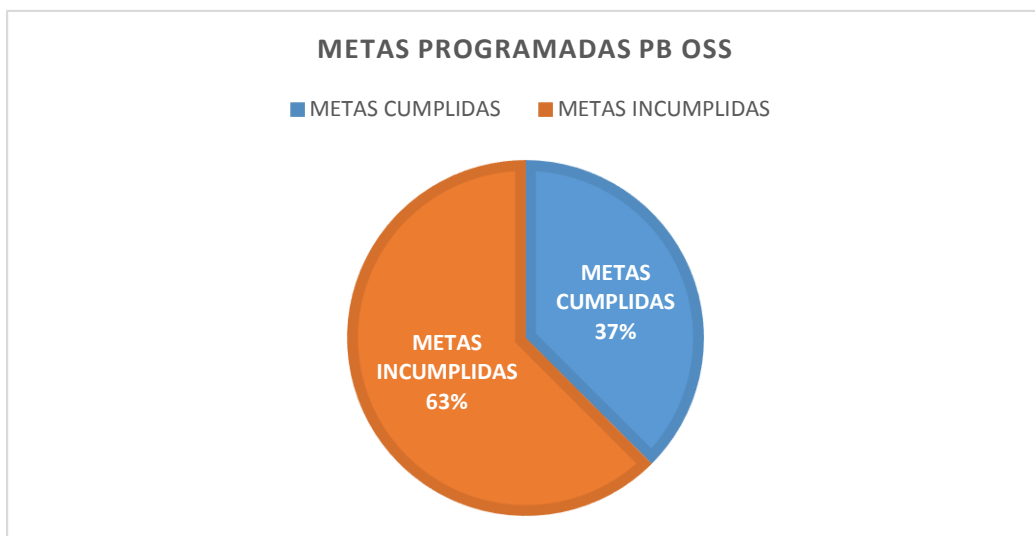
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 14, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de febrero, no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 18**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

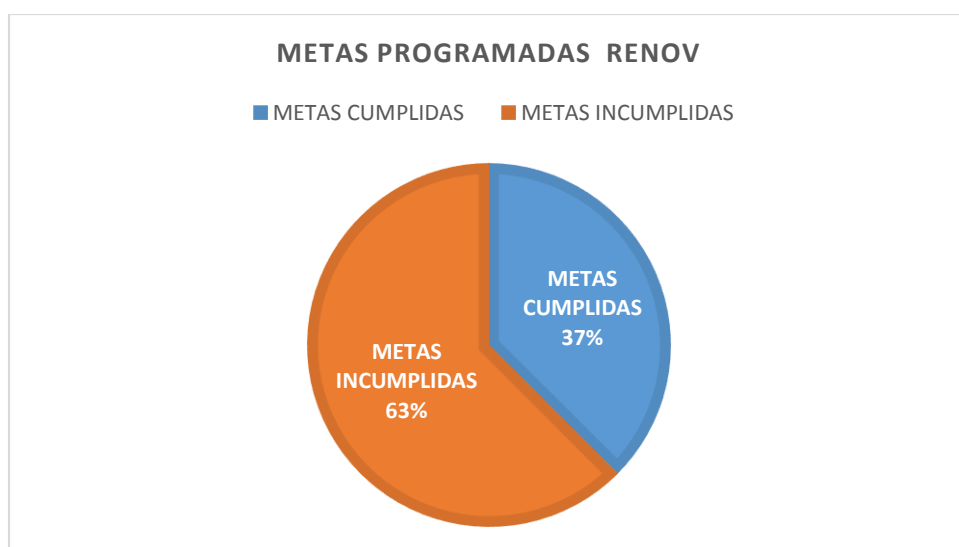
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>SÍ</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



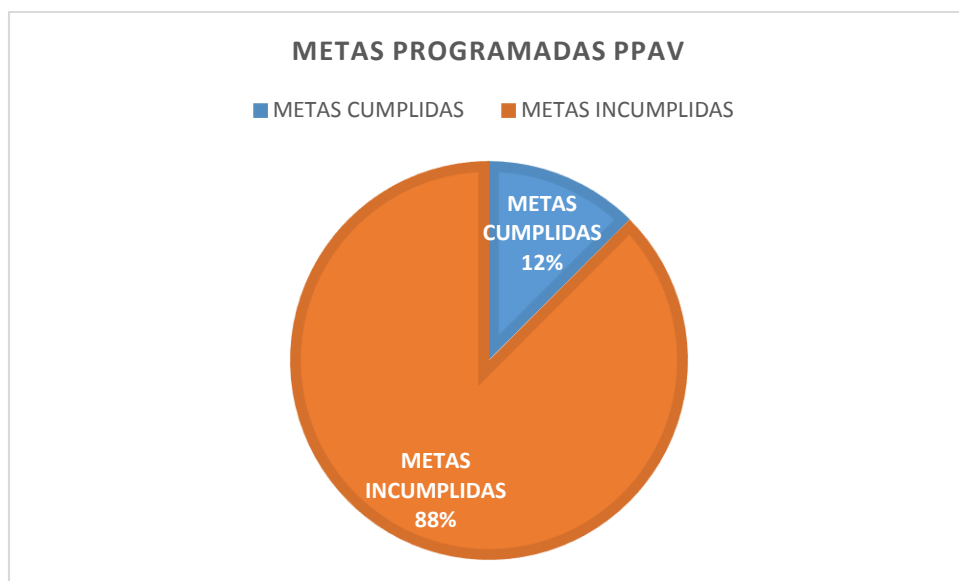
*Figura 15. Cumplimiento de metas en el tipo de venta portabilidad del mes de febrero de 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 15, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de febrero, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 16. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de febrero del periodo 2018*

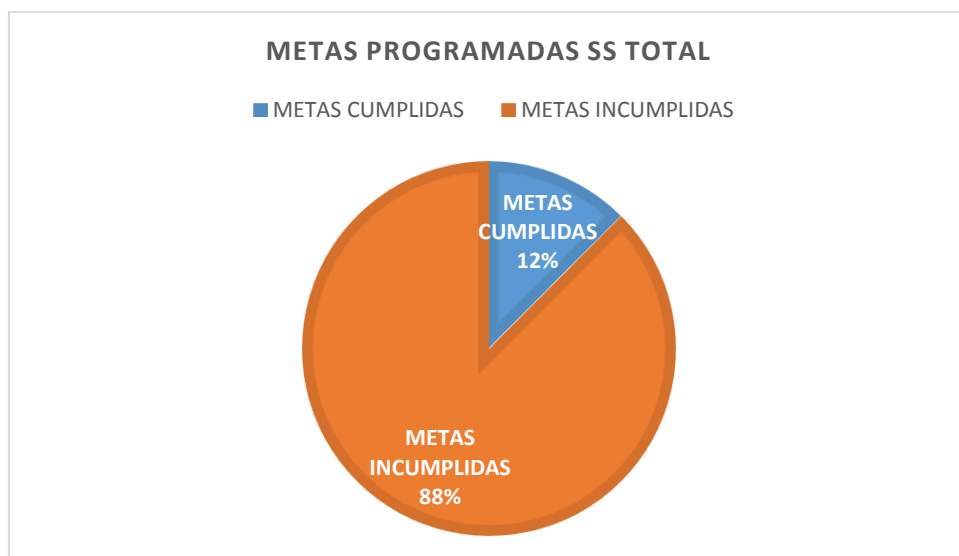
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 16, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de febrero, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta RENO (renovación), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 17.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepagado alto valor del mes de febrero del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 17, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de febrero, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepagado alto valor), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.





*Figura 18.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de febrero del 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 18, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de febrero, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 19**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente a marzo del 2018*

|                             | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |           |            |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |           |           |            |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------|------------|------------|------------------------------|-----------|-----------|------------|
|                             | PB OSS                        | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV     | PPAV      | SS TOTAL   |
| Asesor de Ventas 01         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 21                           | 6         | 13        | 37         |
| Asesor de Ventas 02         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 20                           | 5         | 11        | 35         |
| Asesor de Ventas 03         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 22                           | 7         | 13        | 38         |
| Asesor de Ventas 04         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 19                           | 6         | 12        | 34         |
| Asesor de Ventas 05         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 22                           | 6         | 10        | 33         |
| Asesor de Ventas 06         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 20                           | 5         | 14        | 35         |
| Asesor de Ventas 07         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 18                           | 6         | 12        | 34         |
| Asesor de Ventas 08         | 23                            | 6         | 13         | 36         | 16                           | 6         | 11        | 33         |
| <b>TOTAL 8 TRABAJADORES</b> | <b>184</b>                    | <b>48</b> | <b>104</b> | <b>288</b> | <b>158</b>                   | <b>47</b> | <b>96</b> | <b>279</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

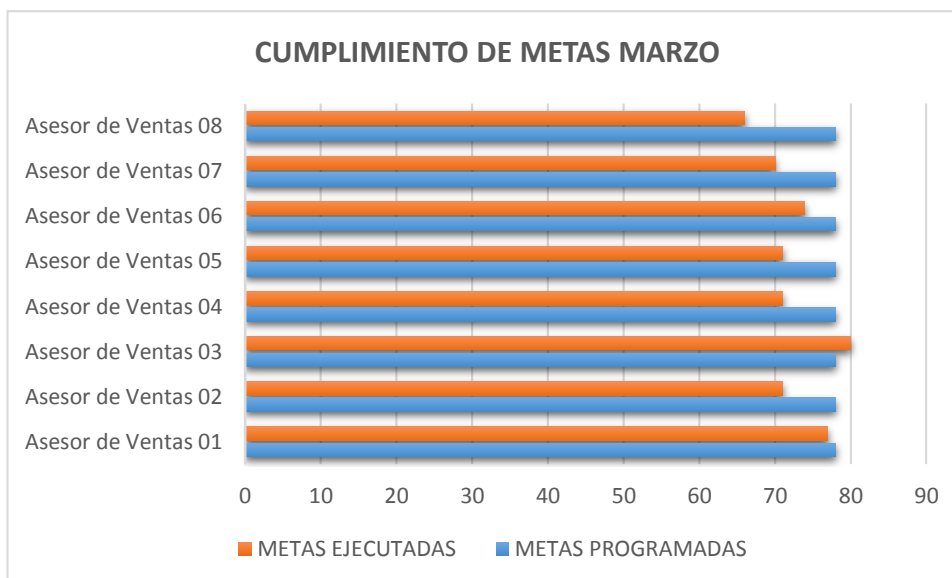


Figura 19. Cumplimiento de metas del mes de marzo del periodo 2018

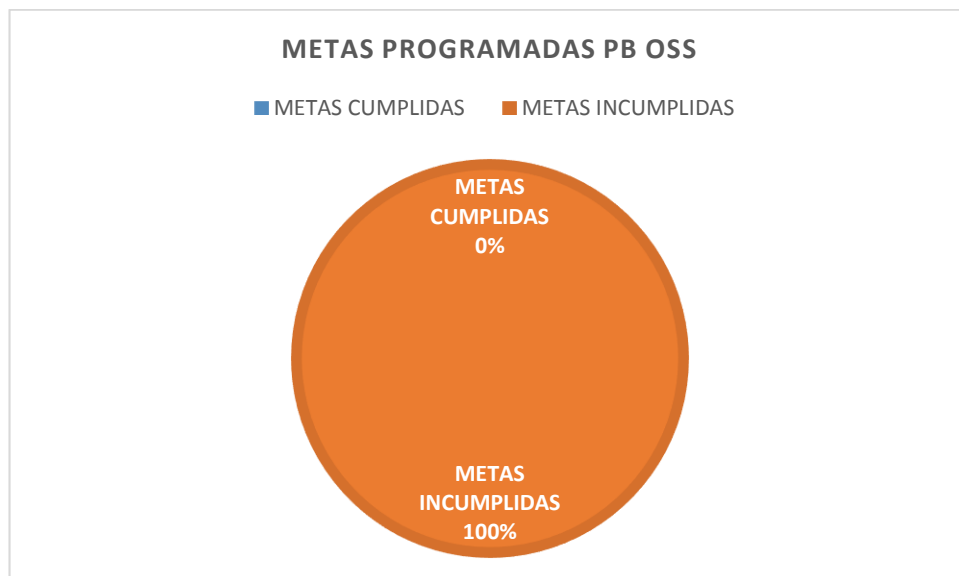
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 19, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de marzo, no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 20**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

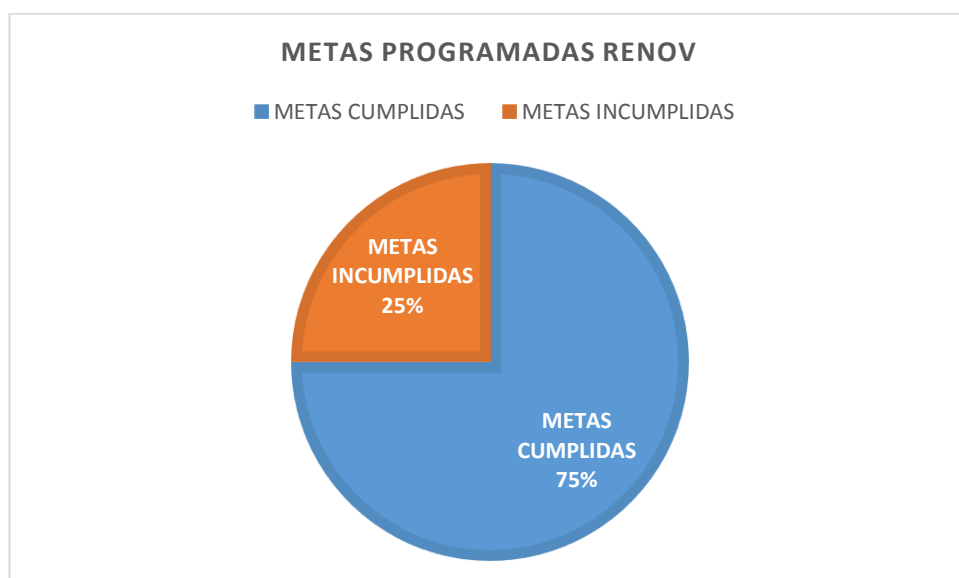
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



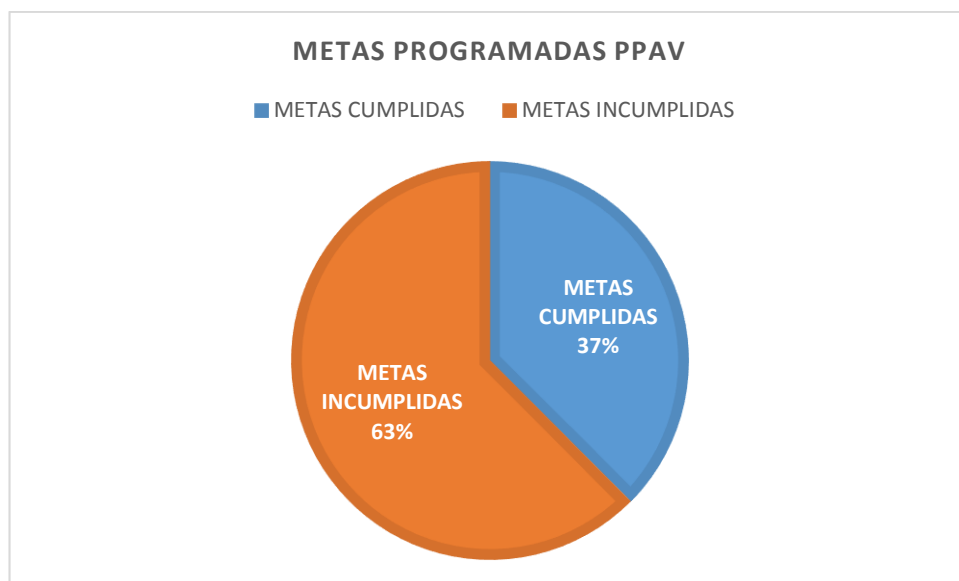
*Figura 20.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de marzo del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 20, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de marzo, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando todas de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



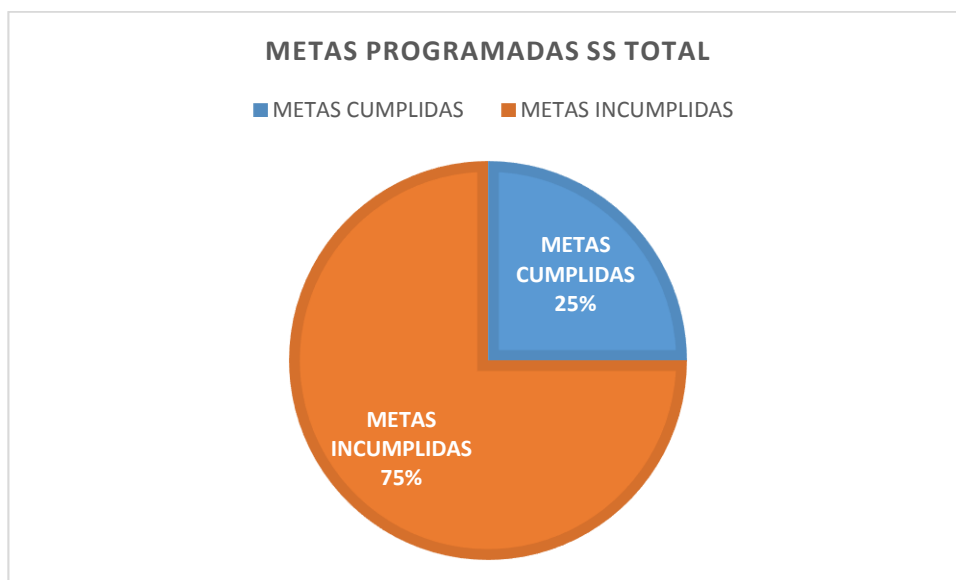
*Figura 21.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 21, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de marzo, cumplen el 75% de las metas programadas para el tipo de venta RENOV (renovación), quedando un 25% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 22.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de marzo del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 22, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de marzo, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 23. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes de marzo del periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 23, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de marzo, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 21**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de abril del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |           |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|-----------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL  |            |
| Asesor de Ventas 01       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 23                           | 6          | 14        | 35        |            |
| Asesor de Ventas 02       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 19                           | 5          | 10        | 29        |            |
| Asesor de Ventas 03       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 23                           | 7          | 15        | 36        |            |
| Asesor de Ventas 04       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 21                           | 6          | 13        | 34        |            |
| Asesor de Ventas 05       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 18                           | 5          | 12        | 33        |            |
| Asesor de Ventas 06       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 22                           | 7          | 13        | 35        |            |
| Asesor de Ventas 07       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 21                           | 6          | 12        | 30        |            |
| Asesor de Ventas 08       | 24                            | 7          | 14        | 37         | 19                           | 5          | 10        | 29        |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>192</b> | <b>56</b> | <b>112</b> | <b>296</b>                   | <b>166</b> | <b>47</b> | <b>99</b> | <b>261</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

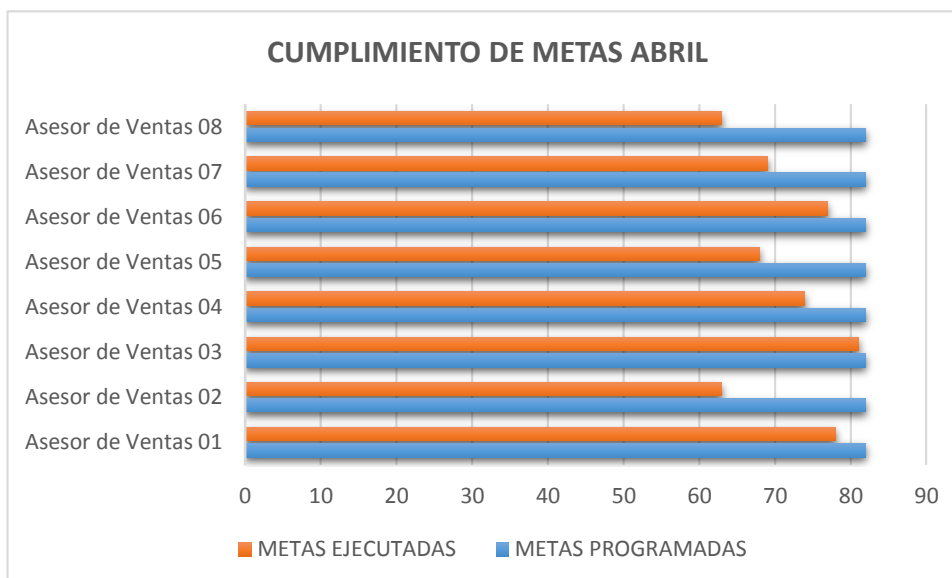


Figura 24. Cumplimiento de metas mes abril del 2018

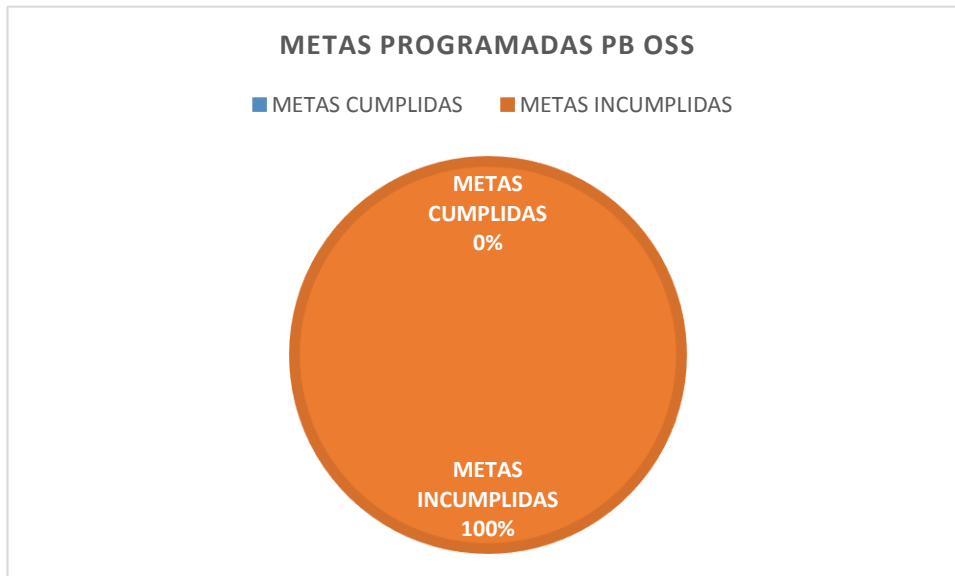
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 24, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de abril no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 22**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

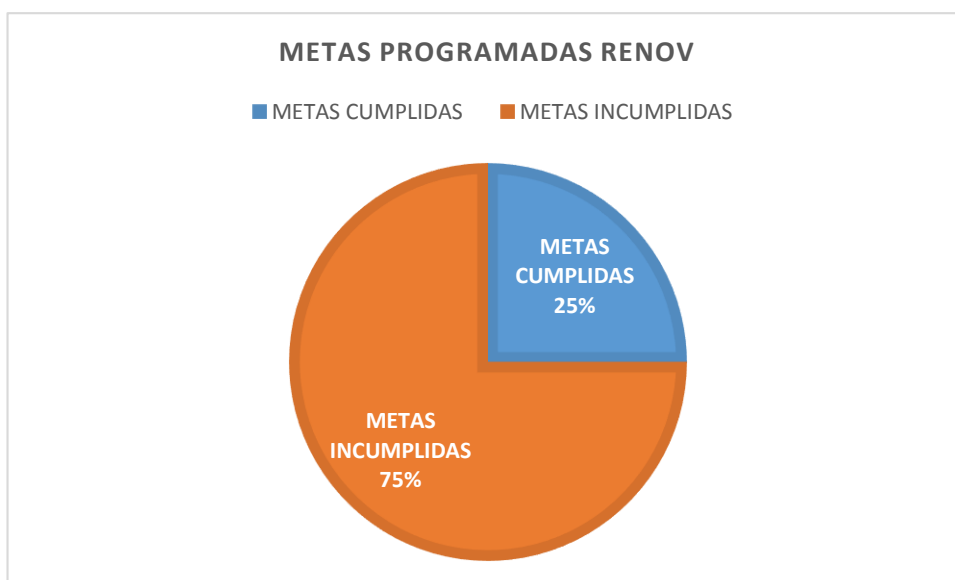
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



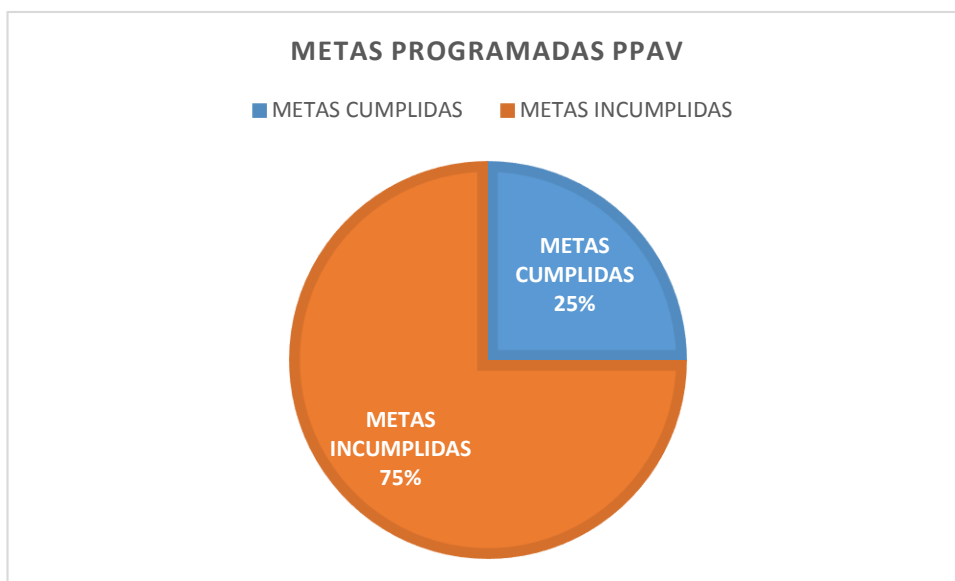
*Figura 25.* Cumplimiento de metas en el tipo de portabilidad del mes de abril del 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 25, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de abril, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando todas de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 26.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de abril del 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 26, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de abril, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta RENOVA (renovación), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 27. Cumplimiento de metas en el tipo de venta prepago alto valor del mes de abril del 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 27, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de abril, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



