

UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANZAS
CORPORATIVAS



**“La Selección de Personal y su Efecto en la Gestión Comercial de la
Empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L – Año 2022”**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Para optar el Título Profesional de
Contador Público**

AUTOR:

Johana Sinty Saravia Tasayco

ASESOR:

Mag. Juan José Murrieta Campos

LIMA - PERÚ

2023

“La Selección de Personal y su Efecto en la Gestión Comercial de la Empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L – Año 2022”

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

15%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	3%
3	docplayer.es Fuente de Internet	2%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	www.mintra.gob.pe Fuente de Internet	1%
6	binternational.net Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.redssoma.com Fuente de Internet	1%

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera; a toda mi familia, principalmente a mis padres que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, a mis hijos que son y serán siempre mi fuente de inspiración y el motivo de mi superación personal.

Y a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron a que llegue hasta esta parte de mi vida.



AGRADECIMIENTO

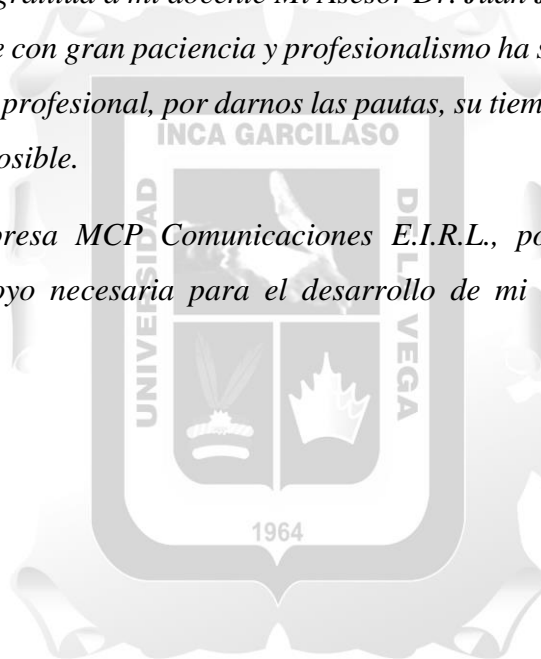
Me siento muy orgullosa de hacer mención de todos aquellos que me ayudaron a poder llegar al cumplimiento de esta meta tan anhelada que es mi Título Profesional a través del curso de suficiencia profesional.

Primeramente, agradezco a Dios por darme la voluntad la fuerza para seguir adelante en todo este proceso de realización personal.

A mi familia por ser de apoyo constante e incondicional quienes nunca dudaron de mi capacidad en todo este proceso.

Mi agradecimiento y gratitud a mi docente Mi Asesor Dr. Juan José Murrieta Campos, por ser la persona que con gran paciencia y profesionalismo ha sabido direccionar este trabajo de suficiencia profesional, por darnos las pautas, su tiempo y sus conocimientos de la mejor manera posible.

Agradezco a la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L., por facilitarme toda la información y el apoyo necesaria para el desarrollo de mi trabajo de suficiencia profesional.



ÍNDICE GENERAL

Pág

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	8
ABSTRACT AND KEYWORDS.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	12
1.1 DATOS GENERALES:	12
<i>1.1.1. Razón social: MCP COMUNICACIONES E.I.R.L</i>	<i>12</i>
<i>1.1.2. RUC: 20534930250</i>	<i>12</i>
<i>1.1.3. Dirección: Calle Mariscal Benavides N°161 – Chincha Alta</i>	<i>12</i>
<i>1.1.4. Contacto: Srta. Yuliana Alvarado Sunción - Administradora</i>	<i>12</i>
1.2 ACTIVIDAD PRINCIPAL:	12
1.3 RESEÑA HISTÓRICA Y REALIDAD PROBLEMÁTICA:	13
<i>1.3.1 Reseña Histórica de la Empresa:.....</i>	<i>13</i>
<i>1.3.2 Realidad Problemática de la Empresa</i>	<i>14</i>
1.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:	18
<i>1.4.1 Misión:</i>	<i>18</i>
<i>1.4.2 Visión:</i>	<i>18</i>
<i>1.4.3 Valores:</i>	<i>18</i>
1.5 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DONDE EL BACHILLER REALIZÓ SUS ACTIVIDADES:.....	19
<i>1.5.1 Área de Contabilidad:.....</i>	<i>19</i>
CAPITULO II: MARCO TEORICO	20
2.1 MARCO TEÓRICO GENERAL:	20
<i>2.1.1 Antecedentes Internacionales:</i>	<i>20</i>
<i>2.1.2 Antecedentes Nacionales:</i>	<i>20</i>
2.2 MARCO TEÓRICO ESPECIFICO:	21
2.2.1 Selección de Personal:	21
<i>2.2.2.2 Importancia de la Selección de Personal:.....</i>	<i>22</i>
<i>2.2.1.3 Fases del Proceso de Selección del Personal:</i>	<i>23</i>
<i>2.2.1.4 Principios de La Selección de Personal:.....</i>	<i>25</i>
<i>2.2.1.5 Bases del Proceso Selectivo:</i>	<i>27</i>
<i>2.2.1.6 Objetivo de un proceso de Selección del Personal:</i>	<i>29</i>
<i>2.2.1.7 Ventajas de la selección de personal:</i>	<i>30</i>
<i>2.2.1.8 Desventajas de la selección de personal:.....</i>	<i>30</i>
<i>2.2.1.9 Diferencia entre reclutamiento y selección de personal</i>	<i>32</i>
2.2 Gestión Comercial:	33
<i>2.2.2.1 Definición:</i>	<i>33</i>

2.2.2.2	<i>Importancia en la gestión comercial:</i>	34
2.2.2.3	<i>Características de la Gestión Comercial:</i>	35
2.2.2.4	<i>Objetivos de la Gestión Comercial:</i>	35
2.2.2.5	<i>Ventajas de una gestión comercial:</i>	36
2.2.2.6	<i>Elementos de la gestión comercial:</i>	37
2.2.2.7	<i>Gestión de desempeño</i>	38
2.2.2.8	<i>Motivación Personal:</i>	39
2.2.2.9	<i>Comisión de ventas:</i>	40
3.1	CONTEXTO LABORAL – SITUACIONAL:	44
3.1.1	<i>Definición:</i>	44
3.1.2	<i>Objeto de la Ley N° 28015</i>	44
3.1.3	<i>Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo Decreto Supremo N°005-2012-TR</i>	47
3.1.4	<i>Requisitos para ser supervisor de Seguridad y Salud en el trabajo</i>	48
3.1.5	<i>Objetivo de la Seguridad y Salud en el Trabajo</i>	48
3.1.6	<i>Condiciones de Trabajo</i>	49
3.1.7	<i>Ley 29981 – SUNAFIL</i>	50
3.1.8	<i>Ley 28806 – Ley de General de Inspección de Trabajo (LGIT)</i>	50
3.2	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL BACHILLER:	63
3.2.1	<i>Funciones realizadas por el bachiller:</i>	64
CAPITULO IV: APLICACIÓN PRÁCTICA		66
4.1	DESARROLLO PRACTICO DE LAS CONTRIBUCIONES PLANTEADAS POR EL BACHILLER EN LA EMPRESA	66
4.1.1	<i>Síntesis de la Realidad Problemática:</i>	66
4.1.2	<i>Desarrollo del Caso:</i>	66
4.1.2.1	<i>Situación actual de la empresa</i>	66
4.1.2.2	<i>Causas:</i>	67
4.2	Caso Practico:	69
4.2.1	<i>Situación actual de la empresa</i>	69
4.2.2	<i>PROPUESTA DE SOLUCION</i>	93
4.2.2.1	<i>CASO PRACTICO</i>	93
4.3	<i>Explicación de las alternativas de Solución:</i>	97
CONCLUSIONES		98
RECOMENDACIONES		99
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS		101
ANEXOS		103

INDICE DE FIGURAS	Pág
<i>Figura 1 Línea de tiempo de la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L.....</i>	<i>88</i>
<i>Figura 2 Organigrama de la Empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L</i>	<i>122</i>
<i>Figura 3 Organigrama de Establecimientos Anexos</i>	<i>144</i>
<i>Figura 4 Crecimiento de ingresos operativos por línea de negocio (en millones de S/.)</i>	<i>155</i>
<i>Figura 5 Diagrama Ishikawa Mala Selección de Personal.....</i>	<i>177</i>
<i>Figura 6 Layout del área de Contabilidad</i>	<i>19</i>
<i>Figura 7 Búsqueda y Selección de Personal</i>	<i>222</i>
<i>Figura 8 Fases del Proceso de</i> <i>Selección.....</i>	<i>255</i>
<i>Figura 9 Principio de la Selección de Personal</i>	<i>266</i>
<i>Figura 10 Principios según Taylor</i>	<i>277</i>
<i>Figura 11 Tipos de Entrevistas</i>	<i>29</i>
<i>Figura 12 Ventajas y Desventajas de Selección de Personal</i>	<i>311</i>
<i>Figura 13 Diferencia entre reclutamiento y Selección de Personal</i>	<i>333</i>
<i>Figura 14 Elementos de la Gestión Comercial</i>	<i>388</i>
<i>Figura 15 Motivación del Personal</i>	<i>39</i>
<i>Figura 16 Cuadro de comisiones de Líneas Postpagos</i>	<i>411</i>
<i>Figura 17 Cuadro de Cuota del mes de febrero 2022</i>	<i>422</i>
<i>Figura 18 Descuentos si no se cumple con la cuota establecida para el mes</i>	<i>433</i>
<i>Figura 19 T-Registro, personal en planilla</i>	<i>466</i>
<i>Figura 20 Acreditación al Mype Laboral - Pequeña Empresa</i>	<i>466</i>
<i>Figura 21 Beneficios según Remype.....</i>	<i>477</i>
<i>Figura 22 Fiscalización en Seguridad y Salud en el Trabajo</i>	<i>49</i>
<i>Figura 23 Disposiciones Legales en materia de Seguridad y Salud en el trabajo</i>	<i>511</i>

<i>Figura 24 T-Registro Alta de Supervisor</i>	633
<i>Figura 25 Responsabilidades del Bachiller</i>	655
<i>Figura 26 Pedido de equipos</i>	69
<i>Figura 27 Sistema de Claro - Pedido de Equipos</i>	70
<i>Figura 28 Sistema de Claro - Venta de equipos</i>	711
<i>Figura 29 Sistema Claro - Acuerdo de Contrato</i>	722
<i>Figura 30 Sistema Claro - Modelo de Contrato de Equipo</i>	733
<i>Figura 31 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	744
<i>Figura 32 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	755
<i>Figura 33 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	766
<i>Figura 34 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	777
<i>Figura 35 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	788
<i>Figura 36 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	79
<i>Figura 37 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	80
<i>Figura 38 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	811
<i>Figura 39 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	822
<i>Figura 40 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	833
<i>Figura 41 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	844
<i>Figura 42 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	855
<i>Figura 43 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	866
<i>Figura 44 Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo</i>	877
<i>Figura 45 Correo de solicitud de fraccionamiento</i>	888
<i>Figura 46 Correo de solicitud de fraccionamiento</i>	89
<i>Figura 47 Correo de solicitud de fraccionamiento</i>	89

Figura 48	<i>Correo de Solicitud de Compensación</i>	90
	Figura 49 <i>Estado de cuenta según sistema de claro</i>	911
	Figura 50 <i>Correo de Fraccionamiento</i>	922
	Figura 51 <i>Portal del Sistema claro</i>	933
	Figura 52 <i>Portal del Sistema claro</i>	944
	Figura 53 <i>Vendedor ingresando con DNI y huella para realizar la venta</i>	944
Figura 54	<i>Cliente pasando huella por el biométrico</i>	955
Figura 55	<i>Foto de conformidad de entrega del producto- cliente Castilla Guerra Yudith</i>	955
Figura 56	<i>Pasos para registrar al cliente en la app mi claro</i>	966

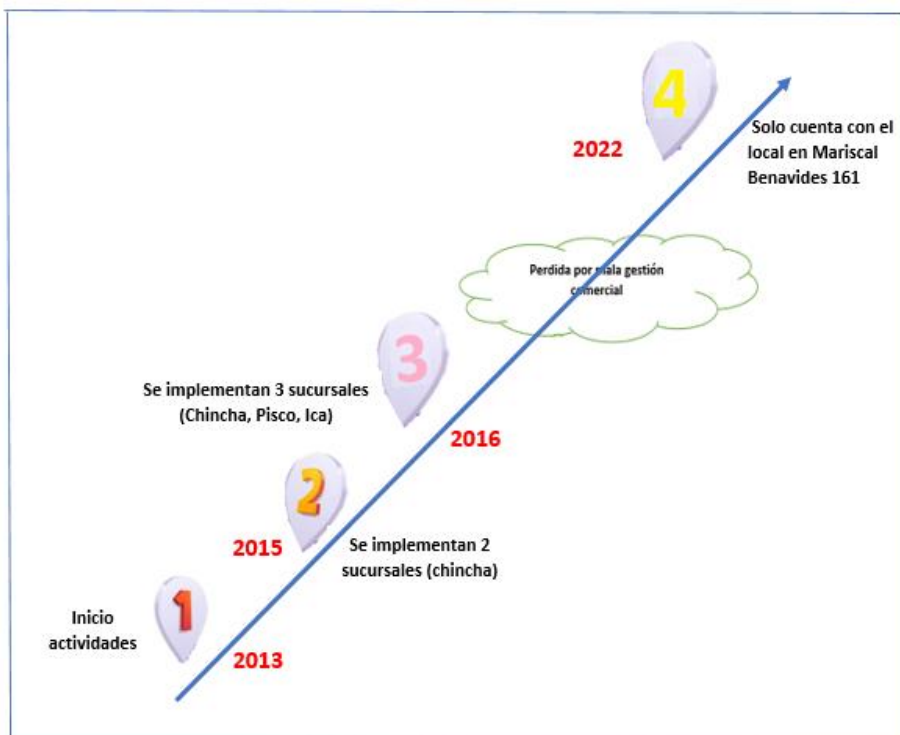


RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

La empresa MCP COMUNICACIONES E.I.R.L, es un Distribuidor autorizado por la empresa América Móvil; somos una empresa de telecomunicación, información y entretenimiento, que trabaja de la mano con los clientes para poder satisfacer las necesidades del mercado, la cual brindamos servicios y asesoría en venta de equipos celulares, portabilidades y planes postpago, venta de recarga por mayor y virtual.

Figura 1

Línea de tiempo de la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L



¿Qué problema hemos detectado?

La empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L.; viene presentando algunas inconsistencias en las ventas realizadas en el año 2022, de las cuales hemos podido observar la baja rentabilidad de telefonía móvil.

Dado este problema, hemos tenido falta de liquidez, tensiones internas, despidos y precipitadas decisiones, al analizar mal los motivos que originan el problema, que en

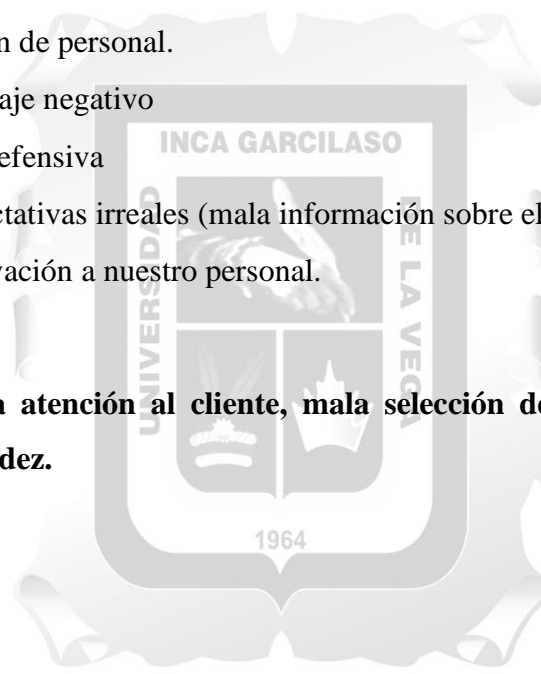
muchas ocasiones está más relacionado con una mala estrategia de marketing que otra cosa; o no conseguimos suficiente visibilidad teniendo en cuenta que hay estrategias que dan resultados a corto plazo, mientras que habrá otras que requieran de más tiempo para ser efectivas.

La mala atención al cliente puede tener efectos realmente negativos, por lo que debemos evitar no cumplir con las expectativas del cliente, en términos de calidad de servicio, tiempo de respuesta o experiencia general del cliente; teniendo como resultado un déficit de ventas y pérdida de ganancias para nuestro negocio.

Luego de analizar nuestro problema podemos mencionar las posibles causas a nuestra mala gestión:

- Mala selección de personal.
- Usar un lenguaje negativo
- Ponerse a la defensiva
- Generar expectativas irreales (mala información sobre el producto)
- Falta de motivación a nuestro personal.

Palabras clave: **mala atención al cliente, mala selección de personal, déficit de ventas, falta de liquidez.**



ABSTRACT AND KEYWORDS

The company MCP COMUNICACIONES EIRL, is a Distributor authorized by the company América Móvil; We are a telecommunications, information and entertainment company that works hand in hand with customers to meet the needs of the market, which we provide services and advice on the sale of cellular equipment, portability and post-payment plans, wholesale recharge sales. and virtual.

What problem have we detected?

The company MCP Communications E.I.R.L; It has been presenting some inconsistencies in the sales made in 2022, of which we have been able to observe the low profitability of mobile telephony.

Given this problem, we have had a lack of liquidity, internal tensions, layoffs and hasty decisions, by misanalyzing the reasons that cause the problem, which on many occasions is more related to a bad marketing strategy than anything else; or we do not get enough visibility taking into account that there are strategies that give results in the short term, while there will be others that require more time to be effective.

Poor customer service can have really negative effects, so we must avoid not meeting customer expectations, in terms of service quality, response time, or overall customer experience, resulting in a sales deficit and lost profits for our business.

After analyzing our problem, we can mention the possible causes of our mismanagement:

- Leave calls on hold due to lack of staff.
- Using negative language
- Get defensive
- Generate unrealistic expectations (misinformation about the product)
- Lack of motivation to our staff.

Keywords: customer service, sales deficit, lack of liquidity.

INTRODUCCIÓN

En el presente Trabajo de Suficiencia Profesional se presenta La Selección de Personal y su Efecto en la Gestión Comercial de la Empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L – Año 2022, cuyo contenido está compuesto de los siguientes capítulos:

En el Capítulo I encontraremos la información general de la empresa, así como los datos generales, actividad principal, la reseña histórica de la empresa, así como la realidad problemática y finalmente una breve descripción del área involucrada.

En el Capítulo II encontraremos en el marco teórico general, los antecedentes nacionales e internacionales, los cuales guardan relación con nuestro tema y sirven al mismo tiempo para fundamentar la presente investigación, así como también el marco teórico específico que fundamenta a través de principios, normas y procedimientos, las bases teóricas de cada una de las variables utilizadas en el tema en cuestión.

En el Capítulo III encontraremos la aplicación profesional, considerando el contexto laboral situacional y una descripción detallada de las actividades realizadas por el bachiller.

En el Capítulo IV encontraremos la aplicación práctica, con el desarrollo de casos, los cuales servirán para brindar una alternativa de solución al problema analizado, como parte de las contribuciones planteadas por el bachiller, y finalmente arribaremos a las conclusiones y recomendaciones planteadas en el presente Trabajo de Suficiencia Profesional.

CAPITULO I: INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

1.1 DATOS GENERALES:

1.1.1. Razón social: MCP COMUNICACIONES E.I.R.L

1.1.2. RUC: 20534930250

1.1.3. Dirección: Calle Mariscal Benavides N°161 – Chincha Alta

1.1.4. Contacto: Srta. Yuliana Alvarado Sunción - Administradora

1.2 ACTIVIDAD PRINCIPAL:

La empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L. brinda servicio de otras actividades de telecomunicaciones (CIU N° 6190), la cual ofrece la venta de equipos celulares en renovación, líneas prepago, portabilidades y/o internet en fibra óptica, recargas al por mayor y pagos de líneas.

Figura 2

Organigrama de la Empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L



1.3 RESEÑA HISTÓRICA Y REALIDAD PROBLEMÁTICA:

1.3.1 Reseña Histórica de la Empresa:

La empresa MCP COMUNICACIONES E.I.R.L., fue inscrita mediante escritura pública, el 08 de mayo del 2013; ante notario público de Chincha, por el Dr. Pardo Neyra, Juan Ramon (Titulo N° 4821-09/05/2013), inscrita por partida registral P11042442; con RUC: 20534930250; representada por Milton Cueva Pizarro, gerente general ubicada en Urb. Viñedos de Chincha Mz L1 lote 01 – Grocio Prado – Chincha – Ica.

En el año 2015, se alquilaron 2 locales, una de ellas ubicados en Calle Mariscal Castilla N°138 Int 01 (entre calle Benavides y calle Italia) y la otra en Calle Mariscal Benavides N° 161.

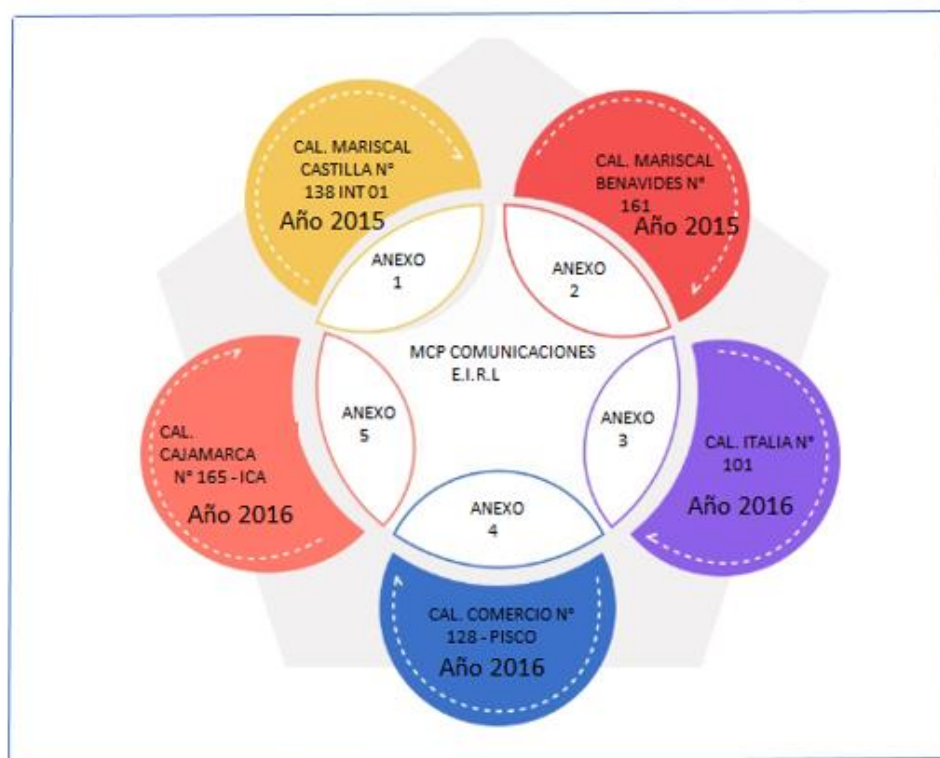
En el 2016, se alquilaron 3 locales más ubicados en Calle Italia N° 101 – Chincha Alta; Calle Comercio N°128 - Pisco; y Calle Cajamarca N°165 – Ica.

Todas las sucursales brindaban servicio de recargas al por mayor, recargas por tarjeta, venta de equipos celulares, portabilidades, renovación y líneas postpago.

Al pasar de los años, la empresa fue cerrando todas las sucursales por el efecto en la gestión comercial que tuvo en esos años, hoy en la actualidad solo cuenta con un local que se encuentra ubicado en Calle Mariscal Benavides N° 161 – Chincha.

Figura 3

Organigrama de Establecimientos Anexos



1.3.2 Realidad Problemática de la Empresa

El Perú experimentó un crecimiento del 12% durante el primer trimestre del 2022 en comparación con el mismo periodo al año anterior. Los ingresos de telecomunicaciones totalizaron S/ 4'934,500, según el informe el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL).

Es importante destacar que el crecimiento es un índice de mayor demanda de servicios de telecomunicaciones en el país, lo que podría estar relacionado con la adopción de tecnologías digitales y el aumento del uso de internet y dispositivos móviles.

De acuerdo con el informe del Análisis del Desempeño Financiero del Sector Telecomunicaciones, elaborado por la Dirección de Políticas Regulatorias y Competencia (DPRC) del ente regulador, el resultado se sustentó por los mayores ingresos registrados en las líneas de negocio Venta de Equipos, Servicios Móviles e Internet fijo, en los tres primeros meses de año.

“En el caso de Venta de equipos, los ingresos se incrementaron en 21,2 %, impulsados por las ofertas comerciales de las empresas operadoras, a través de financiamientos, descuentos por portabilidad, cuota inicial cero, entre otros”, señala el informe del OSIPTEL.

Mientras que, los ingresos de la línea de negocio Internet Fijo crecieron en 11,6 %, debido a la mayor cantidad de conexiones, luego de alcanzar la cifra récord de S/. 3'081,542 a marzo de 2022, lo que significó una expansión de 7,7% en comparación al número de conexiones registradas al cierre del primer trimestre del año 2021.

