

**UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA**



**Facultad de Comercio Exterior y Relaciones Internacionales**

**Trabajo de Suficiencia Profesional**

**Propuesta de Elaboración de un Plan Estratégico para Incrementar las  
Ventas en la empresa ALLENDE S.A.C para el año 2024**

**Para obtener el Título Profesional de:**

**Licenciado en Gestión de Negocios Internacionales**

**Autor:**

**Angélica Isabó Cruz Damián**

**(<https://orcid.org/0009-0002-2965-6671> )**

**Asesor:**

**Dr. Juan Francisco Vento Rojas**

**(<https://orcid.org/0000-0002-8857-0024>)**

**Lima – Perú  
2024**

[Visualizador de documentos](#)

# Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 07-abr.-2024 12:37 p. m. -05

Identificador: 2342334109

Número de palabras: 3544

Entregado: 1

Propuesta de Elaboración de un Plan  
Estratégico... Por Angelica Isabo Cruz  
Damian

Índice de similitud

**10%**

Similitud según fuente

Internet Sources:	9%
Publicaciones:	1%
Trabajos del estudiante:	3%

excluir citas

incluir bibliografía

excluir las coincidencias menores

modo:

ver informe en vista quickview (vista clásica)



imprimir

actualizar

descargar

1% match (trabajos de los estudiantes desde 24-mar.-2024)

[Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2024-03-24](#)

1% match (Internet desde 05-jul.-2021)

<https://1library.co/document/z31g12ey-implementacion-marketing-digital-incrementar-ventas-empresa-transporte-interprovincial.html>

1% match (Internet desde 12-jul.-2023)

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10972/cribilleros\\_mcf-diaz\\_hjr.pdf?isAllowed=n&sequence=1](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10972/cribilleros_mcf-diaz_hjr.pdf?isAllowed=n&sequence=1)

1% match (Internet desde 18-ene.-2023)

<https://prezi.com/qghosyhvsyhc/14-descripcion-del-organigrama-de-la-empresa/>

&lt;1% match (trabajos de los estudiantes desde 07-sept.-2022)

Clase: COMERCIO

Ejercicio: FACULTAD DE COMERCIO

Nº del trabajo: [1894597288](#)

&lt;1% match (Internet desde 23-nov.-2022)

<https://repositorio.ucv.edu.pe/browse?type=author&value=Ortega+Fern%C3%A1ndez%2C+Leidy+Estefani>

&lt;1% match (Internet desde 12-oct.-2022)

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98241/Castillo\\_VN-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98241/Castillo_VN-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1)

&lt;1% match (Internet desde 12-oct.-2022)

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97792/Leon\\_TKJ-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/97792/Leon_TKJ-SD.pdf?isAllowed=y&sequence=1)

&lt;1% match ()

[Ochoa Chomba, Fabricio Alfredo, Ruiz Sanchez, Lesly Rubi. "Plan estratégico para mejorar la efectividad de las ventas en Industria Alimentaria Frugal Productos S.A.C., Chimbote 2022", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

&lt;1% match ()

[Carranza Coronel, Enemecio. "Gestión administrativa y calidad educativa en una institución de Cutervo", 'Universidad Cesar Vallejo', 2022](#)

&lt;1% match (Internet desde 23-may.-2011)

<http://mayinpaz.blogspot.com>

&lt;1% match (Internet desde 02-oct.-2023)

<https://idicap.com/ojs/index.php/ogmios/issue/download/15/21>

&lt;1% match (Internet desde 18-dic.-2022)

[https://kipdf.com/la-contabilita-pratica-prima-di-luca-pacioli-origine-della-partita-doppia-accoun\\_5b14515c7f8b9a56508b4596.html](https://kipdf.com/la-contabilita-pratica-prima-di-luca-pacioli-origine-della-partita-doppia-accoun_5b14515c7f8b9a56508b4596.html)

&lt;1% match (Internet desde 18-mar.-2024)

<http://repositorio.utn.edu.ec>

&lt;1% match (Internet desde 23-oct.-2023)



## **Presentación**

La realización y desarrollo de la Planificación estratégica es esencial para que las organizaciones tengan un horizonte claro y conciso acerca de sus metas y sus utilidades a las cuales quieren llegar a alcanzar.