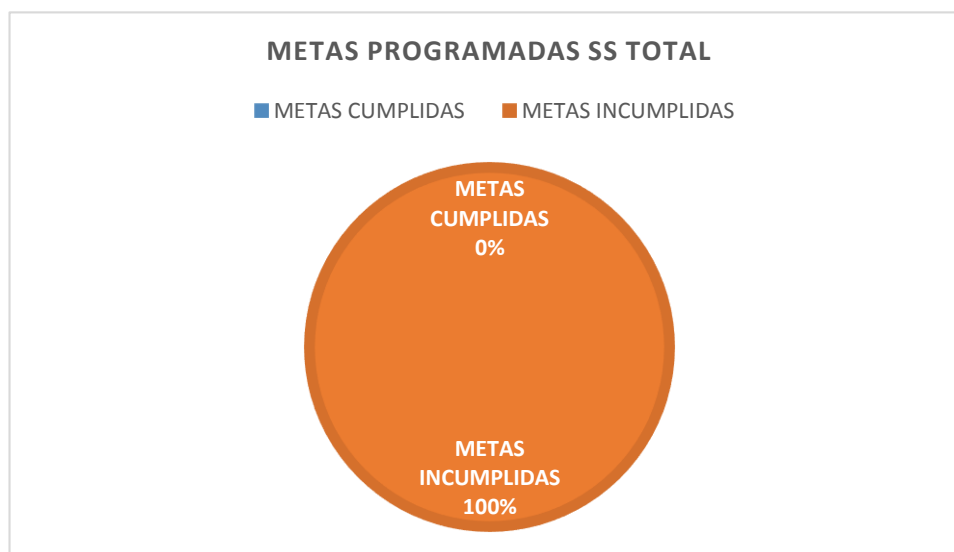


Figura 28. Cumplimiento de metas en el tipo venta de nuevos clientes en el mes de abril del 2018

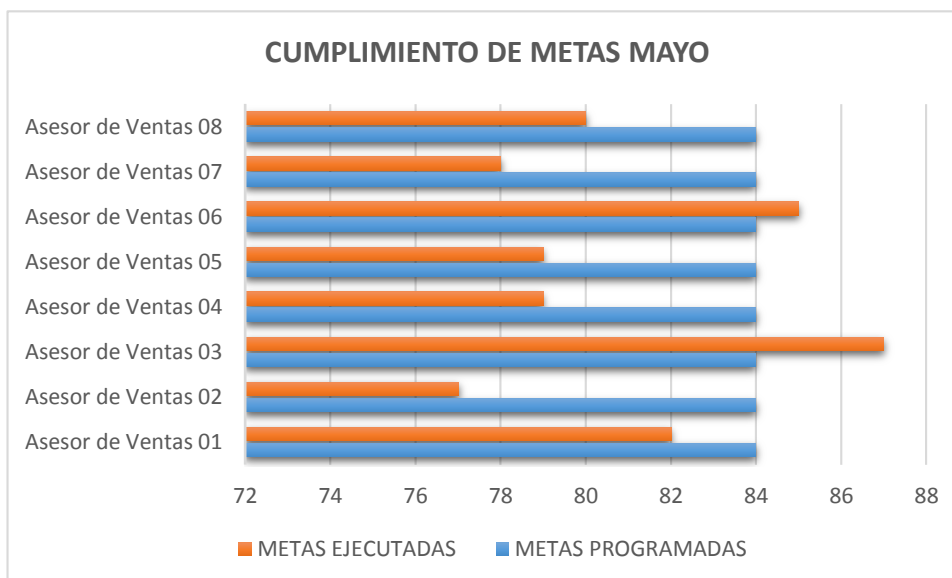
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 28, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de abril, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando todas las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 23**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de mayo del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |            |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   |            |
| Asesor de Ventas 01       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 25                           | 7          | 14        | 36         |            |
| Asesor de Ventas 02       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 24                           | 7          | 11        | 35         |            |
| Asesor de Ventas 03       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 27                           | 9          | 13        | 38         |            |
| Asesor de Ventas 04       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 25                           | 6          | 13        | 35         |            |
| Asesor de Ventas 05       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 24                           | 7          | 14        | 34         |            |
| Asesor de Ventas 06       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 26                           | 8          | 14        | 37         |            |
| Asesor de Ventas 07       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 25                           | 6          | 13        | 34         |            |
| Asesor de Ventas 08       | 25                            | 7          | 14        | 38         | 26                           | 7          | 11        | 36         |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>200</b> | <b>56</b> | <b>112</b> | <b>304</b>                   | <b>202</b> | <b>57</b> | <b>103</b> | <b>285</b> |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



*Figura 29. Cumplimiento de metas de mes de mayo del 2018*

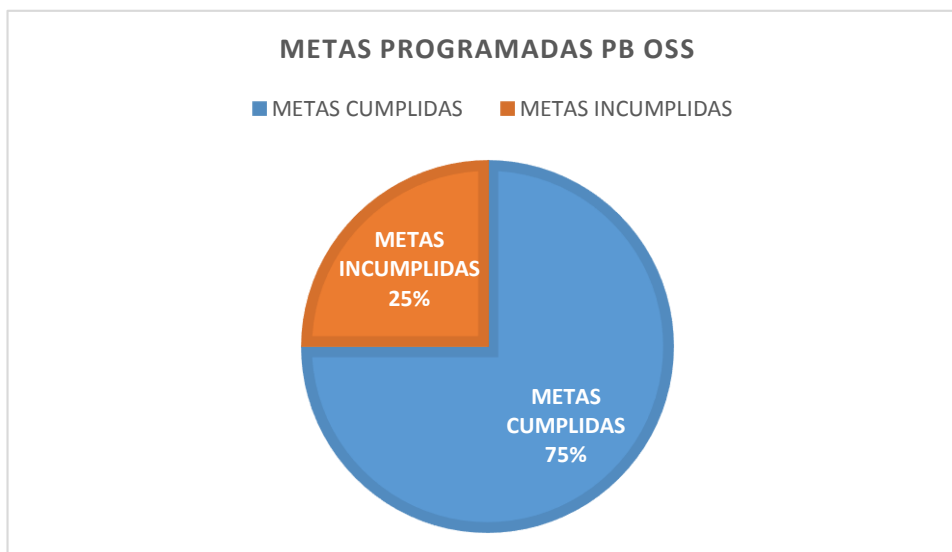
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 29, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de mayo no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 24**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

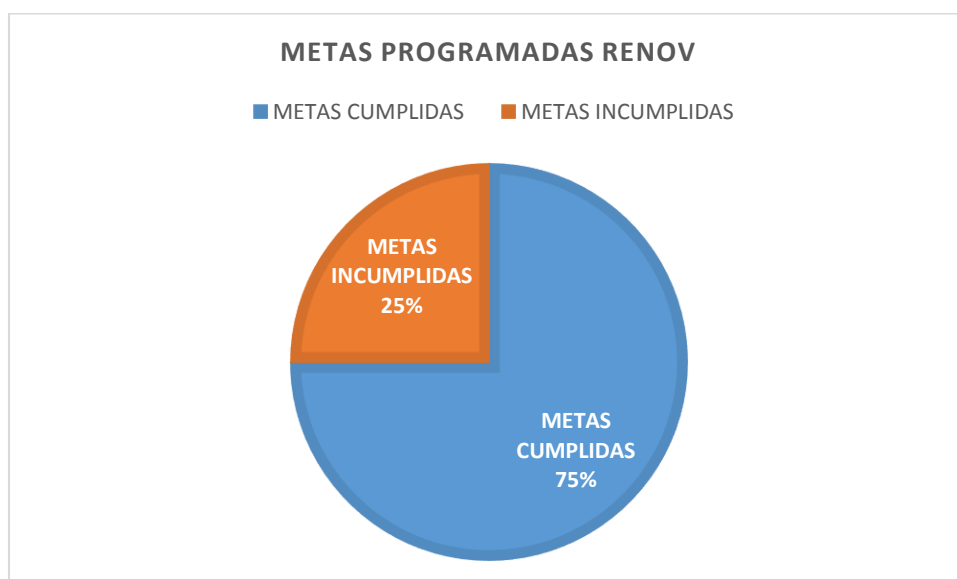
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>SÍ</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>SÍ</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



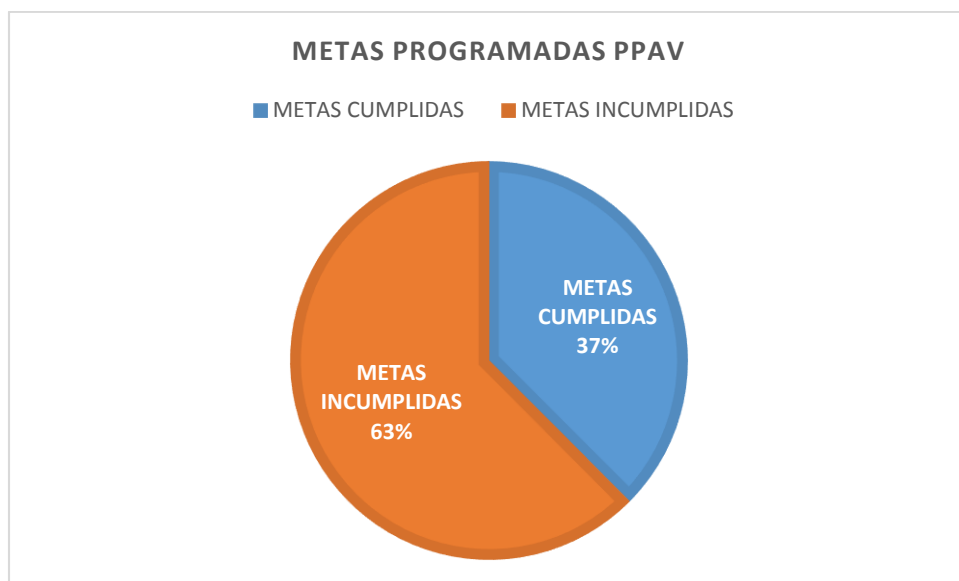
*Figura 30.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de mayo del 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 30, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de mayo, cumplen el 75% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 25% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



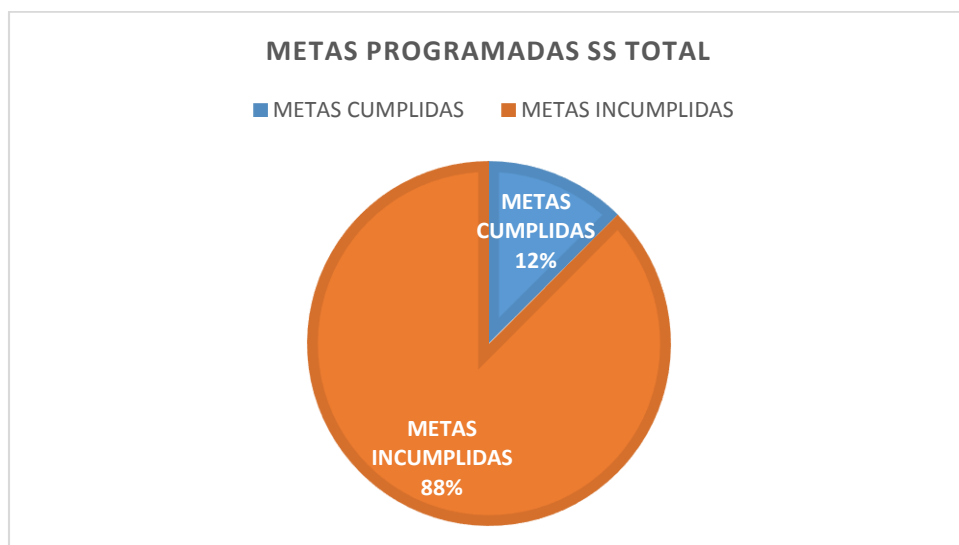
*Figura 31.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de mayo del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 31, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de mayo, cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta RENOV (renovación), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 32.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de mayo del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 32, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de mayo, cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 33. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de mayo del 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 33, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de mayo, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 25**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de junio del 2018*

|                             | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |           |            |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |           |            |            |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------|------------|------------|------------------------------|-----------|------------|------------|
|                             | PB OSS                        | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENO V    | PPAV       | SS TOTAL   |
| Asesor de Ventas 01         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 26                           | 7         | 15         | 38         |
| Asesor de Ventas 02         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 25                           | 8         | 13         | 35         |
| Asesor de Ventas 03         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 27                           | 9         | 17         | 38         |
| Asesor de Ventas 04         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 26                           | 7         | 14         | 34         |
| Asesor de Ventas 05         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 26                           | 8         | 13         | 36         |
| Asesor de Ventas 06         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 27                           | 8         | 14         | 37         |
| Asesor de Ventas 07         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 26                           | 7         | 12         | 35         |
| Asesor de Ventas 08         | 26                            | 7         | 14         | 39         | 26                           | 7         | 13         | 35         |
| <b>TOTAL 8 TRABAJADORES</b> | <b>208</b>                    | <b>56</b> | <b>112</b> | <b>312</b> | <b>209</b>                   | <b>61</b> | <b>111</b> | <b>288</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

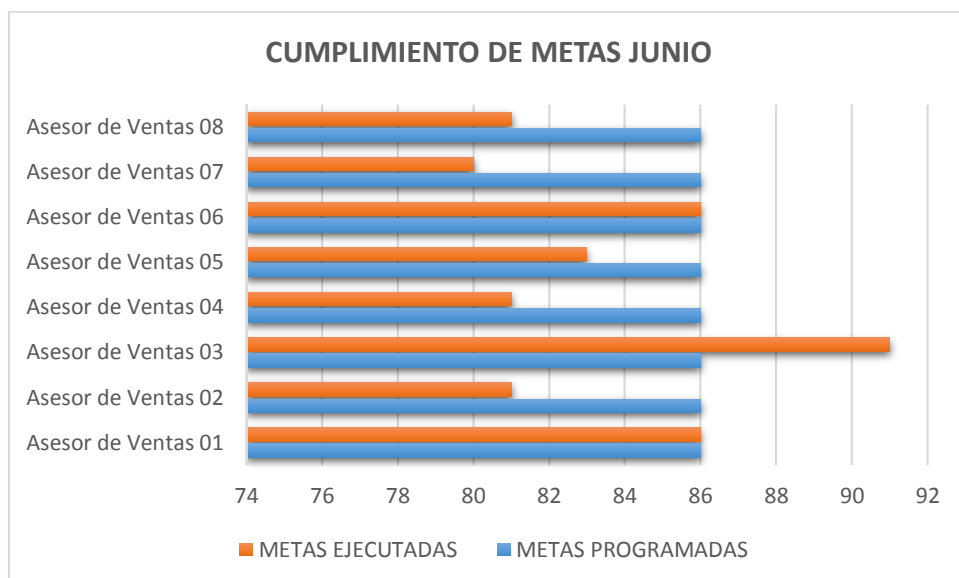


Figura 34. Cumplimiento de metas mes de junio del periodo 2018

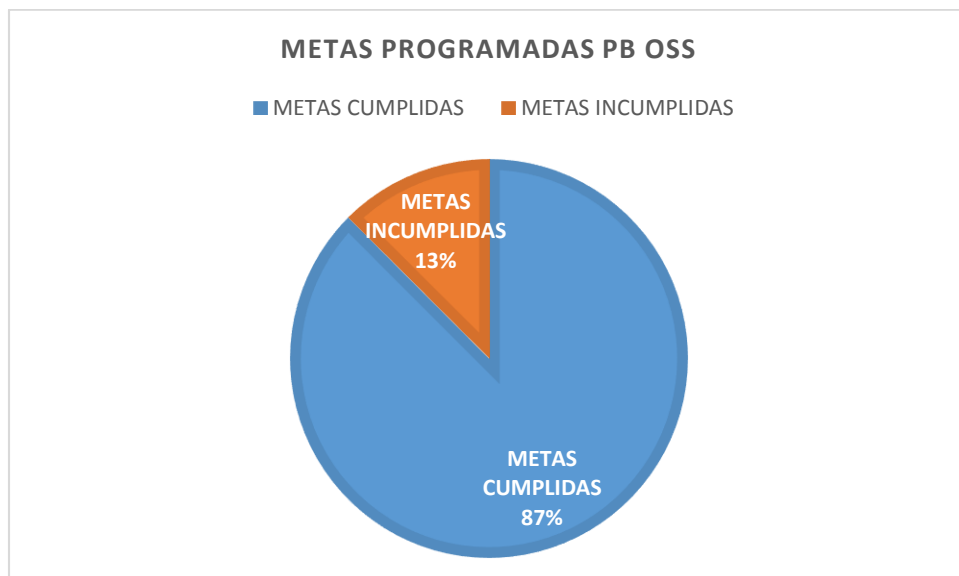
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 34, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de junio no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 26**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

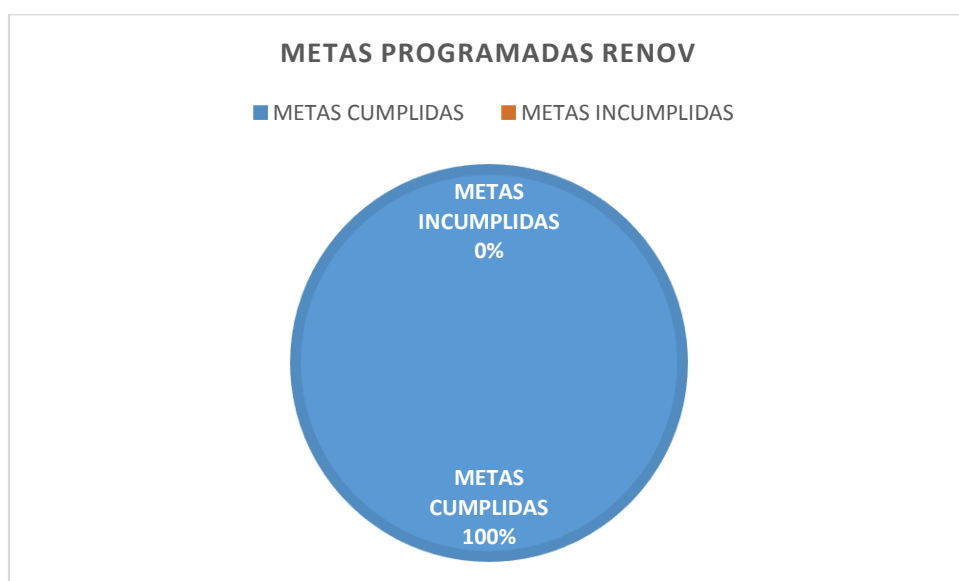
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



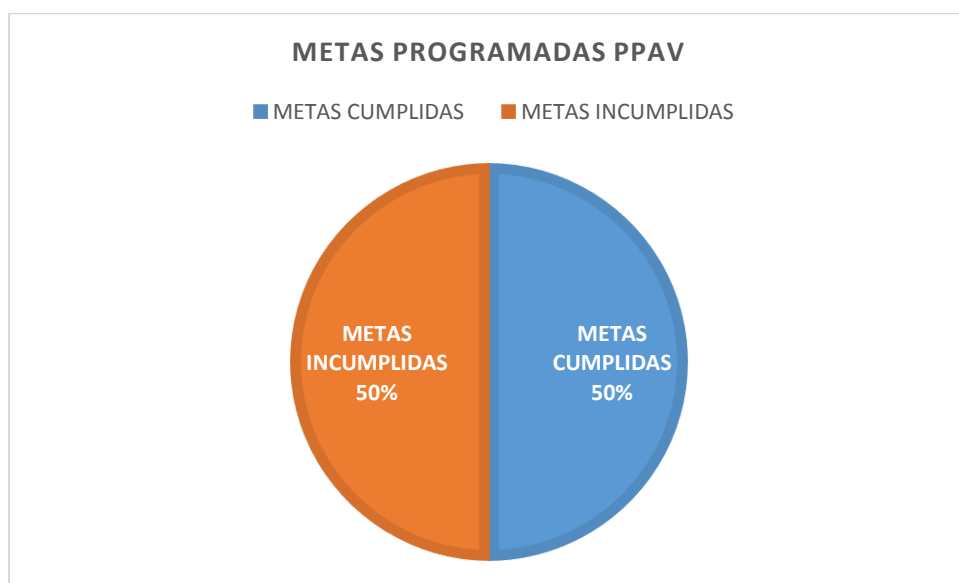
*Figura 35.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de junio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 35, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de junio, cumplen el 87% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 13% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 36.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de junio del periodo 2018

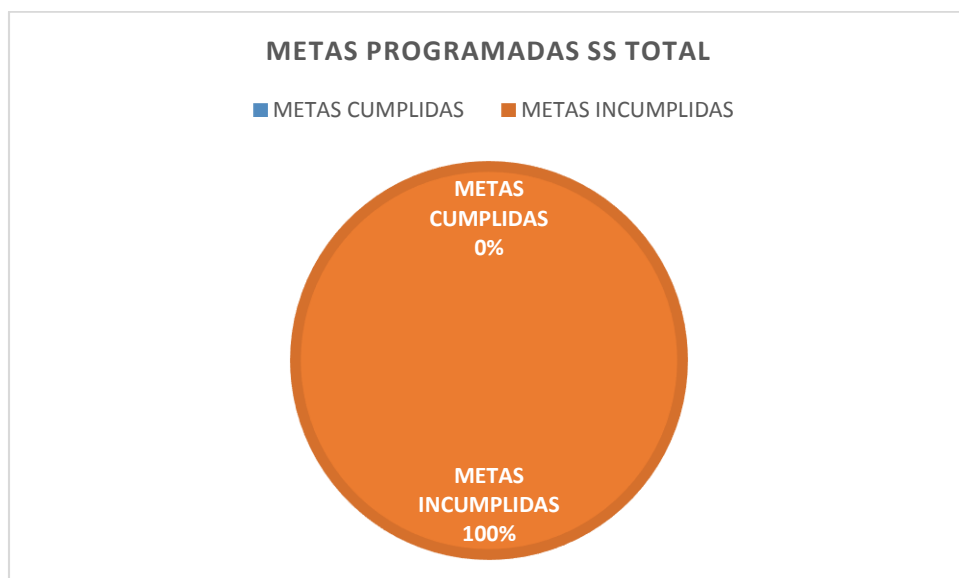
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 36, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de junio cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENO (renovación) establecidas por la Gerencia.



*Figura 37.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de junio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 37, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de junio, cumplen el 50% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 50% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.





*Figura 38. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de junio del periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 38, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de junio, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando todas las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 27**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de julio del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |            |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   |            |
| Asesor de Ventas 01       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 29                           | 8          | 13        | 42         |            |
| Asesor de Ventas 02       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 27                           | 8          | 14        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 03       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 26                           | 10         | 17        | 44         |            |
| Asesor de Ventas 04       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 27                           | 9          | 14        | 41         |            |
| Asesor de Ventas 05       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 28                           | 8          | 15        | 39         |            |
| Asesor de Ventas 06       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 30                           | 10         | 16        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 07       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 26                           | 8          | 15        | 41         |            |
| Asesor de Ventas 08       | 27                            | 8          | 15        | 41         | 27                           | 8          | 13        | 40         |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>216</b> | <b>64</b> | <b>120</b> | <b>328</b>                   | <b>220</b> | <b>69</b> | <b>117</b> | <b>327</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

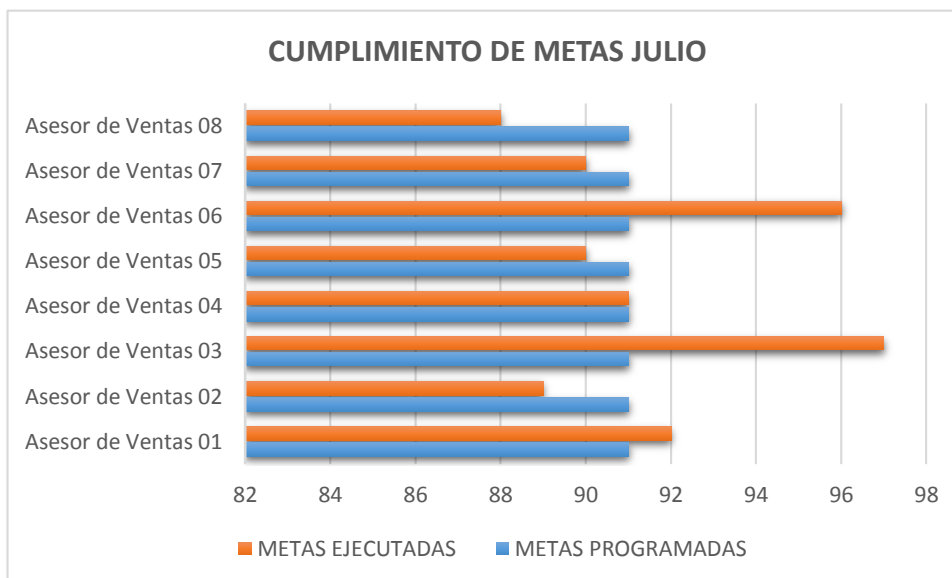


Figura 39. Cumplimiento de metas mes de julio del 2018

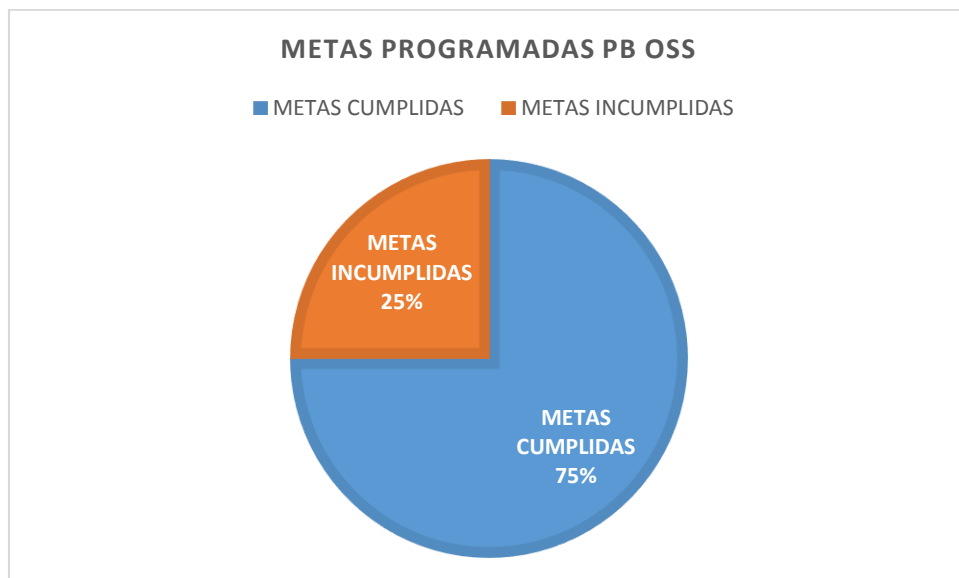
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 39, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 28**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