Estas tres líneas de negocios (Servicios Móviles, Venta de Equipos e Internet Fijo) continuaron siendo las principales generadoras de ingresos, representando el 81,8 % del total de ingresos del sector telecomunicaciones.

Claro Perú es subsidiaria de América Móvil, S.A.B. de C.V. y opera en el país desde el 10 de agosto de 2005.

Figura 4

Crecimiento de ingresos operativos por línea de negocio (en millones de S/.)



Nota: Norma de requerimiento de información periódica (NRIP)

Elaboración: Dirección de Políticas Regulatorias y Competencias (DPRC)

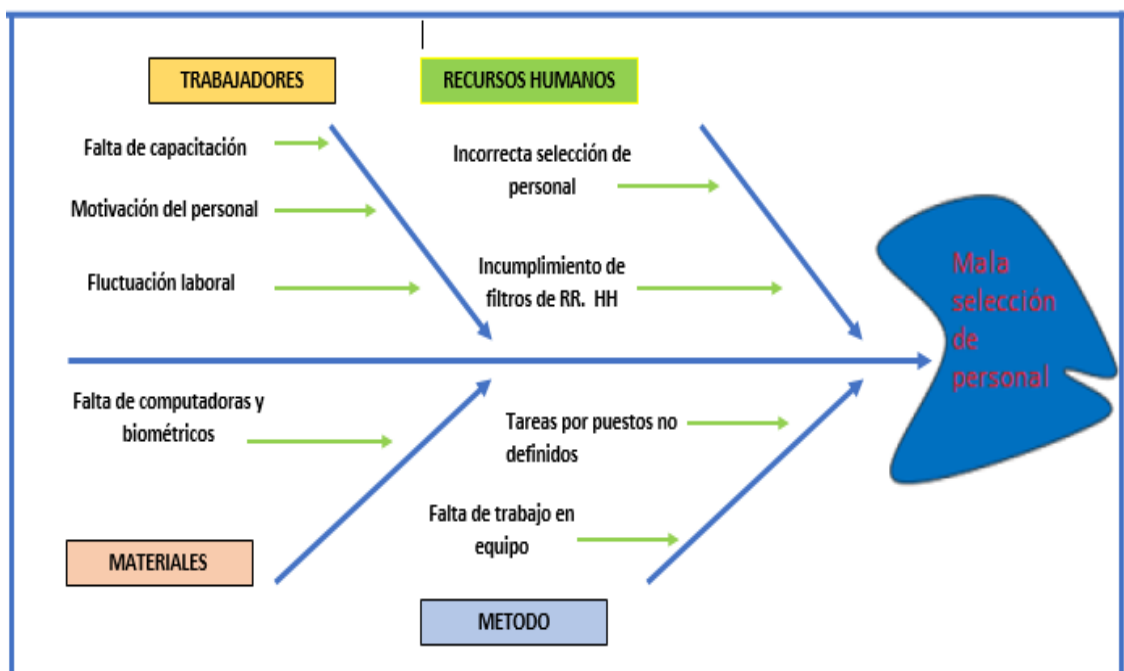
La empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L., es un distribuidor autorizado por América Móvil; dedicada a la venta de equipos móviles, venta de recarga al por mayor y/o virtual, pagos de líneas postpagos, renovación e internet en fibra óptica, ha tenido como efecto la inadecuada gestión comercial teniendo como consecuencia pérdida de clientes, sin embargo, esto conlleva a tener una rentabilidad baja por falta de captación de clientes.

La empresa, en el Ejercicio 2022 en el mes de febrero y marzo se vio afectada por los reclamos que hicieron algunos clientes a la empresa América Móvil señalándonos como responsables de las ventas de equipos y líneas postpagos activadas que se dieron en esos meses, ya que en ese entonces no era obligatorio la huella dactilar para adquirir cualquier tipo de servicio, ya sea la renovación de equipos o activación de líneas para pagar mensual, en ese entonces hubo vendedores en campo, que se aprovecharon de esa modalidad para poder acceder a la renovación de equipos a nombre de los clientes firmando contratos falsificando sus firmas; trayendo como consecuencias el desconocimiento de los contratos firmados por líneas y la adquisición de equipos.

Esto nos trajo la obtención de penalidades, las cuales fueron perjudiciales para la empresa, ya que no podíamos hacer uso de la línea de crédito que teníamos para poder adquirir equipos, recargas, recaudo; llevándonos a estar como 2 meses sin ventas de equipos, perjudicando a la empresa y a los trabajadores, ya que ellos tienen un porcentaje de comisión de venta, la cual deben llegar mensualmente.

Figura 5 Diagrama Ishikawa

Mala Selección de Personal



Después de realizar una investigación del problema llegamos a la conclusión:

- a) No tenemos un plan estratégico de capacitaciones; lo cual lograría que el colaborador conozca más sobre el producto a vender y pueda desenvolverse con mayor eficiencia y eficacia sin correr diferentes riesgos con efectos negativos, como la pérdida de productividad o el costo de rotación de trabajadores, considerando también la posibilidad de que los clientes perdidos, puedan haber sido causa de errores cometidos por los colaboradores capacitados inadecuadamente.
- b) No hay un análisis de mercado, previo a todo proceso para ventas, lo principal es conocer el sector donde competimos, es importante cuáles son tus competidores y que estrategias usamos para poder atraer o simplemente buscar más información acerca de sus gustos, intereses o necesidades.
- c) Una mejor atención al cliente: hay estudios donde señalan que los consumidores abandonan la marca por una pésima atención. Por otro

lado, si el cliente está feliz y satisfecho luego de su compra, es una señal de que volverá a comprar productos o contratar nuestros servicios.

- d) Falta de Publicidad en redes sociales: nos permite fortalecer la marca y alcanzar un público más grande, usándola como una herramienta para la comunicación directa y lograr, así, generar más confianza y empatía con las personas al mostrar un lado más humano.
- e) Ventaja competitiva: el truco para sobresalir en un mercado tan competitivo es la diferenciación, si buscamos incrementar las ventas tenemos que ofrecer un producto o servicio con una propuesta de valor adicional, tiene que ser lo suficientemente atractiva para lograr un buen impacto.

1.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES:

1.4.1 Misión:

Proveer servicios de telecomunicaciones con la más alta calidad, más amplia cobertura y constante innovación para anticiparnos a las necesidades de comunicación de nuestros clientes.

1.4.2 Visión:

Ser una empresa líder, en venta de equipos móviles que marque la diferencia con tecnología e innovación y un equipo humano competitivo, donde nuestros clientes encuentren todas sus necesidades en un mismo lugar.

1.4.3 Valores:

a) Eficiencia:

Utilizamos nuestros mejores recursos para poder alcanzar nuestros objetivos con la finalidad de poder satisfacer a nuestro cliente.

b) Compromiso con nuestros clientes:

Es el factor más importante como trabajador, demostrar nuestros conocimientos, habilidades y experiencias con el objetivo de poder llenar las expectativas del cliente.

c) Sostenibilidad:

Actuamos con ética, responsabilidad y productividad para poder contribuir a tener una buena imagen en el mercado competitivo.

1.5 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA DONDE EL BACHILLER REALIZÓ SUS ACTIVIDADES:

1.5.1 Área de Contabilidad:

El área de contabilidad está compuesta por 4 Asistentes contable y el Contador público colegiado.

1.5.1.1 Ubicación:

El área de contabilidad de la empresa MCP Comunicaciones está situado en la oficina principal de Calle Pisco N° 248 Chincha Alta – Ica.

1.5.1.2 Layout:

A continuación, se muestra el layout del área de contabilidad, el cual tiene las siguientes medidas: 2.80 mts alto, 5.30 mts de largo y 2.80mts de ancho.

Figura 6

Layout del área de Contabilidad



CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 MARCO TEÓRICO GENERAL:

2.1.1 Antecedentes Internacionales:

María Ponce (2018), Guayaquil, “Modelo de reclutamiento y selección de personal en el área comercial para mejorar las ventas de la compañía F&E Ecuatoriana en la ciudad de Guayaquil”, presenta dificultad para atraer a los candidatos adecuados, por la falta de un plan estratégico para el reclutamiento y selección de personal. Si no se tiene una estrategia sólida de reclutamiento, es posible no obtener resultados positivos, tomar decisiones basadas en criterios subjetivos en lugar de criterios y objetivos relevantes para el puesto, teniendo como consecuencia la rotación de personal, afectando el margen de ganancias debido a los costos, gastos y el área comercial obteniendo como resultado la baja productividad.

Manquillo (2021) Colombia, “Análisis de factores que incidieron en el proceso de selección de personal en la Alcaldía de Guaduas, Cundinamarca durante el año 2020”, señala que tiene como objetivo identificar los factores que tuvieron mayor influencia en el proceso de selección de personal administrativo en la alcaldía de Guaduas, Cundinamarca durante el año 2020. Se podría llevar a cabo una revisión exhaustiva de la documentación relacionada con el proceso de selección de personal administrativa en la alcaldía de Guaduas Cundinamarca durante el año 2020, tales como actas, convocatorias, resoluciones, entre otros. También se puede realizar entrevistas a los responsables del proceso de selección y a los empleados que resultaron seleccionados, con el fin de conocer su opinión y percepción sobre los factores que influyeron en su elección.

2.1.2 Antecedentes Nacionales:

Ramírez Valencia (2019), Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, en su tesis El Proceso de la Selección de Personal como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro, actividades de agencias de viaje turísticos, distrito de Huaraz, 2019, tiene como factor extremadamente relevante en cualquier organización, esto se debe al proceso de selección de personal tiene un

impacto directo en la calidad de los empleados que se contratan y por ende la eficacia y eficiencia de la organización en su conjunto, la mala información brindada tiene como graves consecuencias para la rentabilidad de la empresa por no satisfacer las necesidades del cliente ocasionando una pérdida de ingresos a largo plazo.

Alva Medina (2019), Universidad Privada de Ciencias Aplicadas, en su tesis “Propuesta de un proceso de gestión comercial basada en la gestión por procesos para mejorar la productividad del sector agrícola, palta has, en irrigación, cabeza de toro del departamento de Ica, Perú”, ejecuta un diseño de gestión de procesos para mejorar la rentabilidad para la cooperativa, la cual el objetivo es el impacto directo en la rentabilidad en la mejora de la producción, ventas, marketing y distribución y así poder llegar al mercado nacional e internacional. Esto implica la realización de análisis de costos, tiempos y movimientos, análisis de riesgo con la finalidad de aumentar la eficiencia y reducir los costos, alinear los objetivos y que sean realistas y factibles.

2.2 MARCO TEÓRICO ESPECIFICO:

2.2.1 Selección de Personal:

2.2.1.1 Definición:

Según Chiavenato (2001, pág. 238-245) En su libro “Selección del Personal, según autores” define, la Selección de Personal como un proceso de toma de decisiones, basados en datos confiables, con la finalidad de añadir talentos y competencias que contribuyen al éxito a largo plazo de la organización; es decir seleccionar al candidato más adecuado para el puesto de trabajo que existe en una determinada organización.

La selección de personal, es una serie de evaluaciones del perfil profesional, que se realiza entre personas, que demostraran interés en ocupar un puesto laboral disponible, en una determinada organización, a través de un proceso que se da, desde el inicio de la inscripción a la posibilidad del cargo, evaluando las calificaciones y habilidades de cada aspirante que cumpla con los requisitos y expectativas necesarias.

(Mare Nostrum Business School, 2023) indica; que este proceso que se sigue para la contratación de un empleado, a través del cual una empresa busca un nuevo empleado para cubrir un puesto laboral que ha quedado vacante recientemente en la organización. Este procedimiento consta de varias fases teniendo como objetivo encontrar al mejor prospecto.

Figura 7

Búsqueda y Selección de Personal



Nota: Etapas en el proceso de reclutamiento de personal (figura)2023, <https://blog.kenjo.io/es>

2.2.1.2 Importancia de la Selección de Personal:

Según Tarazona, A. (2014), manifiesta que el proceso de reclutamiento de personal, antes de la selección, es uno de los principales pilares para la gestión de recursos humanos, ya que permite seleccionar a los candidatos idóneos para los puestos vacantes en la organización, teniendo en cuenta los conocimientos y experiencia necesarios para el desempeño exitoso de las funciones del puesto vacante teniendo como resultados una mejor eficiencia, productividad e incremento en la rentabilidad para la empresa.

(QuestionPro, Selección de personal, 2023) El éxito de cualquier organización depende de la calidad de las personas elegidas para el puesto de

trabajo que este requiere. Por lo tanto, el proceso de selección es una de las funciones más importante del departamento de recursos humanos más importante para la gestión de una organización.

(QuestionPro, Selección de personal, 2023), indica alguna de las razones por las cuales este proceso debe realizarse de la mejor forma posible son:

- a) **Conseguir trabajadores cualificados:** La selección de personal se debe dar seleccionando personal con mano de obra calificada para así poder ayudar a contratar solo a los candidatos ideales.
- b) **Costo de capacitación reducido:** un buen proceso de selección reclutará candidatos calificados que comprendan los métodos de trabajo.

Según Grados Espinoza (2013), indica que la importancia de una buena selección de personal radica en que existan las mejores expectativas para el desempeño del empleado en las operaciones de sus actividades dentro de la empresa, por lo que la evaluación debe realizarse observada de manera ordenada y precisa contemplando los siguientes aspectos:

- a) Experiencia laboral
- b) Trayectoria académica
- c) Aspectos psicológicos

Estos son los aspectos básicos de la personalidad que se desarrolla dentro de la sociedad en el ámbito laboral, y se puede decir que la selección es la aplicación de una o varias técnicas destinadas a encontrar a la persona adecuada para el puesto adecuado.

2.2.1.3 Fases del Proceso de Selección del Personal:

Chiavenato (2001), afirma que las fases para la selección de personal son:

Fase 1 - Perfil: Un perfil de cargo define las características, tareas y responsabilidades asociadas a un puesto de trabajo, así como las habilidades, atributos y capacidades que debe poseer el profesional para desempeñar el puesto que ocupe.

(Integratec,2023) señala que la función de los perfiles de puestos de trabajo es permitir a las organizaciones organicen sus procesos de

reclutamiento, operación, capacitación y planificación de manera manejable, si analizamos estos cuatro procesos, entendemos que los perfiles de puestos son fundamentales en la vida de todo colaborador dentro de la organización administrativa.

Fase 2 - Pre – Selección: (candidatos, 2022) señala la preselección de candidatos, la cual es la etapa inicial de la contratación de personal en la que se trata de definir los puntos principales del proceso. Para ello, el departamento de recursos humanos deberá realizar un estudio de viabilidad para determinar las necesidades de personal de la empresa.

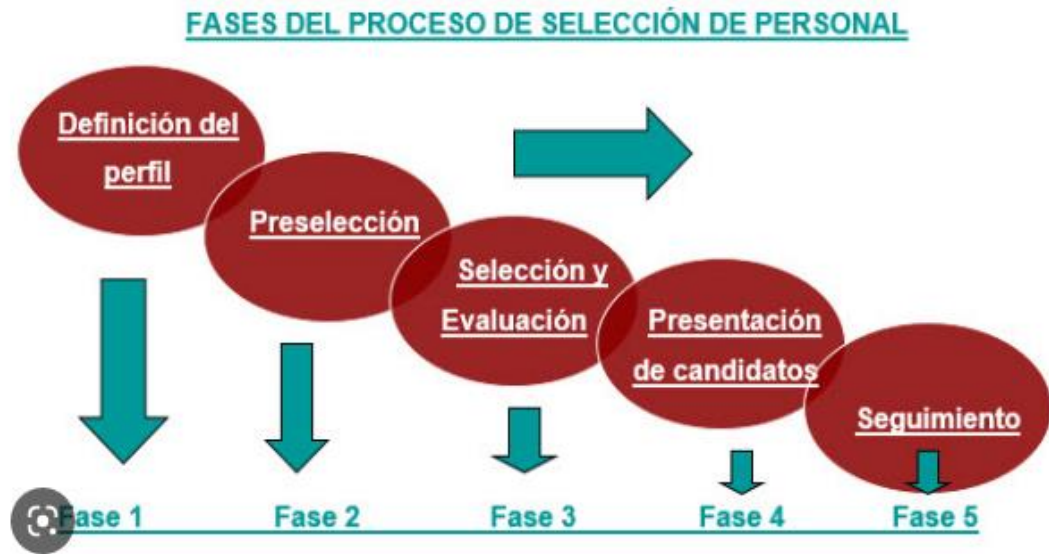
Fase 3 - Selección y Evaluación: La selección de personal es el proceso que se ejecuta para contratar empleados en una organización.

Comienza con una persona que postula para un puesto de trabajo o en el momento en el que el reclutador encuentra un perfil interesante y termina con la contratación de un nuevo compañero de trabajo.

Fase 4 - Presentación de candidatos: se da a conocer las decisiones a los candidatos y aparecen las actividades informativas sobre contratos, situaciones legales y filosofía de la empresa. En esta fase se verifica si la empresa tiene éxito con el candidato requerido, el cual deberá leer y aceptar los términos del contrato.

Fase 5 - Seguimiento: (Adecco, 2021) indica que la etapa final es comprender el desempeño, rendimiento y adaptación del candidato, y obtener la retroalimentación de personal. Todas estas etapas deben estar presentes en los procesos de selección para que el resultado sea el esperado.

Figura 8
Fases del Proceso de Selección de Personal



Nota: Fases del Proceso de Selección (figura)2013, gbs recursos humanos, <https://www.gbsrecursoshumanos.com/>

2.2.1.4 Principios de La Selección de Personal:

(Capital Humano, 2012) se enfatizan tres principios básicos en el proceso de contratación las cuales son:

- a) **Principio 1 - Colocación:** La primera tarea del seleccionador es maximizar los recursos humanos de la organización, descubriendo las habilidades y actitudes que los candidatos puedan usar para su propio beneficio y el de la organización, y en este sentido se evaluará a cada candidato para descubrir donde realiza mejor su trabajo. El área de la organización puede desarrollarse con mejores resultados.
- b) **Principio 2 - Orientación:** como parte de su responsabilidad social, el gerente de contratación debe guiar al candidato, en primer lugar, porque no es adecuado para el puesto actual y en segundo lugar orientándolo para que encuentre la oportunidad adecuada para su desarrollo personal.
- c) **Principio 3 - Ética Profesional:** es necesario tener presente que se puede afectar la vida de otras personas, esto ayuda a definir quienes somos como individuo.

Figura 9

Principio de la Selección de Personal



Según la teoría de Frederick Taylor, fue clave para la organización industrial durante el siglo XX. Esta teoría sobre la administración científica de Frederick Taylor se basa en cuatro principios básicos:

- a) Principio de Planeación, se sustituye la improvisación por métodos basados en procedimientos científicos.
- b) Principios de Preparación, entrenándolos para obtener el máximo rendimiento.
- c) Principio de Control de Trabajo, realizar un seguimiento del trabajo para comprobar que todo marcha según lo planificado.
- d) Principio de la ejecución, distribuye equitativamente el trabajo, la responsabilidad y especialización entre la administración y los obreros.

Figura 10

Principios según Taylor



2.2.1.5 Bases del Proceso Selectivo:

Contreras Montaña Leidy (2020), indica que es importante estudiar el perfil que se está buscando, hay que saber cómo crear un perfil, que funciones debe realizar el empleado y la actitud y habilidades para poder realizar correctamente la tarea a realizar.

Tipos de entrevista

- 1) Entrevista no dirigida, este tipo de entrevista es más espontánea, ya que se le hace preguntas en el momento y sin ningún orden en particular, por lo general suelen ser entrevistas informales.
- 2) Entrevista Dirigida, este tipo de entrevista tienen un orden específico, se conoce hasta el orden en el cual se harán las preguntas.
- 3) Entrevista Estructurada, pueden adaptarse para incluir preguntas sobre el trabajo específico en cuestión. Son series de preguntas relacionadas con el puesto.

4) Entrevista Secuencial, en esta entrevista el aspirante es entrevistado sucesivamente por varios supervisores y cada uno de los cuales lo califica en forma de evaluación estándar.

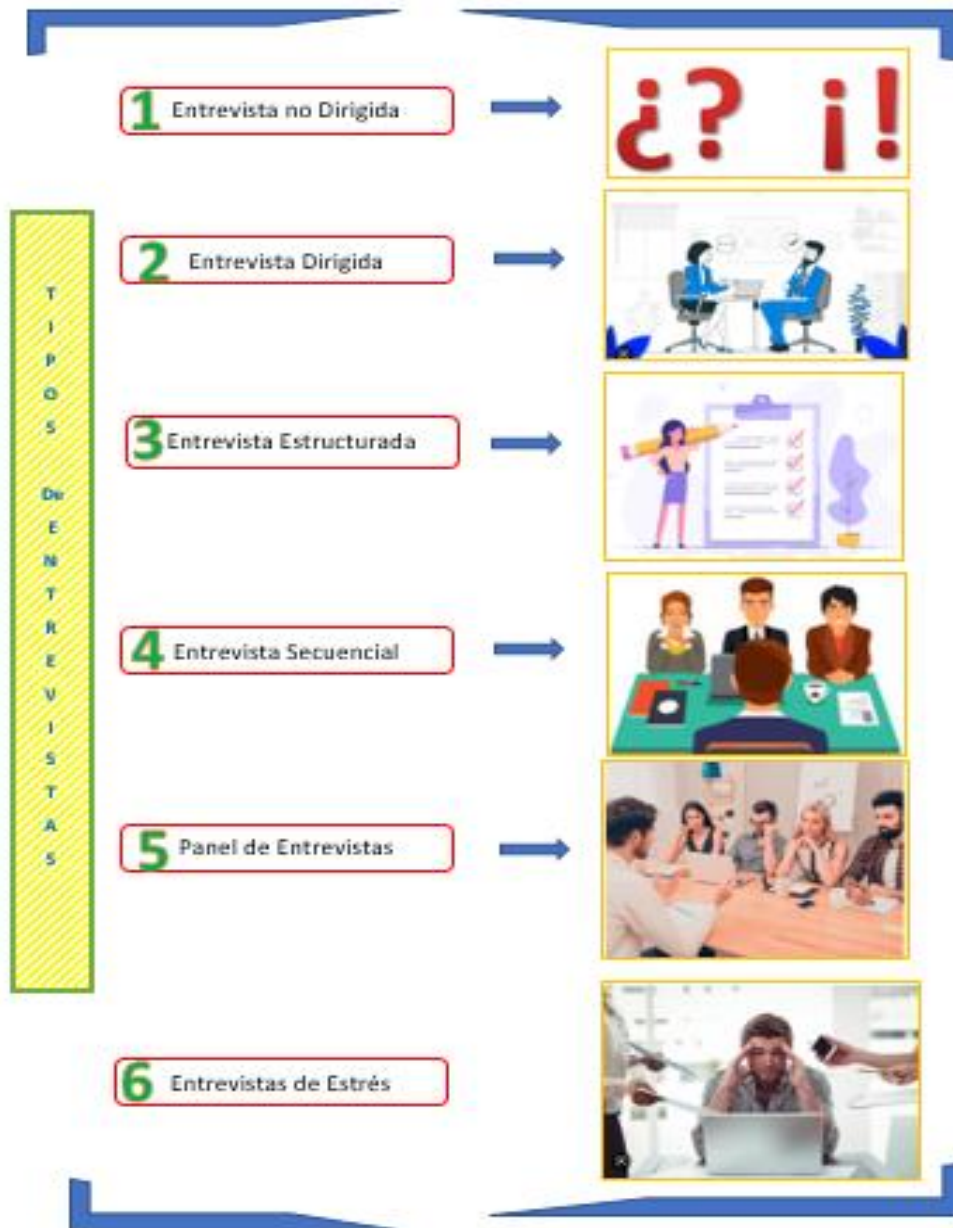
5) Panel de Entrevistas, un panel de entrevistas en el que un grupo de entrevistadores hace preguntas al candidato, permitiendo que los entrevistadores se beneficien las respuestas del candidato a las preguntas planteadas por los otros entrevistadores.

6) Entrevista de estrés, el propósito de la entrevista es determinar la forma en que el aspirante reaccionara al estrés, en esta entrevista los candidatos son bombardeados con una serie de preguntas hostiles. Esta técnica ayuda a identificar a los candidatos sensibles y aquellos que tengan baja o alta tolerancia al estrés.



Figura 11

Tipos de Entrevistas



2.2.1.6 Objetivo de un proceso de Selección del Personal:

Montoya (2010), el propósito del proceso de selección de personal es buscar el bienestar de la empresa y los socios de los colaboradores. El procedimiento de selección tiene varios pasos en el proceso de selección que ayudan a la organización a obtener más información

sobre los candidatos, es recomendable que cuente con los siguientes elementos:

- a) Encontrar personal calificado para asegurar el éxito empresarial, mayor productividad, menos costo de capacitación y mayor calidad de personal.
- b) Satisfacer las necesidades de los socios comerciales y de la empresa, teniendo en cuenta que para ello debería haber una buena comunicación efectiva y brindar incentivos y beneficios.
- c) Describir el perfil del puesto de trabajo.
- d) Planificar la estrategia de las fases de la selección de personal.

2.2.1.7 Ventajas de la selección de personal:

Montalvo (2011) menciona que la importancia del proceso de selección de personal ayuda a las empresas a elegir el mejor perfil al puesto de trabajo que requiere la empresa.