Para dicha Planificación es necesario contar con diversos procesos los cuales harán factible y viable poder realizarla.

Una planificación realizada correctamente se verá reflejada en la utilidad o margen de ganancia que tenga la organización.

Dicho trabajo ha sido ejecutado de acuerdo a la estructura definida por la universidad para poder gestionar el título de Licenciada en Gestión de Negocios Internacionales.

Así mismo el presente cuenta con 3 capítulos debidamente sustentados y desarrollados dentro de los parámetros establecidos.

## **Dedicatoria**

A mi papá y hermana por el soporte, consejos y palabras de aliento, siempre.

En especial a mi madre Carmen Damián, por acompañarme en este camino difícil pero no imposible.

## **Agradecimientos**

A Dios, por darme la entereza de afrontar las dificultades que se presentan.

A toda mi familia por confiar siempre en mi y ser mi soporte en mi vida.

A mi asesor por sus enseñanzas y aportes en este trabajo.

## Índice de Contenido

<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO.....</b>	<b>V</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>IX</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 DATOS DE LA EMPRESA: .....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO QUE BRINDA LA EMPRESA: .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 DESCRIPCIÓN DEL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA: .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPITULO II:.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 FECHA, CARGO, ROLES, FUNCIONES, ACTIVIDADES, LOGROS DE APRENDIZAJE: .....</b>	<b>5</b>
<b>2.2. EXPERIENCIA MÁS SIGNIFICATIVA:.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPITULO III.....</b>	<b>8</b>
<b>3.1. APORTES SIGNIFICATIVOS UTILIZANDO LOS CONOCIMIENTOS ADQUIRIDOS DURANTE LA     FORMACIÓN PROFESIONAL Y LA EJECUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON SU     PERFIL PROFESIONAL. ....</b>	<b>8</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>13</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>14</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>15</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>17</b>

## Índice de Figuras

Figura N° 1 - Organigrama Estructural.....	3
Figura N° 2 - Descripción del Organigrama.....	4
Figura N° 3 - Actividades .....	6
Figura N° 4 - Elementos .....	8
Figura N° 5- Elaboración de la Planificación .....	11
Figura N° 6 - Fases del proceso de Elaboración.....	12

## Resumen

El presente trabajo se trata de una propuesta de mejora mediante la realización de la Planificación estratégica para acrecentar las ventas en la organización Allende S.A.C, la cuál es una empresa que se dedica a la venta de equipos para proveerle al estado peruano.

Mediante la realización del trabajo, se pudo identificar que los colaboradores del área de ventas no cuentan con un plan definido para desarrollar la gestión de ventas, el cual genera que los ejecutivos comerciales no cuenten con una meta fija para poder alcanzar las metas comerciales propuestas por gerencia.

Por lo antes mencionado dicha problemática genera que la empresa no llegue a incrementar su rentabilidad lo cual no es lo idóneo ya que actualmente vivimos en un mercado altamente competitivo que lo que buscan las organizaciones es año tras año amplificar su utilidad.

Finalmente se muestra que con las diversas fases de la elaboración de una planificación se llega a tener un plan definido para que pueda ser ejecutado con los colaboradores

Palabras Claves: Plan estratégico, rentabilidad, competitividad, empresa familiar, estrategias.

## **Abstract**

This work is about an improvement proposal by carrying out strategic planning to increase sales in the Allende S.A.C organization, which is a company that is dedicated to the sale of equipment to supply the Peruvian state.

By carrying out the work, it was possible to identify that the collaborators in the sales area do not have a defined plan to develop sales management, which means that the commercial executives do not have a fixed goal to be able to achieve the commercial goals proposed by them. management.

