

# ÍNDICE GENERAL

	<b>Página</b>
<b>1. Resumen</b>	<b>5</b>
<b>2. Introducción y objetivos</b>	<b>8</b>
<b>3. Los Sistemas de Control de la Fuerza de Ventas.</b>	<b>22</b>
<b>4. Salesforce Control Systems as Direct Antecedents of Salesperson and Sales Unit Performance: a Literature Review.</b>	<b>35</b>
<b>5. Clustering the Mediators between the Sales Control Systems and the Sales Performance Using the AMO Model: a Narrative Systematic Literature Review</b>	<b>58</b>
<b>6. Discusión general de los resultados</b>	<b>89</b>
<b>7. Conclusiones</b>	<b>110</b>
<b>8. Referencias bibliográficas</b>	<b>121</b>