- a) Contratar a la persona adecuada para el puesto adecuado.
- b) Realizar una contratación con el 100% de éxito.
- c) Es rentable y reduce tiempo y esfuerzo.
- d) Obtener personas que se sientan satisfechas con las actividades que desempeña.
- e) Proporciona una guía para evaluar a los candidatos a través de una estricta verificación.
- f) Ayuda a comparar los diferentes candidatos en términos de sus capacidades, conocimientos, habilidades, experiencia, actitud laboral, etc.

2.2.1.8 Desventajas de la selección de personal:

(Empresa, 2020) señala las siguientes desventajas:

- a) La falta de adaptación en el trabajo y a la empresa.
- b) La insatisfacción de los empleados de la empresa aumenta cuando los empleados no realizan su trabajo con la calidad suficiente.

- c) Produce la baja moral en la organización, ya que el número de quejas y demandas en la organización seguramente aumentara si no hay candidatos adecuados para el puesto en particular.
- d) Se genera el resentimiento en los trabajadores debido a que no son reconocidos por habilidades especiales, fortalezas y experiencia debido a las tareas que se realizaran.
- e) Es imposible asegurar una clasificación eficaz de personal, una promoción justa, una evaluación eficaz y una buena gestión de personal.
- f) Se pierde tiempo, las maquinas o herramientas se desgastan cada vez más, los materiales se desperdician en la producción y es probable que los trabajadores sin las habilidades o los conocimientos adecuados sean perjudiciales para la empresa.

Figura 12

Ventajas y Desventajas de Selección de Personal



2.2.1.9 Diferencia entre reclutamiento y selección de personal

(QuestionPro, Selección de personal, 2023) señala, muchas personas creen erróneamente que el reclutamiento y la selección de personal son lo mismo, dos términos similares, pero técnicamente son diferentes.

La diferencia entre reclutamiento y selección de personal es que son etapas diferentes dentro un proceso completo de gestión de recursos humanos. A continuación, explicaremos cada uno de estos procesos para comprender mejor en qué consiste cada proceso.

- a)** Reclutamiento: El reclutamiento es la primera fase del proceso en la que nos enfocaremos a encontrar a la persona adecuada que cumpla con los requisitos de la empresa para cubrir el puesto vacante.
- b)** Selección de personal: La selección de personal es el proceso que empieza justo después del reclutamiento y consiste en una serie de pasos y actividades que realizará el departamento de recursos humanos o la consultoría de selección de personal, que permiten elegir al candidato ideal entre todos los postulantes.

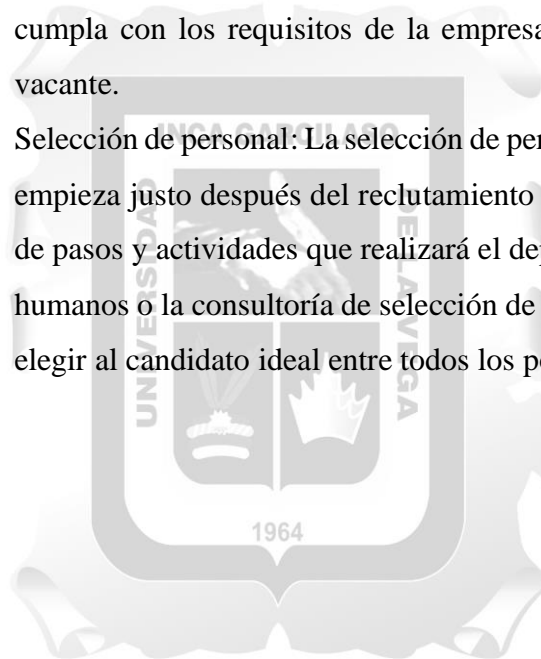


Figura 13

Diferencia entre reclutamiento y Selección de Personal

Diferencias	Reclutamiento	Selección de personal
Significado	Es una actividad para establecer contacto entre empleadores y solicitantes.	Es un proceso para elegir a los empleados más competentes y adecuados.
Objetivos	Tener un gran número de candidatos para un puesto de trabajo.	Elegir a los candidatos adecuados para la organización.
Proceso	El reclutamiento anima a los empleados potenciales a postularse para el trabajo.	La selección implica el rechazo de los candidatos que no son adecuados.
Utilidad	Para que el proceso de contratación sea eficaz, las necesidades de la organización se ajustan a las necesidades de los candidatos.	La selección del personal adecuado ayuda a la gerencia a realizar el trabajo de manera efectiva.
Involucra a	El reclutamiento tiene dos aspectos importantes 1. Conocer el número de vacantes a promover. 2. Dirigirse a los posibles candidatos para que presenten su candidatura a dichas vacantes.	El proceso de selección implica la decisión mutua. La organización decide si hacer o no una oferta de trabajo al candidato y el candidato decide si acepta o no la oferta de laboral.

Nota: Selección de personal (2023), <https://www.questionpro.com/blog>

2.2 Gestión Comercial:

2.2.2.1 Definición:

Según (Herrero,2001, pág.151) la gestión comercial es la gestión del desempeño de la relación de intercambio de la empresa con el mercado. Si lo analizamos esto desde el punto de vista del proceso productivo, la función o gestión comercial será la última etapa de dicho proceso, pues a través de esta se suministran al mercado los productos de la empresa y a su vez se invierten recursos financieros en el mercado.

Según Borja (2008), indica que la estrategia de la empresa es un factor dominante y un parte importante del funcionamiento de las organizaciones. La estrategia corporativa se refiere a las decisiones globales que una empresa toma para lograr sus objetivos a largo plazo. Estas decisiones incluyen

aspectos como qué mercado acceder, con que productos, qué políticas y que precios son útiles y como desarrollar sistemas comerciales efectivos.

La gestión comercial propiamente dicha, pierde este «contenido estratégico», y se centra en cómo resolver operativamente los dilemas planteados en la estrategia corporativa:

Cómo:

- a) Orientar los aspectos relacionados con el marketing.
- b) Adecuar los sistemas de información a la gestión comercial.
- c) Estructurar y dimensionar la organización comercial.
- d) Agilizar la sistemática comercial.

Sin embargo, si este proceso de planificación estratégica no se formaliza (por el tamaño de la empresa o por falta de tal iniciativa), la gestión empresarial adquiere una importancia tan especial que debe asumir un doble papel.

Por un lado, deberá desempeñar su papel en la planificación comercial y de marketing, de la que derivan la definición de los objetivos y decisiones adecuadas al proceso de planificación estratégica de la empresa.

Por otro lado, debe continuar respondiendo adecuadamente a las soluciones operativas a los problemas comerciales y de marketing derivados de las decisiones estratégicas globales.

2.2.2.2 *Importancia en la gestión comercial:*

Según Torres (2014) señala: que la esencia de la administración de ventas, radica en planificar, organizar, administrar y controlar los recursos disponibles, para lograr las metas de venta de la empresa, formulando estrategias y técnicas para hacer más eficiente y eficaz el trabajo.

La administración de ventas incluye una serie de actividades como establecer objetivos de ventas, selección y capacitación de personal de ventas, políticas de precios y descuento, para aumentar los ingresos y rentabilidad; lograr la satisfacción del cliente y construir relaciones comerciales duraderas.

Salazar (2020), dentro de la gestión comercial, las actividades financieras suelen ser realizadas por equipos empresariales para facilitar el cumplimiento de los objetivos.

Las empresas desarrollan sus actividades con altos niveles de competitividad, requiere la incorporación de nuevas estrategias y una atención constante en las estrategias ya existentes.

Para obtener un buen desarrollo de capacidad de adaptación es necesario el apoyo de todas las áreas o departamentos involucrados en la gestión comercial como son: departamento financiero, de producción, de marketing y gestión comercial y el departamento de gerencia.

Una estrategia comercial bien diseñada nos permite captar nuevos clientes, mejorar nuestra posición en el mercado y conseguir resultados inesperados con el fin de lograr alcanzar nuestras metas a corto y mediano plazo.

2.2.2.3 Características de la Gestión Comercial:

Pérez (2012) indica que la gestión comercial se caracteriza:

- a) Poseer una base de datos viable de todos los proveedores puede ser muy útil para la gestión eficaz de compras y toma de decisiones en una empresa.
- b) Contar con un sistema para visualizar los productos o servicios están disponibles y cuáles están agotados puede ser muy útil para la gestión de inventarios y toma de decisiones de la empresa.
- c) Todas las actividades con la compra de bienes o servicios deben de estar registrados o sustentados con documentos que respalden su autenticidad.
- d) Desarrollar, planificar e implementar estrategias de marketing para conocer las necesidades del mercado y deseos de los clientes.

2.2.2.4 Objetivos de la Gestión Comercial:

Salazar (2020) considera dos retos en la Gestión Comercial; la satisfacción del cliente y, la participación en el mercado, ambos exigen una estrategia, un sistema de calidad y las diferentes áreas establecidas.

Teniendo como objetivos:

- a) Nuestro principal objetivo es lograr que nuestros productos alcancen el objetivo de ventas fijado al inicio de nuestra apertura.
- b) Mejorar las relaciones comerciales con los clientes, identificar sus necesidades y puntos clave del desarrollo de la empresa.
- c) Verificar y evaluar los resultados obtenidos; realizando monitoreo del proceso de venta en tiempo real, identificar estrategias a utilizar y mejorar el proceso de ventas.
- d) Organizar el equipo de ventas; para crear un acercamiento efectivo, con el cliente y trabajar de forma organizada, enfocados en un mismo proceso, evitando los conflictos de comunicación.

2.2.2.5 Ventajas de una gestión comercial:

Salazar (2020), según la apertura del departamento de gestión comercial, tiene como principales ventajas son el desarrollo del departamento de ventas, estas son:

- e) Brinda una oportunidad para evaluar las habilidades y el profesionalismo del departamento de equipo de ventas, donde el vendedor debe tener habilidades para interactuar con los clientes y poder obtener información necesaria para poder conocer las necesidades del cliente y estar satisfecho con el producto o el servicio.
- f) Mejorar los métodos de identificación de los clientes potenciales, efectuando una segmentación del mercado, ya que los clientes comparten características similares como: comportamiento y hábitos, marcas y estilos de vida.
- g) Ayuda a incrementar las actividades de marketing, la venta de productos es la interacción entre vendedor y cliente donde hay un mayor contacto en la cual podemos conocer más sobre el tipo de producto o servicio que requiere el mercado, con estos datos podemos promover a las futuras campañas con mayor impacto comercial.

2.2.2.6 Elementos de la gestión comercial:

- a)** Planeación estratégica: tiene como objetivo definir los objetivos, determinar las metas y consolidar las estrategias corporativas,
- b)** Gestión de ventas: describe las técnicas utilizadas para vender y organizar las actividades necesarias para hacer llegar el producto hasta el consumidor final.
- c)** Gestión de Marketing: comprender el análisis ambiental del entorno y las estrategias de la mezcla de marketing directo, comprender el proceso de planificación y ejecución de conceptos de producto, fijación de precio y distribución de ideas para lograr los objetivos de la organización.
- d)** Gestión de clientes: comunicarse con los clientes en todas las etapas del proceso comercial, desde la planificación hasta la postventa logrando su satisfacción y fidelización.
- e)** Gestión de fuerza de ventas: gestionar los recursos humanos en la formación, capacitación, motivación y estrategia de la fuerza de ventas.
- f)** Área de soporte.: esto se aplica a las áreas corporativas clave como procesos comerciales, tecnología, finanzas, fabricación y logística.

Al observar los elementos descritos, la empresa logra una gestión comercial eficaz, logrando beneficios como cumplir los objetivos financieros, el fortalecimiento de la reputación de la empresa en el mercado, mejorar la relación con los clientes, mejorar los indicadores de satisfacción y lealtad, el aumento de la competitividad y maximizar la rentabilidad.

Figura 14

Elementos de la Gestión Comercial



2.2.2.7 Gestión de desempeño

Guerrero (2014), la gestión del personal es un proceso primordial en las organizaciones, tanto con el factor humano como por los objetivos de la empresa, siendo integrada en los distintos procedimientos de la gestión de talento humano, con la finalidad de llegar al desarrollo de los empleados y las actividades que estos desempeñan.

Chiavenato (2002), la evaluación del Desempeño es una valoración sistemática del desempeño que tiene cada persona de acuerdo con la función de las actividades que realice para desarrollar su potencial y tener como resultados las metas propuestas.

También nos dice que el desempeño de la gestión de una persona es una forma de dirigir, gerenciar y supervisar, conociendo así un poco más al empleador y empleado y saber que se espera uno del otro para satisfacer las expectativas y mejoras en los resultados.

2.2.2.8 Motivación Personal:

Burgas, G. (2018), define como motivación personal a las fuerzas internas de una persona con el fin de poder llegar a una meta establecida, persistir para lograr el objetivo determinado en el lapso de un tiempo establecido, para poder obtener la satisfacción personal y llegar al objetivo de la empresa.

Robbins S. (1999), indica que son las ganas de alcanzar las metas establecidas de la organización, por la necesidad de satisfacer una necesidad personal. La motivación requiere de un esfuerzo para conseguir cualquier meta definido por la empresa, a fin de reflejar nuestro interés principal en los comportamientos motivacionales asociados y los sistemas de valores que rigen las empresas.

Figura 15

Motivación del Personal



Nota: Los 7 pilares de la motivación Personal (2017), www.jeronicalafell.com

2.2.2.9 Comisión de ventas:

Según Roa, M. (2012) señala, que las comisiones, son un incentivo motivacional primordial para los vendedores, que trabajan bajo este sistema, ya que les brinda la oportunidad de controlar sus ingresos y de ser recompensados, por su esfuerzo y rendimiento, sin embargo, es importante que las comisiones se desarrollen y ejecuten correctamente, para evitar desacuerdos y conflictos entre la empresa y los vendedores.

Para lograr esto, la empresa debe establecer políticas claras y justas, con respecto a las comisiones, incluyendo las tasas de comisión, los objetivos de ventas, los plazos de pago, entre otros aspectos relevantes, también deben establecerse un sistema de seguimiento y de control, para garantizar que las comisiones se paguen de manera precisa y oportuna.

Natalia, Sánchez (2020) Señala que implementar una comisión por desempeño, puede ser una estrategia que puede inducir a un comportamiento en la fuerza de ventas en relación a la búsqueda y fidelización de los clientes, lo que llevara a un incremento de ventas, la idea detrás de esta práctica, es incentivar a los vendedores, para que se esfuercen en conseguir nuevos clientes, para generar mayores ingresos para la empresa.

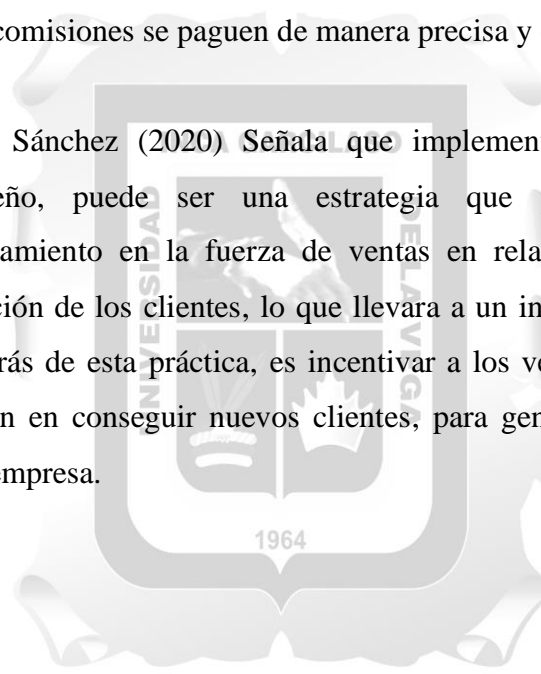


Figura 16

Cuadro de comisiones de Líneas Postpagos

CUADRO DE COMISION DE GANANCIAS			
Producto Movil	Planes Max y Max play Factor / Comisión	Producto Hogar	Planes Hogar y Hogar Play factor/ Comisión
Alta Postpago	0.5 (cargo fijo)	HFC - FTTH	1.6 (cargo fijo)
Renovación Postpago	0.8 (cargo fijo)	IFI	1.2 (cargo fijo)
Portabilidad Postpago	2.5 (cargo fijo)	Internet Olo Postpago Chip	0.15 (precio del equipo)
Chip Repuesto	S/.2		
Alta Nueva Prepago Chip	S/. 4.00 (sujeto a recarga mínima)		
Portabilidad Prepago Pack	6% valor del equipo (monto máximo de comisión a pagar S/.75)		
Portabilidad Prepago Chip	S/.6.00 (sujeto a recarga mínima)		
Renovación Prepago	4% valor del equipo (monto máximo de comisión a pagar S/.75)		
Chip Repuesto	S/.2.00		

COMISION MULTIMARCA	PORTA	Incentivo	TOTAL	ALTA	Incentivo	TOTAL
RESUMEN	Comisión autoliquidable			Comisión autoliquidable		
Plan 29.90	S/.14.90	S/.15.00	S/.29.90	S/.14.90	S/.15.00	S/.29.90
Plan 39.90	S/.19.90	S/.20.00	S/.39.90	S/.19.90	S/.20.00	S/.39.90
Plan 49.90	S/.24.90	S/.25.00	S/.49.90	S/.24.90	S/.25.00	S/.49.90

COMISION DACT	Comisión base	Etapas	Comisión Operativa	TOTAL	Comisión base	Etapas	Comisión Operativa	TOTAL
RESUMEN								
Plan 29.90	S/.6.00	S/.21.00	S/.24.00	S/.51.00	S/.0.00	S/.15.00	S/.24.00	S/.39.00
Plan 39.90	S/.20.00	S/.32.00	S/.72.00	S/.124.00	S/.0.00	S/.28.00	S/.48.00	S/.76.00
Plan 49.90	S/.25.00	S/.75.00	S/.90.00	S/.190.00	S/.0.00	S/.55.00	S/.60.00	S/.115.00

Nota: tomado del correo enviado por claro <https://mail2.claro.com.pe/owa>

Figura 17*Cuadro de Cuota del mes de febrero 2022*

PLAN DE TRABAJO - ICA				DIA	21	
					28	
VARIABLE	CUOTA	AVANCE	PESOS	PROY. CIERRE	% PROVEC AL CIERRE	
TOTAL SEGMENTO PREPAGO			30%		26%	
ALTA NUEVA CHIP	400	256	12.5%	341	11%	
PORTABILIDAD PREPAGO	42	7	12.5%	9	10%	
ALTA NUEVA PACK PREPAGO (ALTA + PORTA + RENO)	30	36	5%	48	5%	
TOTAL SEGMENTO POSTPAGO MASIVO			35%		16%	
LINEAS ADICIONALES	20	3		4		
PORTA POST A POST ENTEL A CLARO	27	12		16		
ALTA POST	70	32	5%	43	3%	
PORTABILIDAD >= PLAN 65 SOLES	35	9	15%	12	5%	
PORTABILIDAD < PLAN 65 SOLES	30	38	5%	51	5%	
RENOVACION POSTPAGO	59	23	5%	31	3%	
POSTPAGO AUTOLIQUIDABLE	25	0	5%	0	0%	
TOTAL SEGMENTO UGIS RESIDENCIAL			30%		0%	
UGIS TOTALES (Alambrico)	30	0	25%	0	0%	
UGIS TOTALES (Inalambrico)	1	1	5%	1	5%	
TOTAL SEGMENTO OLO-PREPAGO**	0	0	5%	0	5%	

OTROS PRODUCTOS	AVANCE
RENOVACION PREPAGO	1
MIGRACION PREPAGO A POST PAGO	4
	5

Nota: tomado del correo enviado por claro <https://mail2.claro.com.pe/owa/>

Figura 18

Descuentos si no se cumple con la cuota establecida para el mes

DESCUENTOS		
PREPAGO		
Nº	CONDICION	DESCUENTO SI NO CUMPLE LA CONDICION
1	El 65% de alta bruta (alta pre + porta pre) cumplan la condicion de recarga minima	15% del cumplimiento de solo el segmento de prepago (descuento proporcional al alcance)
2	Cumplimiento de la cuota alta bruta prepago (alta + porta) del mes	20% del cumplimiento de solo el segmento de prepago (descuento proporcional al alcance)
POSTPAGO		
Nº	CONDICION	DESCUENTO SI NO CUMPLE LA CONDICION
1	Cumplimiento de la cuota portabilidad postpago (masivo +coop) del mes	15% del cumplimiento de solo el segmento de postpago (descuento proporcional al alcance)
2	Cumplimiento de la cuota portabilidad postpago de post a origen postpago	15% del cumplimiento de solo el segmento de postpago (descuento proporcional al alcance)
3	Lograr el Factor ≥ 10 de (alta post+portapost) reno postpago	30% del cumplimiento de solo el segmento de postpago (descuento proporcional al alcance)
4	Cumplimiento de cuota de Lineas adicionales (alta/portabilidad/renovacion)	30% del cumplimiento de solo el segmento de postpago (descuento proporcional al alcance)
UGIS RESIDENCIAL		
Nº	CONDICION	DESCUENTO SI NO CUMPLE LA CONDICION
1	Cumplimiento de la cuota de UGIS(alambrico+inalambrico)del mes	20% del cumplimiento de solo el segmento de UGIS RESIDENCIAL (descuento proporcional al alcance)
2	Activacion de UGIS TV(alambrico+inalambrico) del total de clientes que contraten internet, el 30% tenga UGIS de TV	20% del cumplimiento de solo el segmento de UGIS RESIDENCIAL (descuento proporcional al alcance)

Nota: tomado del correo enviado por claro <https://mail2.claro.com.pe/owa/>

CAPITULO III: APLICACIÓN PROFESIONAL

3.1 CONTEXTO LABORAL – SITUACIONAL:

3.1.1 Definición:

Gonzales Mas Excilda (2021) en su tesis “Régimen Laboral especial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Alpamayo Technologies S.A.C. de Lima, 2019” señala:

Régimen laboral especial: Instituto Peruano de Economía: Ley N° 28015 conocido como Ley de Promoción y Formalización de las pequeñas y microempresas, según los datos del ministerio de la Producción, el plan comenzó en el 2003 para mejorar la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa, representan el 98.6% de las empresas y crearon el 77% de los puestos de trabajo.

3.1.2 Objeto de la Ley N° 28015

La ley actual tiene por finalidad:

- a. Promover la competitividad, formalización y desarrollo de Microempresas.
- b. Aumentar el trabajo razonable, su rendimiento productivo y rentabilidad.
- c) Su aporte al PBI.
- d) La extensión del mercado interno y los envíos.
- e) Su aporte al recaudo de impuestos. (Art. 1°).

De acuerdo con el Decreto Legislativo N°728, conocido como la “Ley de productividad y competitividad laboral en 1991”, Perú aprobó una ley que estableció una serie de medidas para promover la productividad y la competitividad.

El objetivo principal del Decreto Legislativo N° 728 es aumentar la productividad y la competitividad laborales en el Perú, mediante el fortalecimiento de las capacidades y habilidades de los trabajadores. Para ello, la norma define una serie de medidas encaminadas a mejorar las condiciones de trabajo y promover la educación y formación de los empleados.

La empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L. cuenta con trabajadores en planilla, según Decreto Legislativo N° 728, en la relación laboral, además cabe señalar, que está sujeta a la ley laboral Mype Pequeña empresa (MYPE).

La Ley laboral Mype es una ley aprobada en Perú en el año 2008, cuyo principal objetivo es mejorar las condiciones laborales de quienes laboran en micro y pequeñas empresas (MYPE).

Entre los principales alcances más importantes de la Ley Mype Laboral, se encuentran los siguientes:

Simplificación de procedimientos de trabajo: el reglamento contiene medidas para simplificar los procedimientos de trabajo que deben realizar las MYPE, con el fin de reducir la carga administrativa y promover el cumplimiento.

Protección laboral: La Ley laboral Mype establece medidas para proteger los derechos laborales de los trabajadores que laboran en MYPE, como:

- a) Jornada laboral:** 8 horas diarias
- b) Vacaciones** 15 días al año.
- c) ½ Gratificación** por julio y diciembre
- d) Remuneración**
 - 1. Personal de ventas (locales) el mínimo más comisiones
 - 2. Personal administrativo no menor a la Remuneración Mínima Vital.
- e) Descanso semanal** de 24 horas a la semana.
- f) Feriados** establecidos en el régimen laboral común.
- g) Asegurados** a Essalud.
- h) Ser afiliados** a ONP o AFP.
- i) CTS**, 15 días al año
- j) Indemnización** por despido arbitrario: 20 remuneraciones diarias por año.
- k) Es importante** señalar que la Ley Mype Laboral no toma en consideración la asignación familiar como si lo hace el régimen general.