Due to the aforementioned problems, the company is unable to increase its profitability, which is not ideal since we currently live in a highly competitive market in which what organizations seek year after year is to amplify their usefulness.

Finally, it is shown that with the various phases of planning development, a defined plan is achieved so that it can be executed with the collaborators.

Keywords: Strategic plan, profitability, competitiveness, family business, strategies.

## **Introducción**

En la actualidad son pocas las organizaciones familiares que tienen definido los planes, estrategias, metas, entre otros indicadores para poder cumplir los objetivos ya que se dejan guiar por cómo se venía trabajando de generación en generación.

Sin embargo, por los cambios efectuados en el mercado y la alta competitividad que se vive día a día en las empresas, éstas se ven obligadas a optar por un plan definido y establecido de lo contrario los ingresos y rentabilidad que puedan generar se verán reflejadas iguales año tras año.

En el capítulo I, podemos encontrar información acerca la experiencia profesional, los servicios de la empresa y la descripción del organigrama.

En el capítulo II, se describe a mayor profundidad las fechas, logros y actividades realizadas.

En el capítulo III, se verán reflejados los artículos y revistas de investigación de diversos autores, los cuales fueron de suma importancia para llevar a cabo el presente trabajo.

Por lo tanto, para poder establecer estrategias se debe definir un plan estratégico en el cuál debe ser usado por los colaboradores para poder apuntar a un solo objetivo, mejorar la calidad y rentabilidad de la organización.

## Capítulo I

### **Problemática**

En distintas partes del mundo el inicio de muchas empresas se da con la formación de una empresa familiar.

Según como afirma Quejada y Ávila (2016), los dueños de las empresas familiares no consiguen separar el papel del núcleo familiar y la toma de determinaciones en la empresa.

En diversas oportunidades las diferentes formas de gestionar la empresa entre los familiares se convierten en un serio conflicto

La empresa Allende S.A.C. en un claro ejemplo de estas empresas las cuales tienen diversas deficiencias que afectan el desarrollo y crecimiento de las mismas, en este trabajo, Allende S.A.C, no cuenta con un organigrama establecido e incluso un plan estratégico para el área comercial.

Al ser una empresa dedicada al rubro de las ventas es de suma importancia que cuente con un plan estratégico para desarrollar las gestiones comerciales ya que al no tener establecido un plan es trabajar sin coherencia por la falta de estrategias.

Una de las posibles consecuencias al no contar con dicho plan en el área comercial podría causar estrés en los colaboradores e incluso no tener un mayor crecimiento económico, se pierden oportunidades de negocio o los costos podrían ser mayores a lo establecido lo cuál se verá evidenciado en la rentabilidad de la empresa.

Otra de las posibles consecuencias es el incumplimiento de las metas establecidas por la Jefatura Comercial ya que no se cuenta con una dirección clara y establecida y se limita al posible desarrollo de proyectos grandes y rentables.

La empresa Allende S.A.C es una compañía peruana que pertenece al tipo de empresa de Sociedad Anónima Cerrada, ésta empresa corresponde al rubro de ventas e importaciones, la cual fue constituida el 07 de febrero del 2020, la empresa está dentro de la Ley MYPE la cual tiene diferentes beneficios y características en las cuales se adecua la empresa.

#### 1.1 **Datos de la empresa:**

Nombre: A.S. ALLENDE S.A.C.

RUC: 20605876774

Tipo: Sociedad Anónima Cerrada

Dirección: Pj. Pablo Alas Nro. 720 Lima - Lima - San Juan de Miraflores

Actividades Económicas: La empresa se dedica a la comercialización de equipos industriales para proveerle al estado peruano.

La empresa Allende S.A.C, cuenta con amplia experiencia en el sector educativo, médico e industrial ya que provee a las diferentes entidades del sector público soluciones integrales, tecnología de punta y la mejor calidad en equipamiento y asesoría profesional.