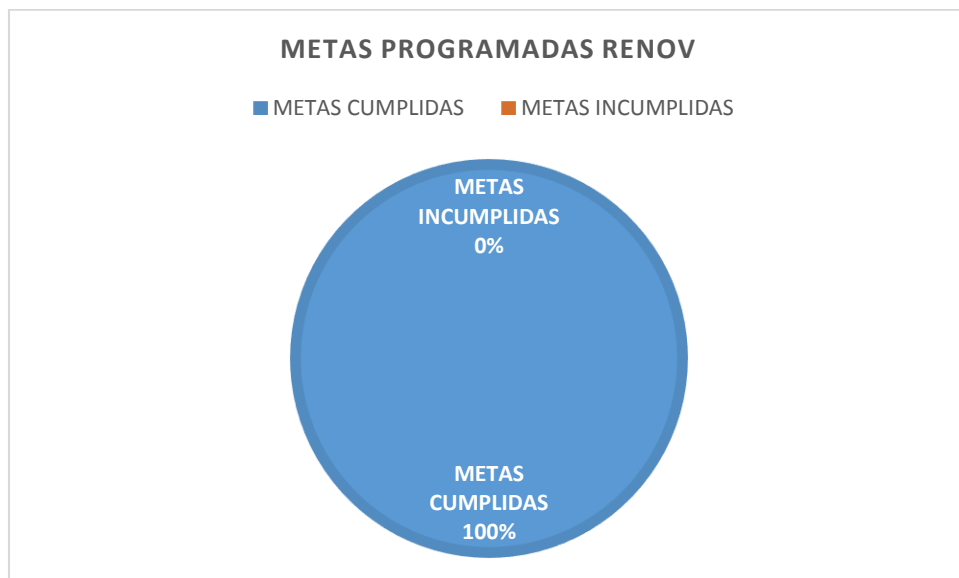
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



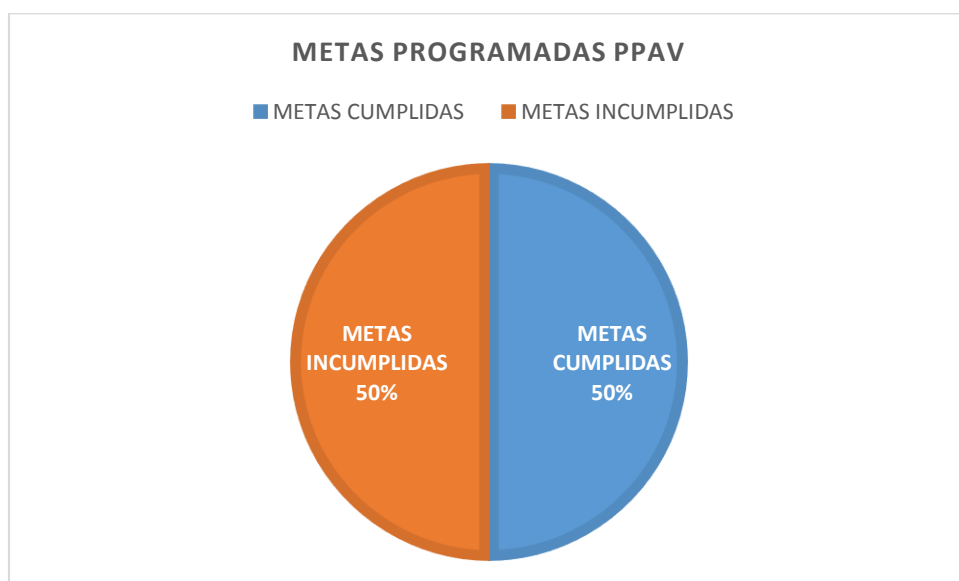
*Figura 40.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de julio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 40, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio, cumplen el 75% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 25% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



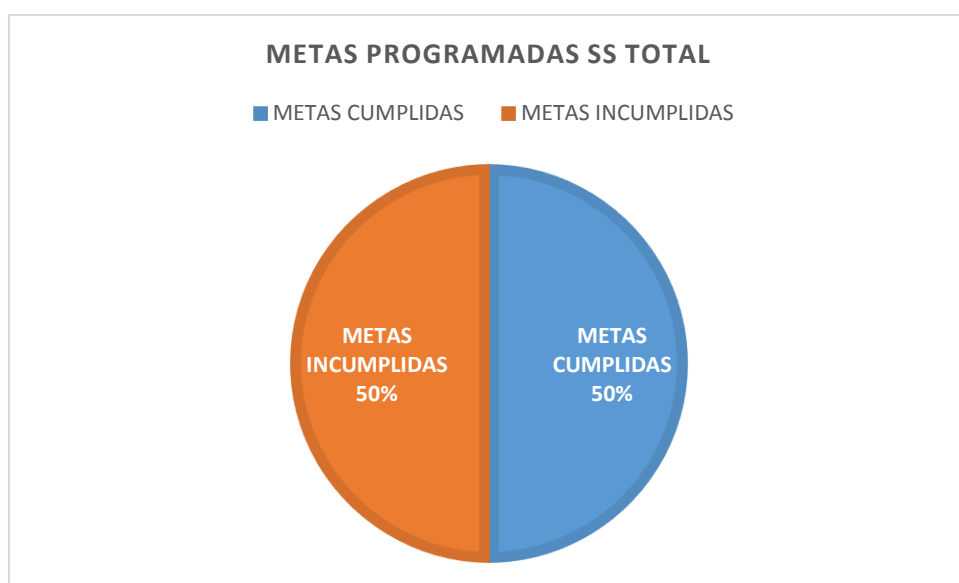
*Figura 41.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de julio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 41, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENOVA (renovación) establecidas por la Gerencia.



*Figura 42.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de julio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 42, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio, cumplen el 50% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 50% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 43.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de julio del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 43, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio, cumplen el 50% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 50% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

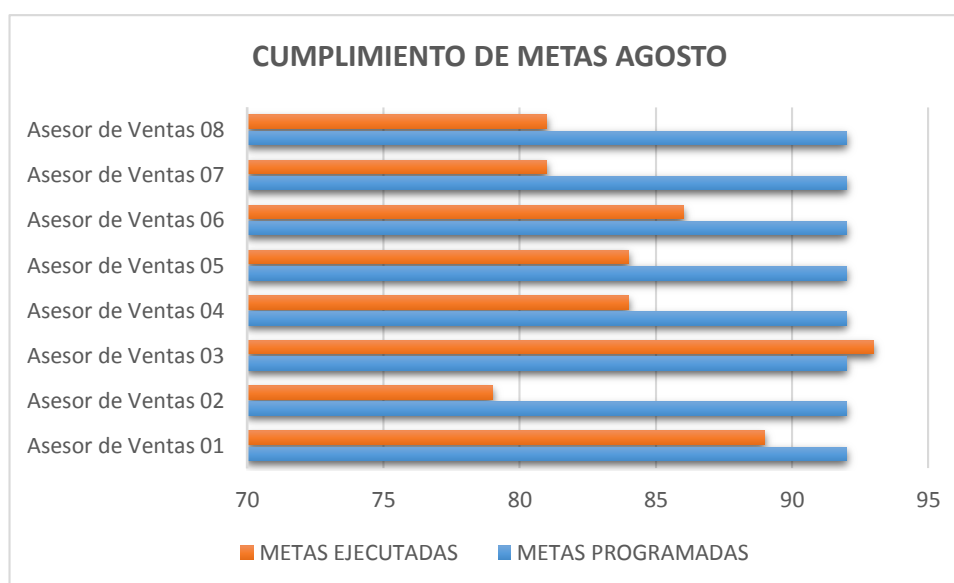
**Tabla 29**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de agosto del 2018*

|                     | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |            |            |
|---------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
|                     | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   |            |
| Asesor de Ventas 01 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 26                           | 8          | 15        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 02 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 24                           | 7          | 13        | 35         |            |
| Asesor de Ventas 03 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 27                           | 9          | 16        | 41         |            |
| Asesor de Ventas 04 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 25                           | 6          | 14        | 39         |            |
| Asesor de Ventas 05 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 25                           | 7          | 14        | 38         |            |
| Asesor de Ventas 06 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 25                           | 8          | 14        | 39         |            |
| Asesor de Ventas 07 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 24                           | 7          | 13        | 37         |            |
| Asesor de Ventas 08 | 27                            | 8          | 15        | 42         | 24                           | 6          | 12        | 39         |            |
| <b>TOTAL</b>        | <b>8</b>                      | <b>216</b> | <b>64</b> | <b>120</b> | <b>336</b>                   | <b>200</b> | <b>58</b> | <b>111</b> | <b>308</b> |

TRABAJADORES

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



*Figura 44. Cumplimiento de metas del mes de agosto del 2018*

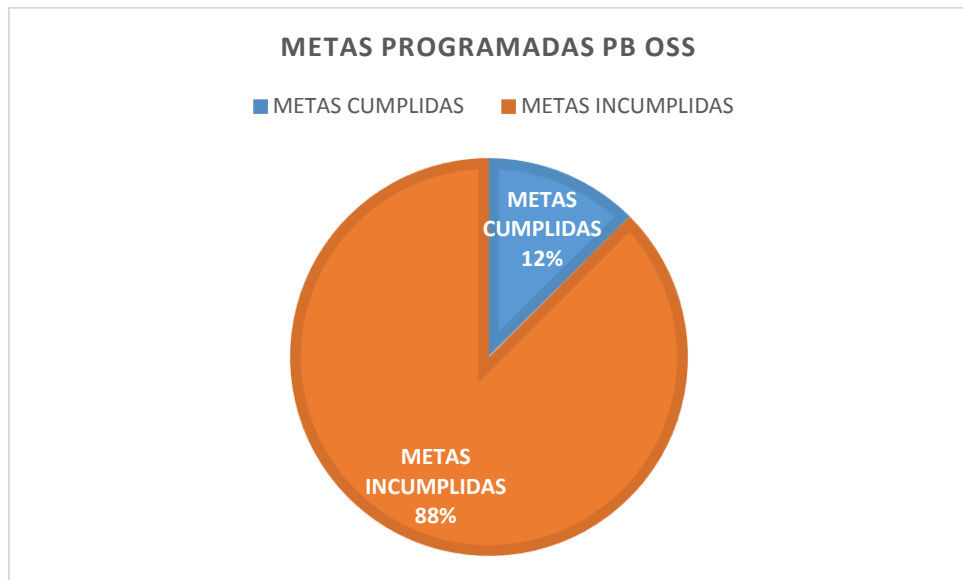
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 44, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de agosto no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 30**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

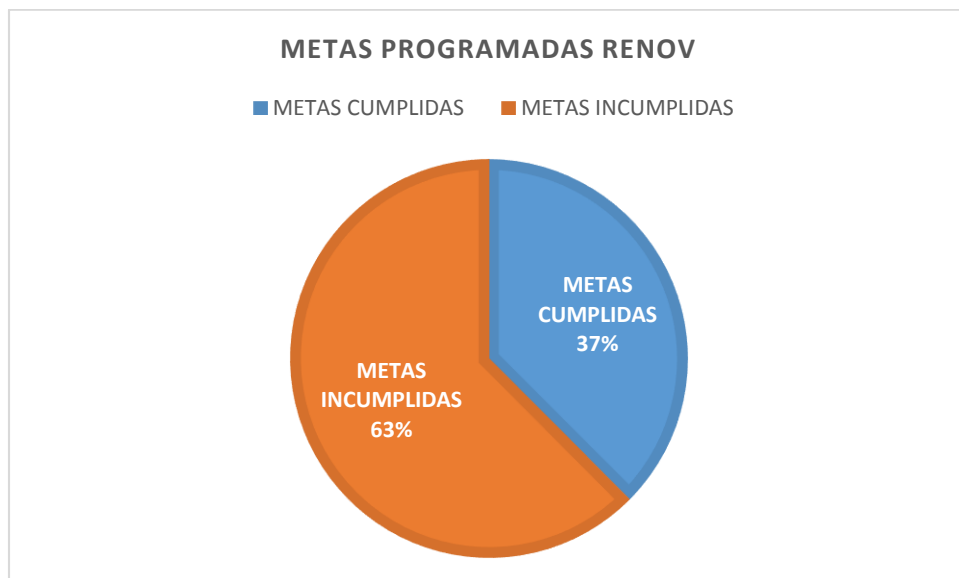
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



*Figura 44. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de agosto del periodo 2018*

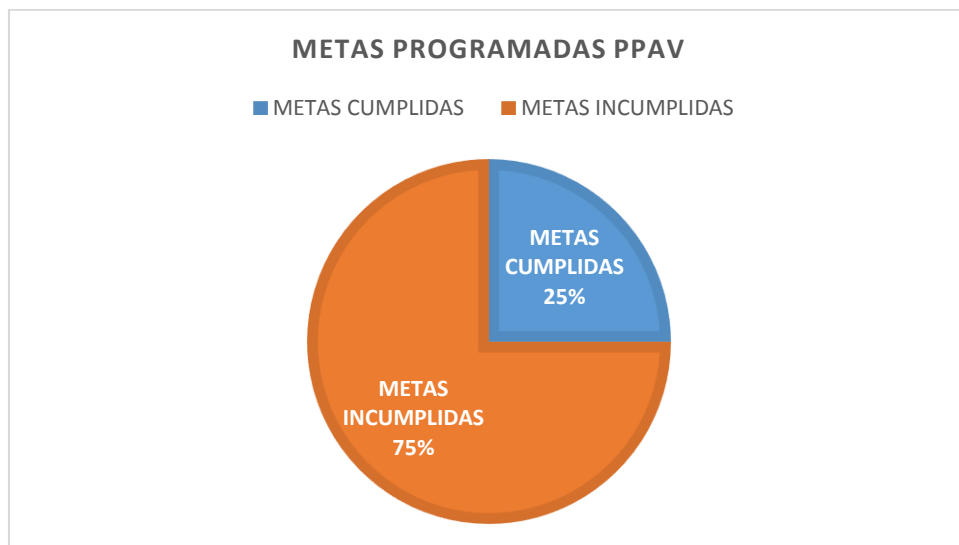
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 45, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de agosto, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 45.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de agosto del periodo 2018

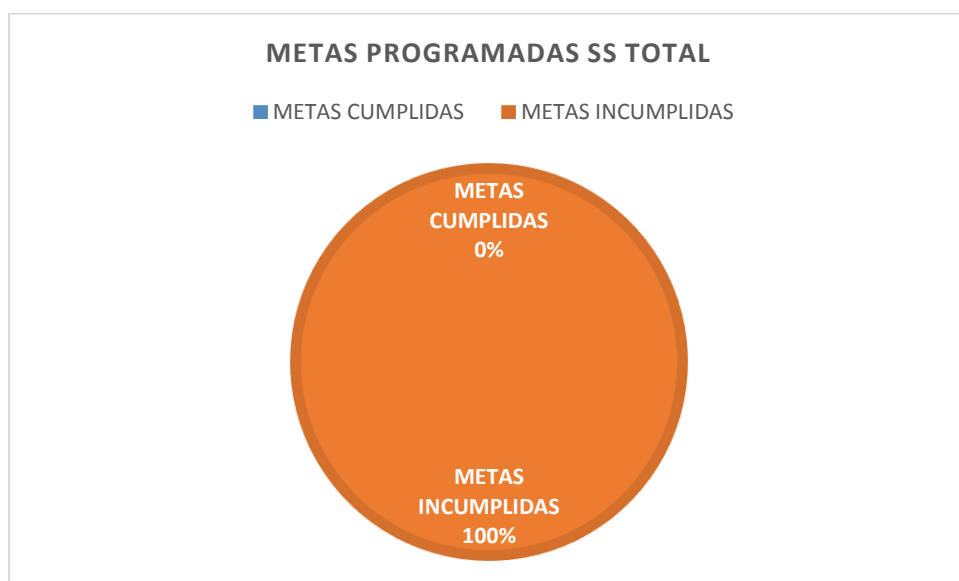
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 46, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de agosto, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta RENO (renovación), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.





*Figura 46.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de agosto del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 47, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de agosto, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 47.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de agosto del periodo 2018

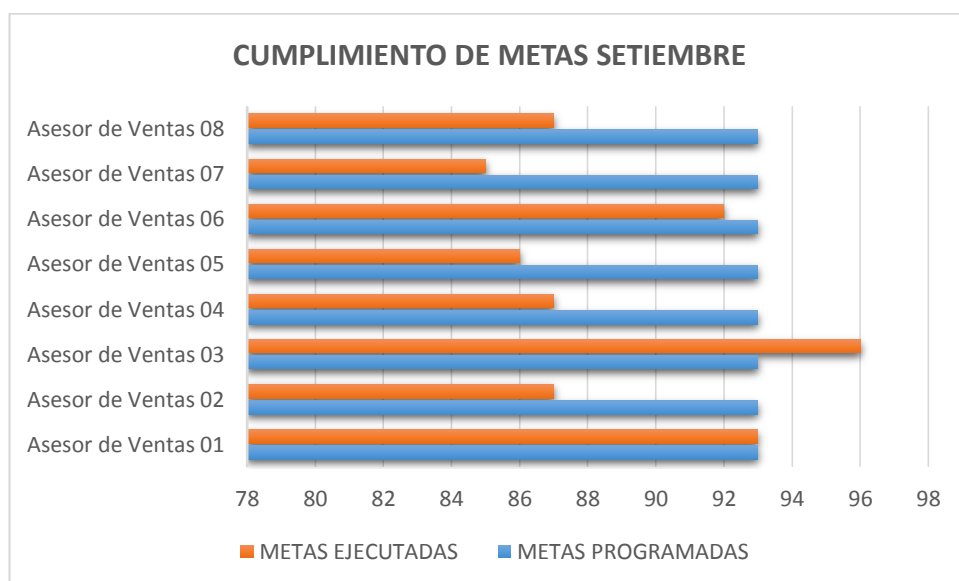
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 48, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de agosto, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando todas las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 31**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de setiembre del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |            |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   |            |
| Asesor de Ventas 01       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 27                           | 9          | 15        | 42         |            |
| Asesor de Ventas 02       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 26                           | 7          | 14        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 03       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 28                           | 10         | 16        | 42         |            |
| Asesor de Ventas 04       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 25                           | 8          | 15        | 39         |            |
| Asesor de Ventas 05       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 26                           | 8          | 14        | 38         |            |
| Asesor de Ventas 06       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 27                           | 9          | 15        | 41         |            |
| Asesor de Ventas 07       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 25                           | 8          | 12        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 08       | 27                            | 8          | 15        | 43         | 25                           | 9          | 14        | 39         |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>216</b> | <b>64</b> | <b>120</b> | <b>344</b>                   | <b>209</b> | <b>68</b> | <b>115</b> | <b>321</b> |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



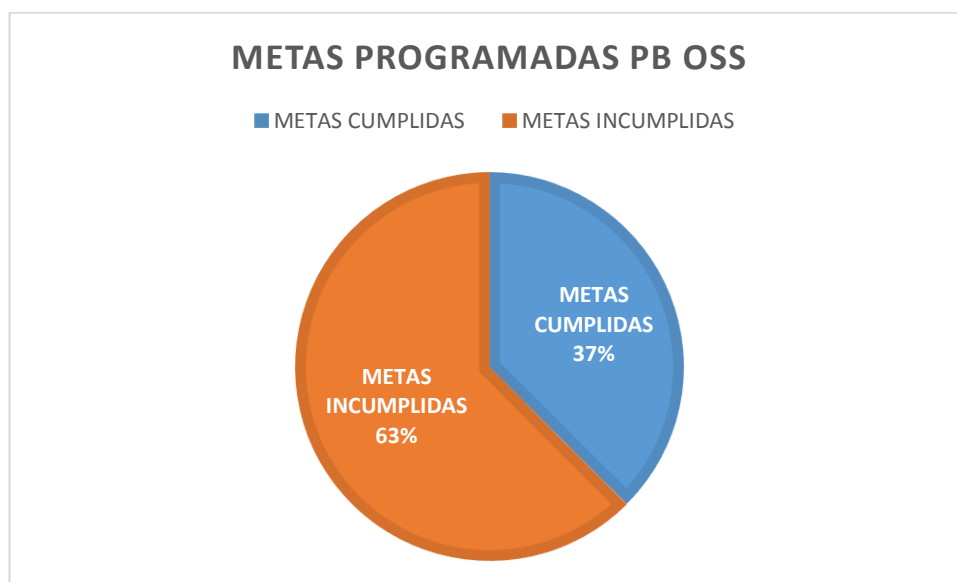
*Figura 48. Cumplimiento de metas mes de setiembre del periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 49, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de setiembre no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 32**  
*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

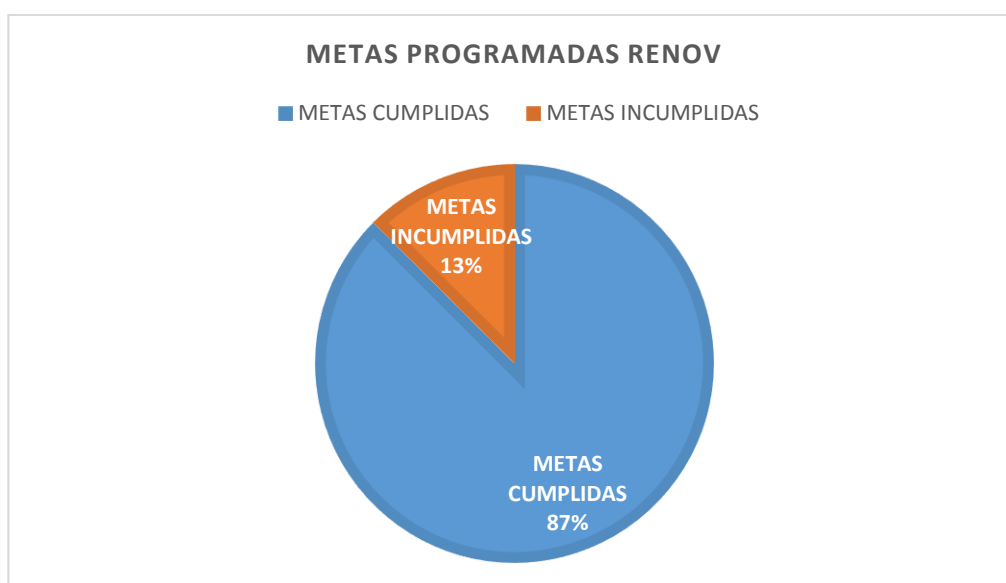
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>NO</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



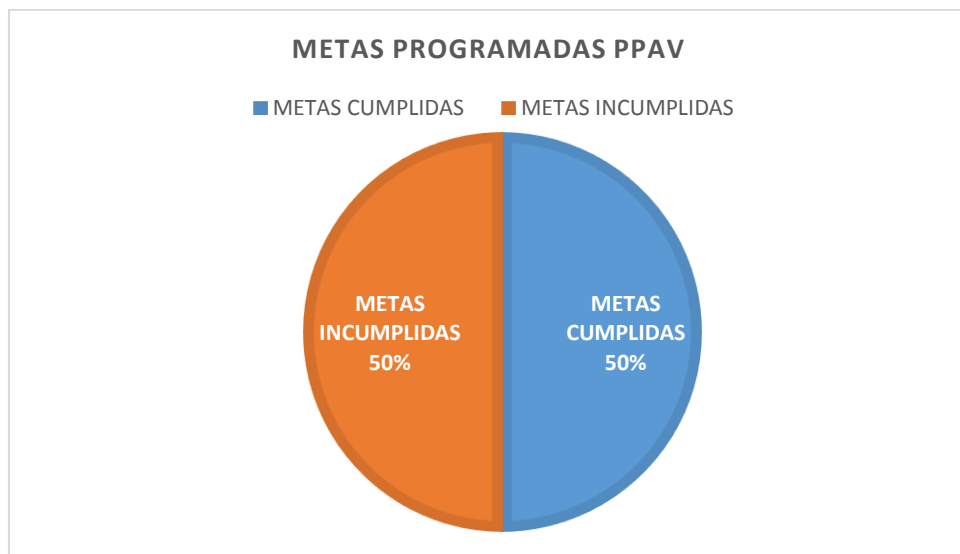
*Figura 49.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de setiembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 50, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de setiembre, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



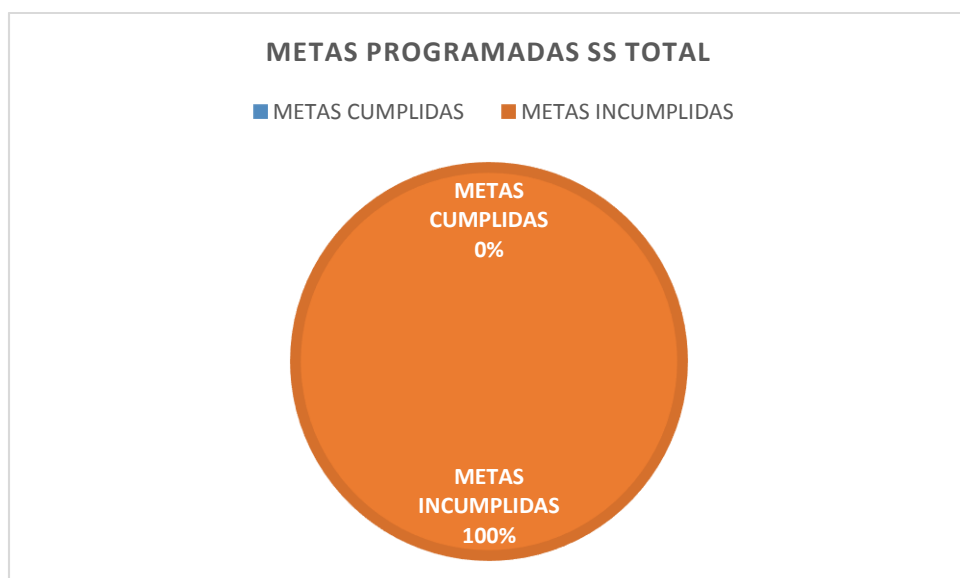
*Figura 50.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de setiembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 51, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de setiembre, cumplen el 87% de las metas programadas para el tipo de venta RENOVO (renovación), quedando un 13% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 51.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de setiembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 52, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de setiembre, cumplen el 50% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 50% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 52.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de setiembre del periodo 2018

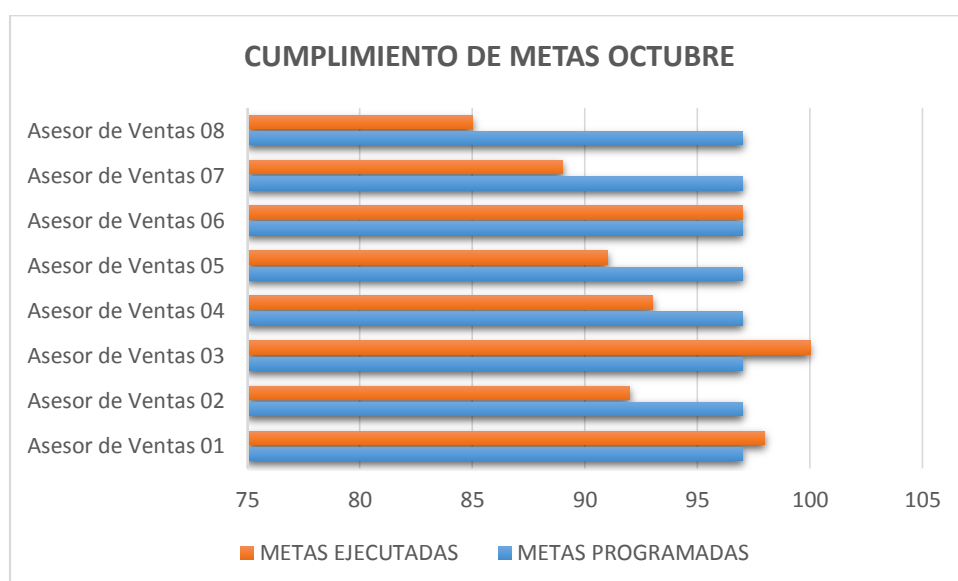
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 53, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de setiembre, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando todas las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 33**