Figura 19

T-Registro, personal en planilla

Registro de Trabajadores, Pensionistas y Otros Prestadores de Servicios

Ingrese el Numero de Documento: Número de Documento Apellidos y Nombres

Mostrar Histórico de Prestadores

Categoría	Documento de Identidad	Apellidos y Nombres	Fec. Nac.	Sexo	Estado	Modificar	Eliminar
TRA	LE / DNI - 48314895	JULCA TORRES EDITZA KEYLLI	26/12/1992	Femenino	Activo		
TRA	LE / DNI - 43062566	MUCHOTRIGO MAYURI MELISSA SANTOS	11/06/1985	Femenino	Activo		
TRA	LE / DNI - 71436870	ALVARADO SUNCION FABIOLA MAVELLI	07/12/2000	Femenino	Activo		
TRA	LE / DNI - 73161163	CUEVA HUAYANAY MILTON ENRIQUE	08/07/2004	Masculino	Activo		
TRA	LE / DNI - 16767621	GARCIA NAMUCHE ALVINA EMPERATRIZ	10/11/1976	Femenino	Activo		
TRA	LE / DNI - 40583494	CUEVA PIZARRO MILTON DAGOBERTO	18/07/1974	Masculino	Activo		
TRA	LE / DNI - 70771083	ALVARADO SUNCION YULIANA SMIT	17/08/1994	Femenino	Activo		
TRA	LE / DNI - 43987858	GUILLEN ELEFONIO MARIA MAGDALENA	18/05/1986	Femenino	Activo		

Nota: Tomado del portal: Sunat- trámites y consultas - T-Registro(figura), <https://e-menu.sunat.gob.pe/>

Figura 20

Acreditación al Mype Laboral - Pequeña Empresa

5/4/23, 21:40

CONSULTA DEL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE (Desde el 20/10/2008)							
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
20534930250	MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	20/12/2022	ACREDITADO COMO PEQUEÑA EMPRESA	28/12/2022	ACREDITADO	-----	-----

Nota: Tomado del portal: Ministerio de Trabajo y Promoción y Empleo Remype <https://apps.trabajo.gob.pe/consultas-remype>

Figura 21

Beneficios según Remype

BENEFICIOS DEL REGIMEN LABORAL PARA MYPE'S			
CONCEPTO	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA	REGIMEN GENERAL
Importe de ventas al año	S/ 742,500 = 150 UIT	S/ 8,415,000 o 1700 UIT	Sin limite
Cantidad de trabajadores	De 1 a 20	De 1 hasta 100	Sin limite
Remuneración	RMV = S/ 1,025	RMV = S/ 1,025	RMV = S/ 1,025
Jornada laboral	8 horas	8 horas	8 horas
Asignación familiar	No aplica	No aplica	10% RMV
Descanso vacacional	15 días al año	15 días al año	30 días por año
CTS	No aplica	1/2 remuneración al año	Una remuneración al año
Gratificación	No aplica	1/2 remuneración en Julio y 1/2 remuneración en Diciembre	Una remuneración en Julio y una remuneración en Diciembre
Salud	SIS o EsSalud	EsSalud	EsSalud
Pensiones	ONP o AFP	ONP o AFP	ONP o AFP
Seguro vida ley	Aplica	Aplica	Aplica
SCTR	No	Si, cuando corresponda	Si, cuando corresponda
Descanso semanal	Mínimo de 24 horas consecutivas	Mínimo de 24 horas consecutivas	Mínimo de 24 horas consecutivas
Horas extras	Por las 2 primeras horas el 25% adicional y a partir de la tercera hora el 35% adicional	Por las 2 primeras horas el 25% adicional y a partir de la tercera hora el 35% adicional	Por las 2 primeras horas el 25% adicional y a partir de la tercera hora el 35% adicional
Ahorro en costo laboral	Hasta 33%	Hasta 20.5%	0%

Nota: Tomado del portal: S&M Contadores (figura) 2023, <https://symcontadores.com/que-es-remype-laboral/>

3.1.3 Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo Decreto Supremo N°005-2012-TR

(Trabajo, 2016) El Decreto Supremo N°005-2012 TR, publicado el 25 de abril del 2012, establece las pautas de implementación que deben seguir los empleadores de un sistema integral de gestión de seguridad y salud en el trabajo, basado en:

- a) El tipo de negocio y organización
- b) Grado de exposición al peligro o riesgo que pueda tener el trabajador.
- c) Número de trabajadores expuestos.

También establece los procedimientos para la designación y organización de los comités.

Las normas legales regulan los aspectos generales de la organización.

De conformidad con el artículo 3 de la Resolución Ministerial N° 260-2016-TR, publicada el 27 de octubre 2016, se dispone que los empleadores declaren en el Registro de Información Laboral (T-REGISTRO) de la Planilla Electrónica la existencia del comité de seguridad y salud en el trabajo o del supervisor de seguridad y salud en el trabajo, conforme a lo previsto en la ley N° 29783, Ley de seguridad y salud en el trabajo, y su reglamento, aprobado por el presente decreto. Esta obligación rige a partir del 1 de noviembre de 2016.

Que, en el contexto, se ha aprobado la Ley N° 29783 ley de seguridad y salud en el trabajo con el objeto de promover una cultura de prevención de riesgos laborales a través del deber de prevención de los empleadores, en rol de fiscalización y control del estado y la participación de los trabajadores y sus organizaciones sindicales, quienes a través del diálogo social, deben velar por la promoción, difusión y cumplimiento de la normativa sobre la materia; que resulta necesario dictar normas reglamentarias que permitan su adecuada aplicación, en armonía con las normas antes descritas; y de conformidad con lo establecido por el número 8) del artículo 118 de la constitución política del Perú; la ley N° 29158, ley orgánica del poder ejecutivo y la ley N°29831, ley de organización y funciones del ministerio de trabajo y promoción de empleo.

3.1.4 Requisitos para ser supervisor de Seguridad y Salud en el trabajo

- a) Ser trabajador del empleador.
- b) Tener dieciocho años (18 años) de edad como mínimo.
- c) De preferencia, tener capacitación en temas de seguridad y salud en el trabajo o laborar en puestos que permitan tener conocimiento o información sobre riesgos laborales.

3.1.5 Objetivo de la Seguridad y Salud en el Trabajo

Es indispensable crear conciencia sobre la magnitud y las consecuencias de los accidentes, las lesiones y las enfermedades relacionadas con el trabajo, tomando en cuenta la salud y la seguridad de todos los trabajadores como primordial, el objetivo es prevenir los accidentes y daños para la salud relacionados con el trabajo, o reducir al mínimo razonablemente factible los riesgos inherentes al trabajo.

Salud no solo significa la ausencia de enfermedades, accidentes o discapacidad, sino un estado óptimo de bienestar físico, psíquico y social.

Figura 22

Fiscalización en Seguridad y Salud en el Trabajo



Nota: Tomado del portal *Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral - SUNAFIL*

3.1.6 Condiciones de Trabajo

Las condiciones de trabajo abarcan una amplia gama de temas, desde el tiempo de trabajo (horas de trabajo, periodos de descanso y los horarios de trabajo) hasta la remuneración de trabajo, así como las condiciones físicas y mentales que existen en el lugar de trabajo.

Cualquier característica de trabajo puede tener influencia en la generación de riesgos para la seguridad y salud de los trabajadores.

Características generales de los locales, equipos e instalaciones; teniendo como factor principal el medio ambiente en la cual debe tener todas las medidas de riesgo para evitar

un futuro accidente de trabajo, incluyendo los procedimientos ocupacionales y el impacto que esto puede traer a la organización.

3.1.7 Ley 29981 – SUNAFIL

Ley N°29981, que crea la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL) modifica la Ley N°28806, ley General de Inspección de Trabajo y la ley N°27867 Ley Orgánica de Gobiernos Regionales.

La Sunafil, es responsable de promover, supervisar y fiscalizar el cumplimiento y ordenamiento jurídico sociolaboral, así como brindar asesoría técnica y ejecutar todas las funciones establecidas en la Ley General de Inspección de Trabajo, en el ámbito nacional, y cumple el rol de autoridad central y ente rector del Sistema de Inspección del Trabajo (SIT).

El SIT es competente para la supervisión, fiscalización y sanción por incumplimiento de las disposiciones en materia de SST en toda actividad, incluidas las de minería y energía.

3.1.8 Ley 28806 – Ley de General de Inspección de Trabajo (LGIT)

Es el servicio público encargado de vigilar y exigir el cumplimiento de las normas de orden sociolaboral (normas sobre prevención de riesgos laborales y normas jurídicas técnicas que incidan en las condiciones de trabajo), orientar y asesorar técnicamente en dichas materias (convenio 81° OIT)

Figura 23

Disposiciones Legales en materia de Seguridad y Salud en el trabajo



Nota: Tomado del portal Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral – SUNAFIL



FORMATO N.º 01
CONVOCATORIA PARA LA ELECCIÓN DEL SUPERVISOR DE
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP
COMUNICACIONES E.I.R.L 2023 – 2025 RUC: 20534930250

Chincha, 11 de enero del 2023

Señores:

Colaboradores de la empresa: MCP Comunicaciones E.I.R.L

Presente. -

Asunto: Elección del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo de la empresa para el período 2023 - 2025

Tengo a bien dirigirme a ustedes a fin de poner en su conocimiento la necesidad de elegir al supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo para el período 2023 - 2025

El número total de miembros del Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo es 01 miembro, por lo que le solicitamos convoquen al proceso de elección.

En virtud del artículo 29º de la Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, agradeceremos se sirvan designar y comunicar en la fecha de la elección del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo.

El local o área que la empresa proporcionará para el proceso de las elecciones es la oficina administrativa

Sin otro particular y agradeciendo la participación de su organización para el éxito del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo de nuestra empresa, reiteramos a ustedes los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,

NOMBRE Y FIRMA

MCP Comunicaciones E.I.R.L

Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo Decreto Supremo N.º 005-2012-TR, Reglamento de la Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

FORMATO N.º 02

CONVOCATORIA AL PROCESO DE ELECCIÓN DEL SUPERVISOR DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERIODO 2023 – 2025 / RUC 20534930250

MCP Comunicaciones E.I.R.L, identificado con **RUC 20534930250**, en virtud del artículo 31º de la LSST¹ y el artículo 49º del RLSST², convoca a las elecciones de los representantes de los trabajadores ante el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, de acuerdo con el siguiente cronograma:

1	Número de representantes titulares y suplentes a ser elegidos (43º RLSST)	___ (01) titulares ___ (0) suplentes
2	Plazo del mandato (62º RLSST)	___ (2) año(s)
3	Cumplir con los requisitos para postular y ser elegidos representantes de los trabajadores ante el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo:	<ul style="list-style-type: none">- Ser trabajador del empleador.- Tener dieciocho años (18 años) de edad como mínimo.- De preferencia, tener capacitación en temas de seguridad y salud en el trabajo o laborar en puestos que permitan tener conocimiento o información sobre riesgos laborales.
4	Periodo de inscripción de candidatos	Del 12 de enero del 2023. al 26 de enero del 2023 en horario de trabajo, entregando en físico en oficina administrativa.
5	Publicación del listado de candidatos inscritos	27 de enero del 2023
6	Publicación de candidatos aptos	28 de enero del 2023
7	Fecha de la elección, lugar y horario (49º RLSST)	30 de enero del 2023 Lugar: Oficina Administrativa Horario De 9:30 am a 10:30 am.

¹ Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo

² Decreto Supremo N.º 005-2012-TR, Reglamento de la Ley N.º 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo.

8	Conformación de la Junta Electoral (Integrantes de la JE: designados por sindicato mayoritario, sindicato más representativo o empleador, dependiendo de quién tuvo a su cargo la convocatoria a elecciones, 49° RLSST).	Presidente: _____ Secretario: _____
9	Trabajadores habilitados para elegir a los representantes de los trabajadores	Detalle de quienes pueden elegir.

Opcional: Adjuntar modelo de carta de postulación.

Chincha, 12 de enero de 2023



FORMATO N.º 04

**LISTA DE CANDIDATOS INSCRITOS PARA SER ELEGIDOS SUPERVISOR
DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP
COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERIODO 2023 – 2025 / RUC
20534930250**

Período de inscripción: Del 12 de enero del 2023 al 26 de enero del 2023

Nº	NOMBRE	DNI ³	CARGO	ÁREA	FECHA
1	García Namuche, Alvina Emperatriz	16767621	Presidente	-	13/01/2023
2	Alvarado Sunción, Fabiola Mayelli	71436870	Secretaria	-	13/01/2023

Nombre y firma
Presidente de la Junta Electoral
García Namuche, Alvina E.

Nombre y firma
secretario de la Junta Electoral
Alvarado Sunción, Fabiola

³ Documento Nacional de Identidad (DNI) o carné de extranjería (CE), según corresponda.

FORMATO N.º 05

**LISTA DE CANDIDATOS APTOS PARA SER ELEGIDOS SUPERVISOR DE
SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP
COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERIODO 2023 – 2025 / RUC:
20534930250**

Período de inscripción: Del 12 de enero del 2023 al 26 de enero del 2023

Nº	NOMBRE	DNI ⁴	CARGO	ÁREA	FECHA
1	García Namuche, Alvina Emperatriz	16767621	Presidente	-	13/01/2023
2	Alvarado Sunción, Fabiola Mayelli	71436870	Secretaria		13/01/2023

Nombre y firma

Presidente de la Junta Electoral
García Namuche, Alvina E.

Nombre y firma

secretario de la Junta Electoral
Alvarado Sunción, Fabiola M.

⁴ Documento Nacional de Identidad (DNI) o carné de extranjería (CE), según corresponda.

FORMATO N.º 06

**PADRÓN ELECTORAL DEL PROCESO DE ELECCIÓN DEL SUPERVISOR
DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP
COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERÍODO 2023 – 2025 / RUC
20534930250**

PADRÓN ELECTORAL

EMPRESA: Mcp Comunicaciones E.I.R.L **FECHA** 30 de enero del 2023

Nº	NOMBRE DEL TRABAJADOR	ÁREA	DNI	FIRMA
1	García Namuche, Alvina E.	Presidente	16767621	
2	Alvarado Sunción, Fabiola M.	Secretario	71436870	
3	Guillen Elefonio, María M.	Vendedor	43987858	
4	Muchotrigo Mayuri, Melissa	Vendedor	43062566	
5	Julca Torres, Editza kelli	Vendedor	48314895	
6	Cueva Huayanay, Milton Enrique	Vendedor	73181183	
7	Cueva Pizarro, Milton	Gerente	40583494	
8	Alvarado Sunción, Yuliana	Administradora	70771083	

En señal de que el padrón incluye a todos los trabajadores habilitados para elegir a sus representantes ante el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo:

NOMBRE Y FIRMA
Responsable del área de la Empresa
encargada de proporcionar esta información
MCP Comunicaciones E.I.R. L

NOMBRE Y FIRMA
Representante de la Junta Electoral
García Namuche, Alvina

FORMATO N.º 07

**ACTA DE INICIO DEL PROCESO DE VOTACIÓN PARA LA ELECCIÓN
DEL SUPERVISOR DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA
EMPRESA MCP COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERIODO 2023 – 2025
/ RUC 20534930250**

En Chincha, siendo las 10: 30 am horas del 30 de enero de 2023, en el local ubicado en Oficina Administrativa, se procede a dar inicio al proceso de votación para la elección del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo, para el período 2023 - 2025.

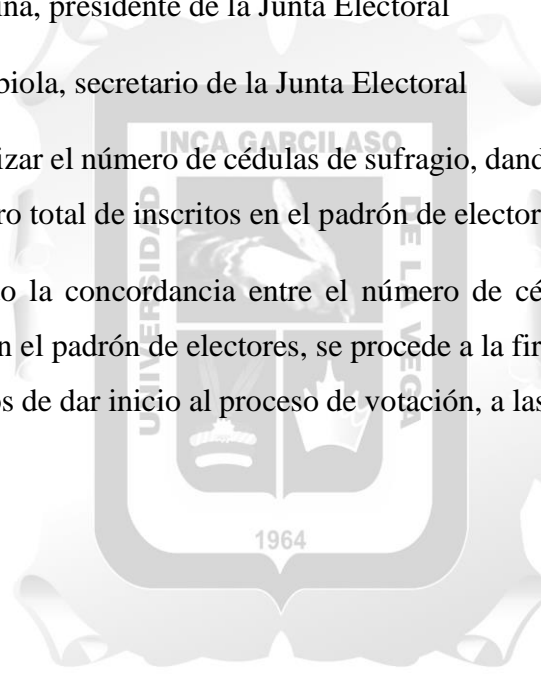
Con la presencia de:

García Namuche Alvina, presidente de la Junta Electoral

Alvarado Sunción Fabiola, secretario de la Junta Electoral

Se procede a contabilizar el número de cédulas de sufragio, dando un total de 03, lo que coincide con el número total de inscritos en el padrón de electores.

Habiéndose verificado la concordancia entre el número de cédulas de sufragio y el número de inscritos en el padrón de electores, se procede a la firma del acta en señal de conformidad, a efectos de dar inicio al proceso de votación, a las 11.30 am horas del 30 de enero de 2023



Nombre y firma
Presidente de la Junta Electoral
MCP Comunicaciones E.I.R. L

Nombre y firma
secretario de la Junta Electoral
Alvarado Sunción, Fabiola

FORMATO N.º 08

ACTA DE CONCLUSIÓN DEL PROCESO DE VOTACIÓN PARA LA ELECCIÓN DEL SUPERVISOR DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO DE LA EMPRESA MCP COMUNICACIONES E.I.R.L POR EL PERIODO 2023 – 2025 / RUC 20534930250

En Chincha, siendo las 11.30 am horas del 30 de enero de 2023, en la instalación ubicada en Oficina Administrativa, se da por concluido el proceso de votación para la elección del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo, para el período 2023 - 2025.

Con la presencia de:

Rojas Fuentes Edwar, presidente de la Junta Electoral

Avalos Muñoz Cynthia Maribel, secretario de la Junta Electoral

1. Se toma nota que el proceso de votación ha concluido a las 11:30 am horas, habiéndose registrado lo siguiente:

De la participación en la votación:

Número de trabajadores que emitieron su voto	8	100%
Numeri de inasistentes	0	0%
Número total de trabajadores que conformaron el padrón electoral	8	100%

De las cédulas de sufragio utilizadas:

Número de cédulas de sufragio utilizadas	8
Número de cédulas de sufragio no utilizadas	0
Número total de cédulas de sufragio contabilizadas al inicio del proceso de votación	8

Existiendo concordancia entre el número de personas que asistieron a votar y cédulas de sufragio utilizadas, a las 12:00 am horas, del 30 de enero del 2023 se procede a la firma del acta en señal de conformidad.

Nombre y firma

Presidente de la Junta Electoral
MCP Comunicaciones E.I.R. L

Nombre y firma

secretario de la Junta Electoral
Alvarado Sunción, Fabiola



FORMATO N.º 09

**ACTA DEL PROCESO DE ELECCIÓN DEL SUPERVISOR DE SEGURIDAD
Y SALUD EN EL TRABAJO DE EMPRESA MCP COMUNICACIONES
E.I.R.L POR EL PERÍODO 2023 – 2025 / RUC 20534930250**

En Chincha, siendo las 11:30 am horas del 30 de enero de 2023, en las instalaciones ubicadas en Oficina Administrativa, se procede a dar inicio al proceso de escrutinio de votos y determinación del supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo, para el período comprendido entre el 2023 al 2025.

Con la presencia de:

García Namuche Alvina, presidente de la Junta Electoral

Alvarado Sunción Fabiola, secretario de la Junta Electoral

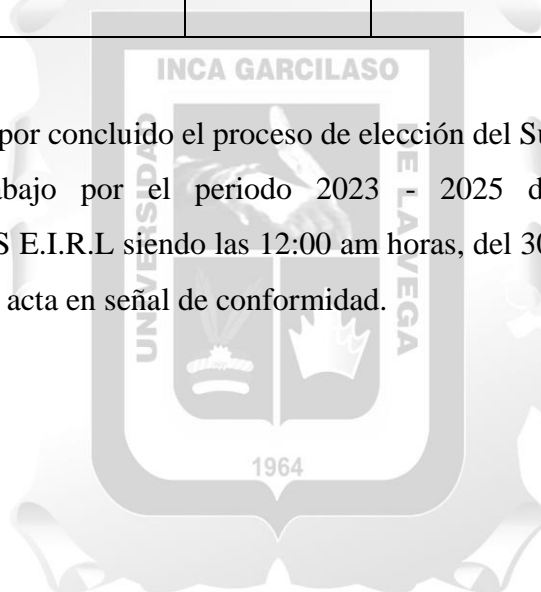
2. Habiendo concluido el proceso de votación a las 12:00 horas, de acuerdo con el Acta respectiva, se procede a escrutinio de los votos.
3. Una vez realizado el escrutinio de los votos se han obtenido los siguientes resultados:

CANDIDATO	NÚMERO DE VOTOS
CANDIDATO 1	08
VOTOS EN BLANCO:	00
VOTOS ANULADOS:	00
TOTAL VOTOS:	08

4. Tomando en consideración los resultados del escrutinio de los votos, en estricto orden de mérito, el candidato elegido como Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo por el periodo 2023 – 2025 son:

REPRESENTANTES TITULARES				
Nº	NOMBRE	DNI⁵	CARGO	ÁREA
1	Alvarado Sunci3n, Fabiola	71436870	Secretaria	Administrativa

De esta manera se da por concluido el proceso de elecci3n del Supervisor de Seguridad y Salud en el Trabajo por el periodo 2023 – 2025 de la empresa, MCP COMUNICACIONES E.I.R.L siendo las 12:00 am horas, del 30 de enero del 2023, se procede a la firma del acta en se1al de conformidad.



 Nombre y firma
 Presidente de la Junta Electoral
 MCP Comunicaciones E.I.R. L

 Nombre y firma
 secretario de la Junta Electoral
 Alvarado Sunci3n, Fabiola

⁵ Documento Nacional de Identidad (DNI) o carn3 de extranjería (CE), seg3n corresponda.

Figura 24

T-Registro Alta de Supervisor

The screenshot shows the SUNAT web portal interface. At the top, there's a navigation bar with the SUNAT logo and user information: 'Bienvenido, MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.' and 'Domicilio: Habido'. The main content area is titled 'T-Registro' and contains several sections:

- MI RUC Y OTROS REGISTROS**: A sidebar menu with options like 'Mis Datos del RUC', 'Actualizo información de mi RUC', 'Reporte Tributario y Aduanero', 'T-Registro', 'Registro de Derechohabientes', 'Registro del Empleador', 'Registro', 'Registro de Trabaj., Pension., Pers. en forma', 'Registro del Trab. del Hogar y sus derechohabientes', 'Exportadores de Servicios', and 'Envío Reporte Tributario'.
- Datos Laborales y de Seguridad Social**: A form with various questions and radio buttons for 'Sí' or 'No'.
 - ¿Está obligado a aportar al SENATI? Sí No
 - ¿Es una empresa inscrita en el REMYPE? Sí No
 - ¿Es una Empresa Promocional de personas con discapacidad? Sí No
 - ¿Es una Agencia Privada de Empleos? Sí No
 - ¿Destaca o desplaza personal a otros empleadores? Sí No
 - ¿Destaca o desplaza personal a otros empleadores? Sí No
 - ¿Tienen los empleadores le destacan o desplazan personal? Sí No
 - ¿Desarrolla actividades de riesgo SCTR? Sí No
 - ¿Tiene trabajadores por los que aporta al SCTR? Sí No
 - ¿Está comprendida en el artículo 2° de la Ley N° 31110 sobre el Régimen Laboral Agrario y otros incentivos? Sí No
 - ¿Tiene Supervisor o Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)? Sí No
- Inicio de vigencia SST**: 09/01/2023 [Histórico SST](#)

Buttons for 'Grabar' and 'Retornar' are visible at the bottom of the form.

Nota: Tomado del portal: *Sunat- tramites y consultas - T-Registro*(figura), <https://e-menu.sunat.gob.pe/>

3.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR EL BACHILLER:

La empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L., dedicada a la venta de móviles, no cuenta con un organigrama establecido, pero si cuenta con áreas de administración, logística y área de ventas.

Se visitó a la empresa para conversar con el administrador y nos indicará que actividades se realizan en cada puesto de trabajo existente y por quien está supervisado dichas actividades.

- a) **Gerente General:** a cargo del Sr. Milton Cueva Pizarro, quien está encargado de decidir, dirigir, planificar y supervisar la organización para poder tener una mayor rentabilidad y así poder conseguir un mayor mercado y surgir como empresa.

- b) **Administración:** a cargo de la Srta. Yuliana Alvarado Sunci3n, quien se encarga de verificar, organizar, planificar y evaluar los resultados de las ventas de la empresa, tambi3n tiene a cargo al personal de ventas, campo y tienda, quien est3 todo el tiempo atr3s de ellos para supervisarlos, monitorearlos y motivarlos a realizar nuevas estrategias de ventas con el fin de incrementar las ventas y tener a fin de mes buenos resultados para la empresa.
- c) **3rea de ventas:** a cargo de Melisa Santos Muchotrigo, encargada de capacitarlos y supervisar las rutas de ventas para el 3rea de campo y tienda, con el fin de poder hacer maximas ventas al cierre del dia, para asi poder llegar a fin de mes a las cuotas establecidas por America Movil – claro.

3.2.1 Funciones realizadas por el bachiller:

- d) **Logística:** a cargo de Johana Saravia Tasayco, esta 3rea se encarga de abastecer de productos que se venden el d3a a d3a, como son:
- Validar el stock de equipos en vitrina, para la venta al p3blico y hacer pedido de los equipos y chips faltantes o que el cliente solicite.
 - Verificar el saldo de recaudaci3n y recarga para efectuar los pagos de l3neas postpagos, en caso no hubiera saldo se realiza el pedido correspondiente.

Para solicitar un pedido, primero se revisa el stock de almac3n que se env3a todos los d3as en el correo de la empresa, luego se realiza un cuadro Excel en la cual se se3ala el c3digo del distribuidor (4851956), para luego colocar los c3digos de los productos que se van a solicitar, ya sean equipos, chips, o tel3fonos fijos, se coloca la cantidad y si la venta ser3 postpago o prepago, luego se adjunta a un sistema de pedidos donde se espera que sea aprobado por el asesor de venta que tenemos designado y nos indique la hora de recojo en almac3n.