Cuentan con los mejores recursos, para elaborar e implementar proyectos para instituciones educativas en todas las especialidades de laboratorio, industrias y diferentes ingenieras, entregando proyectos rentables para generar beneficios educativos.

#### **Misión:**

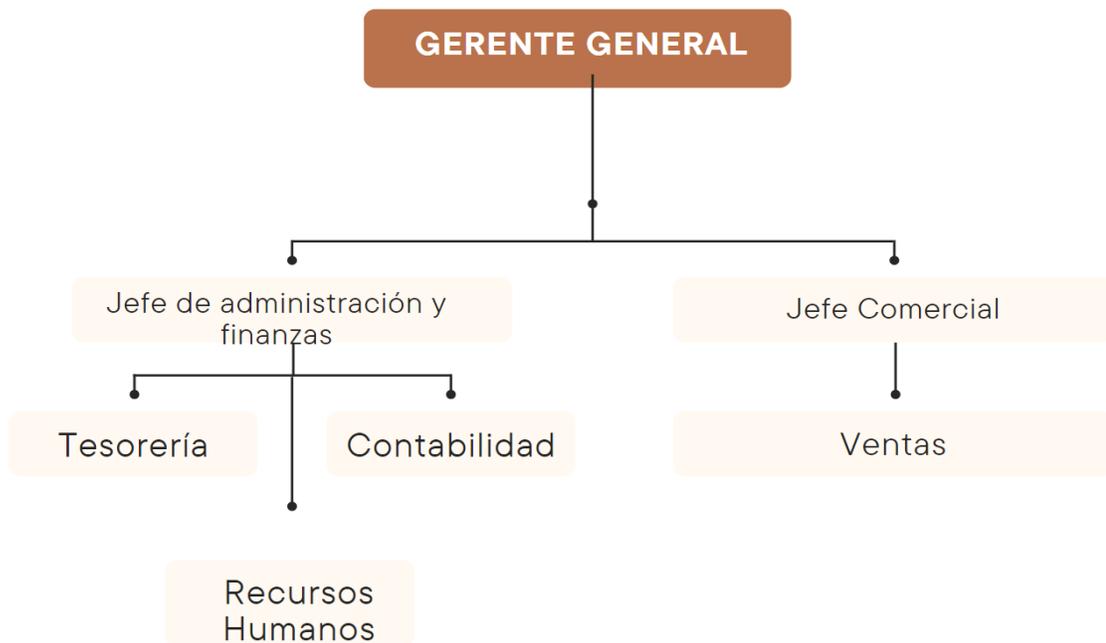
“Proveerle a los clientes, equipos especializados y de calidad para generar nuevos proyectos que mejoren la educación en el Perú. “

**Visión:**

“Ser la empresa reconocida a nivel nacional como socios estratégicos que brinda los mejores equipamientos a sus clientes”.

**1.2 Organigrama Estructural**

**Figura N° 1**



Fuente: Elaboración propia.

**1.3 Descripción del servicio que brinda la empresa:**

La empresa Allende S.A.C brinda el siguiente servicio:

- Comercialización de equipos tecnológicos de alta calidad para complacer las exigencias de los clientes, brindando capacitación, atención personalizada y servicio técnico a las diferentes entidades del estado peruano, proporcionando las mejores soluciones tecnológicas.

#### 1.4 Descripción del Organigrama de la empresa:

Como se puede apreciar la empresa está constituida por un Gerente General, un jefe de administración y finanzas, un jefe comercial, los cuales tienen áreas a su cargo como es el caso del jefe de Administración y Finanzas que tiene como subáreas a tesorería, recursos humanos y contabilidad y el jefe comercial el área de ventas.

La empresa se divide en diferentes áreas y cargos:

Figura N°2



## Capítulo II:

### 2.1. Fecha, cargo, roles, funciones, actividades, logros de aprendizaje:

Mi experiencia de aplicación de conocimientos profesionales de la carrera de Negocios Internacionales se desarrolló en la empresa Allende S.A.C.

