



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Dirección de Negocios Globales

PRESENTADO POR

Cancino Rojas, Camila Araceli - Administración y Dirección de Negocios

Espinoza Solis, Sandra Yazmin - Administración y Dirección de Negocios

Japay Carrera, Stephany Elena - Dirección de Negocios Globales

ASESOR

Espinoza Rua, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO

Chupillon Barreto, Rosemary

Manco Martinez, Eddy Luz del Rosario

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

INFORME TURNITIN

SANDRA YAZMIN ESPINOZA SOLIS

Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana...

 Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid::30163:610170227

Fecha de entrega
25 jul 2026, 12:10 a.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 jul 2026, 8:08 a.m. GMT-5

Nombre del archivo
Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feri....docx

Tamaño del archivo
18.0 MB

104 páginas
19.401 palabras
114.073 caracteres

21% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 17%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, quienes nos brindaron su apoyo incondicional, comprensión y confianza a lo largo de nuestra formación profesional. Su respaldo y constante motivación fueron esenciales para superar cada desafío y alcanzar este importante logro. Asimismo, expresamos esta dedicatoria a los emprendedores que formaron parte de este estudio, ya que su esfuerzo, perseverancia y compromiso de superación fueron la principal inspiración para desarrollar una investigación orientada a contribuir al fortalecimiento de la gestión y el crecimiento de sus negocios.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro sincero agradecimiento a nuestro asesor de investigación, por su orientación, compromiso y valiosas recomendaciones durante el desarrollo de este proyecto, las cuales fueron fundamentales para su correcta elaboración. De igual manera, agradecemos a ISIL y a nuestros docentes por compartir sus conocimientos, experiencias y enseñanzas, contribuyendo significativamente a nuestra formación académica y profesional. Finalmente, extendemos nuestro reconocimiento a los emprendedores que participaron en esta investigación por su tiempo, disposición y confianza al brindarnos la información necesaria, haciendo posible el desarrollo y culminación satisfactoria de esta investigación.

ÍNDICE TEMÁTICO

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
INFORME TURNITIN	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
I) INFORMACIÓN GENERAL	13
1.1 Título del Proyecto	13
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	13
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	13
1.4 Alcance de la solución	14
II) DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN	15
2.1 Planteamiento del problema	15
2.2. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar	17
2.3 Marco referencial	18
2.3.1 Antecedentes	18
2.3.1.1 Nacionales	18
2.3.1.2 América Latina	20
2.3.1.3 Internacionales	22
2.3.2 Marco Teórico	24
2.3.2.1 Gestión administrativa	24
2.3.2.2 Rentabilidad de la empresa	28
2.4 Objetivo general y específicos: propósito del proyecto	33
2.5 Viabilidad	33
2.6 Limitaciones	34
2.7 Diseño metodológico: Análisis, aplicación de instrumentos y discusión de resultados	34
2.7.1 Diseño de la investigación	34
2.7.2 Instrumento de recolección de datos	38
2.7.3 Aplicación de instrumentos	38
2.7.4 Cuestionario:	39
2.7.5 Diagnóstico – Discusión	61
2.8 Plan de trabajo	64
III) ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO	76
3.1 Estimación de los costos necesarios para la implementación	76
IV) SUSTENTO DEL MERCADO	78

4.1 Alcance Esperado del Mercado	78
4.2 Descripción del Mercado Objetivo Real o Potencial del Producto o Servicio de Forma de Comercialización Innovadora	79
4.3 Descripción del Modelo de Negocio con el Cual la Innovación o Investigación Aplicada Entraría al Mercado	80
4.3.1 Propuesta de Valor	80
4.3.2 Fuentes de ingreso.....	81
4.3.3 Canales de distribución	81
4.3.4 Estrategia de Penetración en el mercado.....	82
4.3.5 Actividades Productivas Propias y Externas	83
4.3.6 Alianzas	84
V) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	86
5.1 Conclusiones.....	86
5.2 Recomendaciones.....	87
VI) REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
VII) Anexos	97
7.1. Registro de impacto y resultado.....	97
7.2. Matriz de consistencia	99
7.3. Matriz de operacionalización de variables	100
7.4. Informe de juicios de expertos.....	103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 39

Figura 2 40

Figura 3 41

Figura 4 42

Figura 5 43

Figura 6 44

Figura 7 45

Figura 8 47

Figura 9 48

Figura 10 49

Figura 11 50

Figura 12 51

Figura 13 52

Figura 14 54

Figura 15 55

Figura 16 56

Figura 17 57

Figura 18 58

Figura 19 59

Figura 20 60

Figura 21 65

Figura 22 66

Figura 23 66

Figura 24 66

Figura 25 68

Figura 26 69

Figura 27 69

Figura 28 71

Figura 29 71

Figura 30 72

Figura 31 74

Figura 32 74

Figura 33 74

Figura 34 75

ÍNDICE DE TABLAS

FASE 1: Planeación 64

FASE 2: Diseño (plan de negocio, kpis, gestión de costos, inventario)..... 67

FASE 3: Validación 69

FASE 4: Capacitación 72

Tabla 5: Cuadro de Costos..... 76

Tabla 6: Matriz de consistencia..... 99

Tabla 7: Matriz de operacionalización de variables..... 100

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad elaborar un plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana. La propuesta surge al identificar que varios negocios presentan deficiencias en la planificación, el control financiero, la gestión de inventarios y el seguimiento de indicadores, factores que limitan su desarrollo y competitividad.

La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. Para la recolección de información se aplicó un cuestionario a los emprendedores de la feria, permitiendo conocer las principales fortalezas y oportunidades de mejora en sus procesos administrativos y financieros.

A partir del diagnóstico realizado, se propone un plan de mejora administrativa que incluye una guía práctica con herramientas para la planificación estratégica, el control de costos, la gestión de inventarios, el uso de indicadores de desempeño y la capacitación de los emprendedores. Estas estrategias buscan optimizar la administración de los recursos y fortalecer la toma de decisiones.

En conclusión, la implementación de esta propuesta permitirá mejorar la gestión de los emprendimientos, incrementar su rentabilidad y contribuir a su crecimiento sostenible, favoreciendo su permanencia y competitividad dentro del mercado de Lima Metropolitana.