*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de octubre del 2018*

|                           | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |            |           |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |            |           |            |            |
|---------------------------|-------------------------------|------------|-----------|------------|------------------------------|------------|-----------|------------|------------|
|                           | PB OSS                        | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV      | PPAV      | SS TOTAL   |            |
| Asesor de Ventas 01       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 29                           | 11         | 15        | 43         |            |
| Asesor de Ventas 02       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 28                           | 9          | 15        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 03       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 30                           | 12         | 14        | 44         |            |
| Asesor de Ventas 04       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 28                           | 9          | 14        | 42         |            |
| Asesor de Ventas 05       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 27                           | 9          | 14        | 41         |            |
| Asesor de Ventas 06       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 28                           | 10         | 16        | 43         |            |
| Asesor de Ventas 07       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 27                           | 9          | 13        | 40         |            |
| Asesor de Ventas 08       | 28                            | 9          | 16        | 44         | 27                           | 9          | 11        | 38         |            |
| <b>TOTAL TRABAJADORES</b> | <b>8</b>                      | <b>224</b> | <b>72</b> | <b>128</b> | <b>352</b>                   | <b>224</b> | <b>78</b> | <b>112</b> | <b>331</b> |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



*Figura 53. Cumplimiento de metas mes de octubre del periodo 2018*

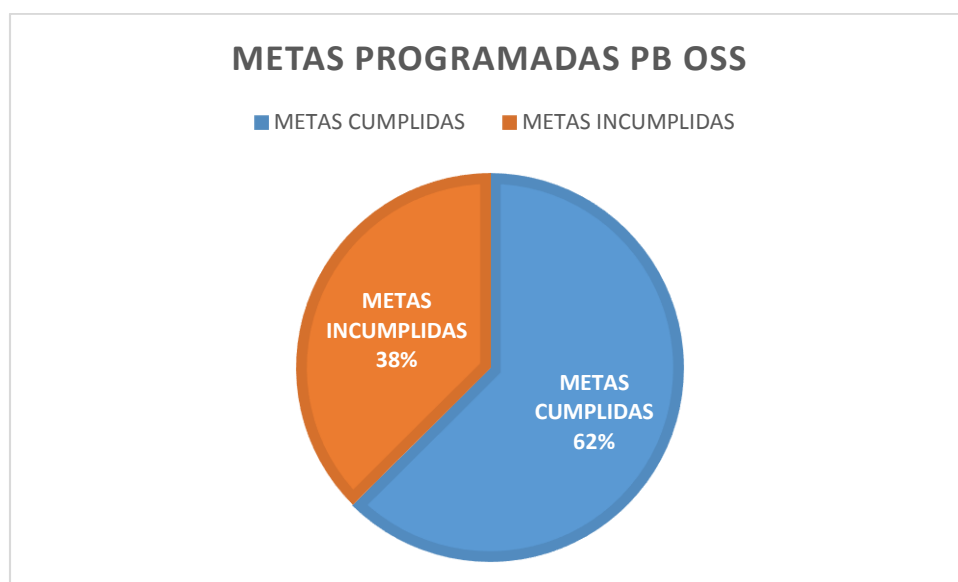
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 54, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de octubre no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 34**

*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

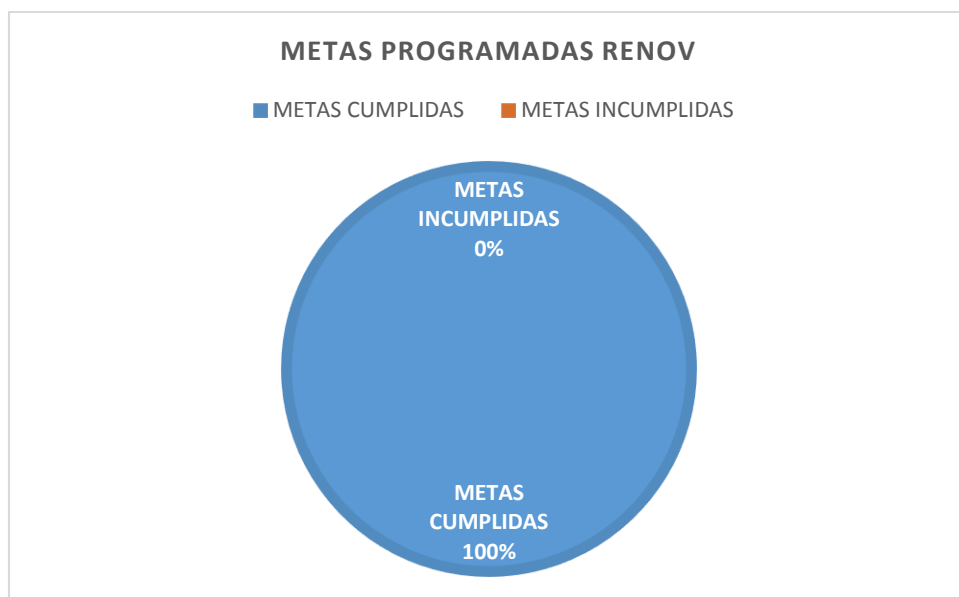
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



*Figura 54. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de octubre del periodo 2018*

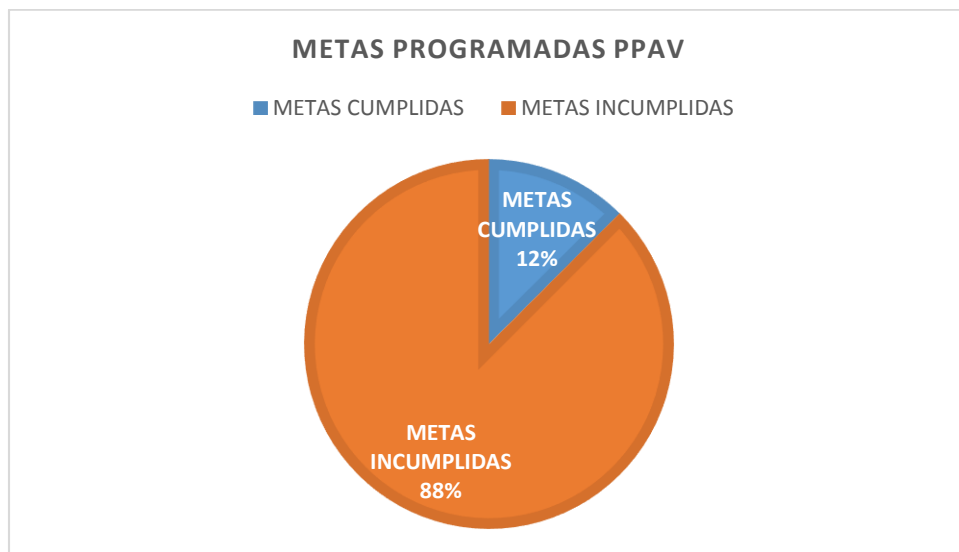
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 55, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de octubre, cumplen el 62% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 38% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 55.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de octubre del periodo 2018

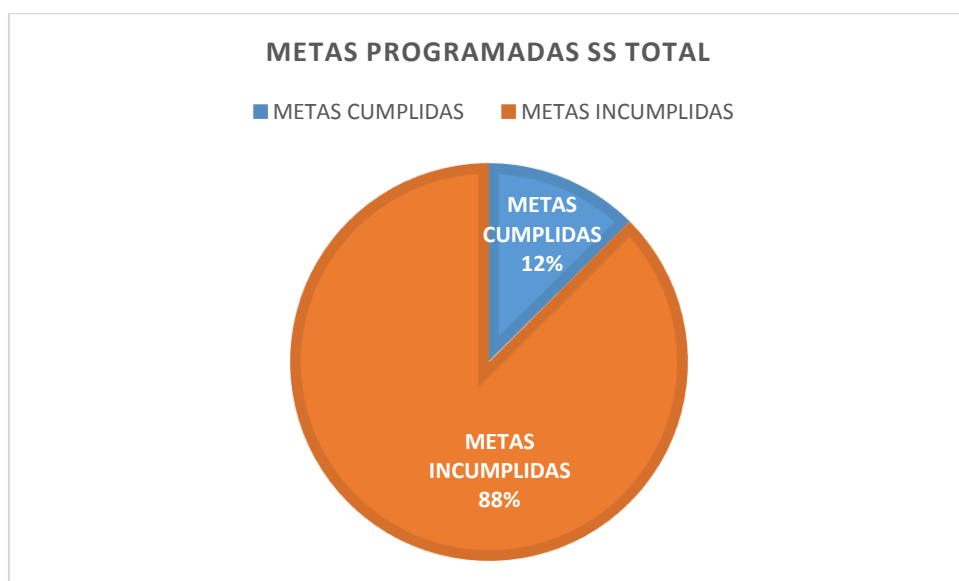
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 56, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de julio cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENOV (renovación) establecidas por la Gerencia.





*Figura 56.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de octubre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 57, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de octubre, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



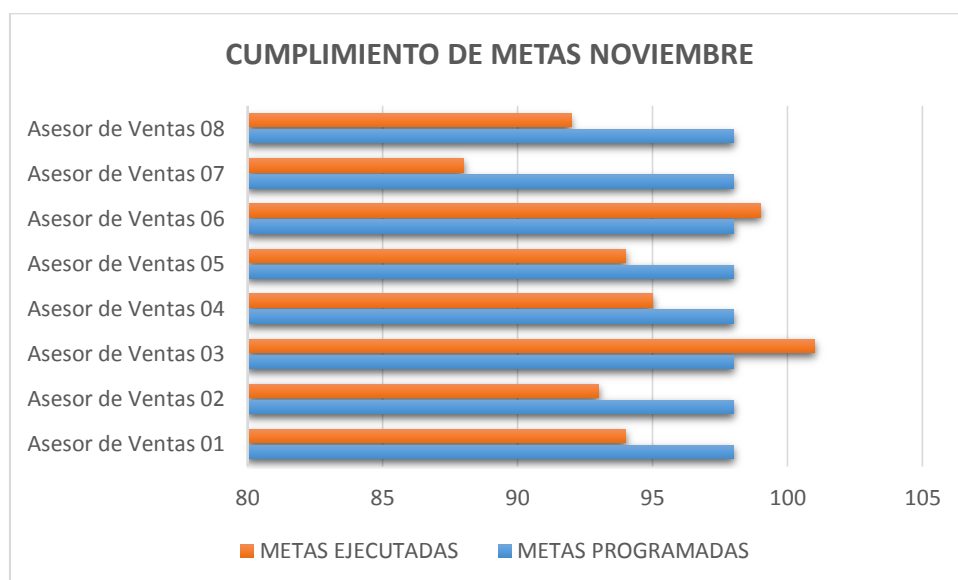
*Figura 57.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de octubre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 58, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de octubre, solo cumplen el 12% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 88% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 35**  
*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de noviembre del 2018*

|                             | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |           |            |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |           |            |            |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------|------------|------------|------------------------------|-----------|------------|------------|
|                             | PB OSS                        | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   |
| Asesor de Ventas 01         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 29                           | 9         | 16         | 40         |
| Asesor de Ventas 02         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 28                           | 9         | 14         | 42         |
| Asesor de Ventas 03         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 30                           | 11        | 16         | 44         |
| Asesor de Ventas 04         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 28                           | 9         | 15         | 43         |
| Asesor de Ventas 05         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 28                           | 10        | 14         | 42         |
| Asesor de Ventas 06         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 28                           | 11        | 16         | 44         |
| Asesor de Ventas 07         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 25                           | 9         | 15         | 39         |
| Asesor de Ventas 08         | 28                            | 9         | 16         | 45         | 27                           | 9         | 13         | 43         |
| <b>TOTAL 8 TRABAJADORES</b> | <b>224</b>                    | <b>72</b> | <b>128</b> | <b>360</b> | <b>223</b>                   | <b>77</b> | <b>119</b> | <b>337</b> |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



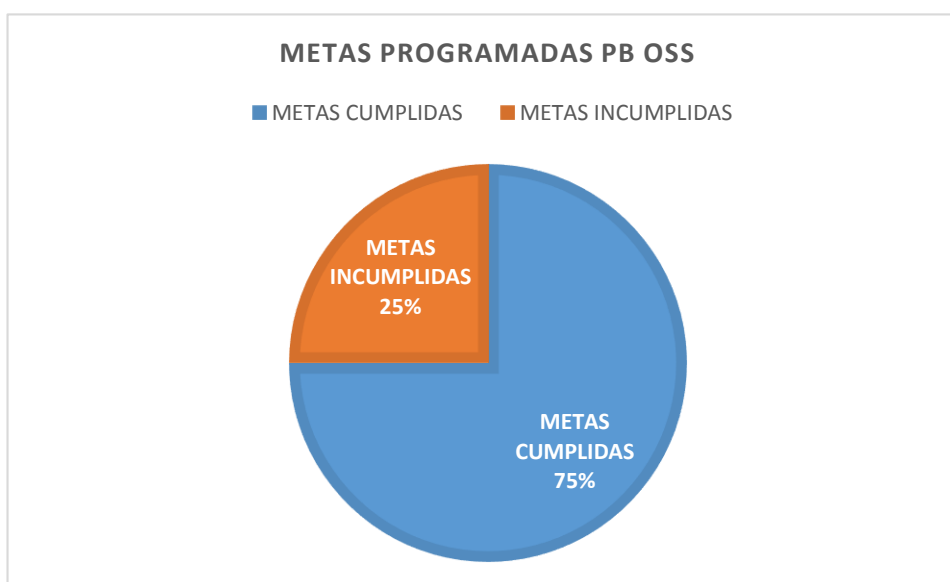
**Figura 58.** *Cumplimiento de metas mes de noviembre del periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 59, se observa que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 36**  
*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

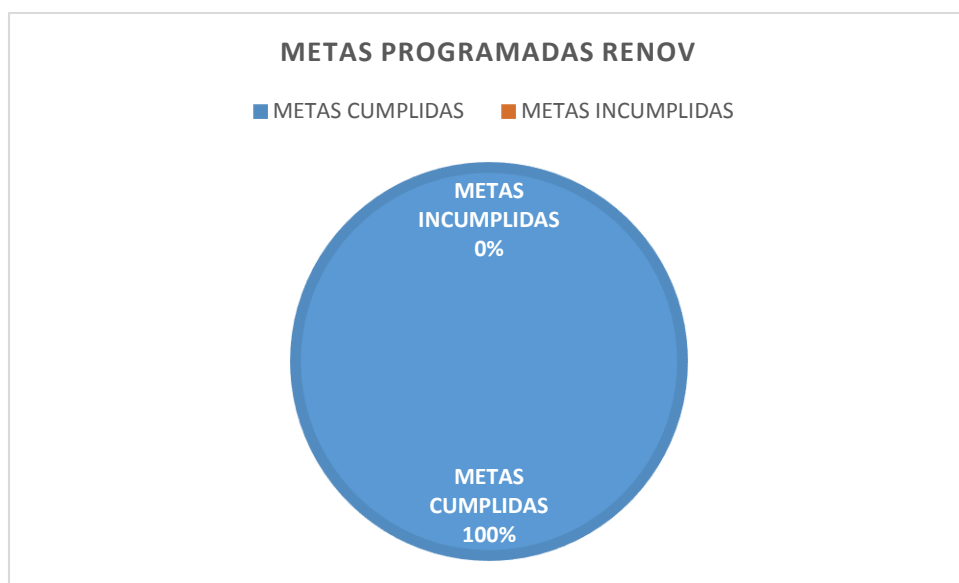
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



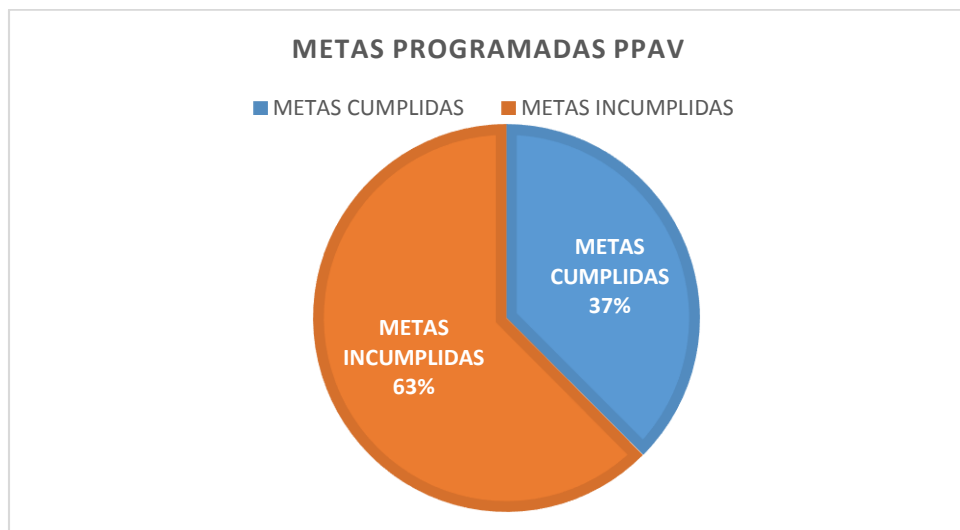
*Figura 59. Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de noviembre del 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 60, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre, cumplen el 75% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (portabilidad), quedando un 25% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



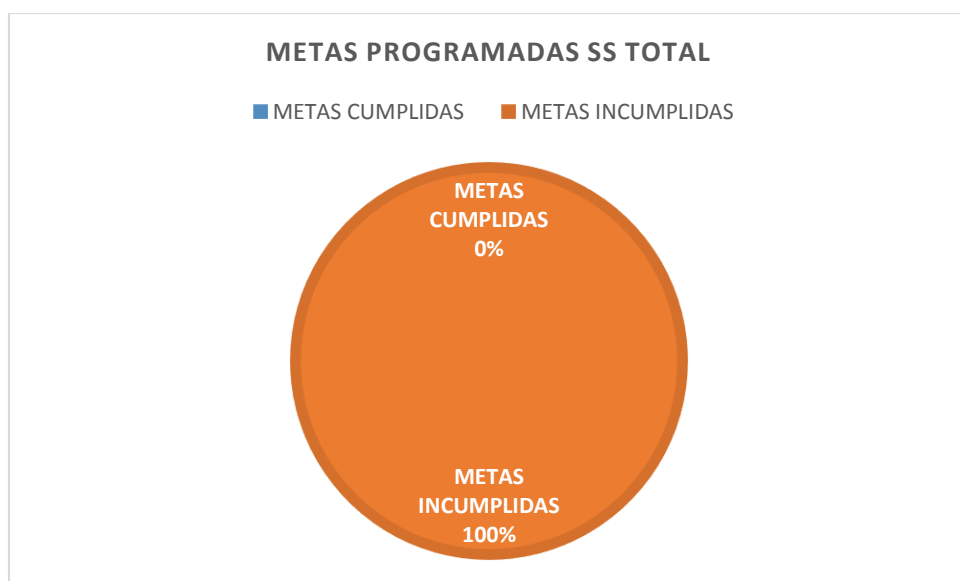
*Figura 60.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de noviembre del, periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 61, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENO V (renovación) establecidas por la Gerencia.



*Figura 61.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de noviembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 62, se observa que los asesores de ventas de la empresa ENTEL PERÚS. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



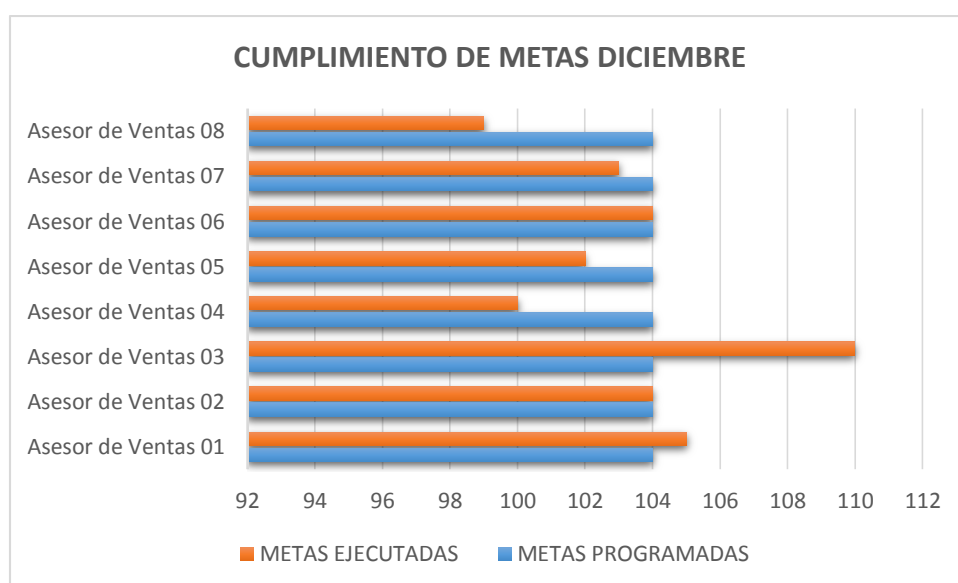
*Figura 62.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de noviembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 63, se observa que los asesores de ventas de la empresa ENTEL PERÚ. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre, no logran cumplir en su totalidad las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando todas las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

**Tabla 37**  
*Metas planteadas y cumplimiento correspondiente al mes de diciembre del 2018*

|                             | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |           |            |            | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |           |            |            |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------|------------|------------|------------------------------|-----------|------------|------------|
|                             | PB OSS                        | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                       | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   |
| Asesor de Ventas 01         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 30                           | 13        | 15         | 47         |
| Asesor de Ventas 02         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 28                           | 12        | 17         | 47         |
| Asesor de Ventas 03         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 28                           | 14        | 18         | 50         |
| Asesor de Ventas 04         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 27                           | 10        | 16         | 47         |
| Asesor de Ventas 05         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 28                           | 10        | 17         | 47         |
| Asesor de Ventas 06         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 29                           | 11        | 18         | 46         |
| Asesor de Ventas 07         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 29                           | 10        | 17         | 47         |
| Asesor de Ventas 08         | 29                            | 10        | 18         | 47         | 26                           | 10        | 16         | 47         |
| <b>TOTAL 8 TRABAJADORES</b> | <b>232</b>                    | <b>80</b> | <b>144</b> | <b>376</b> | <b>225</b>                   | <b>90</b> | <b>134</b> | <b>378</b> |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental



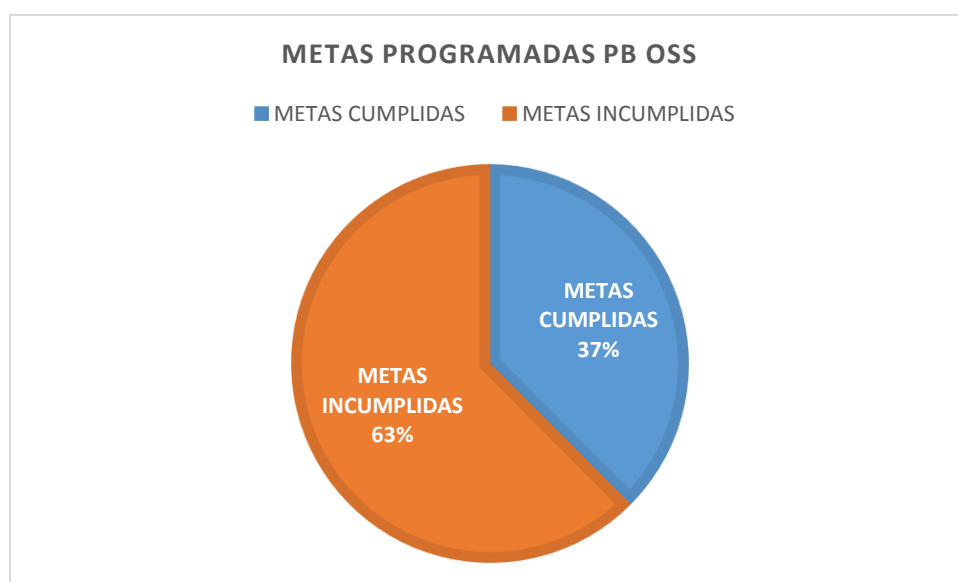
*Figura 63. Cumplimiento de metas mes de diciembre del periodo 2018*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 64, se observa que los trabajadores de la empresa ENTEL PERÚS. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de diciembre no logran cumplir con las metas establecidas por la gerencia, ya que las metas programadas son superiores a las metas ejecutadas en los cuatro tipos de ventas.