La empresa Allende S.A.C se encontraba en búsqueda de una Ejecutiva Comercial que cumpla con las funciones designadas por el jefe comercial, debido al incremento de la carga laboral, por este motivo en Setiembre del 2021 se llevó a cabo la convocatoria de una ejecutiva comercial que llevó luego a mi contratación en la empresa, de rasgo familiar.

Mi cargo finalmente fue de Ejecutiva Comercial en Gestión de Proyectos que era finalmente lo que se buscaba con las diferentes entidades, gestionar nuevos proyectos para mejorar la calidad de educación en el Perú.

Los puntos tratados en la entrevista con el Gerente Comercial y la jefa Comercial estuvieron relacionados con mi experiencia laboral previa y con el rubro del negocio, así mismo hicieron mención de cuáles eran las funciones para el puesto laboral

De acuerdo con la evaluación personal desarrollada frente al cargo que ocupaba en la empresa, noté que se requería establecer un plan estratégico para el desarrollo e incremento de las ventas

#### **Funciones:**

Las funciones del área de ventas que es en el cual me desempeñaba cumplía las siguientes funciones:

- Revisión del Plan Anual de OSCE.
- Selección de procesos a participar.

- Inscripción en licitaciones.
- Cotizar con proveedores nacionales e internacionales los bienes de importación.
- Realizar estudios de mercado de las entidades a nivel nacional.
- Supervisar la entrega, instalación y capacitación a nivel nacional.
- Realizar cotizaciones y órdenes de compra.
- Viajar a gestionar nuevos proyectos a nivel nacional.

**Actividades:**

*Figura N°3*



Fuente: Elaboración propia.

### **Logros de aprendizaje:**

En mi periodo laboral en la empresa Allende S.A.C, mis logros de aprendizaje precedidos por mi experiencia previa fueron los siguientes:

- Asesorar a los usuarios de las entidades.
- Lograr negociaciones fructíferas.
- Generar reuniones de negocios para generar nuevos proyectos.
- Realizar estudios de mercados para convertirlos en ventas.

### **2.2. Experiencia más significativa:**

En la empresa Allende S.A.C. he tenido la oportunidad de viajar a diferentes partes del Perú, capacitando y realizando reuniones en diferentes localidades, para que el área usuaria sienta una atención personalizada de los equipos que se le van a ofrecer que si bien es cierto beneficia a la entidad, el usuario también se ve beneficiado ya que es la persona que dispondrá del equipo.

## Capítulo III

Poder realizar un plan estratégico en las empresas ayuda a determinar los propósitos u objetivos para aumentar su rentabilidad, en este presente trabajo se desprende que un plan correctamente implementado debe incluir los siguientes elementos:

**Figura N°4**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del autor Palacios (2020).

### 3.1. Aportes significativos utilizando los conocimientos adquiridos durante la formación profesional y la ejecución de las actividades relacionadas con su perfil profesional.

#### Planificación Estratégica:

Según Palacios (2020), actualmente los conceptos de planificación y estrategia están incrustados en un lenguaje común lo que requiere especial precisión y equilibrio entre factores en la determinación de objetivos y medios organizativos.

Según Baque M., Cantos y Baque S. (2019), la planificación estratégica como un instrumento proporcionará un lugar en las compañías orgánicas y gracias a ello serán más competitivos en el entorno en donde se circunscriben.

Según Cabrera (2021) en la planificación estratégica referente al tema de seguridad es vital que se prevea un marco legal a través del cual logre un aporte a la seguridad.

Según Vargas, Vivar J., Vivar C. y Camayo (2021) la realización de la planificación estratégica dentro de una institución refuerza el trabajo conjunto.

Según Anzelini L. (2022) la planificación estratégica a nivel de defensa nacional requiere brío para alcanzar lo promisorio.

Según Díaz y Villafuerte (2022), la planificación permite a una compañía establecer los objetivos a través de la realización del FODA.

Según Baque, Izquierdo y Viteri (2022), una herramienta vital, que coadyuva a tener una dirección definida es la planificación estratégica.