- e) **3rea Contable:** a cargo de Johana Saravia Tasayco, encargada de:
- Realizar las facturaciones de las comisiones que 3merica M3vil paga por llegar a las metas establecidas mensualmente, esto se realiza sacando

las ordenes de compra del sistema de claro, luego se hacen las facturas por la página de la sunat.

- Realizar las facturas y boletas por las ventas en cuotas de equipos post pagos y las facturas que el cliente solicite por algún pago de línea postpago o cualquier tipo de servicio que se le brinda.
- Ejecutar el descargo de las facturas de compras del sistema de claro para poder ingresarlas al sistema contable Pacon, para las declaraciones mensuales.

Figura 25

Responsabilidades del Bachiller

CARGO	RESPONSABILIDADES	TIEMPO
Logística	* Verificación del stock de almacén para satisfacer la demanda de los clientes.	De inmediato
	* Verificación constante en cuanto a la rotación de equipos para poder abastecer el local comercial con los equipos faltantes.	De inmediato
	* Coordinación para poder recoger los productos de almacén.	De inmediato
	* Atención al cliente por algún servicio que solicite en el local comercial.	De inmediato
Contable	* Facturación de las comisiones según ordenes de compras que se generan por las ventas realizadas durante el mes.	Según el cronograma que envía claro
	* Facturación de las ventas en cuotas de los equipos que se venden en el local comercial, ya que se tiene que adjuntar a un sistema para que puedan validar si está conforme.	semanal
	* Descargar las facturas de compras emitidas por el portal de claro para poder llevar un control y ingresarlo al sistema contable para las declaraciones mensuales.	mensual
	* Ingresar las facturas y boletas de ventas generadas por la empresa en el sistema contable.	mensual

CAPITULO IV: APLICACIÓN PRÁCTICA

4.1 DESARROLLO PRACTICO DE LAS CONTRIBUCIONES PLANTEADAS POR EL BACHILLER EN LA EMPRESA

4.1.1 Síntesis de la Realidad Problemática:

MCP Comunicaciones E.I.R.L., es un distribuidor autorizado de América Móvil desde el año 2013, su principal actividad es brindar servicios de telecomunicaciones (venta de equipos postpagos, equipos al contado, chips, internet inalámbrico y/o fibra óptica).

En los meses de febrero y marzo, del ejercicio 2022; se vio afectada por los reclamos que los clientes realizaron a América Móvil, indicando que ellos, no habían adquirido ninguna línea postpago, y otros reclamos de equipos en renovación, ya que mensualmente les llegaba sus recibos, indicando montos que ellos desconocían, esto se dio, porque en aquel momento no se utilizaba la huella dactilar, para poder adquirir un servicio, lo cual hoy en día si se realiza.

Esto nos llevó a pagar penalidades de las cuales fueron perjudiciales para la empresa, tanto así que no podíamos hacer uso de nuestra línea de crédito que teníamos aprobado.

4.1.2 Desarrollo del Caso:

4.1.2.1 Situación actual de la empresa

Luego de realizar un análisis por las quejas de los clientes, donde ellos señalaban el desconocimiento de los servicios adquiridos, se detalla los siguientes problemas:

- a) Falta de compromiso y lealtad, la cual el trabajador no tuvo conciencia de los daños a futuro que podría causar, una venta sin consentimiento del cliente, pensando solo en los intereses personales, como era llegar a su cuota del mes; en ese momento, no era obligatoria la huella dactilar del cliente.
- b) Falta de honestidad a su integridad: los trabajadores solo pensaban en su interés personal por llegar a la cuota del mes, por lo tanto, las ventas que realizaban en campo eran hechas sin el consentimiento de los clientes, falsificando las firmas del cliente.

- c) Falta de una buena selección de personal: no hay un reclutamiento para realizar una selección de los posibles candidatos al puesto de vendedores, en tienda, solo se toma en cuenta la disposición del trabajador, se les da unos 2 días de capacitación y luego se envía al trabajador con otro más antiguo para que este le enseñe la forma como trabajar.
- d) No se cuenta con un adecuado ambiente laboral, la cual hace que los trabajadores lleguen y no se sientan a gusto con su trabajo.
- e) Los problemas causados por el sistema de ventas, llevando así que el trabajador a última hora, efectuó una venta apresurada, para poder tener al menos una venta en su día laborado.
- f) La falta de apoyo de los asesores de venta, en cuanto a falta de tiempo, ya que, en muchos casos, el asesor que atiende en tienda, está ocupado con clientes y el vendedor en campo se encuentra con el cliente y muchas veces el cliente no cuenta con mucho tiempo.
- g) La falta de una póliza de seguro de deshonestidad, este tipo de seguro cubre las pérdidas financieras causadas por actos deshonestos de los empleados, estos actos pueden incluir fraude, robo, falsificación, malversación de fondos, entre otros.
Esta póliza de seguro se suscribe por parte del empleado y cubre a la empresa contra las pérdidas financieras, la póliza puede incluir una alta gama de cobertura, desde la indemnización por pérdidas directas hasta los gastos legales y los costos de investigación.
La póliza de seguro de deshonestidad puede ser una herramienta importante para proteger a la empresa contra riesgos financieros derivados de los actos deshonestos de los empleados.

4.1.2.2 Causas:

a) Trabajadores:

C1. Falta de capacitación:

La capacitación es un beneficio valorado para poder desempeñar mejor su trabajo y el personal del área de venta de campo, no entregaba los contratos de ventas de equipos, debidamente correctos, haciéndolo por cumplir y llegar a sus ventas.

C2. Motivación del personal:

Según Chiavenato, la motivación es el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que los rodea; la falta de motivación constante con los colaboradores hace que ellos hagan su trabajo por cumplir y no con gusto o a buenas maneras, ya que solo se fijaran en poder llegar a su cuota como sea.

C3. Fluctuación laboral:

El personal muchas veces se siente presionado por llegar a su cuota del mes, esto se debe a la demanda de comisión que se pide mensualmente, porque en algunos casos, no se llega a la cuota establecida; por lo tanto, eligen retirarse del trabajo y no cobran lo esperado, debido a que en ocasiones el mercado laboral que ellos frecuentan ya se encuentra abastecido por dicho producto.

b) Recursos Humanos:

C4. Incorrecta selección de personal:

La incorrecta selección de personal hace que el trabajador muchas veces desconozca su trabajo o no tenga la experiencia necesaria para realizar su trabajo, trayendo como consecuencia baja productividad y perdida para la empresa.

C5. Incumplimientos de Filtros de recursos humanos:

La falta de procedimientos de selección de personal hace que no se contrate a un personal calificado para efectuar un trabajo específico, por lo tanto, eso demanda a no lograr los objetivos y volver a contratar a un nuevo personal, teniendo que asumir nuevos costos y tiempo para dicha elección.

c) Materiales:

C6. Falta de computadoras y biométricos:

La falta de materiales de trabajo es deficiente para toda empresa, ya que es una herramienta primordial para el trabajador, esto trae como desventaja a la productividad y desempeño laboral.

d) Métodos:

C7. Tareas por puestos no definidos:

Muchas veces el trabajador desconoce cómo realizar el trabajo que le indican que haga, ya que no conoce bien sobre esa área, esto se debe a que en ocasiones al personal se le cambia de área sin saber si se desempeñara correctamente.

C8. Falta de trabajo en equipo:

La falta de trabajo en equipo no ayuda en mucho, ya que en ocasiones no tienen todos los materiales para efectuar su trabajo (biométricos) y hay que tener empatía para poder apoyar al compañero cuando lo necesite.

4.2 CASO PRACTICO:

4.2.1 Situación actual de la empresa

- 1) Se realiza el pedido de equipos en un cuadro de Excel con los códigos según stock de almacén que envían al correo de la empresa diariamente.

Figura 26

Pedido de equipos

	C	D	L	M	N	O	T	V	W	BE	BF	BG
4	4074373	4861811	7007456	PACK SIM CARD 64KB POSTPAGO TELEF FUA	0		TELF. F.UO - POST		0			
5	4074373	4861811	7016353	PACK SIM CARD TELEFONO F.UO 256KB	0		TELF. F.UO - PRE		0			
6	4074373	4861811	70049559	HOR X6 64GB NP AUDIFONO	1		POSTPAGO		0			
7	4074373	4861811	70049781	HOR X8 128GB NI MINISPEAK	1		POSTPAGO		0			
8	4074373								0			
9	4074373								0			
10	4074373								0			
11	4074373								0			
12	4074373								0			
13	4074373								0			
14	4074373								0			
15	4074373								0			
16	4074373								0			
17	4074373								0			
18	4074373								0			
19	4074373								0			
20	4074373								0			
21	4074373								0			
22	4074373								0			
23	4074373								0			
24	4074373								0			

- 2) Se ingresa al sistema de claro para adjuntar el pedido, indicando el código del distribuidor, tipo de pedido, nombre de persona quien recogerá el pedido en almacén, se adjunta el archivo en Excel y se da enviar.

Figura 27

Sistema de Claro - Pedido de Equipos

Claro **BUZÓN DE CONSULTA CRÉDITOS**

Estado de Solicitud: Registro

DATOS DEL SOLICITANTE:

Solicitante: Dac Mcp 9998191 9998191

Código Deudor: 4070610

Región: CENTRO

Distribuidor: MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

DATOS DE LA SOLICITUD:

Tipo de Pedido: Equipos

Tipo de Venta: Venta Directa

Tipo de Despacho: Recojo en Almacén

CAD: CAD CHINCHA

Detallar los datos del personal que recogerá en Almacén:

Observaciones:

Adjuntos: Haga clic aquí para adjuntar un archivo

ENVIAR SALIR

Nota: Portal de Claro(figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

- 3) Se hace seguimiento del pedido, las cuales son aprobadas por diferentes áreas, una vez aprobada indican la hora de recojo
- 4) Para el recojo, la persona indicada presenta su DNI y sello del distribuidor para ingresar al almacén, al momento de recibir el pedido se firman las guías de remisión.

Una vez que tenemos el producto en tienda – vitrina, acto para la venta del cliente, el vendedor en campo busca un cliente que califique para poder adquirir un equipo en renovación en cuotas.

Figura 28

Sistema de Claro - Venta de equipos

SISACT - Sistema de Activaciones Usuario: -
Nodo: 37

Portabilidad: [Ver Detalle Líneas](#)

[Validación Claro](#)

Datos del Cliente

Tipo Cliente: CLIENTE CLARO

Nombres: EDITZA KEYLLI Apellido Paterno: JULCA Apellido Materno: TORRES

[Ingresar Condiciones de Venta](#)

Condiciones de Venta

Tipo Operación: VENTA NORMAL / ALTA Ofrece dos o mas líneas desde el CF 55.90 para que tu cliente obtenga 50% en su(s) líneas adicional(es) de menor cargo fijo.

Oferta: MASIVO Caso Especial: SELECCIONE...

Modalidad de Venta: CONTRATO / CODE Grupo Producto: SELECCIONE...

Móvil BAM Claro TV SAT 3Play Fijo Inalámbrico 3Play Inalámbrico Internet Inalámbrico FIJA

LC Disponible Móvil: 0.00

[Agregar al Carrito](#)

	Campaña	Plazo	Familia Plan	Plan	Serv	Cargo Fijo	Monto Tope S/.	Equipo
	LÍNEA ADICIONAL ALTA	18 MESES CONTRATO EQUIP	COBERTURA INTERNACIONAL	MAX 55.90		55.90	59.9	HOR X8 64GB NP AUDIFONO

CF Total: 55.90

Nota: Portal de Claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 29

Sistema Claro - Acuerdo de Contrato

SISACT - Sistema de Activaciones								Usuario: - Nodo : 37					
Evaluacion		Activacion		Consulta		Mantenimiento		Reportes		Post-Venta		VAS	
Consulta de Evaluaciones													
Tipo Documento:		DNI		Nro de Documento:		48314895		Consultar		Limpiar			
Nro SEC	Tipo Operación	Estado	Tipo Documento	Nro Documento	Nombre / Razón Social	Despacho	Oficina Venta						
71789642	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	FABIOLA ALVARADO PD						
68644079	RENOVACIÓN	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	CITY FON						
67847303	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
49780642	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.CHINCHA						
49780608	PORTABILIDAD	EMITIDA SOLICITUD PORTABILIDAD	DNI	48314895		DESPACHO PDV	PACK SOL_D.CHINCHA						
46708458	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
46326915	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.PISCO						
44475599	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
44475565	PORTABILIDAD	ANULADO	DNI	48314895		DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
44209466	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
44204858	PORTABILIDAD	ANULADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
41942552	PORTABILIDAD	ANULADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
40929350	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.PISCO						
40395525	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
40057878	PORTABILIDAD	EMITIDA SOLICITUD PORTABILIDAD	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	PACK SOL_D.ICA						
33242318	PORTABILIDAD	APROBADO	DNI	48314895	EDITZA KEYLLI JULCA TORRES	DESPACHO PDV	ELEKTRA PISCO						

Nota: Portal de Claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>



Figura 30

Sistema Claro - Modelo de Contrato de Equipo

FORMATO DE SERVICIOS TRANSACCIONES - Masivo			
<p>ANTECEDENTE y OBJETO: El CLIENTE cuyos datos figuran a continuación, cuenta con un Acuerdo para la Prestación del Servicio Público de Telecomunicaciones; Servicio de Telefonía Móvil/Servicio de Comunicaciones Personales (PCS) vigente; y en el presente documento, manifiesta su voluntad de adquirir servicios adicionales, conforme al detalle que a continuación se precisa:</p>			
DATOS TITULAR (Persona Natural)			
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
VILLALTA	BRAVO	ALAN JHON	
Tipo de Documento:	RUC () DNI (X)	N° 80062966	
DATOS TITULAR (Persona Jurídica)			
Razón Social	RUC N°:		
Representante Legal			
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombres	
		ALAN JHON VILLALTA BRAVO	
Tipo de Documento	DNI ()	N°:	
DATOS DE LINEA			
Claro	N° Claro	Plan	
1	946325465	Max 49.90	
SERVICIOS ADICIONALES			
Adicionales Redes Sociales	()		
Claro Video	()		
Claro Música	Mensual ()	Semanal ()	
Límite de Consumo	Consumo Adicional ()		
Paquetes de Minutos todo Destino Nacional	Paq. 50 Min. ()	Paq. 75 Min. ()	Paq. 200 Min. ()
Paquetes Adicional Internacional	Paq. 30 Min. ()	Paq. 60 Min. ()	Paq. 200 Min. ()
Paquetes de Internet	1 GB ()	2 GB ()	4 GB () 7 GB ()
Paquetes de SMS	150SMS ()	700SMS ()	300SMS ()
	1200SMS ()	2000SMS ()	
Roaming Internacional	NO () SI ()		
	Plazo Activación:		
	A) Indeterminado (X)		
	B) Determinado () Del de del 20..... al de del 20.....		
OTRAS TRANSACCIONES			
Consumo Exacto (X)			

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

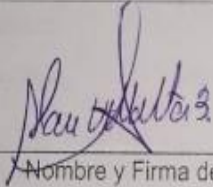

Figura 31

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

En el caso el cliente haya solicitado la migración a un plan menor y todavía cuentan con un acuerdo vigente a la fecha; deberá asumir el reintegro de equipo, el cual será cargado en su próximo recibo.

De haber solicitado la programación de la migración de plan para una fecha diferente al del último día de facturación, se producirá el correspondiente prorrateo de saldo por los días que mantuvo el plan original y los días que contará con el nuevo plan. El cliente acepta esta condición para realizar la migración en la fecha solicitada.

Por la presente doy fe que los datos personales antes consignados son verdaderos y autorizo a América Movil Perú SAC, en adelante CLARO, a verificar los mismos para la ejecución de la presente solicitud. En caso que alguno de los datos proporcionados no sean válidos o no coincidan con los registros oficiales que claro mantiene, se dará por inválida esta solicitud.

Nombre y Firma del Cliente

Nombre y Firma del Asesor CAC/AC

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 32

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

- Todos los usos están sujetos a características y configuración del equipo usado, disponibilidad técnica, cobertura y acuerdos de Roaming Internacional vigentes entre el operador del país visitado y Claro Perú.
- EL CLIENTE podrá solicitar la activación y/o desactivación del servicio contratado en cualquier momento que lo desee.
- Al activar el servicio de Roaming se asigna a la línea un Tope de consumo de MB, según la zona tarifaria, y EL CLIENTE podrá navegar a las tarifas de internet Roaming vigentes. Finalizados los MB asignados en el Tope de consumo, EL CLIENTE no podrá realizar consumo de datos en Roaming, salvo que solicite la activación del Tope de consumo de MB. Los Topes de consumo de MB son válidos únicamente en el ciclo de facturación en el que se activan. EL CLIENTE recibirá el detalle de sus consumos en su recibo de servicios.
- En caso EL CLIENTE desee ampliar el Tope de consumo de MB asignado, activarlo nuevamente o consultar su Tope, informarse sobre cualquier consideración y/o característica del presente servicio adicional; podrá comunicarse con nuestro Servicio de Atención al Cliente llamando al 123 (Opción 9) desde un móvil Claro o enviando un correo a atencion.roaming@claro.com.pe o ingresando a la página web www.claro.com.pe/roaming. En todos los casos que EL CLIENTE se comunique del extranjero de un celular Claro al Centro de Atención +51997990123, la llamada es gratuita.
- EL CLIENTE recibirá notificaciones a través de mensajes de texto (SMS) al 50% y 100% de consumido el Tope de MB asignado.
- Las condiciones del servicio de Roaming Internacional se encuentran a disposición de EL CLIENTE en el sitio web www.roaming.claro.com.pe.

SERVICIO DE CONTENIDO 15 MINUTOS:

El servicio de contenido "15 minutos": Es un servicio de suscripción mensual (30 días), que brinda al cliente acceso al contenido de la revista "15 minutos", que incluye entrevistas exclusivas, videos, fotos, contenido de entretenimiento, actualidad, moda, ocio, rutas gastronómicas, entre otra información. Este contenido se puede reproducir en distintos dispositivos del cliente: PC, Laptop, Tablet y Smartphone. El contenido se enviará al e-mail registrado en el acuerdo y su costo asciende a S/5.00 soles mensuales, que se cobrarán como adicional.

LIMITES DE CONSUMO.-

Consumo Adicional : Permite a EL CLIENTE, una vez consumidas las unidades libres incluidas en el plan tarifario contratado generar consumos adicionales (tráfico de voz, tráfico de SMS, tráfico de MMS y tráfico de datos) hasta un monto establecido según el plan contratado, los mismos que se indican a continuación:

Planes	Monto Máximo	Planes	Monto Automático
MAX 29.90	S/ 29.90	MAX ilimitado 125.00	S/ 125.00
MAX 39.90	S/ 39.90	MAX ilimitado 159.90	S/ 159.90
MAX 49.90	S/ 49.90	MAX ilimitado 189.90	S/ 189.90
MAX 59.90	S/ 59.90	MAX ilimitado 289.90	S/ 289.90
MAX ilimitado 65.00	S/ 65.00		
MAX ilimitado 75.00	S/ 75.00		
MAX ilimitado 85.00	S/ 85.00		
MAX ilimitado 105.00	S/ 105.00		

El "Monto Máximo" es prorrateable. Alcanzado dicho monto, EL CLIENTE solo podrá efectuar tráfico saliente activando una recarga física o virtual, o solicitando la activación de un paquete o servicio adicional de la oferta comercial vigente.

Consideraciones:

- EL CLIENTE podrá solicitar la desactivación de este servicio en cualquier momento del mes, la cual se hará efectiva en un plazo máximo de 24 horas.
- La activación del servicio sólo se puede efectuar al inicio del ciclo de facturación del cliente.
- Las recargas de saldo efectuadas por los clientes que accedan a la facilidad de Límite de Consumo no podrán acceder a las promociones de recarga aplicables a clientes prepago y control.
- La activación del límite de consumo no impide que EL CLIENTE pueda contratar servicios adicionales, compra de paquetes de Redes Sociales a demanda, efectuar consumos de Roaming internacional así como contratar paquetes de voz, SMS, MMS, datos, entre otros; los cuales les serán facturados como adicionales o con cargo a su saldo de recarga, de acuerdo con las condiciones comerciales vigentes del servicio o paquete solicitado.

Restricciones:

- El Límite de consumo no controla ningún tipo de tráfico de llamadas de larga distancia internacional que se realice utilizando el código de identificación de una operadora de larga distancia, así como tampoco las llamadas hacia teléfonos rurales y/o satelitales; por lo que los minutos generados en dichas comunicaciones serán facturados y cobrados como adicionales.

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 33

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

lo cuales, podrá reproducir en dispositivos como: Smart TV (Samsung, LG y Sony), tablets, PC, laptops y Smartphones. En todos los casos, la descarga implica un consumo de datos, de su plan contratado.

Consideraciones: (i) EL CLIENTE podrá asociar hasta cinco (05) dispositivos a su cuenta de Claro Video para disfrutar de manera simultánea los contenidos del catálogo. (ii) Para disfrutar de éste servicio EL CLIENTE tendrá que registrarse en www.clarovideo.com, los cuales podrá disfrutar durante 24 horas desde el momento en que se realizó el alquiler.

TIPO DE SERVICIO	VIGENCIA	COSTO
Alquiler de estreno	24 horas	S/ 9.50
Alquiler Estándar	24 horas	S/ 4.50

CLARO MÚSICA:

Servicio	Cargo Fijo Mensual (Inc. IGV)
Plan ilimitado mensual	S/ 16.90
Plan ilimitado semanal	S/ 6.40

Servicio de suscripción mensual (30 días) o semanal (7 días), que brinda a EL CLIENTE acceso a música en línea, incluidos en el catálogo Claro música ubicado en www.claromusica.com; lo cuales, podrá reproducir en dispositivos como: tablets, PC, laptops y Smartphones con o sin conexión a internet.

Consideraciones: EL CLIENTE acepta que la renovación del servicio es automática. La suscripción y/o compra de canciones a demanda, se descontará del saldo de recarga en un primer intento, de no contar con saldo en dicha bolsa, se facturará como un cargo adicional. Este servicio no es controlado por el Límite de Consumo y se procederá a facturar siempre como adicional.

PAQUETE DE MENSAJES DE TEXTO:

Paquete 150 SMS	Paquete 300 SMS	Paquete 700 SMS	Paquete 1200 SMS	Paquete 2000 SMS
Cargo Fijo Mensual				
S/ 3.00	S/ 5.00	S/ 10.00	S/ 15.00	S/ 20.00

• **Consideraciones:** Los paquetes de SMS son a cualquier destino Nacional. El paquete de SMS contratado será entregado en un plazo máximo de (24) horas. Se prorratea los SMS otorgados y el cargo fijo del servicio. No son acumulables; al finalizar el ciclo de facturación los SMS no consumidos en éste se pierden. Los paquetes otorgados por el presente servicio serán consumidos una vez que el cliente haya utilizado por completo los SMS que vienen incluidos en su plan. No aplica para SMS Premium (contenido de valor agregado que permite que EL CLIENTE pueda acceder a servicios de terceros tales como: loterías, concursos, votaciones, entre otros).

ROAMING INTERNACIONAL:

Zona Tarifaria	Voz Saliente por minuto	Voz Entrante por minuto	SMS Saliente	SMS Recibido	Internet por MB
Claro	S/ 2.00	S/ 1.00	S/ 0.50	Gratis	S/ 5.00
Claro Extendida	S/ 3.00	S/ 1.50	S/ 1.00	Gratis	S/ 5.00
Mundo	S/ 8.00	S/ 4.00	S/ 1.50	Gratis	S/ 10.00


*Tarifas incluyen IGV

- **Zona Claro:** zona tarifaria conformada por Ecuador, Colombia, Chile, Argentina, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay.
- **Zona Claro Extendida:** zona tarifaria conformada por Alemania, Austria, Australia, Bélgica, Bolivia, Canadá, China, Croacia, Egipto, España, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Italia, Irlanda, Israel, Japón, Nueva Zelanda, Portugal, Reino Unido, Sudáfrica, Suiza, Suecia y Turquía.
- **Zona Mundo:** zona tarifaria que incluye todos los países que no conforman las zonas Claro y zona Claro Extendida
- Las tarifas descritas serán facturadas y cobradas como adicionales al cargo fijo del plan tarifario contratado por EL CLIENTE cuando éste realice tráfico de voz, SMS y/o de datos en los países de la zona Claro, zona Claro Extendida o Zona Mundo.
- **Voz Saliente - SMS Saliente y Voz Entrante:** la tarifa dependerá de la zona en la cual se realice o reciba la llamada. En todos los casos de Voz la tarifa será cobrada por minuto o fracción redondeada al minuto superior y los SMS serán cobrados por evento de máximo 160 caracteres.
- **Internet:** El consumo de Internet se cobrará por cada 10 KB, con un cargo mínimo inicial de 10 KB o fracción redondeada a los 10 KB inmediato superior. Equivalencia: 1 Megabyte (MB) = 1,024 Kilobyte (KB). Se cobra el consumo, al margen de la tecnología utilizada (GPRS, Wap, EDGE, UMTS, 3G, 4G u otros), asimismo, se cobra por todo tipo de uso (envío y/o recepción y/o descarga y/o navegación y/o sincronización, etc).
- Este esquema no incluye las llamadas satelitales, las cuales deberán ser cobradas según tarifa vigente a S/ 49.381 por minuto.