Palabras clave: Gestión administrativa, rentabilidad empresarial, emprendimientos, mejora administrativa, planificación estratégica.

ABSTRACT

This study aims to develop an administrative improvement plan to enhance the profitability of the entrepreneurial ventures operating at the Planet Fair in the Lima Metropolitan Area. The proposal was developed after identifying deficiencies in strategic planning, financial control, inventory management, and performance monitoring, which limit business growth and competitiveness.

The research adopted a quantitative approach with an applied, descriptive, and cross-sectional non-experimental design. Data were collected through a questionnaire administered to the entrepreneurs participating in the fair, enabling the identification of the main strengths and opportunities for improvement in their administrative and financial management practices.

Based on the diagnostic assessment, an administrative improvement plan is proposed, including a practical management guide with tools for strategic planning, cost control, inventory management, performance indicators, and entrepreneur training. These strategies are intended to optimize resource management and strengthen decision-making. In conclusion, the implementation of the proposed plan is expected to improve the management of the participating ventures, enhance their profitability, and contribute to their sustainable growth, thereby strengthening their continuity and competitiveness within the Lima Metropolitan Area.

Keywords: Administrative management, business profitability, entrepreneurial ventures, administrative improvement, strategic planning.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los emprendimientos representan una gran fuente de generación de empleo. En el Perú, las ferias de emprendedores se han ido consolidando como espacios donde pequeños emprendedores comercializan sus productos, lo cual, les permite incrementar su presencia en el mercado y sus puntos de contacto directo con los consumidores. Sin embargo, muchos de estos emprendimientos enfrentan dificultades para mantener una rentabilidad sostenida debido a deficiencias en su gestión administrativa.

En la Feria Planet de Lima Metropolitana se identificó que las principales limitaciones se encuentran con la falta de planificación estratégica, la ausencia de procesos administrativos definidos, la falta de monitoreo en sus operaciones y el escaso control de sus recursos financieros. Esto se debe a que muchos de los que deciden iniciar un pequeño negocio no cuentan con conocimientos técnicos, ya que no han tenido estudios previos relacionados a ello. Por lo cual, lo anteriormente mencionado resulta en una toma de decisiones basada en conocimiento empírico más que en información organizada y objetiva. Esta situación puede afectar drásticamente el crecimiento de los negocios y reducir, o eliminar, sus posibilidades de mantenerse como un negocio rentable y competitivo en un mercado que cada día se vuelve más exigente.

Frente a esta problemática, la presente investigación tiene como objetivo diseñar una guía de mejora administrativa que ayude a potenciar la rentabilidad de los emprendimientos que participan en la feria ya anteriormente mencionada. Para ello, se desarrolló una investigación de tipo aplicada, con un diseño no experimental y

de corte transversal, usando un enfoque cuantitativo. La información fue recolectada mediante encuestas, usando la herramienta llamada cuestionario, la cual fue aplicada a la mayoría de los emprendedores de la feria Planet, lo cual permitió identificar las principales oportunidades de mejora en su gestión administrativa y financiera.

A partir de los resultados obtenidos, se propone una guía administrativa que incorpora herramientas orientadas a fortalecer la planificación estratégica, el seguimiento de indicadores clave de desempeño (KPIs), el control de costos, la gestión de inventarios y el uso de instrumentos financieros para la toma de decisiones. La finalidad de esta propuesta es brindar a los emprendedores un instrumento práctico que contribuya a optimizar la administración de sus negocios y favorezca una mayor rentabilidad.

Finalmente, esta investigación representa un aporte tanto académico como práctico, ya que puede servir como referencia para futuras investigaciones orientadas al fortalecimiento de la gestión administrativa y al desarrollo sostenible de las micro y pequeñas empresas.

I) INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

“Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana”

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para la ejecución de esta investigación, se escogió la línea de investigación de Mejora de Procesos y Operaciones, ya que la finalidad del proyecto es potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de una feria en Lima Metropolitana mediante la creación de una guía sobre cómo llevar la administración de un emprendimiento de manera eficaz, teniendo en cuenta las áreas de mayor importancia y su funcionamiento integral. El fin es generar mayor rentabilidad en los emprendimientos, lograr que perduren en el tiempo y se consoliden con el pasar de los años, gracias a un correcto manejo de los recursos.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La presente investigación se desarrollará dentro de la actividad económica del comercio minorista, precisamente en los emprendimientos que operan en ferias. Este sector se caracteriza por la venta directa de bienes al consumidor final. El estudio se orienta a la optimización de los procesos administrativos de los emprendimientos, con el objetivo de maximizar la rentabilidad mediante una correcta gestión de la planificación, organización y control de los recursos de una empresa. Esto se relaciona con el análisis del consumidor, la correcta gestión de recursos tanto humanos como económicos y la planificación estratégica. Los emprendimientos en ferias se desarrollan en un entorno altamente competitivo y,

en muchos casos, carecen de una estructura administrativa sólida, lo que limita su crecimiento, por lo que es necesario crear estrategias innovadoras para llevar al éxito el negocio.

Al respecto, Herrera (2023) sostiene que la aplicación de estrategias administrativas sólidas y el control eficiente de las operaciones son determinantes para mejorar los márgenes de utilidad en los emprendimientos del sector comercio, lo cual permite una mejor toma de decisiones basada en datos. Por lo tanto, la implementación de un plan de mejora en la feria Planet no solo beneficiará en el incremento de la rentabilidad neta, sino también garantizará la sostenibilidad y la capacidad de escalamiento estratégico del negocio en el mediano plazo.

1.4 Alcance de la solución

La propuesta de mejora del presente trabajo se enfocará en el diseño de una guía de mejora administrativa para los emprendimientos de la feria Planet de Lima Metropolitana y potenciar la rentabilidad de los mismos.

Se buscará brindar una guía para gestionar los recursos de manera óptima, con el fin de maximizar los resultados y apuntar a un crecimiento continuo y sostenible en el tiempo. Además, mejorar la toma de decisiones respecto al presupuesto desde el área de gestión acorde con los objetivos de los emprendedores.

Este trabajo va orientado a servir de base para los emprendimientos de ferias, con el objetivo de que puedan consolidarse de manera efectiva en el tiempo gracias a un correcto manejo administrativo y a la optimización de los recursos con las que actualmente cuentan.

II) DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA O INNOVACIÓN

2.1 Planteamiento del problema

El planeamiento administrativo se relaciona directamente con una herramienta esencial para la gestión empresarial, que permite establecer objetivos, definir estrategias y guiar las acciones organizacionales con el fin de obtener resultados eficientes. La planificación estratégica implica el uso de modelos que facilitan la organización de recursos dentro del entorno empresarial, contribuyendo así a la competitividad y sostenibilidad del negocio (Félix et al. 2020). El propósito de este proceso es llevar una gestión adecuada de recursos y obtener rentabilidad del negocio creado.

En 2022, hasta el 12,2% del dinero que era invertido en un proyecto resultaba en desperdicio debido a una mala gestión de proyectos (PMI, 2022). Asimismo, en resultado de la falta de eficacia en la toma de decisiones operativas, las empresas a nivel mundial llegan a tener pérdidas en conjunto de hasta 2 billones de dólares anuales, siendo Australia el país que más desperdicia sus presupuestos llegando hasta un 13.9% (Business Wire, 2022). En 2025, el 20% de los emprendimientos creados el año anterior en Estados Unidos ya habían cerrado (Deane, 2025).

En el caso de América Latina, Moreno (2022) indica que a pesar del importante rol económico que juegan las PYMES dentro de esta región, muchas de ellas presentan carencias en la estructura administrativa, además de falta de innovación en sus procesos. Esto nace a raíz de una falta de conocimientos por parte de los gerentes, lo cual afecta la toma de decisiones e impacta en los resultados de rentabilidad y sostenibilidad de los negocios.

En el caso de Perú, Ruidías (2024) indica que de las 3.5 millones de empresas existentes en 2023, unas 50,000 se vieron obligadas a cerrar. La tasa de mortalidad

de negocios emergentes es alta a nivel nacional y precisa que el principal motivo de cierre es la liquidez.

Hariyani et al. (2024), indicó que hay diversas causas por las cuales una empresa puede llegar a la quiebra o cierre de la misma. Entre estos está la falla en la conformación del equipo líder, la falta de conocimiento del mercado, la falta de visión, organización y cultura empresarial, deficiencias en la gestión operativa y la falta de flexibilidad. En Perú la principal razón es una mala gestión financiera (Diario Gestión, 2024).

La principal consecuencia de una mala gestión administrativa es no saber utilizar sus recursos de una manera óptima. Adelodun (2024) menciona que la mala gobernanza conlleva a no saber liderar el talento humano, falta de capacidad para mantener motivadas a las partes interesadas, mal control del presupuesto, nula optimización de procesos y carencia de mejoras en el rendimiento de los empleados, lo que conlleva, por supuesto, al fracaso de la empresa.

Para esta investigación, se tiene la feria Planet en Lima Metropolitana que cuenta con emprendimientos de distintos rubros. Todos ellos tienen un buen rendimiento dentro de la feria, sin embargo, poseen algunas falencias en la parte de gestión administrativa, lo cual se ve reflejado en distintas áreas del negocio, desde la parte logística con una mala gestión de inventario hasta la parte financiera con un cuestionable manejo del presupuesto. Debido a esto, muchos de ellos pueden estar teniendo pérdidas que no han sido identificadas correctamente, y no pueden plantearse un plan de crecimiento, ya que deben enfocarse primero en mantenerse estables en la actualidad.

De no ser corregida esta falencia, terminará limitando significativamente la posibilidad de expansión a futuro de cada emprendimiento e incluso amenazando su perdurabilidad en la actualidad.

Se cree que una guía de mejoras administrativas diseñado acorde a las necesidades de estos emprendimientos va a impactar positivamente en la rentabilidad y la ejecución de cada uno, llevándolos a optimizar recursos, y poder plantearse objetivos relacionados al crecimiento. Esta relación entre variables resolvería el problema planteado, por lo que es necesario determinar cuáles son las principales falencias de los emprendimientos en cuanto a gestión administrativa para poder enfocarnos en ellas y asegurar mejoras concretas.

2.2. Justificación: problema que busca resolver, necesidad a satisfacer u oportunidad que se espera aprovechar

Justificación teórica

La investigación busca ser un aporte a los estudios existentes relacionados con las variables de este estudio, las cuales son la gestión administrativa y la rentabilidad. De acuerdo a Baghirzade (2021), la gestión administrativa es un problema recurrente en los negocios emergentes, por lo cual se busca brindar evidencia y conocimientos que sirvan de complemento a los hallazgos de investigaciones previas. Además, según Gitman y Zutter (2012), la rentabilidad es un indicador esencial de viabilidad empresarial, ya que refleja la capacidad del negocio para generar utilidades. Esta investigación contribuirá al análisis de los factores administrativos que impactan directamente en los márgenes de rentabilidad en emprendimientos emergentes. Se pretende fortalecer la comprensión teórica de cómo una adecuada gestión administrativa puede influir positivamente en los resultados financieros de nuevos emprendimientos.

Justificación metodológica

La investigación aporta al desarrollo de estudios cuantitativos al abordar una problemática mediante datos estadísticos recopilados a través de un cuestionario estructurado. La elección del enfoque se basa en la naturaleza del problema de investigación, dado que se busca analizar la relación entre variables; por ello, el estudio adopta un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo correlacional. Además, al no manipular las variables y recolectar la información en un momento específico, la investigación se desarrolla bajo un diseño no experimental transversal.

Justificación práctica

Esta investigación tiene un valor práctico, ya que es de tipo aplicada y sus resultados pueden ser desarrollados directamente por emprendimientos pequeños que deseen potenciar su rentabilidad y mejorar sus procesos administrativos. El presente trabajo busca generar beneficios concretos en emprendedores que carecen de conocimientos en gestión administrativa y financiera. Además, se espera contribuir a la obtención de una mejora en los procesos administrativos de pequeños emprendimientos, una necesidad concreta para potenciar el crecimiento de estos de manera sostenible en Lima Metropolitana.