Según Bravo (2023), la planificación estratégica mantiene el desarrollo sustentable de las universidades tanto públicas como privadas.

Según Palomino (2022), el cumplimiento del planeamiento estratégico determina el impacto en la estipulación final de los colaboradores del sector público.

Según Trujillo, Chávez y Utrilla (2022), la planificación no solo define los objetivos sino que de acuerdo al área también se pueden definir preservación, directriz, soporte.

Según Silva (2020), la planificación estratégica se encadena con las previsiones de las pequeñas y microempresas.

Según Galloso y Ospino (2021), la planificación estratégica se podría analizar como mecanismo o respuesta ya que se encadenan dichos conceptos.

Según Brume (2017), la gestión estratégica permite desarrollar soluciones estratégicas satisfactorias y acrecentar actividades.

La planificación estratégica debería ser considerada un pilar importante dentro de las organizaciones ya que, sin un plan definido, la organización solo estará operando a la deriva.

### **Instrumentos de Planificación:**

Según Palacios (2020), la planificación estratégica es un instrumento que bien ejecutado en una compañía logra cumplir los propósitos trazados.

Los instrumentos de planificación de acuerdo a las organizaciones varían, es así que una empresa que ha venido operando sin un plan debería optar por el modelo básico y poco a poco ir reescribiendo su plan.

### **Beneficios de una Planificación Estratégica:**

Según Jaramillo y Tenorio (2019), los beneficios que tiene realizar una planificación estratégica ayudarán a las organizaciones crecer en esta sociedad globalizada.

Los beneficios de una planificación estratégica servirían para alinear a los colaboradores mirando a un propósito o meta definida.

### **Competitividad en las empresas:**

Según Fernández, Martínez y Ngono (2019), la competitividad es uno de los diferenciadores entre las compañías con mayor éxito ya que los cambios que se dan en la actualidad son más estrictos y demandantes.

### **Planificación estratégica en empresas familiares:**

Según Araya (2017), la alianza y la responsabilidad de cada integrante de la familia hacia el éxito de la compañía es imprescindible para que ésta mantenga sólida.

A lo largo de mi desarrollo profesional pude observar que para que una empresa tenga o genere una mayor rentabilidad debe tener sus estrategias y objetivos definidos, así como un plan estratégico mediante el cuál sea la guía para poder alcanzar los objetivos o metas trazadas por la gerencia.

Si una empresa no cuenta con lo indicado anteriormente se puede deducir que su competitividad en el mercado será deficiente ya que no tienen una dirección definida.

### Producto Ejecutivo:

La realización de la planificación estratégica es un método que se pone en funcionamiento en proyectos, planes o ideas para lograr un mejor rédito en la empresa.

En ese contexto se está proponiendo elaborar un Plan estratégico para la sociedad Allende S.A.C a fin de que ésta no cuenta con dicho Plan.

Figura N°5



A continuación, se detallará cada fase del proceso de una Elaboración la cual se debe tomar en consideración para poder encaminar la organización hacia un solo horizonte y poder incrementar la utilidad en la organización.

**Figura N°6 – Fases del proceso de Elaboración**



## **Conclusiones**

1. El presente trabajo fue dirigido hacia una deficiencia que tiene la empresa Allende S.A.C, en la cual se identificó que no cuenta con un Plan Estratégico de Ventas lo cual es vital en el área comercial ya que sin dicho plan la empresa no tiene un horizonte definido y no se puede ampliar o ser más competitivo en el mercado.
2. Dentro del presente trabajo también se elaboró el organigrama de la empresa, la misión y visión ya que al ser una empresa familiar solo funcionaba con lo que se transmitía de generación en generación.
3. Las diferentes fases de la elaboración de un Plan Estratégico fueron elaborados a través de los diferentes conceptos de los artículos y revistas académicos de diversos autores que brindaron sus aportes para realizar este trabajo.
4. Finalmente, durante el proceso de la propuesta de elaboración no se ha establecido la implementación del plan, ya que no se cuenta con una fecha definida para dar inicio a la propuesta del Plan Estratégico.

