

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La distribuidora Dispharma es una distribuidora de medicamentos e insumos médicos que trabaja en el departamento de Tarija, inicio sus actividades en las gestión 2018, en el tiempo de la pandemia Covid 19 en la gestión 2020, la distribuidora experimento un incremento en sus ventas de casi el 100%, según departamento de contabilidad, pero desde la gestión 2021 y la presente gestión ha ido disminuyendo progresivamente, lo cual ha generado una preocupación por de la gerente, gracias a las distintas herramientas de la planeación estratégica aplicadas para el análisis o diagnóstico de la situación de la distribuidora, pudimos evidenciar que dicha caída se debe a la ausencia de plan estratégico de ventas en la empresa, es decir las faltas de estrategias provisorias para evitar dichos descensos en las ventas, con el trabajo de campo se pudo reforzar esta hipótesis, de que la empresa necesita lineamientos a seguir o estrategias para evitar seguir disminuyendo las ventas en las futuras gestiones, en el pronóstico de la demanda se pudo observar que si la empresa sigue manejándose de esa misma manera podría llegar a tener resultados negativos en sus estados financieros, con la aplicación del plan estratégico de ventas para la distribuidora elaborado en este trabajo de investigación se pretende aumentar las ventas anuales en un 5% para cada gestión, teniendo un total de 15% para el año 2025 según la nueva visión propuesta para la distribuidora, que para alcanzar este resultado se enfoca en aplicar diversas estrategias referidas en el cliente interno y externo de la distribuidora