2.3 Marco referencial

2.3.1 Antecedentes

2.3.1.1 Nacionales

Baldeos et al. (2020) realizaron un estudio titulado: “Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú”. El objetivo general de la investigación consistió en analizar la influencia de la planeación estratégica sobre la competitividad de las MYPES ubicadas en la

locación anteriormente mencionada. Este estudio se desarrolló bajo un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional. Los datos fueron recopilados mediante encuestas, empleando un cuestionario estructurado con escala Likert, con puntuación del uno al cinco. Para este estudio nacional, se tomó de muestra a los gerentes y dueños de 357 microempresas y 33 pequeñas empresas de la provincia de Huaura. Como resultado, se obtuvo que la planificación estratégica es desarrollada solo por el 36% de las MYPES de la provincia, y que las organizaciones con mayor nivel de competitividad son aquellas que han logrado implementar un planeamiento estratégico efectivo. Por lo cual, quedó comprobada la hipótesis planteada inicialmente, siendo las dimensiones de la planificación administrativa, la producción, el manejo del talento humano y el control financiero funcionan como base para una correcta planeación y gestión.

Paricahua (2022) realizó un estudio llamado: “Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno”, cuyo objetivo fue establecer cómo la gestión logística se vincula con la rentabilidad en las empresas constructoras ubicadas en la provincia de San Román, Puno. Se trató de una investigación de tipo correlacional con un diseño no experimental y bajo un enfoque cuantitativo. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario, con un total de 33 preguntas. La población muestral estuvo compuesta por 53 empresas constructoras de la provincia de San Román, principalmente microempresas familiares, y luego de obtener los resultados, se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman para determinar la relación entre las variables de la investigación. Los resultados evidenciaron una correlación

elevada, confirmando una relación directa entre la gestión logística y la rentabilidad de las empresas constructoras. Por tanto, se concluye que una mejora en la logística favorece en la obtención de mayores ganancias

Guerrero et al. (2025) realizaron un estudio titulado: “Relación entre la gestión de costos y el desarrollo sostenible organizacional en piscicultores de un distrito del Alto Huallaga, Huánuco”. El objetivo general de la investigación fue realizar un análisis entre las dos variables mencionadas en emprendimientos piscícolas de la zona elegida. Este estudio utilizó un diseño no experimental, de tipo correlacional y con enfoque cuantitativo. La encuesta fue utilizada como técnica de recolección de datos y el instrumento utilizado fue el cuestionario estructurado con escala tipo Likert. La muestra estuvo formada por 107 piscicultores. Y como resultado, se evidenció que prevalecen niveles intermedios en la gestión de costos un 86,9% y en el desarrollo sostenible organizacional un 74,8%, lo que indica que los emprendimientos aún presentan oportunidades de mejora en su gestión administrativa. Concluyendo que la gestión de costos constituye una herramienta fundamental dentro de la gestión administrativa para mejorar el desempeño y la rentabilidad de los emprendimientos.

2.3.1.2 América Latina

Salas y Zambrano (2025) realizaron un estudio llamado: “Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de microempresas comerciales manabitas” en la provincia de Manabí, Ecuador. En el cual analizaron el impacto directo de la administración financiera sobre los beneficios económicos en el contexto de Manabí, Ecuador. Mediante un enfoque mixto y un diseño no experimental de

corte transversal, se estudió una muestra de 124 micronegocios en parroquias rurales de Portoviejo. Los autores recolectaron datos a través de encuestas con escala de Likert, concluyendo que existe una correlación positiva y determinante entre ambas variables. No obstante, el estudio resalta que la persistente informalidad y la carencia de conocimientos técnicos en el área financiera limitan el potencial de rentabilidad en la región.

Vasquez et al. (2024) realizaron un estudio llamado: “Criterios estratégicos para el mejoramiento de la gestión comercial y administrativa de una empresa de servicio” en Ecuador. En el cual, propusieron un modelo de control estratégico para un establecimiento de servicios automotrices en Ecuador. La investigación, de carácter mixto y descriptivo, empleó un diseño no experimental para recolectar datos mediante entrevistas y encuestas dirigidas a una muestra de 225 individuos, incluyendo directivos, empleados y clientes. El hallazgo principal fue el diseño de un plan estratégico centrado en la experiencia del cliente y el compromiso organizacional. Los autores enfatizan que el fortalecimiento de la formación, el aprendizaje institucional y la expansión de la infraestructura son pilares necesarios para corregir las deficiencias operativas detectadas.

Riascos-Erazo et al. (2024) desarrollaron una investigación en Colombia titulada “Aprendizaje organizacional y gestión del conocimiento en las pymes colombianas” a través de un enfoque cuantitativo que fue tomado a una muestra de 256 gerentes de pequeñas y medianas empresas. Esta investigación tuvo como objetivo analizar cómo influyen ambas variables en la

competitividad en las pymes colombianas. Los resultados indican que la sistematización de procesos y la formalización de herramientas administrativas son fundamentales para superar las barreras de crecimiento. Además, se evidenció que la sistematización de lecciones aprendidas y la capacitación orientada a la mejora de procesos son fundamentales para consolidar una estructura administrativa sólida y resiliente. El estudio concluyó con que la falta de herramientas administrativas formales limita el crecimiento de los emprendimientos. Como conclusión, los autores proponen que el diseño de planes de mejora administrativa es una acción estratégica necesaria para garantizar la optimización de recursos y la resiliencia institucional.

2.3.1.3 Internacionales

Vu et al. (2023) realizaron un estudio llamado “Factors Impact on Business Performance of Enterprises: The Case of Vietnam”, el cual tuvo como objetivo evaluar los distintos factores que influyen en el desempeño empresarial de las empresas. Este estudio fue de tipo cuantitativo correlacional y se utilizó la encuesta como técnica de recolección. Para el instrumento se eligió el cuestionario y fue aplicado en una muestra de 283 empresas vietnamitas, en las cuales participaron contadores, gerentes departamentales y directores ejecutivos, obteniendo al final 255 respuestas válidas. También se utilizó el análisis estadístico descriptivo, análisis factorial exploratorio y análisis de regresión lineal con el software SPSS 20. El resultado obtenido indicó que el factor con mayor influencia en el desempeño empresarial es el financiero, seguido de los factores de gestión, marketing y capacidad empresarial.