**Tabla 38**  
*Cumplimiento de metas por cada tipo de venta*

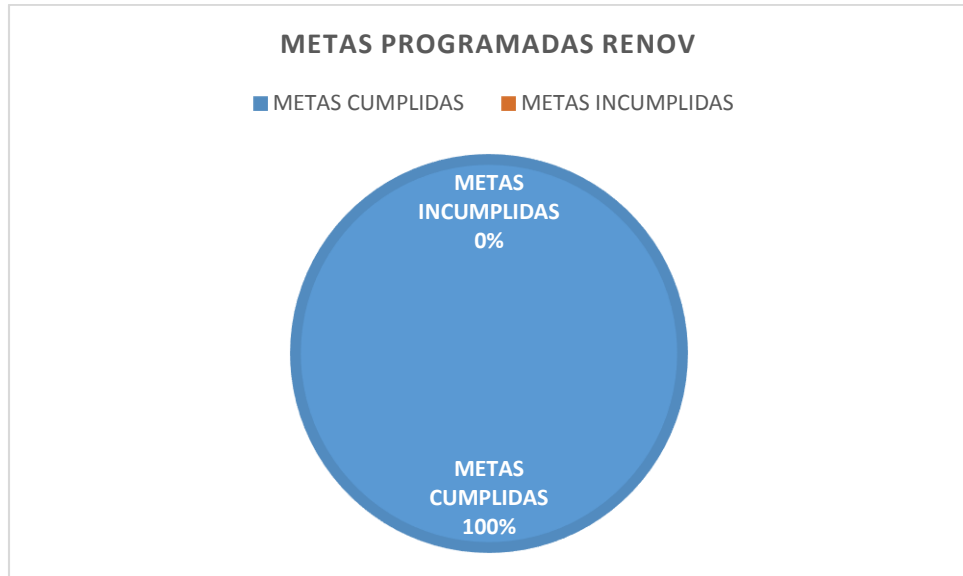
|                            | <i>PB OSS</i> | <i>RENOV</i> | <i>PPAV</i> | <i>SS TOTAL</i> |
|----------------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| <i>Asesor de Ventas 01</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 02</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 03</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 04</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 05</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 06</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>SÍ</i>   | <i>NO</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 07</i> | <i>SÍ</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |
| <i>Asesor de Ventas 08</i> | <i>NO</i>     | <i>SÍ</i>    | <i>NO</i>   | <i>SÍ</i>       |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



*Figura 64.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de portabilidad del mes de diciembre del periodo 2018

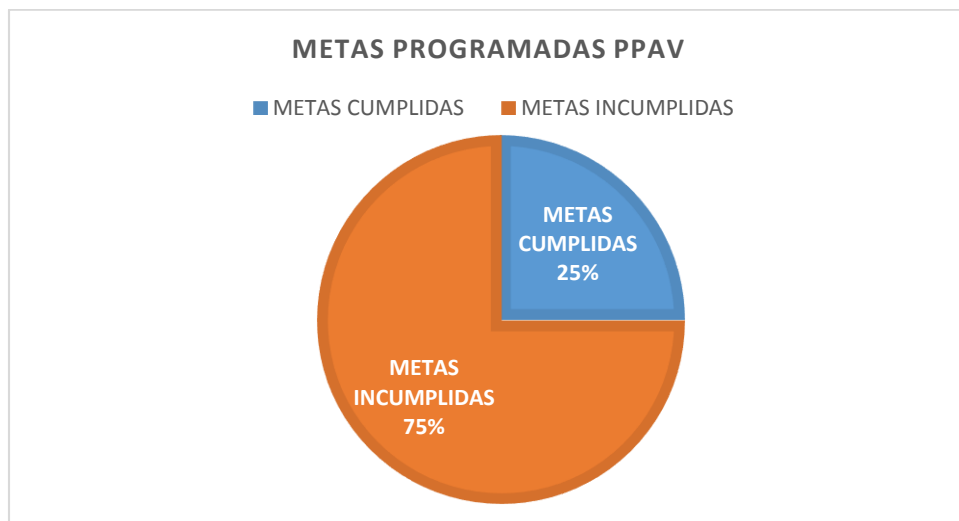
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 65, se observa que los asesores de ventas de la empresa ENTEL PERÚ. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de diciembre, solo cumplen el 37% de las metas programadas para el tipo de venta PB OSS (portabilidad), quedando un 63% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 65.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de renovación del mes de diciembre del periodo 2018

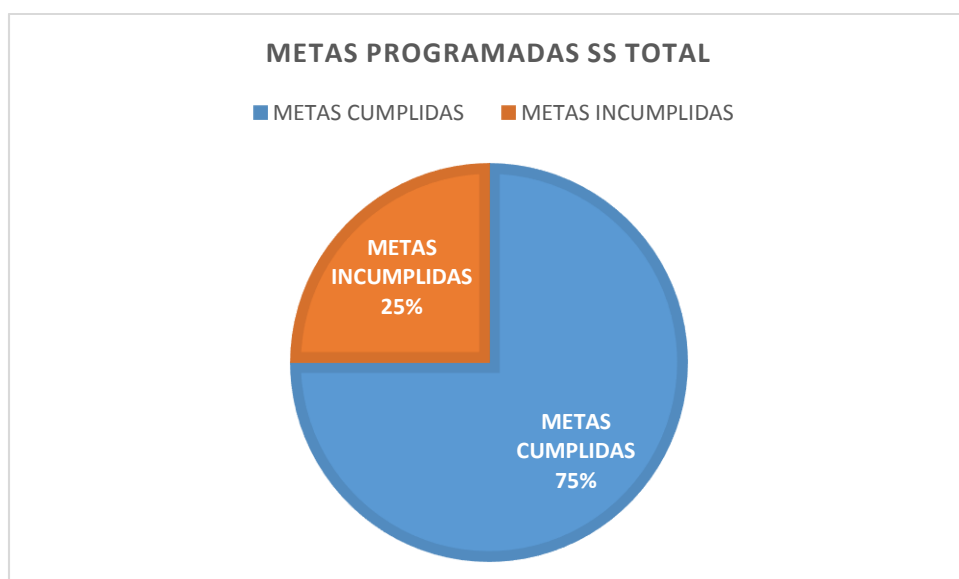
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 66, se observa que los asesores de ventas de la empresa ENTEL PERÚ. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de noviembre cumplen el 100% de las metas programadas para el tipo de venta RENOV (renovación) establecidas por la Gerencia.





*Figura 66.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de prepago alto valor del mes de diciembre del periodo 2018

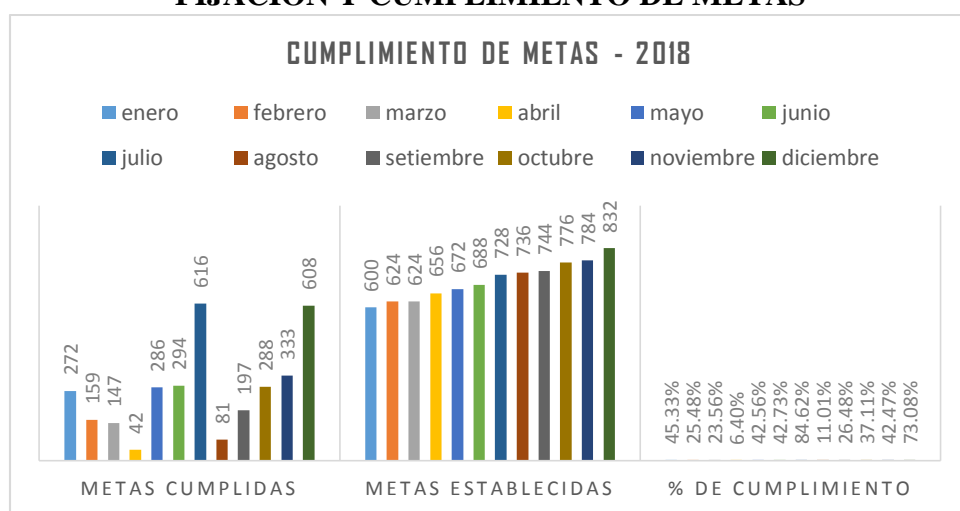
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 67, se observa que los asesores de ventas de la empresa ENTEL PERÚ. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de diciembre, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta PPAV (prepago alto valor), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.



*Figura 67.* Cumplimiento de metas en el tipo de venta de nuevos clientes del mes de diciembre del periodo 2018

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 68, se observa que los asesores de ventas de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, en el mes de diciembre, solo cumplen el 25% de las metas programadas para el tipo de venta SS TOTAL (nuevos clientes), quedando un 75% de las metas por cumplir de la totalidad del tipo de venta establecidas por la Gerencia.

### INTERPRETACION GENERAL DEL ANALISIS DOCUMENTAL FIJACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE METAS



*Figura 68.* Cumplimiento de metas, correspondiente a todo el periodo 2018.

**INTERPRETACION:** Según la Figura 69, se observa que hay una progresiva y elevada fijación en incrementar las metas, las cuales dificultan a los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz a alcanzar sus objetivos de cumplimiento de metas. Dentro del periodo 2018 se observa que ningún trabajador lograr cumplir los cuatro tipos de ventas (PB OSS, RENOV, PPAV, SS TOTAL); es decir, solamente cumplen hasta tres tipos de ventas. A causa de este elevado incremento de metas, se les hace cada vez más difícil a los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz cumplir con las metas establecidas por la gerencia.

## ANALISIS DOCUMENTAL

El análisis documental se realizó en base a la guía de análisis documental elaborada por los investigadores el cual sigue los procedimientos establecidos en ella para determinar los resultados del presente capítulo.

**Tabla 39**  
*Compensación económica*

| <b>Compensaciones Económicas Mensuales Netas de cada Vendedor - 2018</b> |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |          |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
|  | ENE      | FEB      | MAR      | ABR      | MAY      | JUN      | JUL      | AGO      | SET      | OCT      | NOV      | DIC      |
| Vendedor 1   | 1926.10  | 1901.98  | 1901.98  | 1947.42  | 1963.50  | 1979.58  | 2003.70  | 1955.46  | 1979.58  | 1987.62  | 1987.62  | 1987.62  |
| Vendedor 2   | 1949.50  | 1929.50  | 1919.50  | 1869.10  | 1986.30  | 2004.70  | 2032.30  | 1929.10  | 1995.50  | 2004.70  | 1819.10  | 2050.70  |
| Vendedor 3   | 2128.62  | 2091.82  | 2073.42  | 2115.38  | 2170.58  | 2170.58  | 2188.98  | 2133.78  | 2170.58  | 2170.58  | 2244.18  | 2179.78  |
| Vendedor 4   | 2027.89  | 1991.09  | 1991.09  | 2051.49  | 2079.09  | 1987.09  | 2125.09  | 2051.49  | 2069.89  | 2088.29  | 2088.29  | 2088.29  |
| Vendedor 5   | 1999.82  | 1990.62  | 1990.62  | 1995.78  | 2078.58  | 2096.98  | 2133.78  | 2050.98  | 2060.18  | 2069.38  | 2032.58  | 2106.18  |
| Vendedor 6   | 2044.98  | 2035.78  | 1922.98  | 2059.26  | 2132.86  | 2123.66  | 2197.26  | 2068.46  | 2114.46  | 2123.66  | 2142.06  | 2142.06  |
| Vendedor 7   | 2018.69  | 1963.49  | 1981.89  | 2005.49  | 2060.69  | 2060.69  | 2134.29  | 2023.89  | 2051.49  | 2051.49  | 2010.09  | 2115.89  |
| Vendedor 8   | 1964.24  | 1955.04  | 1945.04  | 1951.11  | 2089.11  | 2070.71  | 2098.31  | 2024.71  | 2070.71  | 2015.51  | 1941.75  | 2079.91  |
| <b>TOTAL</b>   | 16059.86 | 15859.34 | 15726.54 | 15995.03 | 16560.71 | 16493.99 | 16913.71 | 16237.87 | 16512.39 | 16511.23 | 16265.67 | 16750.43 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

**Tabla 40**  
*Compensación económica del vendedor N°. 01*

| MES               | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|-------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO</b>    | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>FIJO</b>       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
| <b>COMISIONES</b> | 1270 | 1240 | 1240 | 1210 | 1230 | 1250 | 1280 | 1220 | 1250 | 1260 | 1260 | 1260 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

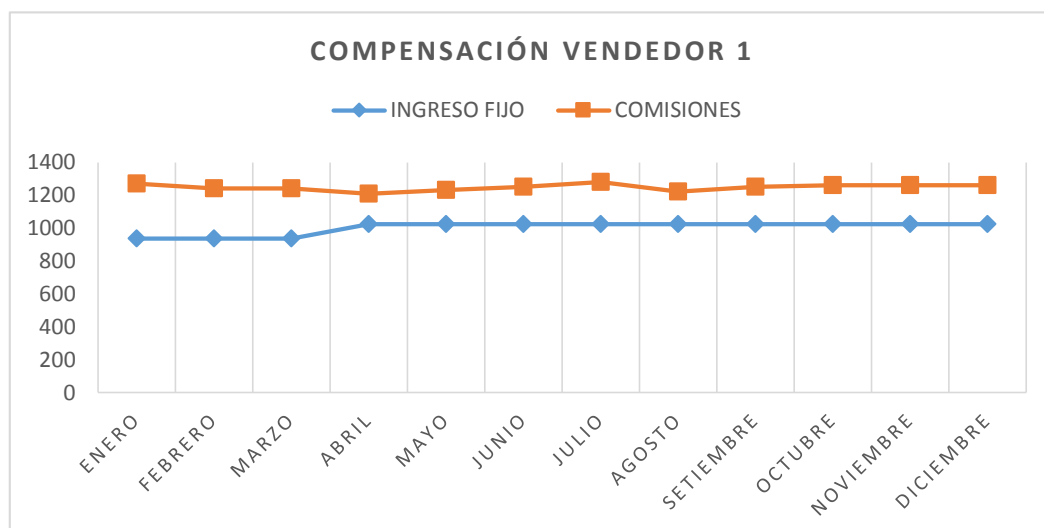


Figura 69. Movimiento de la compensación del vendedor N°. 01

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 70, se observa que el movimiento de la compensación económica del trabajador N°. 01, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 41**  
*Compensación económica del vendedor N°. 02*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 850  | 850  | 850  | 930  | 930  | 930  | 930  | 930  | 930  | 930  | 930  | 930  |
| <b>COMISIONES</b>   | 1210 | 1190 | 1180 | 1060 | 1180 | 1200 | 1230 | 1120 | 1190 | 1200 | 1010 | 1250 |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental

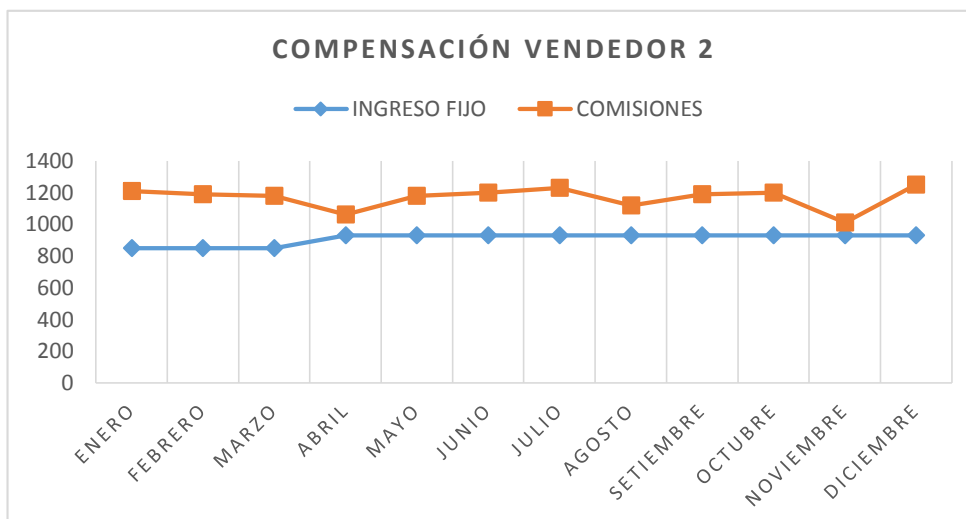


Figura 70. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 02

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 71, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 02, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 42**

*Compensación económica del vendedor N°. 03*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1330 | 1290 | 1270 | 1240 | 1300 | 1300 | 1320 | 1260 | 1300 | 1300 | 1380 | 1310 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

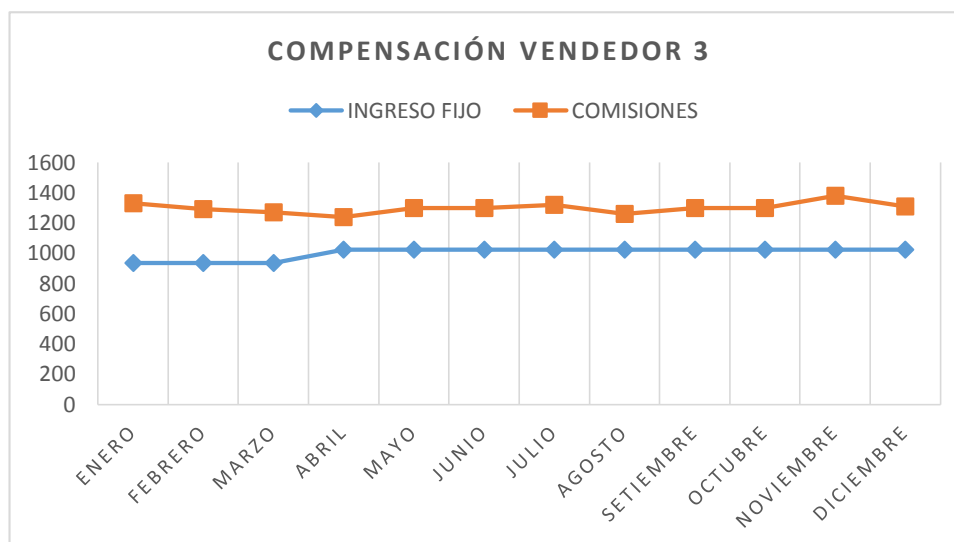


Figura 71. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 03

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 72, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 03, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 43**  
*Compensación económica del vendedor N°. 04*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1220 | 1180 | 1180 | 1170 | 1200 | 1100 | 1250 | 1170 | 1190 | 1210 | 1210 | 1210 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

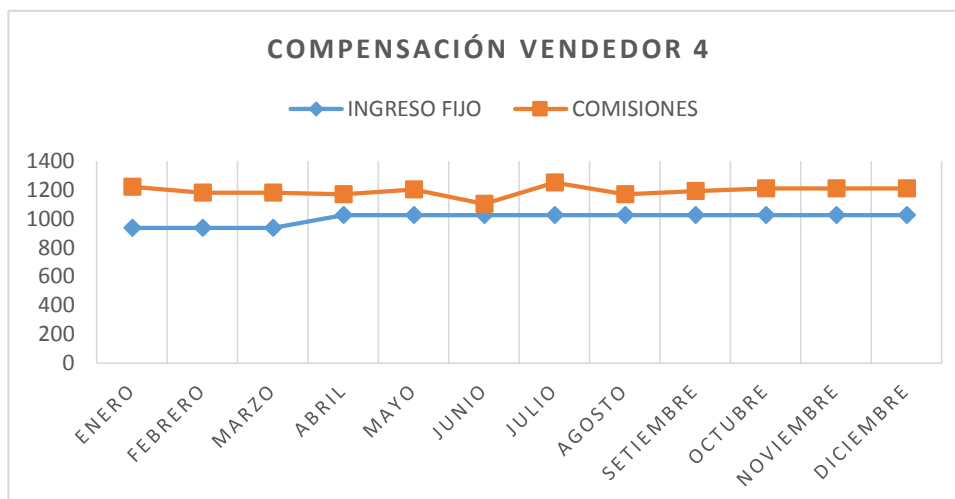


Figura 72. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 04

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 73, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 04, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 44**  
Compensación económica del vendedor N°. 05

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1190 | 1180 | 1180 | 1110 | 1200 | 1220 | 1260 | 1170 | 1180 | 1190 | 1150 | 1230 |

**Fuente:** Elaboración propia según guía de análisis documental

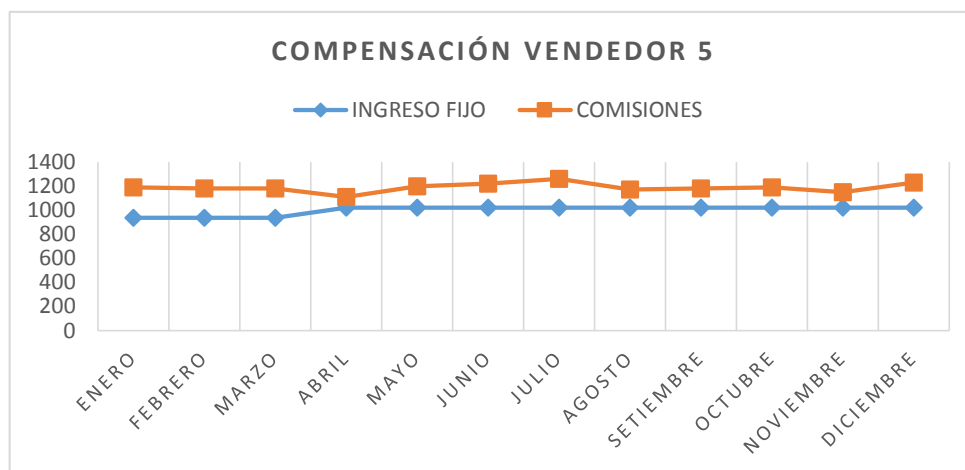


Figura 73. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 05

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 74, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 05, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 45**  
*Compensación económica del vendedor N°. 06*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1240 | 1230 | 1110 | 1180 | 1260 | 1250 | 1330 | 1190 | 1240 | 1250 | 1270 | 1270 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



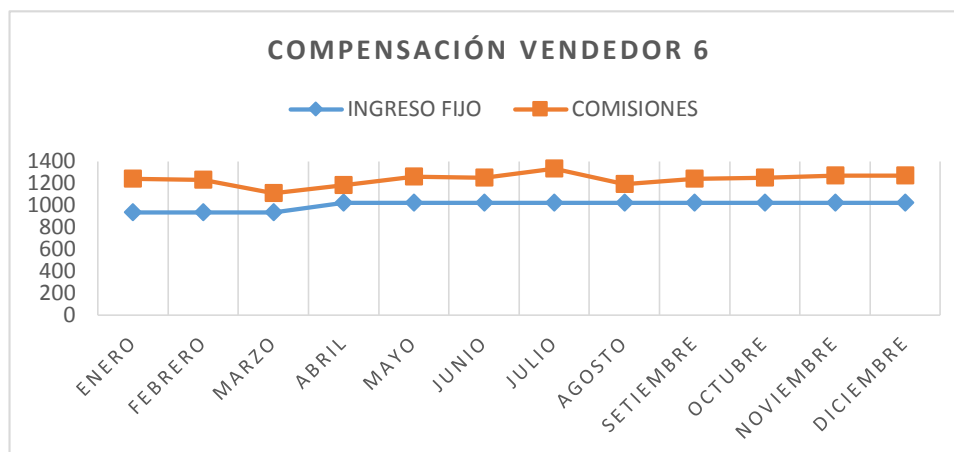


Figura 74. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 06

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 75, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 06, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 46**  
*Compensación económica del vendedor N°. 07*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1210 | 1150 | 1170 | 1120 | 1180 | 1180 | 1260 | 1140 | 1170 | 1170 | 1125 | 1240 |

**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*

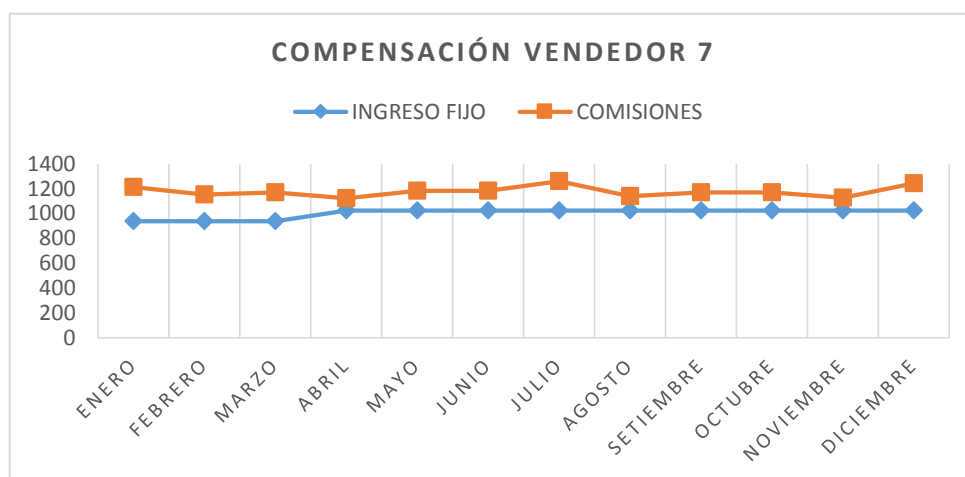


Figura 75. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 07

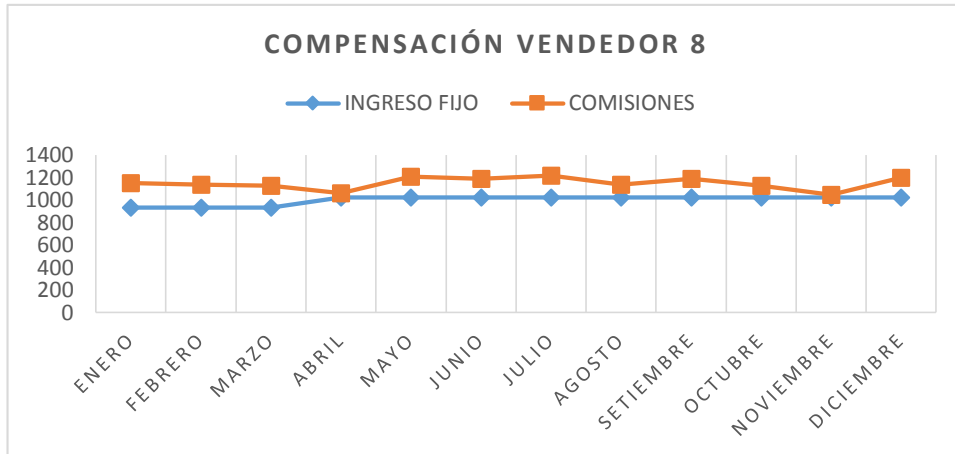
**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 76, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 07, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**Tabla 47**

*Compensación económica del vendedor N°. 08*

| MES                 | ENE  | FEB  | MAR  | ABR  | MAY  | JUN  | JUL  | AGO  | SET  | OCT  | NOV  | DIC  |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| <b>INGRESO FIJO</b> | 935  | 935  | 935  | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 | 1023 |
| <b>COMISIONES</b>   | 1150 | 1140 | 1130 | 1060 | 1210 | 1190 | 1220 | 1140 | 1190 | 1130 | 1050 | 1200 |

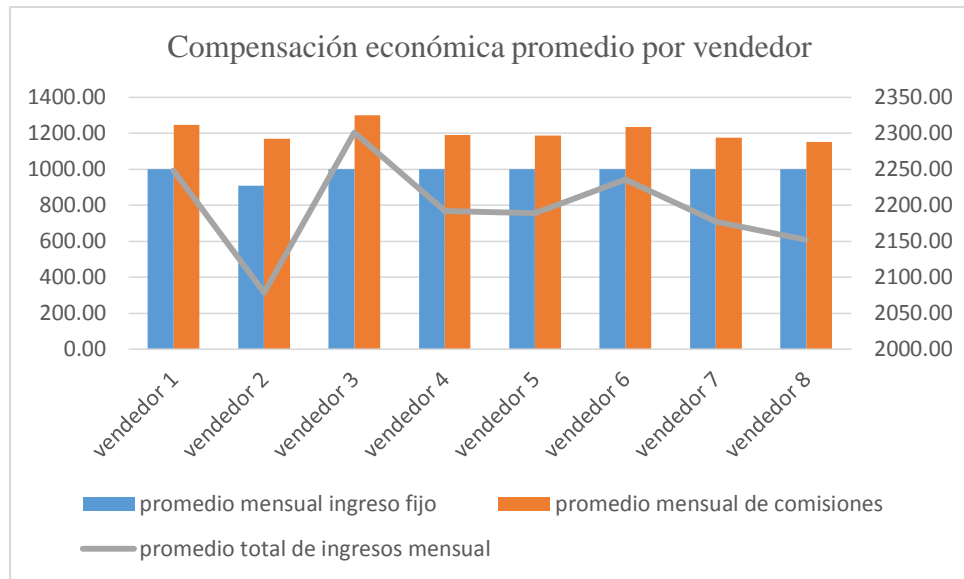
**Fuente:** *Elaboración propia según guía de análisis documental*



*Figura 76. Movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 08*

**INTERPRETACIÓN:** Según la Figura 77, se observa que el movimiento de la compensación económica del vendedor N°. 08, durante los 12 meses del periodo 2018 no tiene mucha variación, pues se ve que el trabajador no tiene un incremento significativo en su compensación económica que le garantice una estabilidad laboral y una mejor calidad de vida.