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 34

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo



Solicitud de Variación de Servicio - Constancia Migración de Plan

CAC/ DAC	A891 - MCP COMUNI_D.ICA	Fecha (dd/mm/aaaa):	04/02/2022
			04:02:16 p.m.
Titular:	ALAN JHON VILLALTA BRAVO	Caso/ Interacción:	54357809
Representante Legal:		Nro. Claro:	946325465
Tipo Doc. Identidad:	DNI	Nro. Doc:	80062966
Plan Actual:	Max 39.90		
Ciclo de Facturación:	05		

EMAIL

Escenario de Migración:	Postpago a Postpago	Tope de Consumo:	Consumo Exacto
Nuevo Plan:	Max 49.90	Cargo Fijo Tope (S/ .) sin IGV:	0
Cargo Fijo Total del Plan (S/ .) sin IGV:	97.15	Fecha Ejecución Tope:	04/03/2021
Fecha de Ejecución:	04/03/2021		
Cobro Apadece (S/ .) con IGV:	28.67		
Cobro PCS (S/ .) sin IGV:	0.00		

Lista de bonos a mantener

Nombre de Bonos	Fecha Vigencia
<p>El cliente perderá sus números triados para poder acceder a la oferta de triación vigente. Si el cliente desea activar números triados deberá comunicarse al 123 (opción automática), ingresar a www.miclaro.com.pe o acercarse a un CAC, luego de 24 horas de migración.</p> <p>Asimismo declara haber recibido y leído las características y condiciones del nuevo plan solicitado (Incluyendo cuadro de tarifas). Además, El cliente autoriza se desactiven los servicios y promociones que de acuerdo a las condiciones entregadas no corresponden al nuevo plan. Manteniendo o no los servicios adicionales del plan, de acuerdo a lo solicitado en la presente constancia.</p> <p>El plan solicitado incluye diversas facilidades tales como Roaming Internacional, servicios de multimedia de mensajería, Clarodata, GPRS entre otros; cuyo uso dependerá del terminal con el que cuente EL CLIENTE, estos servicios serán incluidos en los recibos emitidos en los ciclos de facturación asignado para cada cliente. El ciclo de facturación se mantiene en el nuevo plan.</p>	

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 35

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

FORMATO DE SERVICIOS ADICIONALES Y TRANSACCIONES - Masivo					
SERVICIOS ADICIONALES					
PAQUETE DE MINUTOS TODO DESTINO NACIONAL:					
NOMBRE	MINUTOS INCLUIDOS	CARGO FIJO MENSUAL (INC. IGV)	NOMBRE	MINUTOS INCLUIDOS	CARGO FIJO MENSUAL (INC. IGV)
Paquete Todo Destino 50	50 minutos	S/10.00	Paquete Todo Destino 120	120 minutos	S/20.00
Paquete Todo Destino 75	75 minutos	S/15.00	Paquete Todo Destino 200	200 minutos	S/30.00
<p>Consideraciones: Estos minutos serán usados para llamadas a cualquier destino nacional (CDN), tanto para móviles como fijos. Se prorratea los minutos otorgados y el cargo fijo del servicio. No son acumulables; al finalizar el ciclo de facturación los minutos no utilizados se pierden. Los paquetes son excluyentes, no se puede contratar más de uno a la vez. El orden de consumo será el siguiente: (i) Bonos promocionales, (ii) Paquete Todo Destino Nacional; (iii) Minutos o soles libres incluidos del plan.</p>					
PAQUETE INTERNACIONAL:					
NOMBRE	MINUTOS INCLUIDOS	CARGO FIJO MENSUAL (INC. IGV)	NOMBRE	MINUTOS INCLUIDOS	CARGO FIJO MENSUAL (INC. IGV)
Adicional Internacional 30	30 minutos	S/10.00	Adicional Internacional 100	100 minutos	S/30.00
Adicional Internacional 60	60 minutos	S/20.00	Adicional Internacional 200	200 minutos	S/60.00
<p>Consideraciones: Estos minutos serán usados para llamadas de larga distancia internacional (LDI) a fijos y móviles de Alemania, Argentina, Austria, Bangladesh, Bolivia, Brasil, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, España, Francia, Guam, Holanda, Hong Kong, Hungría, India, Israel, Italia, Japón, Corea del Sur, Lituania, Malasia, México, Panamá, Paraguay, Portugal, República Dominicana, Rusia, Singapur, Suecia, Tailandia, Uruguay, Venezuela, Dinamarca, Reino Unido y Suiza. A efectos de disfrutar de los minutos otorgados por el paquete LDI, es necesario que EL CLIENTE considere a América Móvil Perú S.A.C. como su operador de larga distancia. Se prorratean los minutos otorgados y el cargo fijo del servicio. No son acumulables; al finalizar el ciclo de facturación los minutos no consumidos se pierden. El orden de consumo será el siguiente: (i) Bonos promocionales, (ii) Servicio Adicional Internacional; (iii) Minutos o soles libres incluidos del plan.</p>					
ADICIONALES REDES SOCIALES:					
	Servicio	Cargo Fijo Mensual (Inc. IGV)			
	Adicional Redes Sociales	S/ 20.00			
<p>Consideraciones: Este servicio permite el acceso a las funcionalidades de Whatsapp, Facebook y Twitter que se detallan a continuación con un celular compatible y a través del APN Claro.pe:</p> <p>WHASTAPP: El cargo fijo incluye el uso de las aplicaciones móviles oficiales WhatsApp®, así como el dominio www.whatsapp.com. A continuación se listan las funcionalidades permitidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Envío de textos (mensajes). • Envío de notas de voz (icono de micrófono). • Envío o compartir fotos y videos. • Descargas o guardar fotos y videos. • Envío o compartir contactos de la agenda. • Recibir notificaciones desde la aplicación oficial de WhatsApp®. <p>FACEBOOK: El cargo fijo incluye el uso de las aplicaciones móviles oficiales que Facebook ha liberado bajo su propia marca tales como: Facebook Messenger, Facebook, Facebook Pages y Facebook Camera así como el dominio www.facebook.com y website de Facebook para móviles m.facebook.com. Funcionalidades incluidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visualización del muro personal o de cualquier persona o grupo. • Publicar un "estado" personal o comentar el "estado" de cualquier persona o grupo. • Publicar o cargar fotos y video en el muro personal utilizando las apps oficiales de Facebook. • Guardar fotos del muro personal o de cualquier persona o grupo. • Dar "me gusta" a alguna historia personal o de cualquier persona o grupo. • Comentar cualquier historia personal o de cualquier persona o grupo. • Compartir cualquier historia en el muro personal o de cualquier persona o grupo. • Recibir notificaciones desde las aplicaciones oficiales de Facebook. <p>TWITTER: El cargo fijo incluye el uso de aplicaciones móviles oficiales para Twitter; así como el dominio www.twitter.com y mobile.twitter.com. Funcionalidades incluidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visualizar el timeline personal o de terceros. • Publicar un tweet. • Comentar un tweet. • Dar favorito en un tweet. • Retwittear un tweet. 					

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 36

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

- Citar tweet.
- Enviar un mensaje directo.
- Recibir notificaciones.
- Publicar o cargar fotos en tu timeline.
- Descargar fotos.

Las siguientes funcionalidades para Whatsapp, Facebook y Twitter serán descontadas de los MBs que tuviera EL CLIENTE o en su defecto (una vez agotados los MBs otorgados por el plan), serán cobrados como adicionales a las tarifas del plan:

- La descarga y visualización de videos desde la aplicación de Twitter.
- La carga y descarga de fotos fuera del app oficial de Whatsapp, Facebook y/o Twitter; por ejemplo, utilizando apps como: Instagram, Retrica, etc.
- La funcionalidad para compartir, reproducir, cargar o descargar videos fuera de la aplicación oficial de Whatsapp, Facebook y/o Twitter; por ejemplo utilizando aplicaciones como: YouTube, Vimeo o DailyMoto, etc.
- El redireccionamiento a cualquier link o URL externa a Whatsapp, Facebook y/o Twitter; aun cuando este haya sido compartido por un mensaje, ejemplo: notas de periódico, artículos de revistas especializadas, descargas de aplicaciones, descargas/uso de juegos, etc.
- El servicio de llamadas de voz sobre IP y video llamadas a través de la aplicación de Whatsapp, Facebook y/o Twitter.
- Compartir mi ubicación a través de la aplicación de Whatsapp, Facebook y/o Twitter.
- Consultar la ubicación de cualquier contacto a través de la aplicación de Facebook y/o Twitter.
- Futuras funcionalidades de cada aplicación que no hayan sido expresamente incluidas en el presente servicio.

-Si EL CLIENTE se encuentra haciendo uso del servicio Adicional Redes Sociales y adquiere un paquete de Internet, EL CLIENTE continuará disfrutando del primero y también tendrá activo el Paquete de Internet adquirido por la vigencia adquirida; el paquete de Internet será consumido en las páginas y URLs diferentes a las de Whatsapp, Facebook y/o Twitter.

-Si EL CLIENTE tiene o adquiere un Paquete de Internet, este será usado para el tráfico que haga el cliente en internet fuera de Whatsapp, Facebook y/o Twitter.

-Queda establecido que cualquier cambio tecnológico y/o de configuración posterior al 14/10/2015 que realice Whatsapp, Facebook o Twitter, podría determinar un costo por consumo de datos para determinadas funcionalidades incluidas inicialmente en el servicio Adicional Redes Sociales.

-Las aplicaciones denominadas Whatsapp, Facebook o Twitter no son propiedad de CLARO. CLARO no es responsable de la aplicación de Whatsapp, Twitter, Facebook ni de los servicios prestados por medio de las mismas, el uso es derivado de una relación entre EL CLIENTE con Whatsapp, Twitter y/o Facebook. En términos de lo anterior, CLARO no es responsable del funcionamiento de dichas aplicaciones, interrupciones o fallas en los servicios proporcionados a través de ellas, ni ningún efecto de la instalación o el uso de las aplicaciones.

-PAQUETES DE INTERNET:

NOMBRE	MB INCLUIDOS	CARGO FIJO MENSUAL (INC. IGV)	NOMBRE	MB INCLUIDOS	CARGO FIJO (INC. IGV)
Adicional MB S/5	1 GB	S/ 10.00	Adicional MB S/30	7 GB	S/ 30.00
Adicional MB S/10	2 GB	S/ 20.00			
Adicional MB S/20	4 GB	S/ 30.00			

Consideraciones: El paquete de internet contratado será entregado en un plazo máximo de (24) horas. Se prorratean unidades y el costo del servicio. No son acumulables; al finalizar el ciclo de facturación lo MB o GB no utilizados se pierden. Los paquetes otorgados por el presente servicio serán consumidos una vez que el cliente haya utilizado por completo los MB que vienen incluidos en su plan.

- Los paquetes son excluyentes, no se puede contratar más de uno a la vez. Se puede solicitar la desactivación de uno y pedir la activación de otro (en un plazo máximo de 24 horas).
- Las unidades libres para navegar en internet se encuentran expresadas en Megabytes (MB) o Gigabytes (GB), según sea el caso; sin embargo su medición y tasación se realiza por Kilobyte (Kb).
- El único APN (Access Point Network) sobre el cual se aplica el Paquete de Internet es: Claro.pe y los MB solo son válidos para ser utilizados en tráfico de datos dentro del territorio nacional en zonas con cobertura móvil Claro.

CLARO VIDEO:

Servicio	Cargo Fijo Mensual (Inc. IGV)
Claro Video	S/ 22.00

Servicio que brinda a EL CLIENTE el acceso a un catálogo de películas, series, conciertos, dibujos animados, karaoke, deportes, documentales, entre otros contenidos incluidos en dicho catálogo ubicado en www.clarovideo.com.

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 37

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

• El Límite de Consumo, funcionará sólo si la línea no sufre ningún tipo de suspensión, cambio o migración de plan; de darse el caso, las unidades libres se prorratan y dependiendo de los consumos, puede facturarse tráfico adicional.

OTRAS TRANSACCIONES:

Consumo Exacto:

- El Consumo Exacto, evita que EL CLIENTE realice tráfico adicional a las unidades libres incluidas en el plan tarifario contratado, a menos que active una recarga física o virtual o solicite la activación de un paquete o servicio adicional de la oferta comercial vigente.
- Si EL CLIENTE activa el Consumo Exacto, cambiará la modalidad del servicio móvil postpago contratado a modalidad control.
- Podrán activar el Consumo Exacto, los planes: MAX, Conexión 25 -ME, y Combo Full Navega, Combo Full Conversa, Combo Full Total.

Restricciones:

- El Consumo Exacto, no controla ningún tipo de tráfico de llamadas de larga distancia internacional que se realice utilizando el código de identificación de una operadora de larga distancia, así como tampoco las llamadas hacia teléfonos rurales y/o satelitales; por lo que los minutos generados en dichas comunicaciones serán facturados y cobrados como adicionales.

IMPORTANTE

Consumo Adicional: Podrá realizar consumos adicionales hasta un monto máximo asignado, el cual dependerá del plan contratado.

Consumo Exacto: No realizará consumos adicionales a su plan contratado

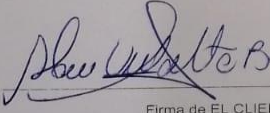
El Límite de consumo asignado al plan:



Consumo Adicional Consumo Exacto

De igual manera le recomendamos revisar el detalle y consideraciones del límite de consumo asignado, en el presente anexo.

EL CLIENTE declara haber leído y aceptado en su totalidad lo contemplado en este documento y haber recibido copia del mismo, dejando constancia de ellos mediante su firma.

Firmado en dos ejemplares de idéntico en la ciudad de ICA el 4 de Febrero de 2022.


Firma de EL CLIENTE
Nombres y Apellidos de EL CLIENTE: ALAN JHON VILLALTA BRAVO
N° Doc. de Identidad: DNI 80062956



AMERICA MOVIL PERÚ S.A.C
Hugo Gonzalez Lozano
Representante Legal

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 38

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

ACUERDO ADICIONAL PARA LA COMPRA DE EQUIPOS CELULARES EN CUOTAS EN DISTRIBUIDORES AUTORIZADO

1. Datos del CLIENTE o Representante Legal

Nombres y Apellidos: ALAN JHON VILLALTA BRAVO
Tipo de Documento: DNI(x) RUC() PASAPORTE() CE() Nro: 80062966
Domicilio: , - ICA Código Cliente:
Línea Telefónica CLARO: 946325465 8.10146370.00.00.100000

2. Datos de EL EQUIPO

Marca / Modelo	IMEI	Comprobante de Pago
XIA REDMI 9C 32GB GR	000866378056056578	Nro:

3. Compra en cuotas

Precio Base (S/)	Precio con Descuento Especial en Cuotas (S/)	N° de Cuotas Mensuales
579.00	636.00 - (SEISCIENTOS TREINTA Y SEIS Y 00/100)	06 () 12 (x) 18 () 24 ()

4. Plan Postpago

Max 49.90

5. CONDICIONES GENERALES

CLARO ha autorizado a EL CLIENTE pagar el Precio con Descuento Especial de EL EQUIPO en cuotas bajo las condiciones siguientes:

- Junto con EL EQUIPO, EL CLIENTE recibirá el comprobante de pago por el importe total del Precio con Descuento Especial en Cuotas el cual acepta pagar según el Cronograma. CLARO se reserva la propiedad de EL EQUIPO hasta que EL CLIENTE haya cumplido con pagar íntegramente el Precio con Descuento Especial en Cuotas. EL CLIENTE asume el riesgo de pérdida o deterioro de EL EQUIPO desde que éste la haya sido entregado.
- A la firma de este Acuerdo, EL CLIENTE pagará la cuota inicial del Cronograma. Las cuotas restantes serán incluidas en el recibo telefónico de la Línea Telefónica CLARO según el Cronograma. La emisión y periodicidad de los recibos se registrará por el respectivo Acuerdo PCS suscrito por EL CLIENTE y la oferta comercial a la cual haya accedido.
- La suspensión del servicio telefónico asociado a la Línea Telefónica CLARO no suspende el pago de cuotas, debiendo ser pagadas en la fecha que corresponda según el Cronograma.
- Se podrá efectuar el prepago o pago anticipado de cuotas total o parcialmente, debiendo ser comunicado a CLARO dentro de los 30 días de haber sido efectuado a través de algún Centro de Atención al Cliente de CLARO o llamando al 123.
- La falta de pago de alguna cuota mensual; la cancelación del servicio asociado a la Línea Telefónica CLARO; y/o el otorgamiento de un descuento especial o financiamiento sobre otro equipo asociado a la misma Línea Telefónica CLARO y Plan Postpago; faculta a CLARO a terminar este Acuerdo y dar por vencidas las cuotas pendientes e incluirlas en el último recibo telefónico que se emita a EL CLIENTE, debiendo ser íntegramente pagado en la fecha ahí indicada.
- La falta de pago oportuno de cualquiera de las cuotas del Cronograma facultará a CLARO a (i) bloquear EL EQUIPO sin necesidad de aviso previo; y, (ii) reportar inmediatamente la deuda a las Centrales Privadas de Riesgo por ser ésta una obligación civil no referida al servicio público de telecomunicaciones.

6. Beneficio Exclusivo

Página 1 de 3

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 39

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

EL CLIENTE no podrá acceder a beneficio o financiamiento adicional para adquirir otro equipo asociado a la misma Línea Telefónica CLARO, salvo autorización expresa distinta de CLARO.

7. Condiciones de Garantía de EL EQUIPO
EL CLIENTE declara haber recibido EL EQUIPO nuevo y en perfecto estado. EL CLIENTE cuenta con una garantía de 12 meses que permitirá, salvo que presente una circunstancia excluida de la garantía, su reparación sin costo en caso de falla o, de no ser posible, su reemplazo por otro equipo del mismo modelo o similar en estado operativo no necesariamente nuevo. Están automáticamente excluidos de la garantía, los equipos que presenten: a) golpes, quiñes, rupturas, rajaduras, derrame de líquido de pantalla, residuos líquidos, sólidos, humedad o sulfatación; b) manipulación, intervención y/o alteración por EL CLIENTE o terceros no autorizados del equipo, su hardware, software y/o sistema operativo; c) uso anormal o contrario al manual; d) uso de accesorios no originales o no aprobados por el fabricante; e) IMEI físico no visible o adulterado; o, f) bloqueo por robo. El IMEI de cualquier equipo que se entregue a EL CLIENTE en aplicación de esta garantía reemplaza automáticamente el IMEI consignado en este acuerdo, sin modificar el Plazo Elegido ni ninguna otra condición. El cambio de equipo no obliga a CLARO a emitir nuevo comprobante de pago (numeral 1.10 del artículo 7° del Reglamento de Comprobantes de Pago). EL CLIENTE declara haber leído, aceptado y recibido las Condiciones de la Garantía y Servicio Técnico, publicadas además en www.claro.com.pe (Sección Legal y Regulatorio - Condiciones y Directivas de Reclamos - Manual del Cliente)

8. Información Personal
En el marco de la Ley de Protección de Datos Personales, EL CLIENTE autoriza expresamente a CLARO a incorporar en su Base de Datos, la huella digital que haya proporcionado en aceptación del presente acuerdo y autoriza a CLARO a utilizarla posteriormente para cotejar su identidad en futuras contrataciones. .


9. Cesión
El DAC con RUC representado por con DNI(x) PASAPORTE() CE() N° 80062966 cede a Claro su posición contractual y el íntegro de sus derechos y obligaciones del presente acuerdo incluyendo el derecho de cobro de las cuotas pendientes de pago. EL CLIENTE autoriza expresamente dicha cesión por lo que acepta que toda las prestaciones a su cargo las ejecutará a favor de CLARO; y acepta que aquellas pactadas a su favor serán ejecutadas por CLARO bajo las condiciones establecidas en el presente Acuerdo.

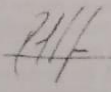
10. Comunicaciones, Domicilio y Jurisdicción
EL CLIENTE fija su domicilio en la dirección señalada en la parte introductoria, sin embargo acepta que cualquier comunicación y/o documento referido a EL EQUIPO o a este acuerdo le sea remitido al correo electrónico consignado en el acuerdo PCS de la Línea Telefónica CLARO. Para cualquier controversia derivada de este acuerdo, renuncian al fuero de sus domicilios y se someten a la competencia de los jueces y tribunales de Lima Cercado


Las partes fijan su domicilio en la dirección señalada en el presente documento y para todo efecto legal renuncian al fuero de sus domicilios y se someten a la competencia por razón de territorio de los jueces y tribunales de Lima Cercado.


Con su firma y/o huella digital, EL CLIENTE declara haber leído, comprendido y aceptado en su totalidad la información contenida en este Acuerdo y haber recibido copia del mismo.

Fecha de suscripción: 04/02/2022 04:02:16 p.m.


AMERICA MOVIL PERU
S.A.C. - CLARO
RUC N° 20467534026
Av. Nicolás Arriola N° 480, Lima 13


DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.


EL CLIENTE



Página 2 de 3

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnsnl.claro.com.pe/>

Figura 40

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

6. **Cálculo para el reintegro del Descuento Especial**
Al presentarse cualquiera de las condiciones resolutorias del numeral anterior, EL CLIENTE perderá el Descuento Especial y deberá reintegrar a CLARO lo que corresponda luego de aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Reintegro de Descuento Especial} = (\text{PP} - \text{PVD}) \times (\text{MR} / \text{PE})$$

M.R : Meses restantes para el cumplimiento del Plazo Elegido
Se considera como número entero la cantidad de periodos completos de 30 días que falten para terminar el P.E y como decimales los días restantes, considerando también los días en que haya estado suspendida la Línea Telefónica CLARO.

7. **Facturación y pago del devolución del Descuento Especial**
El reintegro del Descuento Especial será facturado e incluido en el comprobante de pago inmediato siguiente al mes en que se haya producido la condición resolutoria, debiendo ser pagado por EL CLIENTE en la fecha ahí indicada, al contado o en cuotas mensuales según procedimiento comercial y condiciones que establezca CLARO. El incumplimiento de pago oportuno podrá ser inmediatamente reportado a las Centrales Privadas de Riesgos por ser ésta una obligación civil no referida al servicio público de telecomunicaciones.

8. **Beneficio Exclusivo**
EL CLIENTE no podrá acceder a beneficio o financiamiento adicional para adquirir otro equipo asociado a la misma Línea Telefónica CLARO, salvo autorización expresa distinta de CLARO.

9. **Garantía de EL EQUIPO**
EL CLIENTE declara haber recibido EL EQUIPO nuevo y en perfecto estado. EL EQUIPO cuenta con una garantía de 12 meses que permitirá, salvo que presente una circunstancia excluida de la garantía, su reparación sin costo en caso de falla o, de no ser esta posible, su reemplazo por otro equipo del mismo modelo o similar en estado operativo no necesariamente nuevo. Están automáticamente excluidos de garantía, los equipos que presenten: a) golpes, quíñes, rupturas, rajaduras, derrame de líquido de pantalla, residuos líquidos, sólidos, humedad o sulfatación; b) manipulación, intervención y/o alteración por EL CLIENTE o terceros no autorizados del equipo, su hardware, software y/o sistema operativo; c) uso anormal o contrario al manual; d) uso de accesorios no originales o no aprobados por el fabricante; e) IMEI físico no visible o adulterado; o, f) bloqueo por robo. El IMEI de cualquier equipo que se entregue a EL CLIENTE en aplicación de esta garantía reemplaza automáticamente el IMEI consignado en este acuerdo, sin modificar el Plazo Elegido ni ninguna otra condición. El cambio de equipo no obliga a CLARO a emitir nuevo comprobante de pago (numeral 1.10 del artículo 7° del Reglamento de Comprobantes de Pago). EL CLIENTE declara haber leído, aceptado y recibido las Condiciones de la Garantía y Servicio Técnico, publicadas además en www.claro.com.pe (Sección Legal y Regulatorio - Condiciones y Directivas de Reclamos - Manual del Cliente).

10. **Información Personal**
En el marco de la Ley de Protección de Datos Personales, EL CLIENTE autoriza expresamente a CLARO a incorporar en su Base de Datos, la huella digital que haya proporcionado en aceptación del presente acuerdo y autoriza a CLARO a utilizarla posteriormente para cotejar su identidad en futuras contrataciones.