Sastre-Castillo et al. (2025) realizaron un estudio titulado: “Gestión del talento para competir: Recomendaciones para potenciar las competencias emprendedoras en las Pymes españolas”, cuyo objetivo fue analizar la relevancia de la gestión del talento y el fortalecimiento de las competencias emprendedoras como factores críticos para impulsar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Bajo una metodología de enfoque cuantitativo y descriptivo, los autores examinaron cómo la profesionalización de los procesos administrativos y la capacitación interna influyen en el desempeño global de las organizaciones. Considerando los resultados de una encuesta aplicada a 1721 directores generales de PYME españolas de los principales sectores económicos, se evidenció que aquellas empresas que apuestan por la atracción, formación y retención del talento presentan mayores capacidades emprendedoras. En el cual, destacaron que las Pymes que implementan recomendaciones de mejora en su gestión estratégica logran una ventaja competitiva sostenible, superando las barreras de la gestión empírica tradicional. La investigación concluyó que el éxito financiero y la sostenibilidad de los negocios no dependen únicamente de factores externos del mercado, sino de la capacidad administrativa para potenciar las habilidades del capital humano y optimizar el uso de los recursos disponibles.

Alkhodary, D. (2023) realizó un estudio titulado: “Integrating sustainability into strategic management: A path towards long-term business success”. El objetivo general de la investigación fue analizar los métodos de gestión estratégica de los bancos jordanos, detectando las oportunidades y los retos. El diseño fue cualitativo, utilizando entrevistas semiestructuradas como

técnica de recolección. La muestra estuvo formada por altos directivos de 10 bancos jordanos. Como resultado se concluyó que la implementación de procesos de administración estratégica puede tener un impacto positivo en la sostenibilidad. El análisis sugiere que los bancos jordanos, en sus prácticas de gestión estratégica, prioricen la sostenibilidad al establecer objetivos relacionados con ella.

2.3.2 Marco Teórico

2.3.2.1 Gestión administrativa

De acuerdo con Luna (2014), dicho autor nos menciona que el planeamiento administrativo equivale a la primera parte de la gestión administrativa, también llamada etapa mecánica. En esta fase, el objetivo es establecer los objetivos de la empresa, definir dónde se establecerá, determinar la fecha de inicio de operaciones y planificar cómo se logrará con éxito todo este desarrollo. Una correcta respuesta a estas preguntas fundamentales, hará que la siguiente etapa del proceso administrativo, llamada dinámica, pueda desarrollarse con una base sólida.

Por otro lado, Ramírez et al. (2017) señalan que el proceso administrativo se compone en dos fases: la fase mecánica y la fase dinámica. La primera se encarga de prever, planificar y organizar; mientras que la etapa dinámica, se encarga de manejar toda la organización, la cual se divide en tres fases: control, dirección e integración.

Por lo expuesto anteriormente, la definición de Ramírez et al. es la que mejor encaja con nuestra investigación, ya que engloba las dos partes principales del proceso administrativo, lo cual permite tener una visión completa de todas las dimensiones

a investigar. Tanto la etapa mecánica como la etapa dinámica se complementan para obtener el resultado de crear una empresa rentable y exitosa, que pueda ser dirigida con facilidad teniendo sus áreas y procesos definidos desde el comienzo.

Planificación estratégica

De acuerdo con Aguilar (2000), lo define como un proceso de tipo sistemático y dinámico con una tendencia a analizar el futuro para anticiparse a los acontecimientos y busca de oportunidades. Esto no sustituye a los directores, sino que es un grupo de sistemas que trabajan de la mano con la alta dirección para conseguir los objetivos planteados.

Asimismo, Rodriguez (2018) habla de la planificación estratégica como un esfuerzo de la organización de manera disciplinada con el fin de tener clara la misión y visión de la empresa a largo plazo. Esto debido a que es una herramienta de alto poder al momento de hablar de adaptabilidad en ambientes complejos y cambiantes dentro del mercado. Logrando así, la máxima eficiencia en la producción y ofrecimiento de los productos y servicios.

De lo expuesto anteriormente, tomamos la definición de Aguilar, ya que es la que se ajusta mejor con esta investigación. Es importante tener una serie de procesos diseñados para buscar oportunidades de mejora y avance en función a nuestras metas definidas. En este sentido, se complementa un poco con la definición de Rodriguez, quien habla sobre tener definidas la misión y visión desde el momento cero para saber a dónde dirigirse.

Gestión financiera

En este sentido, López (2010) menciona que la gestión financiera es la encargada de administrar los recursos financieros, averiguar la forma más conveniente de obtenerlos y las maneras más viables de invertirlos.

En esa misma línea, Gaytán (2020) define la planeación financiera como tener la certeza de que se cuentan con los recursos financieros suficientes que serán utilizados en un proyecto que ya ha mostrado viabilidad. Además, implica gestionarlos con el objetivo de conseguir rentabilidad y utilidades.

Por lo expuesto anteriormente, nos quedamos con la definición de López, ya que se ajusta mejor a esta investigación. Se detalla de manera puntual las principales directrices de la gestión financiera, lo cual será tomado en cuenta para el objetivo de este proyecto.

Gestión del capital humano

Según Cuentas (2018), menciona que esta área toma en cuenta a todo el personal como seres humanos que poseen un capital valioso. Por tanto, estas personas aplican sus habilidades y conocimientos en las actividades de la empresa para garantizar el cumplimiento de las metas u objetivos definidos. Además, señala la importancia de saber optimizar este recurso, tanto en sus habilidades como en su creatividad, buscando siempre la mejora continua.

A su vez, García (2019) define al capital humano, también reconocido como capital intelectual, como la combinación de conocimientos y habilidades que una persona

va adquiriendo a través de su vida, incrementando su valor como profesional. Esto lo convierte cada vez más en un experto de cierta materia.

Por lo expuesto anteriormente, se adopta la definición de Cuentas, ya que es la que mejor se ajusta a esta investigación. Se menciona la gestión del capital humano como un área vital en las organizaciones, que ayudará a potenciar las habilidades del personal de manera óptima para lograr los objetivos establecidos.

Gestión de marketing

De acuerdo con Soria (2017), lo define como la creación de estrategias con fines específicos orientados a integrar un producto o servicio en el mercado y que llegue a manos de su público objetivo.

