

RESUMEN

Autor [Goicochea Ortiz de Zevallos, E.](#)
Autor corporativo [Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima \(Peru\). Facultad de Economía y Planificación](#)
Título **Análisis de las ventas de líneas celulares luego de la implementación de un modelo de gestión de indicadores de actividad**
Impreso Lima : UNALM, 2018

Copias

Ubicación	Código	Estado
Sala Tesis	E70. G65 - T	USO EN SALA
Descripción	28 p. : 4 gráficos, 11 tablas, 8 ref. Incluye CD ROM	
Tesis	Trabajo Monográfico (Ing Gestión Empresarial)	
Bibliografía	Facultad : Economía y Planificación	
Sumario	Sumario (Es)	
Materia	TELECOMUNICACIONES VENTAS GERENTES DATOS ESTADISTICOS GESTION ANALISIS DE DATOS EVALUACION PERU LINEAS CELULARES VENTRAS TRIMESTRALES EJECUTIVOS DE VENTAS INDICADORES DE ACTIVIDAD	
Nº estándar	PE2018000840 B / M EUV E70; E20	

La fuerza comercial de una empresa tiene como función principal la venta de productos y/o servicios tanto a clientes actuales de la empresa como a futuros prospectos. Es a través de una adecuada investigación de las necesidades del cliente que se realiza una venta sólida y consistente. Con el fin de contribuir a conseguir los resultados esperados en el plan anual de ventas de la empresa. Un correcto levantamiento de necesidades se realiza a través del contacto adecuado con las personas de la organización que validen la propuesta de valor ofrecida. La función de un Ejecutivo de Negocios es lograr interrelacionarse con las personas de las cuales dependen las decisiones de compra. Cuantos más contactos tenga el Ejecutivo de Negocios con los distintos decisores que se encuentren en su cartera de clientes, más probabilidades tendrá de realizar una mayor cantidad de ventas. Es decir, al tener una mayor cantidad de actividad dentro de su cartera de clientes conseguirá, finalmente, una mayor productividad mensual. Es por este motivo, que para una gerencia del área comercial es importante contar con una herramienta o instrumento que permita evaluar el desempeño de sus Ejecutivos en función a sus actividades diarias y que esto permita dar señales de alerta para no perder la dirección con relación a los objetivos del plan de ventas del área.