



Trabajo de Suficiencia Profesional

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Negocios

Facultad de Ciencias Económico Empresariales y Humanas
Departamento de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela Profesional de Administración de Negocios

**Propuesta de Plan estratégico para mejorar la Gestión Comercial de la empresa
Distribuidora García S.A., Arequipa, 2023**

Proposal for a Strategic Plan to improve the Commercial Management of the company
Distribuidora Garcia S.A., Arequipa, 2023

Autor:

Alejandro Rodrigo Garcia Velarde Paredes

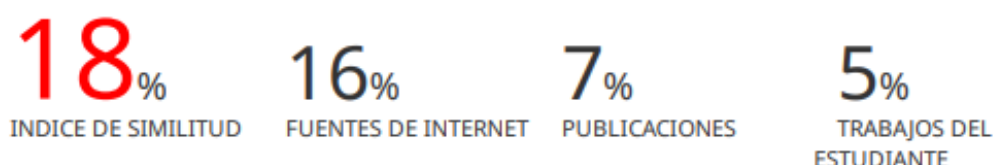
Asesor:

Dr. Oscar Horacio Ramirez Lazo

Arequipa, 2024

Propuesta de Plan estratégico para mejorar la Gestión Comercial de la empresa Distribuidora García S.A., Arequipa, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucsp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
4	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1 %
5	definicion.edu.lat Fuente de Internet	1 %
6	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
7	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
8	issuu.com Fuente de Internet	<1 %

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo Formular un Plan Estratégico para mejorar la Gestión Comercial de la empresa Distribuidora García S.A., Arequipa, 2023 la cual es importante, dado que mejorar la dirección de la compañía a través del cumplimiento de metas y objetivos a corto y mediano plazo y la toma de buenas decisiones, se verá reflejado en altos márgenes de ingresos para la compañía y una atractiva posición competitiva dentro del mercado en un largo plazo. A demás de ello, mejorar aquellos puntos críticos que se presentan de carácter estratégicos en la compañía con el propósito de optimizar y mejorar la gestión involucrada en los procesos estratégicos y poder darle así a la compañía, la dirección adecuada para su desarrollo empresarial en el mercado.

El instrumento principal ha sido la guía de entrevista realizada a los puestos de Gerente Comercial, jefe Administrativo y Asistente contable, con la cual se ha obtenido un panorama general que clarifica las deficiencias y carencias como también las fortalezas y potenciales con la que la compañía cuenta. De esta manera es que ha sido posible realizar un diagnóstico real para generar propuestas ajustadas a la compañía y que sean alcanzables.

Para el desarrollo del trabajo de suficiencia profesional se empleó la estructura metodológica propuesta por D'Alessio (2008), integrando análisis como la matriz PESTEL y AMOFHIT para evaluar factores externos e internos que impactan la empresa. Se utilizaron herramientas adicionales como el MIE y el FODA para generar estrategias alineadas con la situación específica de la organización. También se consideraron la matriz de Ética ME y otras matrices como EFE, EFI, MCPE, ANSOFF, BCG, REMULT, PCYEA, y la herramienta de La Gran Estrategia para filtrar y seleccionar las estrategias más viables. Finalmente, se diseñó el Balanced Scorecard (BSC) para integrar objetivos clave y mejorar el desempeño general de la organización.

A partir de este análisis estratégico, se propusieron las siguientes estrategias prioritarias: crear redes de comunicación acerca de los productos para los clientes mediante redes sociales, páginas web y un blog informativo, utilizando el conocimiento especializado del personal; implementar un canal de ventas online eficiente; posicionar la empresa con una cartera de productos altamente garantizados en un mercado dominado por empresas informales; y automatizar procesos internos clave para aumentar significativamente la productividad operativa. Estas estrategias están diseñadas para fortalecer la competitividad y el crecimiento sostenible de la organización.

Tras revisar los resultados de las matrices desarrolladas, se ha elaborado con éxito la propuesta del Plan Estratégico para Distribuidora García S.A., el cual es viable y está listo para su implementación en un futuro cercano, ya sea a corto o mediano plazo. Este plan promete optimizar la eficiencia interna de la empresa, lo cual conducirá a una mejor utilización de recursos, mejor cuota del mercado y a una mayor rentabilidad.

Palabras claves: Plan estratégico, propuesta, distribuidora, BSC y gestión comercial.

ABSTRACT

The present research aims to formulate a Strategic Plan to enhance the Commercial Management of Distribuidora García S.A., Arequipa, 2023, which is crucial for improving the company's direction through achieving short and medium-term goals, making informed decisions, and ultimately reflecting in high revenue margins and a competitive market position in the long term. Additionally, it focuses on addressing critical strategic points within the company to optimize and enhance management involved in strategic processes, thereby guiding the company towards appropriate business development in the market.

The primary instrument used was a guided interview conducted with the Commercial Manager, Administrative Head, and Accounting Assistant, providing a comprehensive overview that identifies deficiencies, strengths, and potentials within the company. This approach facilitated a realistic diagnosis to generate tailored and achievable proposals.

For the development of this professional sufficiency work, the methodological structure proposed by D'Alessio (2008) was employed, integrating analyses such as PESTEL and AMOFHIT matrices to assess external and internal factors impacting the company. Additional tools included MIE and SWOT analysis to devise strategies aligned with the organization's specific circumstances. Ethical ME matrix and others like EFE, EFI, MCPE, ANSOFF, BCG, REMULT, PCYEA, and the Grand Strategy tool were also considered to filter and select the most viable strategies. Finally, the Balanced Scorecard (BSC) was implemented to integrate key objectives and enhance overall organizational performance.

Following this strategic analysis, the proposed priorities include: establishing effective product communication networks through social media, websites, and an informative blog using specialized personnel knowledge; implementing an efficient online sales channel; positioning the company with a highly guaranteed product portfolio in a market dominated by informal enterprises; and automating key internal processes to significantly enhance operational productivity. These strategies are designed to strengthen competitiveness and ensure sustainable growth for the organization.

After reviewing the outcomes of the developed matrices, the Strategic Plan proposal for Distribuidora García S.A. has been successfully crafted, deemed viable and ready for implementation in the near future, whether short or medium term. This plan aims to optimize internal efficiency, leading to better resource utilization, increased market share, and higher profitability.

Keywords: Strategic Plan, proposal, distributor, BSC, commercial management.