Por otro lado, Equipo Vértice (2008) habla del marketing como un conjunto de técnicas que utilizan las empresas mediante las cuales satisfacen las necesidades y deseos de los clientes, solucionando problemas y respondiendo a la demanda del mercado con la finalidad de obtener un bien. En este caso, rentabilidad para el negocio.

Por lo expuesto anteriormente, se toma en cuenta la definición de Soria para esta investigación, quien nos habla de manera concreta acerca del objetivo principal del área de marketing: crear estrategias para integrar un producto en el mercado de manera óptima. Esto es fundamental para el lanzamiento de una nueva marca, ya que, de acuerdo a la estrategia definida, será un factor decisivo en el volumen de ventas inicial.

Operaciones

Según González (2003), nos indica que el área de operaciones es una parte fundamental dentro de una organización. Los encargados de operaciones tienen la función de regular la correcta creación de los productos y servicios, asegurando que estos generen valor para los consumidores. Se caracteriza principalmente por abordar temas de eficiencia y calidad.

En esa misma línea, Everett y Ronald (1991) describen a los administradores de operaciones como los encargados de “conseguir que el trabajo se realice”. Aquí se destacan habilidades como el liderazgo para poder generar el producto demandado de manera eficaz y dentro de los tiempos establecidos. Además, se menciona que el área de operaciones está ligada directamente con responsabilidades de compras, control de materiales y calidad, entre otros.

Por lo anteriormente mencionado, la definición de Everett y Ronald es la que mejor se adapta a esta investigación, ya que aborda temas de supervisar la producción y controlar la calidad del producto; sin embargo, también lo relaciona con otras funciones relacionadas al inventario y compras.

2.3.2.2 Rentabilidad de la empresa

De acuerdo con Chota (2020), este define la rentabilidad empresarial como la capacidad de medir los beneficios que se generan por cada unidad monetaria invertida en los activos de la empresa. Aquí se tienen dos términos importantes: el margen y la rotación de los activos. También se habla de rentabilidad como la capacidad que una empresa posee para retornar pagos a los accionistas.

Del mismo modo, Lizcano y Castelló (2004) mencionan que la rentabilidad empresarial apunta al lado económico. Por tanto, se define como la aptitud de una empresa para generar un excedente o ganancia monetaria a partir de una inversión realizada. Se entiende por rentabilidad como el resultado que se consigue por medio de una actividad económica de tipo transformadora, productiva o de intercambio.

Mediante lo expuesto, la definición de Lizcano y Castelló es la que encaja mejor con nuestra investigación, debido a que nos menciona algo fundamental: la rentabilidad parte de un resultado de inversión de una actividad económica. Esto se puede entender como una relación directa entre los resultados y los medios y procesos utilizados para su obtención.

Ingresos

Según Álvarez et al. (2021), mencionan que los ingresos son uno de los pilares dentro de cualquier empresa sin importar el origen o el tamaño. Nos habla sobre que es un factor que permite el intercambio de productos y/o servicios con los clientes por efectivo. Por lo tanto, es un eje fundamental para la supervivencia de una empresa.

En esa misma línea, Espinosa (2022) define a los ingresos como el valor representativo de los productos y servicios ofrecidos a terceros, el cual no necesariamente representa un ingreso de dinero dentro del periodo de venta registrado, lo que se conoce como crédito. Además, se clasifican en operacionales y extraoperacionales, siendo el primer ingreso relacionados al giro de la empresa.

Y el segundo refiriéndose a ingresos adicionales provenientes de actividades no relacionadas con el giro.

Por lo expuesto anteriormente, tomamos la definición de Espinosa para uso en esta investigación, ya que detalla de manera concreta lo que un ingreso representa para una empresa. Es importante tener en cuenta, además, de los tipos de ingresos, ya que se pueden crear estrategias para generar ingresos de ambas maneras.

Costos

En primer lugar, Gómez y Lopez (2018) mencionan que los costos son la representación monetaria de los recursos utilizados para producir un bien o servicio que va a generar ingresos a futuro y con los cuales se van a cubrir los costos, para posteriormente empezar a generar ganancias. También mencionan que no deben confundirse con los gastos, los cuales aparecen luego de la venta del producto.

En este sentido, Rincón de Parra (2006) define a los costos como la implicación de los recursos necesarios para lograr una meta definida previamente. Esto incluye investigación y desarrollo, compras, almacenamiento, producción, marketing, entre otros. También menciona que, desde el punto de vista contable, costo significa lo mismo que gasto, ya que representa un desembolso de dinero; sin embargo, en el área contable si presentan ciertas diferencias basándose en el propósito del desembolso.

Por lo anteriormente expuesto, nos quedamos con la definición de Rincón de Parra, ya que es la que mejor se ajusta con esta investigación. Es importante tener en cuenta todos los costos que se realizan al momento de lanzar un producto o

servicio, para así poder definir con precisión los precios de venta y empezar a crear una estrategia de retorno. De igual manera, contemplar los gastos y costos con precisión ayudará a tener una mejor visión de cada desembolso de dinero y poder analizar si se está manejando el recurso financiero de manera adecuada.

Utilidad neta

De acuerdo con Espinosa (2022), menciona que la utilidad neta es la diferencia entre ingresos y gastos, siempre y cuando este resultado sea positivo. Caso contrario se utilizaría el término pérdida.

Por otro lado, Cornejo y Diaz (2006) definen a la utilidad neta desde un punto de vista más técnico, siendo esta la utilidad presentada en el estado de resultados respecto a un periodo determinado. Esta se calcula, sumando y restando los ingresos y egresos respectivamente, la cual, cabe resaltar, que también se ve afectada por factores como la depreciación de activos o la amortización menor valor de inversiones.

Por lo anteriormente expuesto, nos quedamos con la definición de Espinosa, ya que es la que más se ajusta al propósito de esta investigación. Sin embargo, también se tiene en cuenta la importancia de saber hallar este valor dentro de un estado de resultados como el segundo autor hace mención.

Retorno sobre la inversión

De acuerdo con Andrade (2011), indica que el retorno sobre la inversión, más conocido como ROI, se halla dividiendo la utilidad neta de la actividad entre las

inversiones realizadas o los costos incurridos. Por lo cual, este indicador representa el beneficio obtenido de una inversión, expresado en porcentaje.