**INTERPRETACION GENERAL DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL  
DE COMPENSACIÓN ECONÓMICA**



*Figura 77.* Interpretación general del análisis documental

De la información obtenida se observa que la compensación económica no es favorable para los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. puesto que las remuneraciones no varían en forma significativa, pero las labores realizadas por los vendedores son muchas y variadas. Este resultado también es desfavorable puesto que la empresa plantea muchas metas y a los trabajadores se les hace difícil cumplir con las remuneraciones deseadas.

## Prueba de Hipótesis

### HIPÓTESIS GENERAL.

“La deficiencia de la gestión de ventas inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018”.

#### I Planteamiento de las Hipótesis Estadísticas.

H0: La deficiencia de la gestión de ventas no inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

H1: La deficiencia de la gestión de ventas inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.

#### II Estadístico de Prueba

### TABLA DE CORRELACIÓN

**Tabla 48**

*La gestión de ventas y la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.*

|                        |            | Gestión de ventas |       |         |       |
|------------------------|------------|-------------------|-------|---------|-------|
|                        |            |                   | Malo  | Regular | Total |
| Compensación económica | Inadecuado | Recuento          | 5     | 0       | 5     |
|                        |            | Esperado          | 3,125 | 1,875   | 5,0   |
|                        | Adecuado   | Recuento          | 0     | 3       | 3     |
|                        |            | Esperado          | 1,875 | 1,125   | 3,0   |
| Total                  | Recuento   | 5                 | 3     | 8       |       |
|                        | Esperado   | 5,0               | 3,0   | 8,0     |       |

**Chi cuadrado = 8.00      g.l= 1    p-valor= 0.05**

## REGLA DE DECISIÓN

Si  $\alpha = 5\%$ , con  $(f-1)(c-1) = (2-1)(2-1) = 1$  grado de libertad

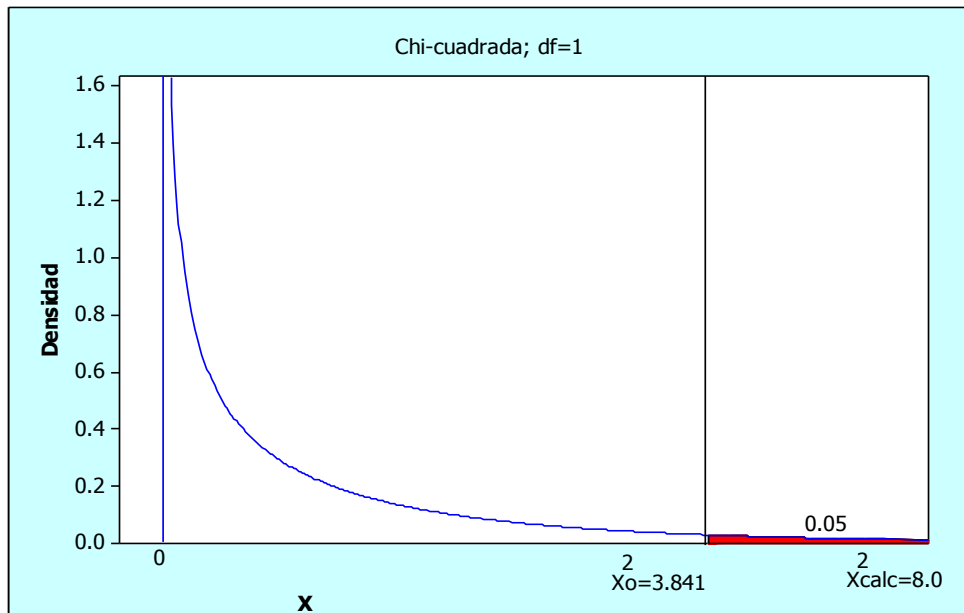
De la tabla de valores de Chi cuadrado  $X_o = 3.841$

Entonces se rechaza la hipótesis nula porque  $X_{calc} = 8 > X_o = 3.841$

## GRÁFICO 01: PRUEBA CHI CUADRADO DE LA HIPÓTESIS

### GENERAL

Prueba Chi cuadrado entre la gestión de ventas y la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.



**INTERPRETACION:** En la tabla 48 se observa que se rechaza la hipótesis nula ( $H_o$ ) porque existe evidencia suficiente para afirmar que la gestión de ventas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018, con un nivel de significancia del 5%.

En consecuencia, el estudio ha demostrado o ha probado que existe una asociación o relación entre las variables. Por lo tanto, podemos afirmar sobre el resultado obtenido de la evaluación de la hipótesis general, que la gestión de ventas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores, demostrando que es inadecuada, porque no se ajustan a las condiciones ni satisfacen las necesidades básicas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018.

Debido a esta causal, los trabajadores manifiestan conductas de desmotivación, insatisfacción en relación a la compensación económica y cansancio laboral.

### **PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

“La fijación de metas constantes y progresivas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz”.

#### **I Planteamiento de las hipótesis estadísticas.**

H0: La fijación de metas constantes y progresivas incide no negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

H1: La fijación de metas constantes y progresivas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

## II Estadístico de Prueba

### TABLA DE CORRELACIÓN

**Tabla 49**

*La fijación de metas y la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz 2018.*

|                        |            | Fijación de metas |         |       |     |
|------------------------|------------|-------------------|---------|-------|-----|
|                        |            | Malo              | Regular | Total |     |
| Compensación económica | Inadecuado | Recuento          | 5       | 0     | 5   |
|                        |            | Esperado          | 3,125   | 1,875 | 5,0 |
|                        | Adecuado   | Recuento          | 0       | 3     | 3   |
|                        |            | Esperado          | 1,875   | 1,125 | 3,0 |
| Total                  |            | Recuento          | 5       | 3     | 8   |
|                        |            | Esperado          | 5,0     | 3,0   | 8,0 |

*Chi cuadrado = 8.00 g.l= 1 p-valor= 0.05*

### REGLA DE DECISIÓN

Si  $\alpha = 5\%$ , con  $(f-1)(c-1) = (2-1)(2-1) = 1$  grado de libertad

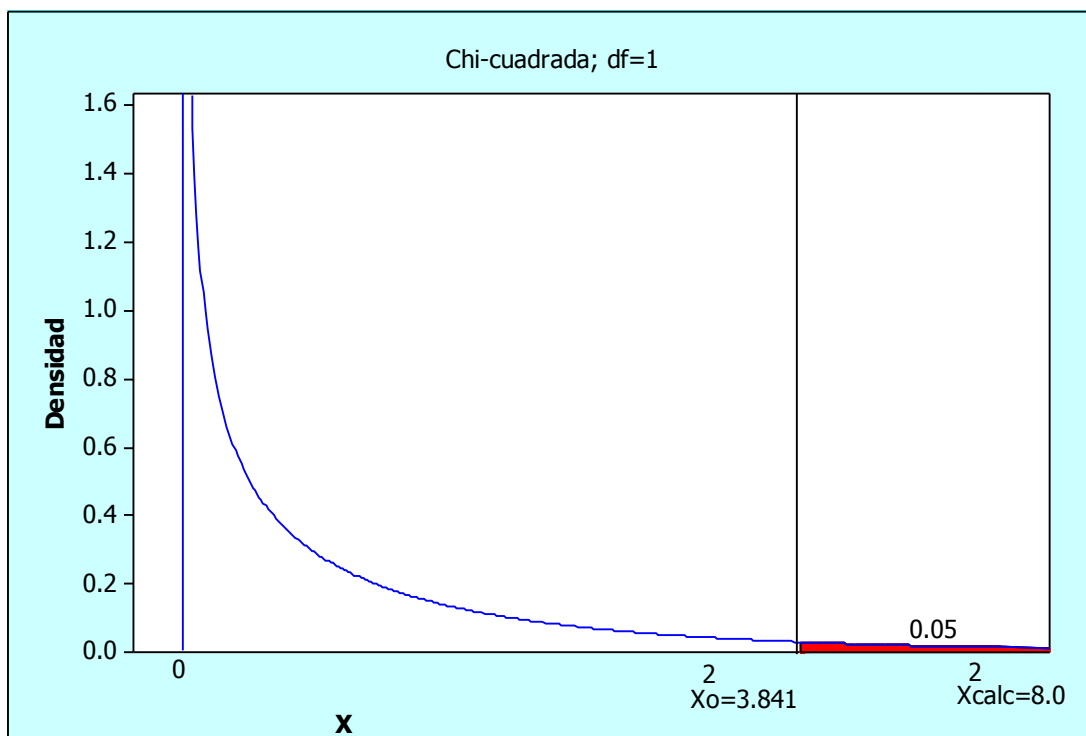
De la tabla de valores de Chi cuadrado  $X_0 = 3.841$

Entonces se rechaza la hipótesis nula porque  $X_{calc} = 8 > X_0 = 3.841$



## GRÁFICO 02: PRUEBA CHI CUADRADO DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Prueba Chi cuadrado entre la fijación de metas y la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.



**INTERPRETACIÓN:** En la tabla 49 se observa que, se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) porque existe evidencia suficiente para afirmar que la fijación de metas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. -Huaraz, periodo 2018, con un nivel de significancia del 5%.

En consecuencia, el estudio ha demostrado o a probado que existe una asociación o relación entre las variables, por lo que podemos afirmar sobre el resultado obtenido de la evaluación de la primera hipótesis específica, que la fijación de metas incide negativamente en la compensación económica de los

trabajadores, demostrando que son constantes y progresivas y muy difíciles de alcanzar, razón por la que no cumplen con alcanzar las compensaciones esperadas.

Esta causal manifestada en una sobrecarga laboral al no poderse lograr las metas de ventas impuestas por la administración, produce estrés laboral en los trabajadores, al constituirse la presión laboral inalcanzable.

## **SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA**

“Una deficiente política de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz”.

### **I Planteamiento de las hipótesis estadísticas.**

H0: Una deficiente política de capacitación no incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

H1: Una deficiente política de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz.

## II Estadístico de Prueba

### TABLA DE CORRELACIÓN

**Tabla 50**

*Las capacitaciones y la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz 2018.*

|                        |            | Capacitaciones |         |       | Total |     |
|------------------------|------------|----------------|---------|-------|-------|-----|
|                        |            | Malo           | Regular | Bueno |       |     |
| Compensación económica | Inadecuado | Recuento       | 4       | 0     | 0     | 4   |
|                        |            | Esperado       | 2,0     | 1,5   | 0,5   | 4,0 |
|                        | Adecuado   | Recuento       | 0       | 3     | 1     | 4   |
|                        |            | Esperado       | 2,0     | 1,5   | 0,5   | 4,0 |
| Total                  | Recuento   |                | 4       | 3     | 1     | 8   |
|                        | Esperado   |                | 4,0     | 3,0   | 1,0   | 8,0 |

*Chi cuadrado = 8.00      g.l=2    p-valor= 0.05*

### REGLA DE DECISIÓN

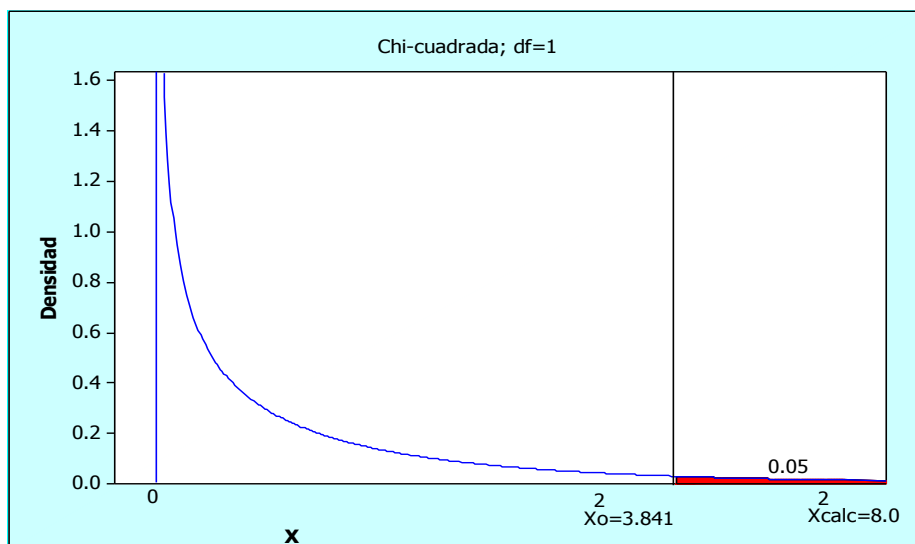
Si  $\alpha = 5\%$ , con  $(f-1)(c-1) = (2-1)(3-1) = 2$  grados de libertad

De la tabla de valores de Chi cuadrado  $X_0 = 5.9915$

Entonces se rechaza la hipótesis nula porque  $X_{calc} = 8 > X_0 = 5.9915$

### GRÁFICO 03: PRUEBA CHI CUADRADO DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Prueba Chi cuadrado entre las capacitaciones y la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018.



**INTERPRETACION:** En la tabla 50 se observa que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) porque existe evidencia suficiente para afirmar que la falta de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S.A - Agencia Huaraz. Periodo 2018, con un nivel de significancia del 5%.

En consecuencia, el estudio ha demostrado o a probado que existe una asociación o relación entre las variables. De ello podemos afirmar sobre el resultado obtenido de la evaluación de la segunda hipótesis específica que un deficiente nivel de capacitaciones incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores, puesto que, al no ser programadas y oportunas, estas inciden en el rendimiento laboral de los trabajadores y manifestadas en un bajo nivel de productividad con respecto a las metas de ventas.

### **Interpretación y discusión de resultados, de acuerdo a la recolección de datos.**

Luego de haber descrito los resultados de la investigación respecto a la gestión de ventas que inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, en el periodo 2018, sobre la base de un minucioso análisis estadístico de los datos encontrados, el presente capítulo comprende la discusión de los resultados que seguirá el mismo orden planteado en la hipótesis a demostrar.

Los resultados referidos a la gestión de ventas y la compensación económica son estadísticamente significativos para la presente investigación, aportan elementos sustanciales para comprobar en parte la hipótesis principal que se indica como inadecuada, porque no se ajustan a las condiciones ni satisfacen las necesidades básicas de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018.

Esta es la situación que enfrentan los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz y que limita el desarrollo de sus actividades y del cumplimiento esperado de sus compensaciones económicas, pues los resultados muestran que debido a esta causal, los trabajadores manifiestan conductas de desmotivación, insatisfacción en relación a la compensación económica y cansancio laboral. Los resultados que se muestra sobre la gestión de ventas demuestran que los trabajadores consideran mala la gestión de ventas, debido a que la fijación de metas por la gerencia es constantes, progresivas y difíciles de cumplir. Los resultados hallados son de un 95% de confianza. Y en base a estos datos se acepta la hipótesis general y se afirma

que una deficiente gestión de ventas limita la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. Resultado que difiere con las teorías de (Definición ABC) donde sostiene que la gestión de ventas es el elemento clave y el que no debe fallar en cualquier emprendimiento basado en las ventas, porque de él dependerá directamente el éxito o el fracaso de las mismas y la de Chiavenato (2006), que sostiene que el trabajo se considera como una actividad desagradable y, para hacer que las personas trabajaran más, se hacía necesario el recurso de premios e incentivos salariales, *supervisión, políticas empresariales abiertas y estimuladoras*; es decir, incentivos situados externamente al individuo a cambio de su trabajo.

En cuanto a la fijación de metas y la compensación económica, son estadísticamente significativos. Para la presente investigación, aportan elementos sustanciales para comprobar en parte la hipótesis específica 1 ( $H_1$ ), que se indica como inadecuada. Quedando demostrando que son constantes y progresivas y muy difíciles de alcanzar, razón por la que no cumplen con alcanzar las compensaciones esperadas. Situación que enfrentan los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz y que limita el desarrollo de sus actividades y del cumplimiento esperado de sus compensaciones económicas, pues los resultados muestran que debido a esta causal de una sobrecarga laboral, al no poderse lograr las metas de ventas impuestas por la administración, esta produce estrés laboral en los trabajadores, al constituirse la presión laboral inalcanzable. Los resultados de la encuesta ilustran que los trabajadores consideran que la fijación de metas

impuesta por la empresa es mala, debido a que no existe metas fijas, las metas logradas son muy pocas y en su mayoría los trabajadores tienen metas incumplidas, añadiendo a esto el análisis documental (fijación y cumplimiento de metas) que muestra que el incremento de metas, por eso se les hace cada vez más difícil a los trabajadores cumplir con las metas establecidas por la administración. Los resultados hallados con un 95% de confianza, y en base a estos datos, se acepta la hipótesis específica, y se afirma que una deficiente fijación de metas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. Resultado que difiere con lo expuesto por Molina (2000) donde sostiene que la gente con metas trabaja más duro y se desempeña mejor que la que no tiene metas. Mientras sean aceptadas, las metas difíciles conducen a niveles superiores de desempeño laboral que las metas fáciles o la ausencia de metas. Las metas específicas son más motivadoras que las metas generales en términos de desempeño laboral.

Por último, en cuanto a las capacitaciones y la compensación económica, son estadísticamente significativos. Para la presente investigación, aportan elementos sustanciales para comprobar en parte la hipótesis específica 2 ( $H_2$ ) que se indica como inadecuada, quedando demostrando que, al no ser programadas y oportunas, estas inciden en el rendimiento laboral de los trabajadores y manifestadas en un bajo nivel de productividad con respecto a las metas de ventas.

Situación el que enfrentan los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz y que limita el desarrollo de sus actividades y del cumplimiento esperado de sus compensaciones económicas. Los resultados respecto a las condiciones económicas nos muestran que los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. consideran que la compensación económica es inadecuada, dicho resultado lo podemos corroborar con el resultado del análisis documental (**compensación económica**) que afirma que las compensaciones percibidas no son favorables ya que existen muchas metas planteadas por la administración y son difíciles de cumplir el cual índice directamente en que sus compensaciones económicas no tengan una tendencia creciente. Los resultados hallados con un 95% de confianza, y en base a estos datos se acepta la hipótesis específica, y se afirma que una deficiente política de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. Resultado que no concuerda con Chiavenato (2006), que sostiene que el trabajo se considera como una actividad desagradable y, para hacer que las personas trabajaran más, se hacía necesario el recurso de premios e incentivos salariales, supervisión, políticas empresariales abiertas y estimuladoras; es decir, incentivos situados externamente al individuo a cambio de su trabajo. Y Rondón y Schmitz (2007), que sostienen en su investigación titulada “Influencia de los Sistemas de Compensación Total para que Empresas del Sector Farmacéutico sean Exitosas” concluyeron que mientras las empresas otorguen un mayor salario fijo al resto de empleados, esto contribuyó a la mejora de la misma.



## **CONCLUSIONES**

Las conclusiones a que se arribó al finalizar el estudio son las siguientes:

### **CONCLUSIÓN GENERAL**

El resultado de la contratación de la hipótesis general, facilita la base para formular la conclusión general mediante el siguiente enunciado:

Los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. califican a la gestión de ventas impuesta por la gerencia como inadecuada y deficiente, debido a la falta de planes de capacitación respecto a temas concernientes a estrategias y acciones direccionadas al cumplimiento de metas. Presentando una situación improcedente por parte de la Gerencia lo cual trae como consecuencia una prefijación de metas de manera constante, progresiva y equivocadamente metas de ventas altas, que al no ser logradas por los trabajadores se “justifiquen” los bajos niveles de compensación económica.

### **PRIMERA CONCLUSIÓN ESPECÍFICA**

Los resultados obtenidos en la prueba de la primera hipótesis específica nos proporcionan evidencia para concluir que la fijación de metas impuesta por la empresa Entel Perú S. A. C. es inadecuada; ya que la empresa no cuenta con políticas y procedimientos para un mejor desarrollo de la gestión de ventas concerniente a la fijación de metas. No se aplicaron una buena y alcanzable fijación de metas por lo que no se logró el cumplimiento de dichas metas establecidas por parte de los Asesores de venta, por no conocer la información de dichas metas, lo

cual ocasiono no cumplir con las metas establecidas y por ello percibir una baja compensación económica.

## **SEGUNDA CONCLUSIÓN ESPECÍFICA**

Los resultados obtenidos en la prueba de la segunda hipótesis específica nos proporciona evidencias para concluir que las capacitaciones desarrolladas por la empresa Entel Perú S. A. C. son muy deficientes, pues están enfocadas solo a algunos trámites administrativos, mas no están orientadas al cumplimiento de metas, por lo que no son programadas, oportunas ni permanentes. Detectando necesidad de capacitación del personal en aspectos como: relaciones interpersonales, comunicación, motivación, clima organizacional, conocimiento del producto ofertado, atención al cliente. Calificando de una forma deficiente a la falta de un plan de capacitación, lo cual conlleva a que los asesores de venta de la empresa Entel Perú S. A. C. no logren las compensaciones económicas esperadas.

## **RECOMENDACIONES**

### **RECOMENDACIÓN GENERAL**

Se recomienda a la Gerencia de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, establecer políticas adecuadas sobre la gestión de ventas realizando la fijación de metas alcanzables y adecuadas; Asimismo, establecer planes de capacitaciones optimas, a fin de lograr que las metas trazadas por la gerencia sean alcanzadas, para que los Asesores de venta puedan cumplir las metas de venta establecidas y por ende obtener una adecuada compensación económica que les permita una conveniente sostenibilidad económica.

### **PRIMERA RECOMENDACIÓN ESPECÍFICA**

A la Gerencia, de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz se le recomienda establecer políticas de fijación de metas, teniendo en cuenta las metas fijas, metas logradas y metas incumplidas, por los asesores de ventas. Asimismo, aplicar un proceso y estrategias de gestión de ventas referido a la fijación de metas que le permita planificar las estrategias adecuadas para conseguir el cumplimiento de los objetivos establecidos, lo cual le permitirá al asesor de venta elegir el tipo de estrategia a seguir para cada producto y lograr el cumplimiento de este.

### **SEGUNDA RECOMENDACIÓN ESPECÍFICA**

Se recomienda a la Gerencia de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz a desarrollar planes de capacitación organizados, oportunos y permanentes. Dichos planes se podrán formular, programar y concretizar, realizando de manera periódica una encuesta para conocer la percepción del trabajador con respecto a las

debilidades que tiene al ofrecer el producto de la empresa. Realizar un seguimiento de los beneficios que se derivarán de la implementación del plan de capacitación, así como de las aplicaciones que le dan los trabajadores y de la temática incluida en el plan de capacitación, para poder evaluar si todos los conocimientos adquiridos están siendo aplicados o si deben modificarse para futuros planteamientos de capacitación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### REFERIDO AL TEMA

- Andrade, H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica*. (1°ed). Madrid, España: ESIC Editorial
- Bonilla, J. (2008). *La Remuneración del Trabajo*. Caracas. (1°ed.) Venezuela: Edit. Universidad Católica Andrés Bello.
- Cancha, L Y Ramírez, E. (2013) *Compensación y Satisfacción Laboral en la Corporativa de Ahorros y Crédito Chiquinquirá Áncash 2013* (Tesis de grado). Universidad Nacional "Santiago Antúnez De Mayolo", Ancash, Perú.
- Cansino, J. (2001). *Evaluar al sector público español* (1°ed.) España: Edit. Servicio de publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. (7° ed.). México: McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2004). *Construcción de Talentos*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Chiang, M.; Martin J. y Nuñez, A. (2010) *Relaciones entre el clima organizacional y satisfacción laboral* (1°Ed) Madrid: Edit. Universidad Pontificia de Comillas.
- Constitución Política del Perú. (1993). <https://pdba.georgetown.edu/Parties/Peru/Leyes/constitucion.pdf>

Cueva, K. y Narro, M. (2016). *Recompensas y Desempeño Laboral en la Distribuidora Ferretera Corporación CAF S. A.C. de la Ciudad de Huaraz 2015*. (Tesis de grado). Universidad Nacional "Santiago Antúnez De Mayolo", Ancash, Perú.

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional*. (3° ed.). México: McGraw-Hill.

Decreto legislativo N°. 728. (1991, 11 de diciembre). El Peruano, núm. 4130.

De la Parra, E. y Madero, M. (2003). *Estrategias de ventas y negociaciones*. (1° ed.) México: Panorama Editorial S.A.

Dessler, G. (2009). *Administración de recursos humanos*. México: Pearson Education.

Díaz, A. (2014). *Importancia de la capacitación de personal*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com>

Johnson, M. y Marshall, G. (2009). *Administración de ventas*. México: McGraw-Hill

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. (14° ed.) México: Edit. Pearson Educación

Ley N°. 30709, Ley que prohíbe la discriminación remunerativa entre varones y mujeres (2018, 08 de marzo). Presidencia de la República. Diario oficial El Peruano Año XXXV - N° 14431. [https://busquedas.elperuano.pe/download/full/DJ\\_dRzscKxsASF5orMKnJb](https://busquedas.elperuano.pe/download/full/DJ_dRzscKxsASF5orMKnJb)

- Mego, G. (2016). *Reestructuración de la Remuneración y su Efecto en la Motivación de los Asesores Comerciales Y Resultados Económicos en las tiendas de la Empresa Electrotiendas del Perú, de la provincia de Trujillo - primer semestre 2015*. (Tesis de maestría). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Molina, H. (2000). *Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño*. Recuperado de <http://www.scielo.org.pe>
- Mondy, W. y Bandy Mondy, J. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. (11° ed.) México: Edit. Pearson Educación
- Palacios, L. y Aquino, M. (2016). *Gestión de la fuerza de ventas y rendimiento de los comisionistas de Karoca EIRL, Huaraz, 2015*. (Tesis de grado). Universidad Nacional "Santiago Antúnez De Mayolo", Ancash, Perú.
- Pérez, G., Pinera, U. y Arango, M. D. (mayo- agosto de 2011). La capacitación a través de algunas teorías de aprendizaje y su influencia en la gestión de la empresa. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194218961006>.
- Reglamento de la ley N° 30083. Ley que establece medidas para fortalecer la competencia en el mercado de los servicios públicos móviles (2015, 4 de agosto) El Peruano. Año XXXII - N° 13346. [https://busquedas.elperuano.pe/download/full/AZMaR-etKL98\\_7mZH8YyLh](https://busquedas.elperuano.pe/download/full/AZMaR-etKL98_7mZH8YyLh)

- Rioja, A. (2019). *Constitución Política del Perú*. (1° ed.). Perú: Edit. Jurista Editores.
- Robbins, S. y Courter, M. (2009). *Administración* (10° Ed). México: Edit. Pearson Educación.
- Rodriguez, M. y Ramírez P. (2010). *Administración de la capacitación*. México: McGrawHil
- Rondon, O., y Schmitz, S. (2007). *Influencia de los sistemas de compensación total para que empresas del sector farmacéutico sean exitosas*. (Tesis de grado). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Rodríguez, K. y Vargas, F. (2015). *Modelo de gestión de ventas OVC para mejorar la productividad en la empresa Tecmovil S. A. C. de la ciudad de Chiclayo 2015*. (Tesis de grado). Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo-Perú.
- Salazar, C. (2018). *Relación de la Gestión de Compensaciones y el Nivel de Desempeño Organizacional en los Colaboradores de la Empresa IRON MOUNTAIN PERÚ S.A. Lima-2017* (tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú.
- Sandoval, R. (2010). *Derecho Comercial*. Tomo III vol. 2. (1° ed.) Chile: Edit. Jurídica
- Siliceo, A. (2009). *Capacitación y desarrollo de personal*. México: Limusa.