11. **Comunicación, domicilio y jurisdicción**
EL CLIENTE fija su domicilio en la dirección señalada en la parte introductoria, sin embargo acepta que cualquier comunicación y/o documento referido a EL EQUIPO o a este acuerdo le sea remitido al correo electrónico consignado en el Acuerdo PCS de la Línea Telefónica CLARO. Para cualquier

Página 2 de 3

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 41

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

**COMPROMISO DE DEVOLUCIÓN DE DESCUENTO DE EQUIPO
ACUERDO ADICIONAL**

1. Datos del CLIENTE o Representante Legal

Nombres y Apellidos: ALAN JHON VILLALTA BRAVO
Tipo de Documento: DNI(x) RUC() PASAPORTE() CE() Nro: 80062966
Domicilio: , - ICA

Línea Telefónica CLARO: 946325465 Código Cliente: 8 10146370.00.00.100000

2. EL EQUIPO

Marca / Modelo	IMEI
XIA REDMI 9C 32GB GR PB LTE	000866378056056578

3. Descuento Especial

Precio Prepago (S/)	Descuento Especial (S/)	Precio Final de Venta (S/)	Plazo Elegido en meses
579.00	Contado() Cuotas (x)	636.00 - (SEISCIENTOS TREINTA Y SEIS Y 00/100)	06 () 12 (x) 18 () 24 ()

4. Plan Postpago

Max 49.90

5. Condiciones Generales del Descuento Especial

CLARO ha autorizado un Descuento Especial para la compra de EL EQUIPO asociado al Plan Postpago y Línea Telefónica CLARO identificados en el numeral 1 y 2. Conociendo la posibilidad de adquirir EL EQUIPO al Precio Prepago, EL CLIENTE ha decidido libre y voluntariamente acceder al Descuento Especial. El Descuento Especial es único y está sujeto a que dentro del Plazo Elegido no se produzca ninguna de las condiciones resolutorias siguientes:

- En relación a la Línea Telefónica CLARO EL CLIENTE (i) cancele el servicio PCS, (ii) la porte a otra empresa operadora; o, (iii) transfiera su titularidad.
- EL CLIENTE cambie el Plan Postpago a Prepago, a otro plan con cargo fijo inferior; a un plan CLARO empresas; o, a cualquier otra modalidad o plan distinto no autorizado por CLARO.
- EL CLIENTE desactive algún servicio adicional contratado con el Plan Postpago.
- Se suspenda el servicio PCS de la Línea Telefónica CLARO por: (i) deuda no pagada oportunamente; (ii) haber sobrepasado el rango de utilización asignado; y/o, (iii) uso indebido y/o desnaturalización del servicio PCS.
- No se reactive la Línea Telefónica CLARO en un plazo máximo de 30 días calendarios de haber sido suspendida por EL CLIENTE. No aplicará devolución de Descuento Especial, si dentro de dicho plazo EL CLIENTE reactiva la Línea Telefónica CLARO, adquiere un nuevo equipo y firma nuevo Compromiso de Devolución de Descuento de Equipo. No obstante, si durante la vigencia de ese nuevo acuerdo se produjera alguna condición resolutoria, EL CLIENTE deberá devolver el Descuento Especial ahí otorgado más el que hubiera tenido que devolver en aplicación de este acuerdo.
EL CLIENTE incumpla con el pago de alguna cuota en caso de haber aceptado pagar el P.V.D en cuotas o acceda a descuento especial o financiamiento para adquirir otro equipo asociado a la misma Línea Telefónica CLARO y/o Plan Postpago (salvo Programa de Renovación Continua Claro con firma del correspondiente Compromiso de Devolución de Descuento de Equipo).


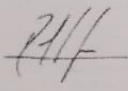
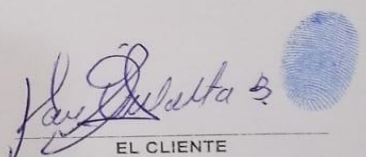
Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnsssl.claro.com.pe/>

Figura 42

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

ANEXO 1
CRONOGRAMA

Número de Cuota	Valor de la Cuota Mensual (S/)	Fecha de pago
Cuota Inicial	69	A la suscripción del presente Acuerdo
1	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
2	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
3	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
4	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
5	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
6	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
7	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
8	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
9	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
10	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
11	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya
12	46.92	Fecha de vencimiento del recibo telefónico o aviso de cobranza en el que se incluya

 AMERICA MOVIL PERU S.A.C. - CLARO RUC N° 20467534026 Av. Nicolás Arriola N° 480, Lima 13	 DISTRIBUIDOR AUTORIZADO MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	 EL CLIENTE
---	---	--

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 43

Sistema de Claro - Modelo de contrato de Equipo

FORMATO DE DESCRIPCIÓN DE PLANES MÓVILES POSTPAGO MASIVO - MAX y MAX_

DESCRIPCIÓN DEL PLAN CONTRATADO

Planes	Componentes del Plan					Cargo fijo (Inc. IGV)
	Minutos CDN ⁽¹⁾	Minutos LDI 3 ⁽²⁾	RPC ⁽³⁾	Internet ⁽⁴⁾	SMS ⁽⁵⁾	
Max 29.90/Max 29.90	Ilimitado	300	Ilimitado	6 GB	ilimitado	S/. 29.90
Max 39.90/Max 39.90	Ilimitado	350	Ilimitado	10 GB	ilimitado	S/. 39.90
Max 49.90/Max 49.90	Ilimitado	400	Ilimitado	14 GB	ilimitado	S/. 49.90
Max 59.90	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	15 GB	ilimitado	S/. 59.90

(1) Minutos para cualquier destino nacional. No aplica destinos rurales, Premium o satelitales, los cuales siempre se cobrarán como adicionales.

(2) Minutos LDI 3 (aplica solo para llamadas realizadas desde el Perú).

(3) Minutos para todos los móviles y fijos de Claro a nivel nacional. Se activa como máximo a las 24 horas de la contratación del servicio.

(4) Gigabytes para que EL CLIENTE navegue por internet, conforme a lo establecido en el Acuerdo.

(5) Mensajes de Texto a cualquier destino, móvil o fijo, a nivel nacional. El destino fijo se requiere que el mismo se encuentre habilitado para recibir mensajes. No incluye SMS Premium.

- Los minutos nacionales, LDI 3 y SMS serán ilimitados en cuanto a su uso
- **Llamadas o SMS Premium:** contenido de valor agregado que permiten que el cliente pueda acceder a servicios de terceros (ejemplo: loterías, concursos, votaciones, entre otros) .

CARACTERISTICAS DE LOS PLANES MAX y MAX_ :

- Al realizar la contratación de cualquiera de los planes MAX_, EL CLIENTE deberá realizar el pago por un monto equivalente al costo del cargo fijo del plan que se encuentra contratando, por el cual recibirá un paquete que le permitirá disfrutar de los beneficios del servicio contratado hasta el inicio de su primer ciclo de facturación. Culminado dicho período, se le facturará el primer cargo fijo mensual de acuerdo al plan contratado. Esta característica no es aplicable para los Planes MAX
- El cargo fijo y los componentes del plan son prorrateables. Al finalizar el ciclo de facturación, lo no utilizado se pierde. Los componentes del plan sólo podrán ser utilizados en el territorio nacional y donde CLARO cuente con cobertura.
- Para que EL CLIENTE pueda consumir los minutos del plan en llamadas a destinos internacionales, es necesario que considere a CLARO como su operador de larga distancia.
- Las tarifas y/o unidades libres para navegar en internet indicadas en el presente Acuerdo se encuentran expresadas en Megabytes (MB) o Gigabytes (GB), según sea el caso; sin embargo su medición y tasación se realiza por Kilobyte (Kb).

BENEFICIOS DE LOS PLANES MAX y MAX_ :

(i) Si contrata algún PLAN MAX o MAX_ sin ningún Límite de Consumo, Límite de Consumo Exacto o con Límite de Consumo Adicional, podrá utilizar una parte de los componentes de su plan (minutos, internet y SMS) en los países con COBERTURA INTERNACIONAL, conformados por: Ecuador, Colombia, Chile, Argentina, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay, conforme al siguiente detalle:

Planes	Componentes del Plan en países con COBERTURA INTERNACIONAL		
	Minutos CDN ⁽¹⁾	Internet ⁽²⁾	SMS ⁽³⁾
Max 29.90/Max 29.90	30	150 MB	100
Max 39.90/Max 39.90	125	1.280 MB	250
Max 49.90/Max 49.90	200	2.048 MB	250
Max 59.90	300	2.560 MB	300

(1) Los minutos podrán ser usados para los siguientes escenarios de comunicación:

- Desde Perú, podrán ser utilizados para llamar a "cualquier destino nacional".
- En los países con COBERTURA INTERNACIONAL, podrán ser usados para llamadas locales (destinos móviles y fijos) desde estos países, y llamadas a Perú.
- También serán descontados de los minutos del plan contratado:

Nota: Tomado del Portal de claro Sisact integrado (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

En este contrato el vendedor realiza la falsificación de identidad para poder así obtener el equipo y usarlo como mejor le parezca a beneficio de su persona.

Es así como que América Móvil encontró ventas desconocidas por los clientes, ya que esto se filtró por las quejas que fueron presentadas por llamadas telefónicas, dando a conocer que no sabían, ni conocían sobre ese pago que se les estaba cobrando, por el hecho que se les llamaba por celular, indicando que tenían un pago pendiente.

Se adjunta correos como evidencias de la solicitud de fraccionamiento de las deudas que se ocasionaron por las ventas fraudulentas.



Figura 45

Correo de solicitud de fraccionamiento

Responder Responder a todos Reenviar

RE: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

Jair Yamashiro [jyamashiro@claro.com.pe]

Para: Dac socio Mcp 9998191
CC: Jorge Vela

martes, 24 de mayo de 2022 10:59 a.m.

• Respondiste el 24/05/2022 11:06 a.m.

Para: Dac socio Mcp 9998191
CC: O; Jorge Vela; Milton Zamudio; Julio Fernando Acuache
Asunto: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

Lima, Martes, 19 de Abril de 2022

Señores:
MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
Presente,

Se adjunta el detalle de las líneas materia de reclamo correspondientes al mes de MAR. 22.
Dicho detalle incluye la línea, código de cliente, fecha de activación del servicio y la conclusión de lo detectado como irregular por lo cual ha sido declarado Fraude.
De tener alguna observación al respecto agradeceré informar hasta el 25 de Abril.

Consideraciones:
Este correo es informativo, cualquier consulta / descargo se recibe hasta el 25 de Abril.
Por último, **le recordamos que toda consulta o descargo debe ser ingresada mediante el buzón de consultas en el portal de distribuidores**, para que el analista responsable del proceso lo atienda. De esta forma evitaremos que su consulta quede sin atención.

Atentamente,
Erika C.

Nota:
Cualquier consulta dirígala a soproteoperacional@claro.com.pe
Atentamente,
Jefatura de Comisiones

Nota: Tomado del Microsoft OutlookWebApp (figura) <https://mail2.claro.com.pe/owa>

Figura 46

Correo de solicitud de fraccionamiento

Responder Responder a todos Reenviar

RE: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

credcobr@claro.com.pe

Para: Dac socio Mcp 9998191
CC: Carlos Alberto Tejeda; Jorge Vela; Katherine Jannet Flores; Jose Luis Valverde; Creditos y Cobranzas Distribuidores
Datos adjuntos: RE: COMPENSACION-MCP COMUNICA...

jueves, 12 de mayo de 2022 12:36 p.m.

Respondiste el 12/05/2022 02:11 p.m.

Sres. DAC
Buenas tardes, al respecto debemos mencionarles que su solicitud de fraccionamiento no es viable mucho menos si se trata de una penalidad (**Reem Gast /Daños com y subs MAR.22.**) De otro lado, hemos verificado que tiene un mal comportamiento de pago, espera a que tenga comisiones para compensarlas con parte de su deuda vencida (un ejemplo es el adjunto), Asimismo, productos que son sensibles como es la Recaudación, Recarga virtual y Prendas no la cancela dentro de los plazos, en el caso de la Recaudación debe ser cancelada al día siguiente ya que se trata de un dinero que no le pertenece, sin embargo, no lo hacen, prueba de ello es que al día de hoy 12/05 registra deuda vencida en los productos sensibles antes mencionados.

Cliente	4070610
Sociedad	PE02
Nombre	MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
Población	

St	ACC	Asignación	Cuenta	N° doc.	Referencia	Fecha doc.	Fecha pago	Cla	Compens.	Demora	Mon.	Importe en ML
	FE03	7460666018	4070610	6010749565	E1-0018-00236117	28.04.2022	01.05.2022	RV		11	PEN	465.00
*	FE03											465.00
	FE07	DAC010eMCP-	4070610	4390041972	DAC010eMCPCOMMUNI	29.04.2022	30.04.2022	JS		12	PEN	853.90
*	FE07	DAC010eMCP-	4070610	2290467782	DAC010eMCPCOMMUNI	05.05.2022	29.04.2022	AB		13	PEN	263.21
	FE07											1,117.11
*	FE15	A891	4070610	6040089220	14-SR01-00234006	30.04.2022	03.05.2022	SA		9	PEN	30.00
*	FE15											30.00
**												1,612.11

Nota: Tomado del Microsoft OutlookWebApp (figura) <https://mail2.claro.com.pe/owa>

Figura 47

Correo de solicitud de fraccionamiento

Responder Responder a todos Reenviar

RE: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

credcobr@claro.com.pe

Para: Dac socio Mcp 9998191
CC: Carlos Alberto Tejeda; Jorge Vela; Katherine Jannet Flores; Jose Luis Valverde; Creditos y Cobranzas Distribuidores
Datos adjuntos: RE: COMPENSACION-MCP COMUNICA...

jueves, 12 de mayo de 2022 12:36 p.m.

Respondiste el 12/05/2022 02:11 p.m.

De: Dac socio Mcp 9998191
Enviado el: jueves 12 de mayo de 2022 11:32
Para: Jorge Vela
CC: Carlos Alberto Tejeda; Jose Luis Valverde; Erika Carrillo; Jorge Raul Osorio Huaman
Asunto: Re: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
Importancia: Alta

Buenos días Jorge solicitamos su apoyo con el fraccionamiento de dicha penalidad como lo hemos hecho en varias oportunidades asumiendo dichas penalidades.

Atte
MCP

Nota: Tomado del Microsoft OutlookWebApp (figura) <https://mail2.claro.com.pe/owa>

Figura 48

Correo de Solicitud de Compensación

Responder Responder a todos Reenviar

RE: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L. / MONTO A COMPENSAR DE LA LINEA DE CREDITO Y SALDO POR PAGAR POR PARTE DEL DAC.

Jorge Vela [jvelal@claro.com.pe]

Para: Jose Luis Valverde; Dac socio Mcp 9998191
CC: Jair Yamashiro; Carlos Alberto Tejeda

miércoles, 25 de mayo de 2022 10:40 a.m.

- Respondiste el 25/05/2022 10:56 a.m.

Jorge Eduardo Vela Luque
Jefe Zonal de ICA

De: Jorge Vela
Enviado el: martes 24 de mayo de 2022 18:36
Para: Dac Mcp 9998191 <D9998191@claro.com.pe>; Jose Luis Valverde <jvalverde@claro.com.pe>
CC: Jair Yamashiro <jyamashiro@claro.com.pe>; Carlos Alberto Tejeda <ctejeda@claro.com.pe>
Asunto: RV: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L. / MONTO A COMPENSAR DE LA LINEA DE CREDITO Y SALDO POR PAGAR POR PARTE DEL DAC.

Milton como te comenté luego de hacer la compensación de la deuda solo por la factura de GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 con la línea de crédito, existiría una diferencia que deben de cancelar, aquí el detalle :

MONTO A COMPENSAR DE LA LINEA DE CREDITO Y SALDO POR PAGAR POR PARTE DEL DAC.

- Monto Total de la deuda es de S/ 17,913.44 (Postpago S/ 17,883.44 y Prendas S/ 30.00.)
- Deuda por compensar de la Garantía del Distribuidor es de: S/. 9,857.86

Quedaría un saldo a pagar de: S/ 8.055.58

A la espera de sus comentarios y desde luego revisión de lo expuesto.

Facturas que componen la deuda vencida

St	ACC	Asignacion	Cuenta	Nº doc.	Referencia	Fecha doc.	Fecha pago	Cla	Compens.	Demora	Mon.	Importe en ML
<input type="checkbox"/>	PE01	7460669711	4070610	6010752627	E1-0019-00107931	20.04.2022	13.05.2022	RV		11	PEN	557.37
<input type="checkbox"/>	PE01	7460733146	4070610	6010814917	E1-0019-00108627	06.05.2022	13.05.2022	RV		11	PEN	115.70
<input type="checkbox"/>	PE01	7460492959	4070610	5890010920	E8-0019-00058277	10.05.2022	13.05.2022	RD		11	PEN	335.16
<input type="checkbox"/>	PE01	7460669719	4070610	2290523940	E1-0019-00107939	20.05.2022	13.05.2022	AB		11	PEN	5,031.99
<input type="checkbox"/>	PE01	7460492959	4070610	5890011111	E8-0019-00058468	13.05.2022	16.05.2022	RD		8	PEN	4.06
<input type="checkbox"/>	PE01	7460593462	4070610	6010677958	E1-0160-00007125	18.04.2022	18.05.2022	RV		6	PEN	7,351.46
<input type="checkbox"/>	PE01	7460595019	4070610	6010680123	E1-0160-00007131	18.04.2022	18.05.2022	RV		6	PEN	1,793.49
<input type="checkbox"/>	PE01	7460605720	4070610	6010690216	E1-0160-00007135	20.04.2022	20.05.2022	RV		4	PEN	2,644.49
<input type="checkbox"/>	PE01	7460390826	4070610	5890011319	E8-0020-00196418	17.05.2022	20.05.2022	RD		4	PEN	47.18
<input type="checkbox"/>	PE15	A891	4070610	6040104258	14-SR01-00252413	19.05.2022	22.05.2022	SA		2	PEN	30.00
<input type="checkbox"/>	PE01	7459460991	4070610	5890011261	E8-0020-00196571	20.05.2022	23.05.2022	RD		1	PEN	2.54
*												17,913.44

Nota: Tomado del Microsoft OutlookWebApp (figura) <https://mail2.claro.com.pe/owa>

Figura 49

Estado de cuenta según sistema de claro

2/4/23, 11:14

RE: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L. / MONTO A COMPENSAR DE LA LINEA ...

Fecha :24.05.2022
 Hora :15:04:48
 33,641 clientes encontrados.
 Fecha de corte: 24.05.2022

Área Ctrl.	Garantía	Cliente Pa	Nombre	Cl. Prod.	Σ	Lim Credito	Σ Total de deuda	Σ Total Vencida
PE01	52,927.80	0004070610	MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Post-Pago		14,546.74	33,466.46	17,883.44
PE02	52,927.80	0004070610	MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Pre-Pago		27,584.92	1,483.18-	1,483.18-
PE03	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Tiempo Aire		0.00	0.00	0.00
PE04	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Reintegro		0.00	0.00	0.00
PE05	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Reestructura		0.00	0.00	0.00
PE07	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Contado / Administrativas		2,586.09	0.00	0.00
PE09	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Cargos Admtivos / Otros		0.00	0.00	0.00
PE10	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Sim Card		5,387.68	0.00	0.00
PE11	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Recarga Prepago		0.00	0.00	0.00
PE12	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Recarga Física		3,771.38	0.00	0.00
PE13	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Arrendamiento		0.00	0.00	0.00
PE14	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Tel.Fija Inalamb.		0.00	0.00	0.00
PE15	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	Prendas		0.00	86.00	30.00
PE16	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	DTH		0.00	0.00	0.00
PE17	52,927.80		MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.	HFC		0.00	0.00	0.00
						53,876.81	32,069.28	16,430.26

0004070

cerrar sesión | Dac socio Mcp 9998191

Encontrar a alguien Opciones

*Recordarle que el horario de atención es de Lunes a Sábado de 9:00am a 6:00pm.
 *Para realizar cualquier pedido debe revisar **NO** tener ninguna comisión pendiente por registrar en el Portal financiero que **supere los 7 días calendario** ya que esto es motivo de rechazo de su pedido.

De: Dac socio Mcp 9998191 <C9998191@claro.com.pe>
Enviado: jueves, 12 de mayo de 2022 14:11
Para: Creditos y Cobranzas Distribuidores <credcoobr@claro.com.pe>
Cc: Carlos Alberto Tejeda <cteveda@claro.com.pe>; Jorge Vela <jvelal@claro.com.pe>; Katherine Jannet Flores <katherine.flores@claro.com.pe>; Jose Luis Valverde <jvalverde@claro.com.pe>; Creditos y Cobranzas Distribuidores <credcoobr@claro.com.pe>
Asunto: Re: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

Estimados La compensación de comisiones a deudas se da porque nosotros no recibimos ningún abono de nuestras comisiones, todo nuestras comisiones son compensadas a deudas de los productos que tenemos ya que es la única manera de nosotros ver el dinero de nuestras comisiones y de esa modalidad se viene trabajando años.

Así mismo recordaran hace cerca de un año nos salió una penalidad de **Reem Gast /Daños com y subs** y se nos dio la facilidad de poder fraccionarla el cual se cumplió el cronograma de pago tal como lo indicaron y nos dio la facilidad de poder continuar con las operaciones como lo hemos venido haciendo.

Solicitamos se considere lo expuesto y poder acceder a algún tipo de fraccionamiento.

Atte
 MCP

Nota: Tomado del Portal de claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 50

Correo de Fraccionamiento

credcobr@claro.com.pe
Bandeja de entrada
jueves, 12 de mayo de 2022 03:35 p.m.

Sres. DAC
La solicitud no procede, como se menciona en el correo enviado, no registra un buen comportamiento de pago, en el caso de la Recaudación que ustedes realizan en el día (dinero que no le pertenece) y que debe ser cancelado al día siguiente, no cumplen con realizar el PAGO.

Saludos,

C&CD
*Recordarle que el horario de atención es de Lunes a Sábado de 9:00am a 6:00pm.
*Para realizar cualquier pedido debe revisar **NO** tener ninguna comisión pendiente por registrar en el Portal financiero que **supere los 7 días calendario** ya que esto es motivo de rechazo de su pedido.

De: Dac socio Mcp 9998191 <C9998191@claro.com.pe>
Enviado el: jueves 19 de mayo de 2022 09:14
Para: Jair Yamashiro <jyamashiro@claro.com.pe>
Asunto: Re: INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
Importancia: Alta

Jair buenos días tu apoyo con el fraccionamiento por S/9857.86 en 3 partes ya que en este momento no contamos para poder pagarla, pero tenemos toda la intención de pagarla, por eso recurrimos a ustedes para que nos puedan apoyar y poder continuar con nuestras operaciones

Monto	S/ 9,857.86
25-Jun	S/ 3,285.95
25-Jul	S/ 3,285.95
25-Ago	S/ 3,285.95

Atte
MCP

INF. REEMBOLSO GASTOS Y DAÑOS MARZ.22 - MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

Dac socio Mc... Estimados Jair estoy de acuerdo con la propuesta. Atte MCP 24/05/2022

Jair Yamashiro [jyamashiro@claro.com.pe]
Para: Dac socio Mcp 9998191
CC: Jorge Vela

Bandeja de entrada
martes, 24 de mayo de 2022 10:59 a.m.
- Respondiste el 24/05/2022 11:06 a.m..

Milton se te podrá compensar la deuda si y solo si los siguientes meses se devuelve la garantía con el siguiente cronograma

Monto	S/ 9,857.86
25-Jun	S/ 3,285.95
25-Jul	S/ 3,285.95
25-Ago	S/ 3,285.95

Me confirmas por favor
Sldos
Jair

Nota: Tomado del Portal de claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

4.2.2 PROPUESTA DE SOLUCION

4.2.2.1 CASO PRACTICO

Las ventas que se realizan en campo se realizan previa evaluación por sistema Sisact Integrado, la cual especifica si el cliente esta apto para adquirir un chip postpago y/o equipo en cuotas.

Figura 51

Portal del Sistema claro

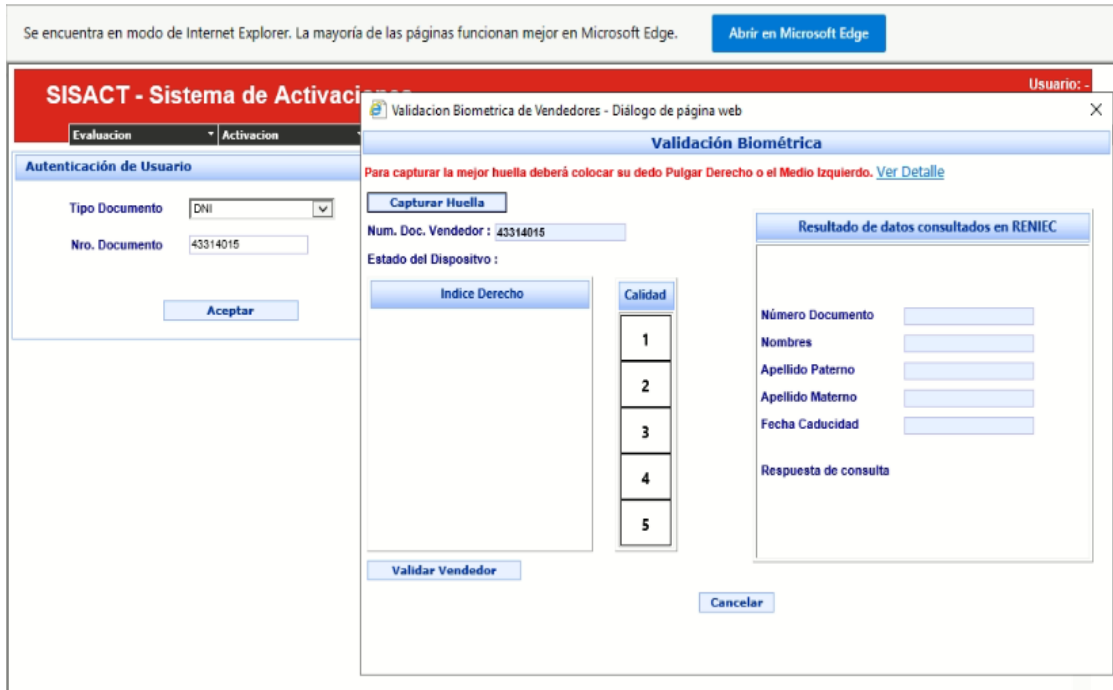
The screenshot displays the 'Portal de Aplicaciones de Distribuidores' for Claro. At the top, it features the Claro logo, the title 'PORTAL DE APLICACIONES DE DISTRIBUIDORES', and a welcome message: 'Bienvenido: Dac Mcp 9998191'. A small image of three business professionals is in the top right corner. Below the header, there are three promotional banners: 1) 'Full Claro' offering benefits like '+ GIGAS PARA TUS MÓVILES' and '+ VELOCIDAD PARA TU INTERNET FLUJO'. 2) '5 SOLES = 5 DÍAS ILIMITADO' for calls, with social media icons and a '¡JAJAJE!' sound effect. 3) 'Claro-video' offering '¡24 meses gratis en la sección catálogo!'. The main content area contains four service tiles: 'Sisact Integrado' (listing various systems like Sisact Prepago, SIVCO, etc.), 'Portal de Pedidos' (for evaluation and CCD), 'Centro de Formación' (for training materials and maps), and 'Sistema de Gestión' (for account management and commissions). A red footer bar contains the ATU logo, contact information 'Si tienes consultas o incidencias: escribenos a atuaplicacionesdenegocio@claro.com.pe', and a link to 'Activar Windows'.