En esa misma línea, Castello (2012) lo define como un valor porcentual que se obtiene del cálculo entre la inversión realizada y los beneficios obtenidos.

Por lo expuesto anteriormente, podemos tomar ambas definiciones para propósitos de esta investigación, ya que los conceptos se complementan de una manera correcta y sirven de base para hallar indicadores importantes en este proyecto.

Optimización de recursos

Según Ramirez (2012), lo define como el manejo eficiente de los recursos, tangibles o intangibles, con los que la organización cuenta. Esto con el fin de hacer el proceso de operaciones más eficiente. Entre los recursos se destacan los financieros, humanos, tecnológicos y el tiempo.

En este sentido, Astoquilca (2017) menciona que la optimización de recursos trata de un factor principal: lograr eficiencia y eficacia para conseguir los objetivos establecidos, disponiendo de la menor cantidad de recursos posibles. Esto surge como una necesidad para las organizaciones, ya que así pueden generar mayores utilidades con menos recursos. Por ello, es importante dinamizar la gestión administrativa y evaluar los puntos que pueden estar afectando esta optimización, lo cual se ve reflejado en una afectación del crecimiento y desarrollo.

Por lo mencionado anteriormente, la definición de Astoquilca es la que va más acorde con esta investigación. El autor brinda información relevante acerca de la

importancia de esta dimensión, lo cual se tiene en cuenta para el desarrollo de la misma.

2.4 Objetivo general y específicos: propósito del proyecto

Objetivo general: Diseñar un plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana.

O1: Analizar cómo la planificación estratégica impacta en el tiempo de retorno sobre la inversión de los emprendedores de la feria Planet.

O2: Determinar las principales falencias en gestión financiera en los emprendimientos de la feria Planet.

O3: Desarrollar estrategias administrativas para optimizar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.

2.5 Viabilidad

La investigación es viable a nivel de recursos, ya que se cuenta con diversas fuentes bibliográficas actuales y accesibles tanto en físico como digital que enriquecen la base teórica del trabajo. Además, se cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias como Microsoft Excel o Google Forms para recopilar los datos estadísticos y hacer los análisis correspondientes. Respecto al recurso económico, este es mínimo y puede ser asumido sin necesidad de fuentes externas.

Asimismo, la investigación es viable a nivel accesibilidad, ya que se cuenta con acceso a la población definida, conformada por los emprendedores de la feria

Planet de Lima Metropolitana, negocios que pueden ser fácilmente contactados a través de redes sociales, tiendas físicas o ferias.

Finalmente, esta investigación es viable a nivel institucional debido a que está vinculada con la línea de investigación aplicada o innovadora de ISIL: Mejora de Procesos y Operaciones, ya que el presente trabajo se enfoca en proponer un plan de mejora administrativa aplicable a emprendimientos reales, logrando optimizar procesos administrativos, lo cual soluciona una problemática actual en el entorno empresarial.

2.6 Limitaciones

Respecto a las limitaciones para desarrollar la investigación, se ha identificado dificultad para acceder a datos financieros reales de los emprendimientos, ya que muchos emprendedores suelen tener temor o desconfianza de compartir esta información sensible de manera detallada. Sin embargo, se ha planteado un plan de acción ante ello, firmando un acuerdo de confidencialidad con los CEO's de los negocios y asegurando el uso de la información con fines netamente académicos.

2.7 Diseño metodológico: Análisis, aplicación de instrumentos y discusión de resultados

2.7.1 Diseño de la investigación

Nivel: Descriptivo

Esta investigación es de nivel descriptiva, ya que se busca identificar y detallar patrones en la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana, mediante la medición de variables previamente definidas. Este

tipo de investigación permite describir características, comportamientos y situaciones relacionadas con la gestión administrativa y la rentabilidad de los emprendimientos, proporcionando información relevante sobre el fenómeno estudiado y sirviendo como base de conocimiento para futuras investigaciones.

De acuerdo con Guevara et al. (2020), la investigación descriptiva tiene como finalidad analizar y describir fenómenos de manera detallada y sistemática, permitiendo comprender comportamientos y situaciones dentro de un contexto específico en relación con las variables de estudio.

Tipo: Aplicada

La investigación aplicada se enfoca en la búsqueda de soluciones prácticas frente a problemas identificados en un determinado entorno, mediante el uso de conocimientos científicos y metodológicos que permitan generar mejoras concretas.

Por ello, esta investigación es de tipo aplicada, ya que busca desarrollar un plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana. A través del análisis de los procesos administrativos y económicos con el fin de proponer estrategias innovadoras que ayuden a optimizar la organización, mejorar el rendimiento y rentabilidad de los negocios.

De acuerdo con Castro et al. (2022), la investigación aplicada se caracteriza por la utilización del conocimiento para atender problemas concretos y promover soluciones que generen beneficios en un determinado entorno social o empresarial.

Diseño: No experimental - Transversal

En este trabajo no se manipulan las variables, ya que se centra en la recopilación de información para generar las estrategias correspondientes. Será en un punto de tiempo en concreto, no se estudiará la evolución del fenómeno en el futuro, se plantea la estrategia inicial.

El estudio se define como no experimental y transversal, alineándose con lo propuesto por Snyder (2019), sobre la importancia de recolectar información en un solo instante para fines estratégicos. Esta estructura permite evaluar la operatividad y estructurar un plan de mejora administrativa enfocado en la rentabilidad, garantizando que el diagnóstico sea una representación fiel de la realidad actual sin interferir en su evolución natural.

Enfoque: Cuantitativo

El estudio se enfoca en encuestar a emprendedores de la feria Planet de Lima Metropolitana, en la recolección y análisis detallado de datos numéricos asociados a la rentabilidad de los emprendimientos para realizar la elaboración de un plan de mejora administrativa.

De acuerdo con Hair et al. (2019), el enfoque cuantitativo se fundamenta en la recopilación de datos primarios a través de instrumentos estructurados, como las encuestas, para obtener resultados numéricos que puedan ser analizados estadísticamente. Este método es esencial en la investigación de negocios para identificar patrones de rentabilidad y establecer marcos de mejora administrativa basados en evidencia empírica y objetiva.