Urcola, J. (2008). *La motivación empieza en uno mismo*. (1° ed.) Madrid, España: ESIC Editorial

Viteri, M. (2015). *Análisis del modelo de gestión de ventas e incentivos de una empresa de venta directa de (maquillaje) Avon Ecuador. Teoría y evidencia*. (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.

Vásconez, E. (2015). *Análisis del Proceso de Ventas y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa INFOQUALITY S.A. en la ciudad Quito, año 2014*. (Tesis de magister). Universidad Internacional SEK, Quito, Ecuador.

#### **REFERIDO A LA METODOLOGÍA**

Amaya P. y Cueva R. (2005). *Guía para la redactar proyectos e informes de investigación*. (1° ed.). Lima- Perú: UDEGRAF S.A

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3° ed.). Bogotá: Pearson.

Hernández R. (2007). *Metodología de la Investigación*. (4° ed.). México: Mac Graw Hill.

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2014). *Metodología De Investigación*. (6° ed.). México: Mcgraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. De C.V.

**ANEXO N°. 1**

**Matriz de Consistencia**

**GESTIÓN DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ  
S. A. C. - HUARAZ, PERIODO 2018**

| <b>Problema General</b>   | <b>Objetivo general</b>  | <b>Hipótesis General</b>  | <b>Variables e Indicadores</b>   | <b>Recolección de datos</b>  |
|---|--|---|--|--|
|   |  |   | <b>Variable independiente X</b>  |  |
| ¿Cuáles son los factores de la gestión de ventas que inciden en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018? | Identificar qué factores de la gestión de ventas incide en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. | Factores de naturaleza institucional inciden negativamente en la compensación económica de los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, periodo 2018. | <p align="center"><b>X. GESTIÓN DE VENTAS</b></p> <p><b>X1: Fijación de metas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Metas fijas</li> <li>• Metas logradas</li> <li>• Metas incumplidas</li> </ul> <p><b>X2: Capacitación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones programadas</li> <li>• Capacitaciones oportunas</li> <li>• Capacitaciones permanentes</li> </ul> | <p align="center">Análisis documental</p> <p align="center">Encuesta</p> |

| Específicos  | Específicos  | Específicos  | Variable dependiente Y   |                     |
|--|--|--|--|---------------------|
| ¿De qué manera la fijación de metas incide en la compensación económica de los trabajadores?     | Analizar de qué manera la fijación de metas incide en la compensación económica de los trabajadores      | La fijación de metas constantes y progresivas incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores. | <p align="center"><b>Y. COMPENSACIÓN<br/>ECONÓMICA</b></p> <p><b>Y1: Ingresos fijos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sueldo</li> </ul> <p><b>Y2: Ingresos extraordinarios</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comisiones</li> </ul> | Análisis documental |
| ¿De qué manera el nivel de capacitación incide en la compensación económica de los trabajadores? | Analizar de qué manera el nivel de capacitación incide en la compensación económica de los trabajadores. | Una deficiente política de capacitación incide negativamente en la compensación económica de los trabajadores.       |  |                     |

# **INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

# **GUÍA DE ENCUESTA**



**“UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO”**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CONTABILIDAD**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**“GESTION DE VENTAS Y COMPENSACION ECONOMICA DE LOS  
TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ S. A. C. -  
HUARAZ, PERIODO 2018”**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ASESORES INTEGRALES EMPRESA  
ENTEL PERÚ S.A. - AGENCIA HUARAZ**

OBJETIVO: Identificar la incidencia de los factores de gestión de ventas en la compensación económica de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz, 2018”

INSTRUCCIONES: Responda según lo que crea conveniente, de la información que nos proporcione depende el éxito de nuestra investigación, la encuesta es estrictamente anónima y confidencial. GRACIAS

| N°.                   | Ítems Gestión de Ventas   | Completamente | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni | De acuerdo | Completamente |
|-----------------------|---|---------------|---------------|------------------|------------|---------------|
|                       | Fijación de metas   |               |               |                  |            |               |
| 1                     | La fijación de metas que realizada por la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz es la más adecuada.                |               |               |                  |            |               |
| 2                     | La fijación de metas por portabilidad es fácilmente alcanzable.   |               |               |                  |            |               |
| 3                     | La fijación de metas por renovación es fácilmente alcanzable.   |               |               |                  |            |               |
| 4                     | La fijación de metas por prepago es fácilmente alcanzable.  |               |               |                  |            |               |
| 5                     | La fijación de metas por líneas nuevas es fácilmente alcanzable.  |               |               |                  |            |               |
| 6                     | El no cumplimiento de las metas se debe al poco esfuerzo de mi parte.   |               |               |                  |            |               |
| 7                     | La gestión de ventas realizada por la empresa permite alcanzar las metas trazadas.                              |               |               |                  |            |               |
| <b>Capacitaciones</b> |   |               |               |                  |            |               |
| 8                     | Las capacitaciones realizadas por la empresa Entel Perú S. A. C. son programadas e informadas con anticipación. |               |               |                  |            |               |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 9  | Las capacitaciones realizadas por la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz son oportunas (se hacen en el momento apropiado)   |  |  |  |  |  |
| 10 | Las capacitaciones realizadas por la empresa Entel Perú S. A. C. son permanentes (se realizan constantemente cada cierto tiempo por ejemplo cada 3 meses)              |  |  |  |  |  |
| 11 | Las capacitaciones realizadas por la empresa Entel Perú S. A. C. Huaraz son útiles y están orientadas a que pueda lograr el cumplimiento de metas con mayor facilidad. |  |  |  |  |  |

| N°.                 | Ítems Compensación económica  | Muy en | En desacuerdo | Indiferente | De acuerdo | Muy de |
|---------------------|---|--------|---------------|-------------|------------|--------|
| <b>Ingreso fijo</b> |   |        |               |             |            |        |
| 1                   | El ingreso fijo que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. cubre sus necesidades básicas   |        |               |             |            |        |
| 2                   | El ingreso fijo que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. se ajusta a las funciones que realiza   |        |               |             |            |        |
| 3                   | El ingreso fijo que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. es justa y equitativa en comparación con otro trabajador que realiza las mismas funciones que Ud.   |        |               |             |            |        |
| 4                   | Cambiaría de puesto si le ofrecieran una mejor remuneración   |        |               |             |            |        |
| <b>Comisiones</b>   |   |        |               |             |            |        |
| 5                   | Las comisiones que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. cubre sus necesidades básicas  |        |               |             |            |        |
| 6                   | Las comisiones que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. se ajustan a las funciones que realiza.  |        |               |             |            |        |
| 7                   | Las comisiones que percibe de la empresa Entel Perú S. A. C. son justas y equitativas en comparación con otro trabajador que realiza las mismas funciones que Ud. |        |               |             |            |        |
| 8                   | La remuneración (ingreso fijo y comisiones) que percibe le permite mejorar su calidad de vida   |        |               |             |            |        |

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN!

# **GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL**



## ANEXO N°. 2

### GUIA PARA ANALISIS DOCUMENTAL

**Objetivo:** valorar el tratamiento que ofrecen los documentos fuentes que regulan la programación de metas por cada tipo de ventas y las planillas de remuneraciones de los trabajadores de la empresa Entel Perú S. A. C.- Huaraz del periodo 2018.

**Criterios de análisis:**

1.- El análisis documental se realizará en base a los documentos fuentes de la empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz correspondientes al año 2018, para lo cual desglosaremos con relación a la fijación de metas el cuadro de cumplimiento de metas por cada tipo de venta (**PB OSS, RENOV, PPAV y SS TOTAL**) y se realizará una comparación del avance entre las metas programadas y las metas ejecutadas utilizando el siguiente cuadro:

|                     | CANTIDAD DE METAS PROGRAMADAS |       |      |          | CANTIDAD DE METAS EJECUTADAS |       |      |          |
|---------------------|-------------------------------|-------|------|----------|------------------------------|-------|------|----------|
|                     | PB OSS                        | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                       | RENOV | PPAV | SS TOTAL |
| Asesor de Ventas 01 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 02 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 03 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 04 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 05 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 06 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 07 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| Asesor de Ventas 08 |                               |       |      |          |                              |       |      |          |
| <b>TOTALES</b>      |                               |       |      |          |                              |       |      |          |

Una vez realizado el primer procedimiento desglosaremos cada uno de los cuatro tipos de venta para ver si se cumplió con la meta establecida o no, para lo cual en base al primer cuadro utilizaremos las palabras SÍ y NO para dar fe el cumplimiento de las mismas de acuerdo al siguiente cuadro:

**CUMPLIMIENTO DE METAS POR CADA TIPO DE VENTA**

|                     | <b>PB OSS</b> | <b>RENOV</b> | <b>PPAV</b> | <b>SS TOTAL</b> |
|---------------------|---------------|--------------|-------------|-----------------|
| Asesor de Ventas 01 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 02 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 03 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 04 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 05 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 06 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 07 |               |              |             |                 |
| Asesor de Ventas 08 |               |              |             |                 |

A partir de estas comparaciones se realizarán las interpretaciones de cada tipo de venta y el análisis de los mismos para posteriormente plantear las conclusiones y las recomendaciones.

2.- correspondiente a las compensaciones percibidas por los trabajadores de la Empresa Entel Perú S. A. C. - Huaraz del periodo 2018, se realizará una comparación entre los ingresos fijos y las comisiones por cada uno de los trabajadores de la empresa utilizando el siguiente cuadro:

| <b>MES</b>          | <b>EN</b> | <b>FE</b> | <b>MA</b> | <b>AB</b> | <b>MA</b> | <b>JU</b> | <b>JU</b> | <b>AG</b> | <b>SE</b> | <b>OC</b> | <b>NO</b> | <b>DI</b> |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>INGRESO FIJO</b> |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |
| <b>COMISIONES</b>   |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |           |

A partir de estas comparaciones se realizarán las interpretaciones de las compensaciones percibidas por cada trabajador y el análisis de los mismos para posteriormente plantear las conclusiones y las recomendaciones.

**Fuentes de información primarias utilizadas:**


- Planilla de remuneraciones de los trabajadores del periodo 2018.
- Documentos de valoración del cuadro de metas con cada tipo de ventas planteadas por la gerencia.
- El plan de desarrollo individual de los trabajadores de la muestra

**CUMPLIMIENTO DE  
CUOTAS IMPUESTA  
POR LA EMPRESA  
ENTEL PEÚ S. A. C. -  
HUARAZ, 2018**

**FUENTE: ARCHIVOS DE LAS  
EMPRESAS**


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO ENERO 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 22               | 6     | 13   | 34       | 22                              | 7     | 12   | 34       | 100.00                                 | 116.67 | 92.31  | 100.00   |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 22               | 6     | 13   | 34       | 19                              | 6     | 13   | 33       | 86.36                                  | 100.00 | 100.00 | 97.06    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 22               | 6     | 13   | 34       | 23                              | 9     | 11   | 36       | 104.55                                 | 150.00 | 84.62  | 105.88   |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 22               | 6     | 13   | 34       | 21                              | 6     | 13   | 32       | 95.45                                  | 100.00 | 100.00 | 94.12    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 22               | 6     | 13   | 34       | 20                              | 6     | 12   | 31       | 90.91                                  | 100.00 | 92.31  | 91.18    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 22               | 6     | 13   | 34       | 20                              | 7     | 13   | 34       | 90.91                                  | 116.67 | 100.00 | 100.00   |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 22               | 6     | 13   | 34       | 18                              | 8     | 13   | 30       | 81.82                                  | 133.33 | 100.00 | 88.24    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 22               | 6     | 13   | 34       | 16                              | 6     | 12   | 31       | 72.73                                  | 100.00 | 92.31  | 91.18    |
|    |                     | 176              | 48    | 104  | 272      | 159                             | 55    | 99   | 261      | 90.34                                  | 114.58 | 95.19  | 95.96    |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL

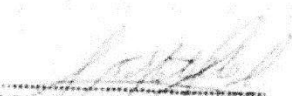
**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO FEBRERO 2018**

| N° | ASESORES               | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|------------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                        | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas<br>01 | 23               | 6     | 13   | 36       | 24                              | 6     | 12   | 35       | 104.35                                 | 100.00 | 92.31  | 97.22    |
| 2  | Asesor de Ventas<br>02 | 23               | 6     | 13   | 36       | 22                              | 5     | 11   | 34       | 95.65                                  | 83.33  | 84.62  | 94.44    |
| 3  | Asesor de Ventas<br>03 | 23               | 6     | 13   | 36       | 20                              | 8     | 13   | 36       | 86.96                                  | 133.33 | 100.00 | 100.00   |
| 4  | Asesor de Ventas<br>04 | 23               | 6     | 13   | 36       | 22                              | 5     | 12   | 32       | 95.65                                  | 83.33  | 92.31  | 88.89    |
| 5  | Asesor de Ventas<br>05 | 23               | 6     | 13   | 36       | 23                              | 5     | 12   | 30       | 100.00                                 | 83.33  | 92.31  | 83.33    |
| 6  | Asesor de Ventas<br>06 | 23               | 6     | 13   | 36       | 23                              | 7     | 11   | 35       | 100.00                                 | 116.67 | 84.62  | 97.22    |
| 7  | Asesor de Ventas<br>07 | 23               | 6     | 13   | 36       | 22                              | 5     | 10   | 31       | 95.65                                  | 83.33  | 76.92  | 86.11    |
| 8  | Asesor de Ventas<br>08 | 23               | 6     | 13   | 36       | 21                              | 5     | 9    | 32       | 91.30                                  | 83.33  | 69.23  | 88.89    |
|    |                        | 184              | 48    | 104  | 288      | 177                             | 46    | 90   | 265      | 96.20                                  | 95.83  | 86.54  | 92.01    |

  
 GRUPO HECEB'S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO MARZO 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 23               | 6     | 13   | 36       | 21                              | 6     | 13   | 37       | 91.30                                  | 100.00 | 100.00 | 102.78   |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 23               | 6     | 13   | 36       | 20                              | 5     | 11   | 35       | 86.96                                  | 83.33  | 84.62  | 97.22    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 23               | 6     | 13   | 36       | 22                              | 7     | 13   | 38       | 95.65                                  | 116.67 | 100.00 | 105.56   |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 23               | 6     | 13   | 36       | 19                              | 6     | 12   | 34       | 82.61                                  | 100.00 | 92.31  | 94.44    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 23               | 6     | 13   | 36       | 22                              | 6     | 10   | 33       | 95.65                                  | 100.00 | 76.92  | 91.67    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 23               | 6     | 13   | 36       | 20                              | 5     | 14   | 35       | 86.96                                  | 83.33  | 107.69 | 97.22    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 23               | 6     | 13   | 36       | 18                              | 6     | 12   | 34       | 78.26                                  | 100.00 | 92.31  | 94.44    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 23               | 6     | 13   | 36       | 16                              | 6     | 11   | 33       | 69.57                                  | 100.00 | 84.62  | 91.67    |
|    |                     | 184              | 48    | 104  | 288      | 158                             | 47    | 96   | 279      | 85.87                                  | 97.92  | 92.31  | 96.88    |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO ABRIL 2018**

| N° | ASESORES               | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|------------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                        | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas<br>01 | 24               | 7     | 14   | 37       | 23                              | 6     | 14   | 35       | 95.83                                  | 85.71  | 100.00 | 94.59    |
| 2  | Asesor de Ventas<br>02 | 24               | 7     | 14   | 37       | 19                              | 5     | 10   | 29       | 79.17                                  | 71.43  | 71.43  | 78.38    |
| 3  | Asesor de Ventas<br>03 | 24               | 7     | 14   | 37       | 23                              | 7     | 15   | 36       | 95.83                                  | 100.00 | 107.14 | 97.30    |
| 4  | Asesor de Ventas<br>04 | 24               | 7     | 14   | 37       | 21                              | 6     | 13   | 34       | 87.50                                  | 85.71  | 92.86  | 91.89    |
| 5  | Asesor de Ventas<br>05 | 24               | 7     | 14   | 37       | 18                              | 5     | 12   | 33       | 75.00                                  | 71.43  | 85.71  | 89.19    |
| 6  | Asesor de Ventas<br>06 | 24               | 7     | 14   | 37       | 22                              | 7     | 13   | 35       | 91.67                                  | 100.00 | 92.86  | 94.59    |
| 7  | Asesor de Ventas<br>07 | 24               | 7     | 14   | 37       | 21                              | 6     | 12   | 30       | 87.50                                  | 85.71  | 85.71  | 81.08    |
| 8  | Asesor de Ventas<br>08 | 24               | 7     | 14   | 37       | 19                              | 5     | 10   | 29       | 79.17                                  | 71.43  | 71.43  | 78.38    |
|    |                        | 192              | 56    | 112  | 296      | 166                             | 47    | 99   | 261      | 86.46                                  | 83.93  | 88.39  | 88.18    |

  
 GRUPO HECES S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL

**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO MAYO 2018**


| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 25               | 7     | 14   | 38       | 25                              | 7     | 14   | 36       | 100.00                                 | 100.00 | 100.00 | 94.74    |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 25               | 7     | 14   | 38       | 24                              | 7     | 11   | 35       | 96.00                                  | 100.00 | 78.57  | 92.11    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 25               | 7     | 14   | 38       | 27                              | 9     | 13   | 38       | 108.00                                 | 128.57 | 92.86  | 100.00   |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 25               | 7     | 14   | 38       | 25                              | 6     | 13   | 35       | 100.00                                 | 85.71  | 92.86  | 92.11    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 25               | 7     | 14   | 38       | 24                              | 7     | 14   | 34       | 96.00                                  | 100.00 | 100.00 | 89.47    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 25               | 7     | 14   | 38       | 26                              | 8     | 14   | 37       | 104.00                                 | 114.29 | 100.00 | 97.37    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 25               | 7     | 14   | 38       | 25                              | 6     | 13   | 34       | 100.00                                 | 85.71  | 92.86  | 89.47    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 25               | 7     | 14   | 38       | 26                              | 7     | 11   | 36       | 104.00                                 | 100.00 | 78.57  | 94.74    |
|    |                     | 200              | 56    | 112  | 304      | 202                             | 57    | 103  | 285      | 101.00                                 | 101.79 | 91.96  | 93.75    |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL




**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO JUNIO 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 26               | 7     | 14   | 39       | 26                              | 7     | 15   | 38       | 100.00                                 | 100.00 | 107.14 | 97.44    |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 26               | 7     | 14   | 39       | 25                              | 8     | 13   | 35       | 96.15                                  | 114.29 | 92.86  | 89.74    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 26               | 7     | 14   | 39       | 27                              | 9     | 17   | 38       | 103.85                                 | 128.57 | 121.43 | 97.44    |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 26               | 7     | 14   | 39       | 26                              | 7     | 14   | 34       | 100.00                                 | 100.00 | 100.00 | 87.18    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 26               | 7     | 14   | 39       | 26                              | 8     | 13   | 36       | 100.00                                 | 114.29 | 92.86  | 92.31    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 26               | 7     | 14   | 39       | 27                              | 8     | 14   | 37       | 103.85                                 | 114.29 | 100.00 | 94.87    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 26               | 7     | 14   | 39       | 26                              | 7     | 12   | 35       | 100.00                                 | 100.00 | 85.71  | 89.74    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 26               | 7     | 14   | 39       | 26                              | 7     | 13   | 35       | 100.00                                 | 100.00 | 92.86  | 89.74    |
|    |                     | 208              | 56    | 112  | 312      | 209                             | 61    | 111  | 288      | 100.48                                 | 108.93 | 99.11  | 92.31    |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL

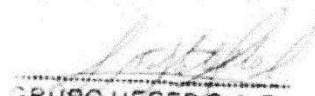
**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO JULIO 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 27               | 8     | 15   | 41       | 29                              | 8     | 13   | 42       | 107.41                                 | 100.00 | 86.67  | 102.44   |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 27               | 8     | 15   | 41       | 27                              | 8     | 14   | 40       | 100.00                                 | 100.00 | 93.33  | 97.56    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 27               | 8     | 15   | 41       | 28                              | 10    | 17   | 44       | 103.70                                 | 125.00 | 113.33 | 107.32   |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 27               | 8     | 15   | 41       | 27                              | 9     | 14   | 41       | 100.00                                 | 112.50 | 93.33  | 100.00   |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 27               | 8     | 15   | 41       | 28                              | 8     | 15   | 39       | 103.70                                 | 100.00 | 100.00 | 95.12    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 27               | 8     | 15   | 41       | 30                              | 10    | 16   | 40       | 111.11                                 | 125.00 | 106.67 | 97.56    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 27               | 8     | 15   | 41       | 26                              | 8     | 15   | 41       | 96.30                                  | 100.00 | 100.00 | 100.00   |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 27               | 8     | 15   | 41       | 27                              | 8     | 13   | 40       | 100.00                                 | 100.00 | 86.67  | 97.56    |
|    |                     | 216              | 64    | 120  | 328      | 222                             | 69    | 117  | 327      | 102.78                                 | 107.81 | 97.50  | 99.70    |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO AGOSTO 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 27               | 8     | 15   | 42       | 26                              | 8     | 15   | 40       | 96.30                                  | 100.00 | 100.00 | 95.24    |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 27               | 8     | 15   | 42       | 24                              | 7     | 13   | 35       | 88.89                                  | 87.50  | 86.67  | 83.33    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 27               | 8     | 15   | 42       | 27                              | 9     | 16   | 41       | 100.00                                 | 112.50 | 106.67 | 97.62    |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 27               | 8     | 15   | 42       | 25                              | 6     | 14   | 39       | 92.59                                  | 75.00  | 93.33  | 92.86    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 27               | 8     | 15   | 42       | 25                              | 7     | 14   | 38       | 92.59                                  | 87.50  | 93.33  | 90.48    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 27               | 8     | 15   | 42       | 25                              | 8     | 14   | 39       | 92.59                                  | 100.00 | 93.33  | 92.86    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 27               | 8     | 15   | 42       | 24                              | 7     | 13   | 37       | 88.89                                  | 87.50  | 86.67  | 88.10    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 27               | 8     | 15   | 42       | 24                              | 6     | 12   | 39       | 88.89                                  | 75.00  | 80.00  | 92.86    |
|    |                     | 216              | 64    | 120  | 336      | 200                             | 58    | 111  | 308      | 92.59                                  | 90.63  | 92.50  | 91.67    |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO SETIEMBRE 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 27               | 8     | 15   | 43       | 27                              | 9     | 15   | 42       | 100.00                                 | 112.50 | 100.00 | 97.67    |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 27               | 8     | 15   | 43       | 26                              | 7     | 14   | 40       | 96.30                                  | 87.50  | 93.33  | 93.02    |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 27               | 8     | 15   | 43       | 28                              | 10    | 16   | 42       | 103.70                                 | 125.00 | 106.67 | 97.67    |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 27               | 8     | 15   | 43       | 25                              | 8     | 15   | 39       | 92.59                                  | 100.00 | 100.00 | 90.70    |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 27               | 8     | 15   | 43       | 26                              | 8     | 14   | 38       | 96.30                                  | 100.00 | 93.33  | 88.37    |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 27               | 8     | 15   | 43       | 27                              | 9     | 15   | 41       | 100.00                                 | 112.50 | 100.00 | 95.35    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 27               | 8     | 15   | 43       | 25                              | 8     | 12   | 40       | 92.59                                  | 100.00 | 80.00  | 93.02    |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 27               | 8     | 15   | 43       | 25                              | 9     | 14   | 39       | 92.59                                  | 112.50 | 93.33  | 90.70    |
|    |                     | 216              | 64    | 120  | 344      | 209                             | 68    | 115  | 321      | 96.76                                  | 106.25 | 95.83  | 93.31    |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO OCTUBRE 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |           |            | SS TOTAL   | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |           |            |            | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |               |              |              |
|----|---------------------|------------------|-----------|------------|------------|---------------------------------|-----------|------------|------------|--|---------------|--------------|--------------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV     | PPAV       |            | PB OSS                          | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                                 | RENOV         | PPAV         | SS TOTAL     |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 28               | 9         | 16         | 44         | 29                              | 11        | 15         | 43         | 103.57                                 | 122.22        | 93.75        | 97.73        |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 28               | 9         | 16         | 44         | 28                              | 9         | 15         | 40         | 100.00                                 | 100.00        | 93.75        | 90.91        |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 28               | 9         | 16         | 44         | 30                              | 12        | 14         | 44         | 107.14                                 | 133.33        | 87.50        | 100.00       |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 28               | 9         | 16         | 44         | 28                              | 9         | 14         | 42         | 100.00                                 | 100.00        | 87.50        | 95.45        |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 28               | 9         | 16         | 44         | 27                              | 9         | 14         | 41         | 96.43                                  | 100.00        | 87.50        | 93.18        |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 28               | 9         | 16         | 44         | 28                              | 10        | 16         | 43         | 100.00                                 | 111.11        | 100.00       | 97.73        |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 28               | 9         | 16         | 44         | 27                              | 9         | 13         | 40         | 96.43                                  | 100.00        | 81.25        | 90.91        |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 28               | 9         | 16         | 44         | 27                              | 9         | 11         | 38         | 96.43                                  | 100.00        | 68.75        | 86.36        |
|    |                     | <b>224</b>       | <b>72</b> | <b>128</b> | <b>352</b> | <b>224</b>                      | <b>78</b> | <b>112</b> | <b>331</b> | <b>100.00</b>                          | <b>108.33</b> | <b>87.50</b> | <b>94.03</b> |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO NOVIEMBRE 2018**

| N° | ASESORES               | CUOTA INDIVIDUAL |           |            | SS TOTAL   | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |           |            |            | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |               |              |              |
|----|------------------------|------------------|-----------|------------|------------|---------------------------------|-----------|------------|------------|--|---------------|--------------|--------------|
|    |                        | PB OSS           | RENOV     | PPAV       |            | PB OSS                          | RENOV     | PPAV       | SS TOTAL   | PB OSS                                 | RENOV         | PPAV         | SS TOTAL     |
| 1  | Asesor de Ventas<br>01 | 28               | 9         | 16         | 45         | 29                              | 9         | 16         | 40         | 103.57                                 | 100.00        | 100.00       | 88.89        |
| 2  | Asesor de Ventas<br>02 | 28               | 9         | 16         | 45         | 28                              | 9         | 14         | 42         | 100.00                                 | 100.00        | 87.50        | 93.33        |
| 3  | Asesor de Ventas<br>03 | 28               | 9         | 16         | 45         | 30                              | 11        | 16         | 44         | 107.14                                 | 122.22        | 100.00       | 97.78        |
| 4  | Asesor de Ventas<br>04 | 28               | 9         | 16         | 45         | 28                              | 9         | 15         | 43         | 100.00                                 | 100.00        | 93.75        | 95.56        |
| 5  | Asesor de Ventas<br>05 | 28               | 9         | 16         | 45         | 28                              | 10        | 14         | 42         | 100.00                                 | 111.11        | 87.50        | 93.33        |
| 6  | Asesor de Ventas<br>06 | 28               | 9         | 16         | 45         | 28                              | 11        | 16         | 44         | 100.00                                 | 122.22        | 100.00       | 97.78        |
| 7  | Asesor de Ventas<br>07 | 28               | 9         | 16         | 45         | 25                              | 9         | 15         | 39         | 89.29                                  | 100.00        | 93.75        | 86.67        |
| 8  | Asesor de Ventas<br>08 | 28               | 9         | 16         | 45         | 27                              | 9         | 13         | 43         | 96.43                                  | 100.00        | 81.25        | 95.56        |
|    |                        | <b>224</b>       | <b>72</b> | <b>128</b> | <b>360</b> | <b>223</b>                      | <b>77</b> | <b>119</b> | <b>337</b> | <b>99.55</b>                           | <b>106.94</b> | <b>92.97</b> | <b>93.61</b> |