## Recomendaciones

1. Se recomienda brindar asesoría y capacitaciones a los gerentes y jefes de la organización para que puedan tomar en cuenta la importancia de tener un plan estratégico definido en la organización.
2. Se recomienda difundir el organigrama realizado para tener un mejor conocimiento de la estructura de Allende S.A.C.
3. Respecto a la implementación de la Propuesta de la Elaboración de un Plan Estratégico se propone contar con el apoyo del jefe comercial para poder capacitar al personal del área de ventas para fijar y tener definido las estrategias, planes, metas para avanzar hacia un mismo objetivo.
4. Finalmente se recomienda concretar con una fecha específica para el desarrollo del Plan para dar inicio a una etapa de mejora.

## Bibliografía

1. Anzelini, L. (2022). Del acomodamiento civil deficiente al gobierno político de la Defensa: planeamiento estratégico del sector en Argentina, 2015-2021. *Íconos* (Quito), 75, 143-161. <https://doi.org/10.17141/iconos.75.2023.5417>
2. Araya, L. (2017). Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares (Models of strategic planning in the family business). *TEC Empresarial*, 11(1), 23. <https://doi.org/10.18845/te.v11i1.3093>
3. Baque M.A, Cantos M. & Baque S. M. (2019). Planificación estratégica y gestión administrativa en microempresas. *Cienciamatria* 5(9), 623-635. <https://doi.org/10.35381/cm.v5i9.246>
4. Baque L., Izquierdo A. & Viteri D. (2022). Estructura metodológica de plan estratégico para mejorar las ventas en las MIPYMES del cantón Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 66-74.
5. Bravo M. (2023). Importancia de los archivos y bibliotecas en la planificación estratégica de las universidades ecuatorianas. *Rehuso*, 8(1). <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.4738>
6. Brume M. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 38(51). <https://1.revistaespacios.com/a17v38n51/17385120.html>
7. Cabrera F. (2021). Propuesta para el planeamiento estratégico de la seguridad nacional desde una perspectiva multidimensional. *Revista Científica General José María Córdova*, 19(33), 5-28. <https://doi.org/10.21830/19006586.747>
8. Díaz A. & Villafuerte C. (2022). Planeamiento estratégico de la educación. *Comunicación*, 13(2), 161-171. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.2.681>

9. Fernández S., Martínez L., & Ngonzo R. (2019). Barreras que dificultan la planeación estratégica en las organizaciones. *Tendencias*, 20(1), 254-279. <https://doi.org/10.22267/rtend.192001.108>
10. Galloso E. & Ospino, J. (2021). Desarticulación del planeamiento estratégico y la programación presupuestaria y su efecto en la gestión del CEPLAN. *Pensamiento Crítico* 25(2), 69-106. <https://doi.org/10.15381/pc.v25i2.19517>
11. Jaramillo S. & Tenorio J. (2019). Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial. *Espíritu Emprendedor TES*, 3(1), 6473. <https://doi.org/10.33970/eetes.v3.n1.2019.127>
12. Palacios M. (2020). Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones. *Revista Nacional de Administración*, 11(2), e2756. <https://doi.org/10.22458/rna.v11i2.2756>
13. Palomino H. (2022). Influencia de la contratación pública en la efectividad del cumplimiento del planeamiento estratégico institucional. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i52.2050>
14. Silva H. (2020). Planeamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del Emporio Comercial de Gamarra. *Quipukamayoc* 28(58), 27-34. <https://doi.org/10.15381/quipu.v28i58.19261>
15. Trujillo G., Chávez W. & Utrilla D. (2022). Implementación de un plan estratégico de mantenimiento del sistema de telecomunicaciones y su relación con la operatividad de un hospital regional. *Industrial Data*, 25(1), 37-50. <https://doi.org/10.15381/idata.v25i1.16884>
16. Vargas Z., Vivar J. Vivar C. & Camayo J. (2021) El planeamiento estratégico y el trabajo en equipo docente de una institución educativa parroquia. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v5i21.300>

## Anexos

### Anexo 1 – Carta de Autorización de la empresa.



R.U.C. 20605876774

#### AUTORIZACIÓN

Quien suscribe GONZALES ROA MARY MADELAYNE, identificada con D.N.I N° 46503632, en mi carácter como Gerente General de A.S ALLENDE S.A.C con R.U.C N° 20605876774.