Nota: Tomado del Portal de claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Hoy en día, para poder realizar una renovación por equipo, pasa huella digital primero el vendedor, que es quien realiza la evaluación si el cliente puede o no adquirir un equipo en cuotas, una vez aprobada por el sistema, se hace el trámite correspondiente de ingresar los datos del cliente direcciones, correo, IMEI del equipo y al final el cliente pasa huella biométrica y se le entrega el equipo dando conformidad con una foto como referencia que el cliente está llevando el producto.

Figura 52

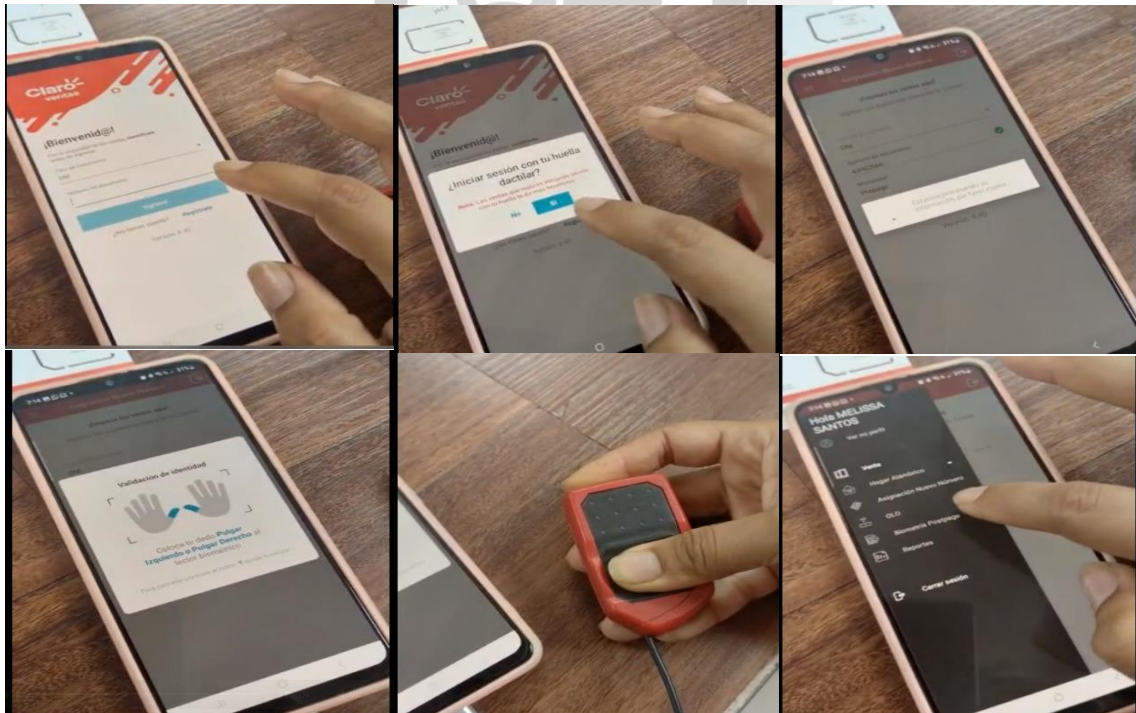
Portal del Sistema claro



Nota: Tomado del Portal de claro (figura) <https://portalvpnssl.claro.com.pe/>

Figura 53

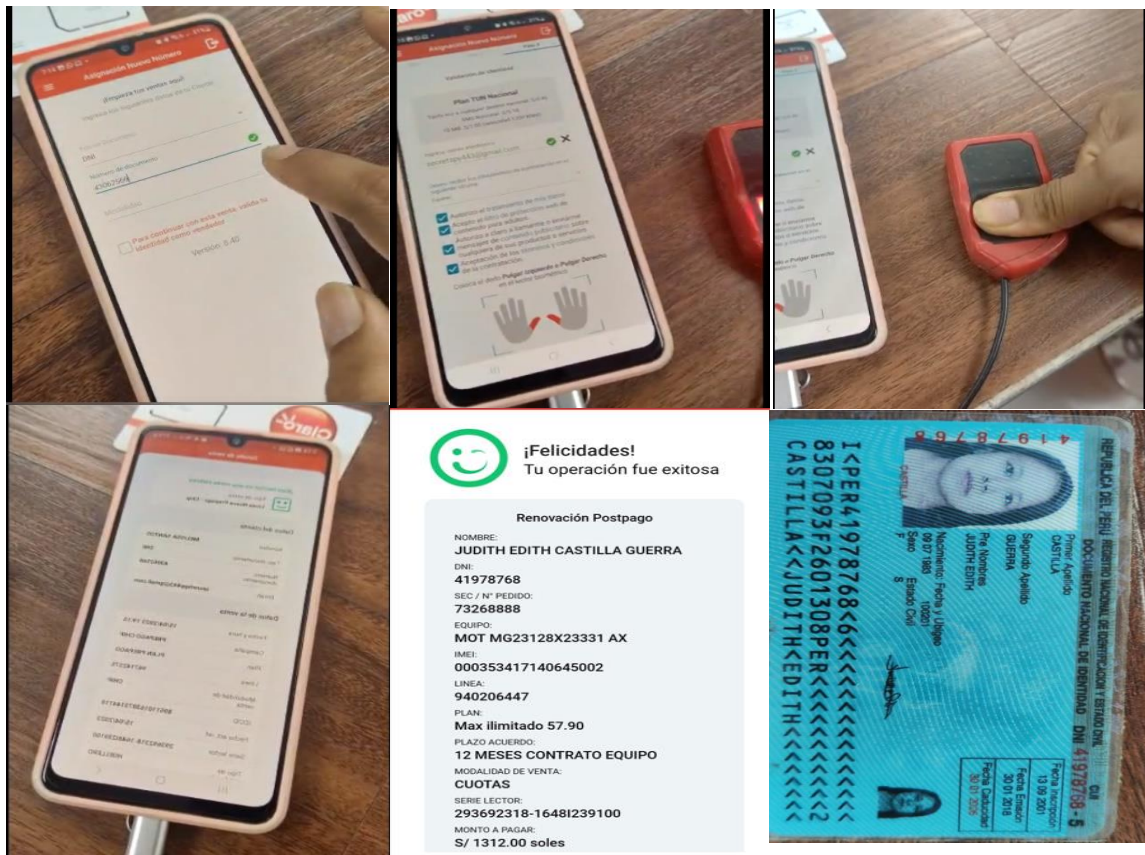
Vendedor ingresando con DNI y huella para realizar la venta



Nota: Tomado del aplicativo Ventas biometrico claro (figura)

Figura 55

Cliente pasando huella por el biométrico



Nota: Tomado del aplicativo Ventas claro (figura)

Figura 57

Foto de conformidad de entrega del equipo de la sra. Castilla Guerra Judith



Para evitar la suplantación de identidad en las nuevas contrataciones de equipo, reposición de chip móvil, de acuerdo a las medidas dispuestas por el Organismo Superior de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) indica que desde el 12 de enero de 2023 será obligatorio uso de contraseña única para la contratación y reposición de chips móviles, dando así más seguridad al cliente, ya que se generara una clave única personalizada que deben aceptar obligatoriamente para que se pueda realizar el servicio solicitado, se enfatizó que el control biométrico a través de la huella dactilar sigue siendo una medida de seguridad, ya que se tiene verificación con la base de datos de reniec.

Figura 60

Pasos para registrar al cliente en la app mi claro



Nota: Portal de claro(figura) [https://www2.claro.com.co/institucional/registro-app-mi-](https://www2.claro.com.co/institucional/registro-app-mi)

4.3 Explicación de las alternativas de Solución:

- 1) La implementación de nuevas estrategias, y condiciones de ventas para poder evitar la suplantación de identidad con los clientes al momento de adquirir algún producto, es necesariamente obligatoria la huella digital, con el fin de no volver a tener más clientes insatisfechos con sus líneas.

Osiptel, ante denuncias de robo de identidad, las empresas tuvieron que modificar los procedimientos de ventas, adecuar su sistema, comprar equipos y tener conexión en línea con la base de datos del reniec, la huella es consultada con la base de datos de reniec para validar que se trata de la persona que está solicitando el servicio.
- 2) La selección de Personal, primero; se debe realizar un reclutamiento, para poder elegir a los posibles candidatos, para el puesto de trabajo, evaluando y analizando, la experiencia laboral que tenga el trabajador, también tener en cuenta lo antecedentes que pueda tener, llamando a las empresas donde antes trabajo, para poder tener como referencia que tan buena relación laboral haya tenido en su empresa.
- 3) Capacitación de Personal: todo personal que recién ingresa a laborar debería tener capacitaciones, para poder conocer sobre el producto que van a ofrecer, los beneficios, ventajas, desventajas y las posibles penalidades que podría tener si llega a ocurrir alguna falta, para así poder evitar a futuro penalidades por una mala información o suplantación de identidad.
- 4) Motivación y bonos: los incentivos son una buena motivación para el equipo de ventas, las cuales pueden ser: horarios flexibles, motivación monetaria, regalos o premios, para esto debemos tener un comportamiento y actitud positiva para poder motivar a un equipo comercial; para ello debemos ser optimistas, íntegros, y poder llevar una buena relación con nuestros compañeros, ya que si hay una buena relación de compañerismo el ambiente laboral se siente mejor para ellos.
- 5) Ambiente laboral: tener un buen ambiente laboral, es lo primordial para que el trabajador se sienta a gusto y pueda contribuir a obtener una mayor productividad, es necesario que el ambiente sea adecuado, agradable y estimule al equipo a conseguir la productividad del mes.
- 6) Materiales de trabajo: es una herramienta principal con la cual el trabajador va a demostrar lo eficiente que puede ser para desempeñar su trabajo, por lo tanto, debería tener todos sus materiales de trabajo para ser productivo.

CONCLUSIONES

- 1) Mediante el trabajo de suficiencia se logró demostrar que la selección de personal es un proceso primordial en la gestión comercial de cualquier empresa, ya que la calidad de los empleados contratados puede tener un impacto significativo en la productividad, la calidad del servicio y la rentabilidad de la organización.

Es importante que la empresa tenga un proceso de selección bien estructurado que incluya la definición clara del perfil del puesto y la evaluación de las habilidades, la experiencia y las competencias de los candidatos.

- 2) Asimismo; es fundamental que se identifiquen y se evalúen, los rasgos de personalidad y los valores, que se ajusten a la cultura de la empresa, conocer algunas características de personalidad de los trabajadores, ya que el personal que se contrata no puede estar apto para el trabajo o desconoce por falta de experiencia, porque en este caso solo se toma en cuenta para la contratación del trabajador que tenga disponibilidad de tiempo y ganas de trabajar.
- 3) La empresa carece de un ámbito laboral adecuado; adaptado a la necesidad del trabajador, para que se sienta a gusto en su centro laboral, puede llevar a no tener un compromiso laboral, el no contar con un ambiente acorde a su necesidad puede tener un impacto negativo en la satisfacción y el desempeño de los trabajadores, lo que puede afectar a la productividad y al éxito de la empresa.
- 4) La falta de capacitación del personal, en el ámbito laboral, puede tener consecuencia negativa, las cuales pueden ser el bajo desempeño laboral; teniendo dificultades para realizar su trabajo de manera efectiva y eficiente, ya que pueden sentir, que no tienen habilidades necesarias para su desarrollo laboral de manera profesional, lo que podría llevarlos a tomar una decisión de renuncia y buscar nuevas oportunidades laborales.
- 5) No se ofrece oportunidades de desarrollo profesional: los empleados desean sentir que tienen oportunidades de crecimiento y desarrollo en su trabajo, la falta de oportunidad, hace que no se sientan competitivos con los demás trabajadores, sintiéndose desmotivados y pensar en su renuncia para buscar otro lugar de trabajo.

RECOMENDACIONES

- 1) Se recomienda, implementar el área de recursos humanos, con el fin de realizar una mejor selección de personal de forma eficiente, con el fin de contar con un trabajador con experiencia laboral y apto para que ocupe el puesto de trabajo vacante y así obtener mayor productividad.

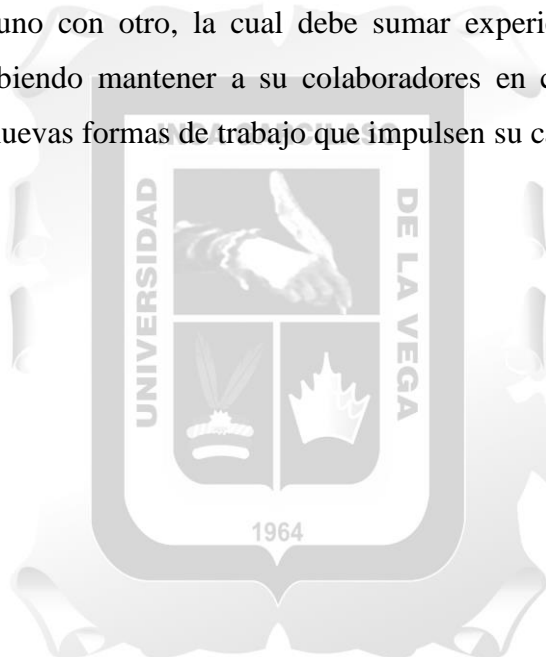
Identificar el perfil del puesto antes de iniciar el proceso de selección, es importante identificar el perfil del puesto y las habilidades y competencias necesarias para cumplir con las responsabilidades del puesto. Esta información debe ser clara y específica para poder evaluar a los candidatos de manera efectiva.

Se debe evaluar las habilidades técnicas y blandas: durante el proceso de selección, ya que es fundamental evaluar tanto las habilidades técnicas como las habilidades blandas de los candidatos. Las habilidades técnicas se refieren a las habilidades específicas necesarias para el puesto, mientras que las habilidades blandas se refieren a las habilidades interpersonales, de liderazgo y de comunicación necesarias para desempeñar el trabajo de manera efectiva.

- 2) Se recomienda contratar a una psicóloga colegiada, para que sea parte del área de recursos humanos para poder realizar entrevistas psicológicas y así identificar las debilidades y fortalezas; habilidades y competencias para el desempeño laboral del trabajador, teniendo como compromiso un mejor desarrollo en el ámbito laboral y ser rentable para la empresa.
- 3) Establecer un lugar de trabajo adecuado para el trabajador, motivándolo a tener un compromiso con la empresa, con la finalidad de que se sienta cómodo y seguro, sin miedo a algún riesgo, siendo tratados con respeto y un trato justo, sin discriminación alguna y sin acoso laboral, es importante que las empresas presten atención al ambiente laboral y trabajen activamente para crear un entorno positivo, organizado, limpio y ventilado, para que el equipo de trabajo muestre mayor productividad en su desempeño.
- 4) Se recomienda, que la capacitación del personal debe ser constante para el conocimiento de los procesos necesarios que el trabajador necesita para el desarrollo de su trabajo de manera efectiva y eficiente, con la finalidad de mejorar sus habilidades y técnicas para un mayor rendimiento, su productividad y calidad de trabajo.

La capacitación de personal ayuda al crecimiento y aprendizaje, la cual aumenta la satisfacción en el trabajo; es importante asegurar que estén actualizados para que estén en capacidad de cumplir con los objetivos de la empresa. También es importante que se fomente un ambiente de trabajo positivo, en el que se promueva la colaboración, la comunicación y el respeto mutuo, ya que esto puede tener un impacto significativo en la motivación y el compromiso de los empleados.

- 5) Se propone ofrecer oportunidades de desarrollo profesional, con la finalidad de que el trabajador pueda crecer y desarrollarse en otras áreas, demostrando sus habilidades técnicas, liderazgo y desarrollo personal, adquiriendo nuevos conocimientos, así como mejorar su desempeño en el trabajo y sentirse competitivos uno con otro, la cual debe sumar experiencias para cada área específica, debiendo mantener a su colaboradores en constante formación e implementar nuevas formas de trabajo que impulsen su carrera profesional.



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Adecco. (2021). *Cómo es el proceso de selección de personal: fases y resultados*. Obtenido de <https://www.adecco.es/insights/como-es-el-proceso-seleccion-personal-fases-y-resultados>
- Bizneo. (2022). *Reclutamiento y Selección*. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/preseleccion-de-candidatos/#:~:text=La%20preselecci%C3%B3n%20de%20candidatos%20se,de%20personal%20de%20la%20empresa.>
- Candidatos, P. d. (2022). *Bizneo*. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/preseleccion-de-candidatos/>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de Personal*. Edit. NOMOS S.A.
- Empresa, P. y. (2020). *Ventajas y Desventajas de la Selección de Personal*. Obtenido de <https://psicologiayempresa.com/ventajas-desventajas-seleccion-personal.html>
- Herrero Palomo, J. (2001). Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. En J. Herrero Palomo, *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa* (pág. 197). Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Humano, C. (2012). *Capital Humano*. Obtenido de <http://capitalhumanobydivan.blogspot.com/2012/07/321-principios-de-la-seleccion-de.html>
- Idalvert, C. (Ed.). (2001). *Administración de Recursos Humanos, Quinta Edición*. Bogota: Editorial Nomos S.A.
- Integratec. (2023). *Integratec*. Obtenido de <https://www.integratec.com/blog/perfiles-de-puesto.html>
- Mare Nostrum Business School. (2023). *Las fases del proceso de selección de personal*. Obtenido de Mare Nostrum Business School: <https://escuelamarenostrom.lat/seleccion-personal-fases-que-es/>

Osiptel. (28 de 10 de 2022). <https://www.osiptel.gob.pe/portal-del-usuario/noticias/osiptel-desde-el-12-de-enero-de-2023-sera-obligatorio-uso-de-contrasena-unica-para-la-contratacion-y-reposicion-de-chips-moviles/>.

QuestionPro. (2023). *Selección de personal*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/seleccion-de-personal/>




QuestionPro. (2023). *Selección de personal*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/seleccion-de-personal/>

Trabajo, P. e. (23 de 05 de 2016). http://www.trabajo.gob.pe/boletin/documentos/boletin_21/doc_boletin_21_02.pdf.



ANEXOS

1. Anexo N°1 - Carta de Autorización de la empresa MCP Comunicaciones



CARTA DE AUTORIZACION DE USO DE INFORMACION DE LA EMPRESA PARA
PODER OBTENCION DE TITULO PROFESIONAL


Señores:

Universidad Inca Garcilaso de la Vega
Facultad de Ciencias Contables y Finanzas Corporativas

Yo, Cueva Pizarro, Milton Dagoberto identificado con DNI: 40583494, en mi calidad de Gerente General de la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L, identificada con R.U.C N° 20534930250, ubicada en Av. Calle Mariscal Benavides – Chincha Alta – Ica.

OTORGO LA AUTORIZACION,

A Saravia Tasayco, Johana Sinty, identificada con DNI N° 43314015 bachiller de la carrera de Ciencias Contables y Finanzas Corporativas para que utilice la siguiente información de la empresa: información administrativa, contable y comercial con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Suficiencia Profesional: "La selección de Personal y su efecto en la Gestión Comercial en la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L" para optar el Título Profesional.



MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
Milton Cueva Pizarro
GERENTE

Principal: Calle Mariscal Castilla # 138
mcpcomunicaciones@

2. Anexo N°2 - Ficha RUC de la empresa MCP Comunicaciones E.I.R.L



FICHA RUC : 20534930250
MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.

Número de Transacción : 59829256
 CIR - Constancia de Información Registrada

Información General del Contribuyente

Apellidos y Nombres ó Razón Social : MCP COMUNICACIONES E.I.R.L.
 Tipo de Contribuyente : 07-EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
 Fecha de Inscripción : 17/05/2013
 Fecha de Inicio de Actividades : 17/05/2013
 Estado del Contribuyente : ACTIVO
 Dependencia SUNAT : 0103 - I.R.LICA-MEPECO
 Condición del Domicilio Fiscal : HABIDO
 Emisor electrónico desde : 28/02/2019
 Comprobantes electrónicos : FACTURA (desde 28/02/2019),BOLETA (desde 28/02/2019)

Datos del Contribuyente

Nombre Comercial : -
 Tipo de Representación : -
 Actividad Económica Principal : 6190 - OTRAS ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES
 Actividad Económica Secundaria 1 : 0148 - CRÍA DE AVES DE CORRAL
 Actividad Económica Secundaria 2 : 4100 - CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS
 Sistema Emisión Comprobantes de Pago : MANUAL
 Sistema de Contabilidad : MANUAL
 Código de Profesión / Oficio : -
 Actividad de Comercio Exterior : SIN ACTIVIDAD
 Número Fax : -
 Teléfono Fijo 1 : -
 Teléfono Fijo 2 : -
 Teléfono Móvil 1 : 55 - 994008225
 Teléfono Móvil 2 : -
 Correo Electrónico 1 : hermoza_u@hotmail.com
 Correo Electrónico 2 : -

Domicilio Fiscal

Actividad Económica : 6190 - OTRAS ACTIVIDADES DE TELECOMUNICACIONES
 Departamento : ICA
 Provincia : CHINCHA
 Distrito : CHINCHA ALTA
 Tipo y Nombre Zona : -
 Tipo y Nombre Vía : CAL. MARISCAL BENAVIDES
 Nro : 181
 Km : -
 Mz : -
 Lote : -
 Dpto : -
 Interior : -
 Otras Referencias : -
 Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal : OTROS.

Datos de la Empresa

Fecha Inscripción RR.PP : 09/05/2013
 Número de Partida Registral : 11043442
 Tomo / Ficha : -
 Folio : -
 Asiento : -
 Origen del Capital : NACIONAL
 País de Origen del Capital : -

Registro de Tributos Afectos

Tributo	Afecto desde	Marca de Exoneración	Exoneración	
			Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPSA	17/05/2013	-	-	-
RENTA 4TA. CATEG. RETENCIONES	01/02/2014	-	-	-
RENTA 5TA. CATEG. RETENCIONES	16/08/2013	-	-	-
RENTA - REGIMEN MYPE TRIBUTARIO	01/01/2017	-	-	-
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	16/08/2013	-	-	-
SNP - LEY 19990	20/08/2013	-	-	-
SENCICO	15/04/2015	-	-	-

Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD -40583494	CUEVA PIZARRÓ MILTON DAGOBERTO	GERENTE	18/07/1974	09/05/2013	-
	Dirección URB. VIÑEDOS DE CHINCHA Mz L1 Lote 07	Ubigeo ICA CHINCHA GROCIO PRADO	Teléfono 11 - -	Correo -	

Otras Personas Vinculadas						
Tipo y Nro.Doc.	Apellidos y Nombres	Vínculo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Origen	Porcentaje
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD -40583494	CUEVA PIZARRÓ MILTON DAGOBERTO	TITULAR	18/07/1974	09/05/2013	-	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo		
		---	---		-	

Establecimientos Anexos						
Código	Tipo	Denominación	Ubigeo	Domicilio	Otras Referencias	Cond.Legal
0002	SUCURSAL	-	ICA CHINCHA CHINCHA ALTA	CAL. ITALIA 101	EN LA PLAZA DE ARMAS	ALQUILADO
0004	SUCURSAL	-	ICA ICA ICA	CAL. CAJAMARCA 165	FRENTE A CARSA	ALQUILADO
0003	SUCURSAL	-	ICA PISCO PISCO	CAL. COMERCIO 128	-	OTROS.
0005	SUCURSAL	-	ICA CHINCHA CHINCHA ALTA	CAL. MARISCAL BENAVIDES 161	-	OTROS.
0001	L. COMERCIAL	-	ICA CHINCHA CHINCHA ALTA	CAL. MARISCAL CASTILLA 138 Int 01	ENTRE CALLE BENAVIDES E ITALIA	ALQUILADO

Importante

La SUNAT se reserva el derecho de verificar el domicilio fiscal declarado por el contribuyente en cualquier momento.

Documento emitido a través de SOL - SUNAT Operaciones en Línea, que tiene validez para realizar trámites Administrativos, Judiciales y demás

Recuerde que es obligatorio consultar periódicamente su Buzón Electrónico SOL, para conocer de forma oportuna las notificaciones e información de interés que faciliten el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y aduaneras.

Para ir a su Buzón Electrónico [Ingrese Aquí](#)

DEPENDENCIA SUNAT

Fecha:14/04/2023

Hora:21:15