  
 GRUPO HECEB S.A.C.  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL

**CAPTURA DE TIENDA - ENTEL HUARAZ - PERIODO DICIEMBRE 2018**

| N° | ASESORES            | CUOTA INDIVIDUAL |       |      | SS TOTAL | AVANCE INDIVIDUAL AL FIN DE MES |       |      |          | % CUMPLIMIENTO INDIVIDUAL POR PRODUCTO |        |        |          |
|----|---------------------|------------------|-------|------|----------|---------------------------------|-------|------|----------|--|--------|--------|----------|
|    |                     | PB OSS           | RENOV | PPAV |          | PB OSS                          | RENOV | PPAV | SS TOTAL | PB OSS                                 | RENOV  | PPAV   | SS TOTAL |
| 1  | Asesor de Ventas 01 | 29               | 10    | 18   | 47       | 30                              | 13    | 15   | 47       | 103.45                                 | 130.00 | 83.33  | 100.00   |
| 2  | Asesor de Ventas 02 | 29               | 10    | 18   | 47       | 28                              | 12    | 17   | 47       | 96.55                                  | 120.00 | 94.44  | 100.00   |
| 3  | Asesor de Ventas 03 | 29               | 10    | 18   | 47       | 28                              | 14    | 18   | 50       | 96.55                                  | 140.00 | 100.00 | 106.38   |
| 4  | Asesor de Ventas 04 | 29               | 10    | 18   | 47       | 27                              | 10    | 16   | 47       | 93.10                                  | 100.00 | 88.89  | 100.00   |
| 5  | Asesor de Ventas 05 | 29               | 10    | 18   | 47       | 28                              | 10    | 17   | 47       | 96.55                                  | 100.00 | 94.44  | 100.00   |
| 6  | Asesor de Ventas 06 | 29               | 10    | 18   | 47       | 29                              | 11    | 18   | 46       | 100.00                                 | 110.00 | 100.00 | 97.87    |
| 7  | Asesor de Ventas 07 | 29               | 10    | 18   | 47       | 29                              | 10    | 17   | 47       | 100.00                                 | 100.00 | 94.44  | 100.00   |
| 8  | Asesor de Ventas 08 | 29               | 10    | 18   | 47       | 26                              | 10    | 16   | 47       | 89.66                                  | 100.00 | 88.89  | 100.00   |
|    |                     | 232              | 80    | 144  | 376      | 225                             | 90    | 134  | 378      | 96.98                                  | 112.50 | 93.06  | 100.53   |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL

**PLANILLA DE  
REMUNERACIONES DE  
LOS TRABAJADORES  
DE LA EMPRESA ENTEL  
PERÚ S. A. C. - HUARAZ,  
2018**

**FUENTE:** ARCHIVOS DE LAS  
EMPRESAS




RUC: 2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. - AGENCIA HUARAZ

PERIODO: ENERO - 2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           |                 | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA | TOTAL DESCUENTO | REMUNERACIÓN NETA        | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | AFP                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                 |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,270.00       | 2,205.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 220.50             | 35.28                 | 12.72           | 10.40                     | 278.90          | 1,926.10                 | 84.15  | 84.15         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 850.00                  | -                   | 1,210.00       | 2,060.00                 | SNP                                | 110.50  | -                                  | -                  | -                     | -               | -                         | 110.50          | 1,949.50                 | 76.50  | 76.50         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,330.00       | 2,265.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 93.50              | 14.96                 | 12.72           | 15.20                     | 136.38          | 2,128.62                 | 84.15  | 84.15         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,220.00       | 2,155.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 93.50              | 14.49                 | 12.72           | 6.40                      | 127.11          | 2,027.89                 | 84.15  | 84.15         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,190.00       | 2,125.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 93.50              | 14.96                 | 12.72           | 4.00                      | 125.18          | 1,999.82                 | 84.15  | 84.15         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,240.00       | 2,175.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 93.50              | 15.80                 | 12.72           | 8.00                      | 130.02          | 2,044.98                 | 84.15  | 84.15         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,210.00       | 2,145.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 93.50              | 14.49                 | 12.72           | 5.60                      | 126.31          | 2,018.69                 | 84.15  | 84.15         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,150.00       | 2,085.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 93.50              | 13.74                 | 12.72           | 0.80                      | 120.76          | 1,964.24                 | 84.15  | 84.15         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 6,800.00                | 595.00              | 9,820.00       | 17,215.00                |                                    | 110.50  | -                                  | 781.50             | 123.73                | 89.01           | 50.40                     | 1,155.14        | 16,059.86                | 665.55 | 665.55        |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


RUC: 2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. - AGENCIA HUARAZ

PERIODO: FEBRERO - 2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,240.00       | 2,175.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 217.50             | 34.80                 | 12.72           | 8.00                      | 273.02            | 1,901.98                 | 84.15  | 84.15         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 850.00                  | -                   | 1,190.00       | 2,040.00                 | SNP                                | 110.50  |                                    | -                  | -                     | -               | -                         | 110.50            | 1,929.50                 | 76.50  | 76.50         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,290.00       | 2,225.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 93.50              | 14.96                 | 12.72           | 12.00                     | 133.18            | 2,091.82                 | 84.15  | 84.15         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,180.00       | 2,115.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 93.50              | 14.49                 | 12.72           | 3.20                      | 123.91            | 1,991.09                 | 84.15  | 84.15         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,180.00       | 2,115.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 93.50              | 14.96                 | 12.72           | 3.20                      | 124.38            | 1,990.62                 | 84.15  | 84.15         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,230.00       | 2,165.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 93.50              | 15.80                 | 12.72           | 7.20                      | 129.22            | 2,035.78                 | 84.15  | 84.15         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,150.00       | 2,085.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 93.50              | 14.49                 | 12.72           | 0.80                      | 121.51            | 1,963.49                 | 84.15  | 84.15         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 850.00                  | 85.00               | 1,140.00       | 2,075.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 93.50              | 13.74                 | 12.72           | -                         | 119.96            | 1,955.04                 | 84.15  | 84.15         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 6,800.00                | 595.00              | 9,600.00       | 16,995.00                |                                    | 110.50  | -                                  | 778.50             | 123.25                | 89.01           | 34.40                     | 1,135.66          | 15,859.34                | 665.55 | 665.55        |

  
**GRUPO HECEB S.A.C.**  
 Edgar Castillo Castañeda  
 GERENTE GENERAL


RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: ABRIL - 2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | AFP                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,210.00       | 2,233.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 223.30             | 35.73                 | 13.91           | 12.64                     | 285.58            | 1,947.42                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,060.00       | 1,990.00                 | SNP                                | 120.90  |                                    | -                  | -                     |                 |                           | 120.90            | 1,869.10                 | 83.70  | 83.70         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,240.00       | 2,263.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 15.04                     | 147.62            | 2,115.38                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,170.00       | 2,193.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 9.44                      | 141.51            | 2,051.49                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,110.00       | 2,133.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 4.64                      | 137.22            | 1,995.78                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,180.00       | 2,203.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 10.24                     | 143.74            | 2,059.26                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,120.00       | 2,143.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 5.44                      | 137.51            | 2,005.49                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,060.00       | 2,083.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 0.64                      | 131.89            | 1,951.11                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 7,440.00                | 651.00              | 9,150.00       | 17,241.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 837.10             | 132.50                | 97.39           | 58.08                     | 1,245.97          | 15,995.03                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB'S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL

RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: MAYO - 2018

| ORDEN       | DNI   | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|-------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |       |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |       |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | ----- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,230.00       | 2,253.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 225.30             | 36.05                 | 13.91           | 14.24                     | 289.50            | 1,963.50                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | ----- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,180.00       | 2,110.00                 | SNP                                | 120.90  | -                                  | -                  | -                     | 2.80            | 123.70                    | 1,986.30          | 83.70                    | 83.70  |               |
| 03          | ----- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,300.00       | 2,323.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 19.84                     | 152.42            | 2,170.58                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | ----- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,200.00       | 2,223.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 11.84                     | 143.91            | 2,079.09                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | ----- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,200.00       | 2,223.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 11.84                     | 144.42            | 2,078.58                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | ----- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,260.00       | 2,283.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 16.64                     | 150.14            | 2,132.86                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | ----- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,180.00       | 2,203.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 10.24                     | 142.31            | 2,060.69                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | ----- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,210.00       | 2,233.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 12.64                     | 143.89            | 2,089.11                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/: |       |                     |                           |                     | 7,440.00                | 651.00              | 9,760.00       | 17,851.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 839.10             | 132.82                | 97.39           | 100.08                    | 1,290.29          | 16,560.71                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL


RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: JUNIO - 2018

| ORDEN              | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                 | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |               |                                    |                    |                       |                 |                           |                 | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |               |
|--------------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|------------------------------------|---------------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|-------------------|--------------------------|---------------|
|                    |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS  |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP       | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA | TOTAL DESCUENTO |                   | SALUD                    | TOTAL APORTES |
|                    |              |                     |                           |                     |                         |                     |                 |                          |                                    |               | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                 |                   |                          |               |
| 01                 | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,250.00        | 2,273.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 227.30             | 36.37                 | 13.91           | 15.84                     | 293.42          | 1,979.58          | 92.07                    | 92.07         |
| 02                 | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,200.00        | 2,130.00                 | SNP                                | 120.90        | -                                  | -                  | -                     | -               | 4.40                      | 125.30          | 2,004.70          | 83.70                    | 83.70         |
| 03                 | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,300.00        | 2,323.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 19.84                     | 152.42          | 2,170.58          | 92.07                    | 92.07         |
| 04                 | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,100.00        | 2,123.00                 | AFP                                | -             | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 3.84                      | 135.91          | 1,987.09          | 92.07                    | 92.07         |
| 05                 | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,220.00        | 2,243.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 13.44                     | 146.02          | 2,096.98          | 92.07                    | 92.07         |
| 06                 | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,250.00        | 2,273.00                 | AFP                                | -             | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 15.84                     | 149.34          | 2,123.66          | 92.07                    | 92.07         |
| 07                 | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,180.00        | 2,203.00                 | AFP                                | -             | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 10.24                     | 142.31          | 2,060.69          | 92.07                    | 92.07         |
| 08                 | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,190.00        | 2,213.00                 | AFP                                | -             | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 11.04                     | 142.29          | 2,070.71          | 92.07                    | 92.07         |
| <b>TOTALES S/.</b> |              |                     |                           |                     | <b>7,440.00</b>         | <b>651.00</b>       | <b>9,690.00</b> | <b>17,781.00</b>         |                                    | <b>120.90</b> | -                                  | <b>841.10</b>      | <b>133.14</b>         | <b>97.39</b>    | <b>94.48</b>              | <b>1,287.01</b> | <b>16,493.99</b>  | <b>728.19</b>            | <b>728.19</b> |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL

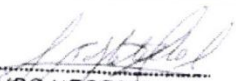
RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: JULIO - 2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA |           | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|-----------|--------------------------|--------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA | TOTAL DESCUENTO   | SALUD     | TOTAL APORTES            |        |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | AFP                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |           |                          |        |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,280.00       | 2,303.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 230.30             | 36.85                 | 13.91           | 18.24                     | 299.30            | 2,003.70  | 92.07                    | 92.07  |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,230.00       | 2,160.00                 | SNP                                | 120.90  | -                                  | -                  | -                     | -               | 6.80                      | 127.70            | 2,032.30  | 83.70                    | 83.70  |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,320.00       | 2,343.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 21.44                     | 154.02            | 2,188.98  | 92.07                    | 92.07  |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,250.00       | 2,273.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 15.84                     | 147.91            | 2,125.09  | 92.07                    | 92.07  |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,260.00       | 2,283.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 16.64                     | 149.22            | 2,133.78  | 92.07                    | 92.07  |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,330.00       | 2,353.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 22.24                     | 155.74            | 2,197.26  | 92.07                    | 92.07  |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,260.00       | 2,283.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 16.64                     | 148.71            | 2,134.29  | 92.07                    | 92.07  |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,220.00       | 2,243.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 13.44                     | 144.69            | 2,098.31  | 92.07                    | 92.07  |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 7,440.00                | 651.00              | 10,150.00      | 18,241.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 844.10             | 133.62                | 97.39           | 131.28                    | 1,327.29          | 16,913.71 | 728.19                   | 728.19 |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL

RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: AGOSTO - 2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | AFP                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.220.00       | 2.243.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 224.30             | 35.89                 | 13.91           | 13.44                     | 287.54            | 1.955.46                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1.120.00       | 2.050.00                 | SNP                                | 120.90  |                                    | -                  | -                     | -               |                           | 120.90            | 1.929.10                 | 83.70  | 83.70         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.260.00       | 2.283.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 16.64                     | 149.22            | 2.133.78                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.170.00       | 2.193.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 9.44                      | 141.51            | 2.051.49                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.170.00       | 2.193.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 9.44                      | 142.02            | 2.050.98                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.190.00       | 2.213.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 11.04                     | 144.54            | 2.068.46                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.140.00       | 2.163.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 7.04                      | 139.11            | 2.023.89                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.140.00       | 2.163.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 7.04                      | 138.29            | 2.024.71                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 7.440.00                | 651.00              | 9.410.00       | 17.501.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 838.10             | 132.66                | 97.39           | 74.08                     | 1.263.13          | 16.237.87                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB'S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL


RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: SETIEMBRE -  
2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           |                 | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA | TOTAL DESCUENTO | REMUNERACIÓN NETA        | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                 |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor<br>01      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,250.00       | 2,273.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 227.30             | 36.37                 | 13.91           | 15.84                     | 293.42          | 1,979.58                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor<br>02      | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,190.00       | 2,120.00                 | SNP                                | 120.90  |                                    | -                  | -                     | -               | 3.60                      | 124.50          | 1,995.50                 | 83.70  | 83.70         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor<br>03      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,300.00       | 2,323.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 19.84                     | 152.42          | 2,170.58                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor<br>04      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,190.00       | 2,213.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 11.04                     | 143.11          | 2,069.89                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor<br>05      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,180.00       | 2,203.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 10.24                     | 142.82          | 2,060.18                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor<br>06      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,240.00       | 2,263.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 15.04                     | 148.54          | 2,114.46                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor<br>07      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,170.00       | 2,193.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 9.44                      | 141.51          | 2,051.49                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor<br>08      | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,190.00       | 2,213.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 11.04                     | 142.29          | 2,070.71                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 7,440.00                | 651.00              | 9,710.00       | 17,801.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 841.10             | 133.14                | 97.39           | 96.08                     | 1,288.61        | 16,512.39                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL



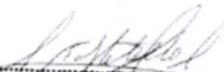
RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: OCTUBRE -  
2018

| ORDEN              | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                 | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |               |                                    |                    |                       |                 |                           |                 | APORTACION DEL EMPLEADOR |               |               |
|--------------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|-----------------|--------------------------|------------------------------------|---------------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|--------------------------|---------------|---------------|
|                    |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS  |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP       | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA | TOTAL DESCUENTO | REMUNERACIÓN NETA        | SALUD         | TOTAL APORTES |
|                    |              |                     |                           |                     |                         |                     |                 |                          |                                    |               | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                 |                          |               |               |
| 01                 | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,260.00        | 2,283.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 228.30             | 36.53                 | 13.91           | 16.64                     | 295.38          | 1,987.62                 | 92.07         | 92.07         |
| 02                 | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,200.00        | 2,130.00                 | SNP                                | 120.90        |                                    | -                  | -                     | -               | 4.40                      | 125.30          | 2,004.70                 | 83.70         | 83.70         |
| 03                 | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,300.00        | 2,323.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 19.84                     | 152.42          | 2,170.58                 | 92.07         | 92.07         |
| 04                 | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,210.00        | 2,233.00                 | AFP                                | -             | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 12.64                     | 144.71          | 2,088.29                 | 92.07         | 92.07         |
| 05                 | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,190.00        | 2,213.00                 | AFP                                | -             | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 11.04                     | 143.62          | 2,069.38                 | 92.07         | 92.07         |
| 06                 | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,250.00        | 2,273.00                 | AFP                                | -             | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 15.84                     | 149.34          | 2,123.66                 | 92.07         | 92.07         |
| 07                 | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,170.00        | 2,193.00                 | AFP                                | -             | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 9.44                      | 141.51          | 2,051.49                 | 92.07         | 92.07         |
| 08                 | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,130.00        | 2,153.00                 | AFP                                | -             | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 6.24                      | 137.49          | 2,015.51                 | 92.07         | 92.07         |
| <b>TOTALES S/.</b> |              |                     |                           |                     | <b>7,440.00</b>         | <b>651.00</b>       | <b>9,710.00</b> | <b>17,801.00</b>         |                                    | <b>120.90</b> | -                                  | <b>842.10</b>      | <b>133.30</b>         | <b>97.39</b>    | <b>96.08</b>              | <b>1,289.77</b> | <b>16,511.23</b>         | <b>728.19</b> | <b>728.19</b> |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL

RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO:NOVIEMBRE -  
2018

| ORDEN       | DNI   | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|-------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |       |                     |                           |                     | SUeldo BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |       |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | AFP                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | ----- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.260.00       | 2.283.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 228.30             | 36.53                 | 13.91           | 16.64                     | 295.38            | 1.987.62                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | ----- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1.010.00       | 1.940.00                 | SNP                                | 120.90  | -                                  | -                  | -                     | -               | -                         | 120.90            | 1.819.10                 | 83.70  | 83.70         |
| 03          | ----- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.380.00       | 2.403.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 26.24                     | 158.82            | 2.244.18                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | ----- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.210.00       | 2.233.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 12.64                     | 144.71            | 2.088.29                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | ----- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.150.00       | 2.173.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 7.84                      | 140.42            | 2.032.58                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | ----- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.270.00       | 2.293.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 17.44                     | 150.94            | 2.142.06                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | ----- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.125.00       | 2.148.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 5.84                      | 137.91            | 2.010.09                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | ----- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1.050.00       | 2.073.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | -                         | 131.25            | 1.941.75                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/. |       |                     |                           |                     | 7.440.00                | 651.00              | 9.455.00       | 17.546.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 842.10             | 133.30                | 97.39           | 86.64                     | 1.280.33          | 16.265.67                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL


RUC:  
2056377789

PLANILLA DE REMUNERACIONES

RAZON SOCIAL: ENTEL PERU S.A. -  
AGENCIA HUARAZ

PERIODO: DICIEMBRE -  
2018

| ORDEN       | DNI          | APELLIDOS Y NOMBRES | CARGO U OCUPACIÓN         | ASIGNACIÓN FAMILIAR | INGRESOS DEL TRABAJADOR |                     |                | TOTAL REMUNERACIÓN BRUTA | RETENCIONES A CARGO DEL TRABAJADOR |         |                                    |                    |                       |                 |                           | REMUNERACIÓN NETA | APORTACION DEL EMPLEADOR |        |               |
|-------------|--------------|---------------------|---------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|----------------|--------------------------|------------------------------------|---------|------------------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------|---------------------------|-------------------|--------------------------|--------|---------------|
|             |              |                     |                           |                     | SUELDO BÁSICO           | ASIGNACIÓN FAMILIAR | OTROS INGRESOS |                          | SNP/AFP                            | ONP/SNP | SISTEMA PRIVADO DE PENSIONES - AFP |                    |                       |                 | RENTA DE QUINTA CATEGORIA |                   | TOTAL DESCUENTO          | SALUD  | TOTAL APORTES |
|             |              |                     |                           |                     |                         |                     |                |                          |                                    |         | APF                                | APORTE OBLIGATORIO | COMISIÓN % SOBRE R.A. | PRIMA DE SEGURO |                           |                   |                          |        |               |
| 01          | -----<br>--- | Vendedor 01         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,260.00       | 2,283.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 228.30             | 36.53                 | 13.91           | 16.64                     | 295.38            | 1,987.62                 | 92.07  | 92.07         |
| 02          | -----<br>--- | Vendedor 02         | Asesor de Ventas Integral | NO                  | 930.00                  | -                   | 1,250.00       | 2,180.00                 | SNP                                | 120.90  | -                                  | -                  | -                     | -               | 8.40                      | 129.30            | 2,050.70                 | 83.70  | 83.70         |
| 03          | -----<br>--- | Vendedor 03         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,310.00       | 2,333.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 20.64                     | 153.22            | 2,179.78                 | 92.07  | 92.07         |
| 04          | -----<br>--- | Vendedor 04         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,210.00       | 2,233.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 12.64                     | 144.71            | 2,088.29                 | 92.07  | 92.07         |
| 05          | -----<br>--- | Vendedor 05         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,230.00       | 2,253.00                 | AFP                                | -       | PRIMA                              | 102.30             | 16.37                 | 13.91           | 14.24                     | 146.82            | 2,106.18                 | 92.07  | 92.07         |
| 06          | -----<br>--- | Vendedor 06         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,270.00       | 2,293.00                 | AFP                                | -       | PROFUTURO                          | 102.30             | 17.29                 | 13.91           | 17.44                     | 150.94            | 2,142.06                 | 92.07  | 92.07         |
| 07          | -----<br>--- | Vendedor 07         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,240.00       | 2,263.00                 | AFP                                | -       | INTEGRA                            | 102.30             | 15.86                 | 13.91           | 15.04                     | 147.11            | 2,115.89                 | 92.07  | 92.07         |
| 08          | -----<br>--- | Vendedor 08         | Asesor de Ventas Integral | SI                  | 930.00                  | 93.00               | 1,200.00       | 2,223.00                 | AFP                                | -       | HORIZONTE                          | 102.30             | 15.04                 | 13.91           | 11.84                     | 143.09            | 2,079.91                 | 92.07  | 92.07         |
| TOTALES S/. |              |                     |                           |                     | 7,440.00                | 651.00              | 9,970.00       | 18,061.00                |                                    | 120.90  | -                                  | 842.10             | 133.30                | 97.39           | 116.88                    | 1,310.57          | 16,750.43                | 728.19 | 728.19        |

  
GRUPO HECEB S.A.C.  
Edgar Castillo Castañeda  
GERENTE GENERAL

QUIEN SUSCRIBE, DOCENTE DE LA ESPECIALIDAD DE LENGUA Y LITERATURA POR LA FACULTADA DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO Y CORRECTOR DE ESTILO DE LA EDITORIAL PAKARINA EDICIONES SAC, DEJA

## CONSTANCIA

Que se ha revisado la ortografía, redacción y ajuste de las citas y referencias al Estilo APA, séptima edición, del informe final de la tesis

**GESTION DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ S. A. C. - HUARAZ - PERIODO 2018.**

Autores:

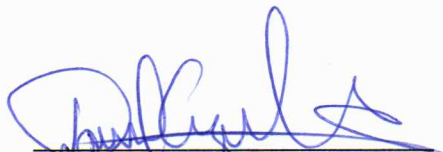
Bach. Gonzales Salvador, Julio Cesar

Bach. Rodriguez Veramendi, Gino Thommy

En tal virtud, se considera que cumple con las exigencias normativas del español y estilo APA para este tipo y nivel de trabajo.

En honor a la verdad, se expide la presente para los fines consiguientes.

Huaraz, 08 de julio de 2021



Daniel Roger Gonzales Rosales

Corrector de estilo

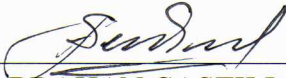
Esp. Lengua y Literatura




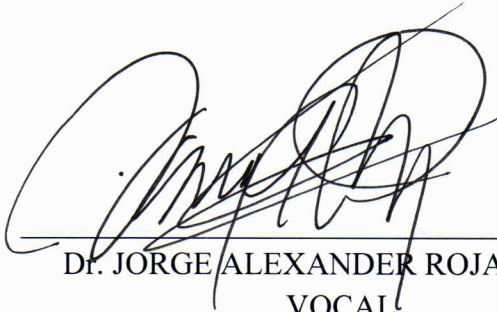
## AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

Los miembros del jurado evaluador de la Tesis: ***"GESTIÓN DE VENTAS Y LA COMPENSACIÓN ECONÓMICA DE LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA ENTEL PERÚ S.A.C. – HUARAZ – PERIODO 2018"***, presentado por los bachilleres ***GONZALES SALVADOR JULIO CESAR*** y ***RODRIGUEZ VERAMENDI GINO THOMMY***, el cual observa las características y esquemas establecido por la Facultad de Economía y Contabilidad de la UNASAM, por lo que se encuentra en condiciones para proceder al EMPASTADO correspondiente.

Huaraz, Julio del 2021

  
Dr. ABRAHAM CASTILLO ROMERO  
PRESIDENTE

  
Dr. WILLIAM ZACARIAS OJEDA PEREDA  
SECRETARIO

  
Dr. JORGE ALEXANDER ROJAS VEGA  
VOCAL