Autorizo que, la señorita ANGELICA ISABO CRUZ DAMIAN, use los datos e información correspondiente de la empresa para elaborar el trabajo sobre "Propuesta de Elaboración de un Plan Estratégico para Incrementar las Ventas en la empresa ALLENDE S.A.C para el año 2024"

Atentamente,

A.S ALLENDE S.A.C  
  
-----  
MARY MADELAYNE GONZALES ROA  
REPRESENTANTE LEGAL

Pasaje Pablo Alas N° 720 - San Juan de Miraflores - Lima

## Anexo 2- Artículos

N°	Autor (es)	TITULO	Año	País
1	Luciano. Anzelini	Del acomodamiento civil deficiente al gobierno político de la Defensa: planeamiento estratégico del sector en Argentina, 2015-2021	2022	ARGENTINA
2	Miguel Ángel Palacios Rodríguez	Planeación Estratégica, instrumento funcional al interior de las organizaciones	2020	MEXICO
3	Ander Díaz Pérez, Carlos Alberto Villafuerte Álvarez	Planeamiento Estratégico de la Educación	2022	PERU
4	Arnoldo Araya Leandro	Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares	2017	ESPAÑA
5	Baque, Cantos, Baque	Planificación estratégica y gestión administrativa en microempresas	2019	ECUADOR
6	Elmer Marcos Galloso Porras, Juan José Ospino Ebery	Desarticulación del planeamiento estratégico y la programación presupuestaria y su efecto en la gestión del CEPLAN	2021	PERU
7	Fabrizio Cabrera Ortiz	Propuesta para el planeamiento estratégico de la seguridad nacional desde una perspectiva multidimensional	2021	COLOMBIA
8	Giovanni León Trujillo Guarderas, Wilbert Chavez Irazabal, Dario Utrilla Salazar	Implementación de un plan estratégico de mantenimiento del sistema de telecomunicaciones y su relación con la operatividad de un hospital regional	2022	PERU
9	HANS JHORDAN SILVA TORRALVA	Planeamiento estratégico y presupuesto en las micro y pequeñas empresas textiles del emporio comercial de Gamarra	2020	PERÚ
10	Henry Palomino flores	Influencia de la contratación pública en la efectividad del cumplimiento del planeamiento estratégico institucional	2022	PERU
11	Lisenia Karina Baque Villanueva, Aída Margarita Izquierdo Morán, Danilo Augusto Viteri Intriago	Estructura metodológica de plan estratégico para mejorar las ventas en las MIPYMES del cantón Quevedo	2022	ECUADOR
12	María José Bravo Ramos	Importancia de los archivos y bibliotecas en la planificación estratégica de las universidades ecuatorianas	2023	ECUADOR
13	Mario Javier Brume Gonzales	Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia	2017	COLOMBIA
14	Saul Rick Fernandez Hurtado, Luz Martinez Martinez, Regine Adele Ngonon Fouda	Barreras que dificultan la planeación estratégica en las organizaciones	2019	COLOMBIA
15	Silvia A. Jaramillo Luzuriaga, Juan Andrés Tenorio Delgado	Planeación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial	2019	Ecuador
16	Zoila Josefina Vargas Holgado, Javier Vivar Bravo, Carmen Vivar Bravo, Jessica Camayo Tova	El planeamiento estratégico y el trabajo en equipo docente de una institución educativa parroquia	2021	PERU