Variables:

Variable independiente: Gestión administrativa

Como variable dependiente se tiene a la gestión administrativa, la cual está definida por Ramírez et al. (2017) como aquel proceso compuesto por una fase mecánica y una fase dinámica. La primera fase, es la encargada de prever, planificar y organizar; mientras que, la etapa dinámica, se encarga de toda la organización, la cual se divide en tres fases: control, dirección e integración.

Variable dependiente: Rentabilidad de la empresa

Como variable dependiente se tiene a la rentabilidad, la cual está definida por Lizcano y Castelló (2004) como aquella aptitud que genera una ganancia monetaria para la empresa a partir de una inversión realizada. Por lo tanto, es el resultado obtenido por una actividad económica.

Población:

La población estuvo conformada por los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana, ubicada en el Coliseo Eduardo Dibós - San Borja.

Muestra:

La muestra estuvo conformada por 65 emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana. La población inicial estuvo integrada por 75 emprendimientos. Por motivos de logística y tiempo, el día de la aplicación de las encuestas, realizada el sábado 02 de mayo de 2026, se logró encuestar al 86% de la población total. Al ser un muestreo que se aproxima a un estudio censal, nos permite confiar altamente en los resultados.

2.7.2 Instrumento de recolección de datos

Dado que para esta investigación se utiliza un enfoque cuantitativo, el modelo de investigación es descriptivo, ya que se busca investigar acerca de la gestión administrativa y los efectos que puede tener en la rentabilidad de un emprendimiento. La técnica para la recolección de datos será las encuestas y se utilizará una herramienta con interacción indirectas, en este caso los cuestionarios, con preguntas cerradas y alternativas con escala de Likert enfocadas en emprendedores de la feria Planet en Lima Metropolitana.

Al ser una investigación con enfoque cuantitativo, se desarrolla la Matriz de operacionalización de variables.

2.7.3 Aplicación de instrumentos

Para la recolección de datos de esta investigación, se utilizó la herramienta llamada cuestionario con un total de 20 preguntas. A continuación, se detalla el análisis de cada una de las preguntas realizadas a los encuestados. Para esta parte, la población inicial estuvo compuesta de 75 emprendimientos de la feria Planet, ubicada en el Coliseo Eduardo Dibós - San Borja, de la cual se tuvo un total de 65 participantes por motivos de logística y de tiempo, lo que equivale al 86% de la población.

2.7.4 Cuestionario:

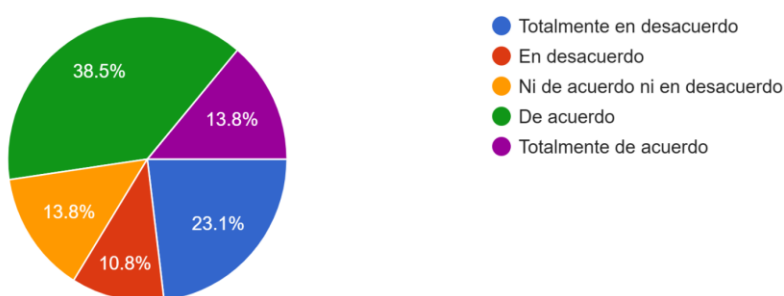
Anexos.

PREGUNTA 1: Realización de un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) para orientar las estrategias.

Figura 1

1. "En mi negocio se ha realizado un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) para orientar la estrategia."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Al momento de la creación de un negocio, hay diversas herramientas que pueden ser usadas para obtener información valiosa acerca del mercado o del negocio y usarla para plantear estrategias. Una de ellas es la Matriz FODA, que de acuerdo a Ballesteros et al. (2010), permite analizar la situación interna (fortalezas y debilidades), siendo estos factores controlables, y del mismo modo, analizar la situación externa (oportunidades y amenazas), donde se encuentran los factores no controlables. En este gráfico, se puede observar que el 52.3% si realizó un análisis FODA, por lo que este grupo conocía con claridad el contexto real donde estaba ubicado su negocio. Sin embargo, se visualiza que casi la mitad de los encuestados no lo ha realizado o no está seguro, quizás por el desconocimiento de la existencia de esta herramienta o de sus beneficios, lo cual, deja abierta una gran oportunidad de mejora para

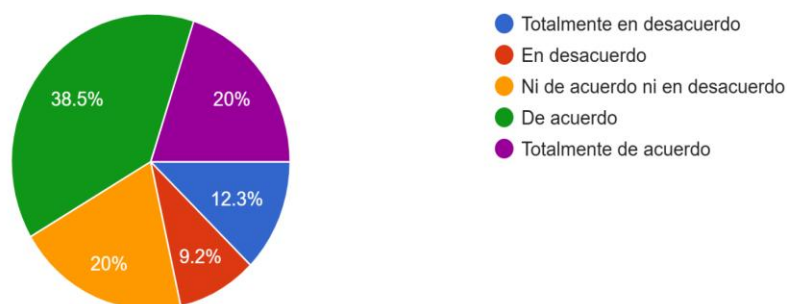
este grupo de emprendedores. De modo que, de realizar este análisis FODA, van a poder identificar sus puntos fuertes y sus falencias, teniendo una mejor visual de las áreas que deben potenciar y aquellas otras que deben mejorar.

PREGUNTA 2: Desarrollo de un plan de negocio a detalle al momento de la creación de un emprendimiento.

Figura 2

2. "Al momento de crear mi negocio, desarrollé un plan de negocio a detalle"

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Desarrollar un plan de negocio al momento de la creación de un negocio es un punto muy importante, ya que de acuerdo con Fleitman (2014), es una guía que permite a la empresa crecer con mayor facilidad, donde se define cada etapa que formará parte del desarrollo del negocio y así tener claridad en las metas que se esperan lograr. De acuerdo con el gráfico, el 58.5% de emprendedores realizaron un plan de negocio detallado al momento de crear su emprendimiento, y por otro lado un 41.5% de emprendedores no lo han hecho, lo cual indica que muchos emprendedores al momento de querer emprender, inician operaciones de manera empírica. Hacer esto aumenta la curva de aprendizaje y el riesgo de crecimiento del negocio al no tener una

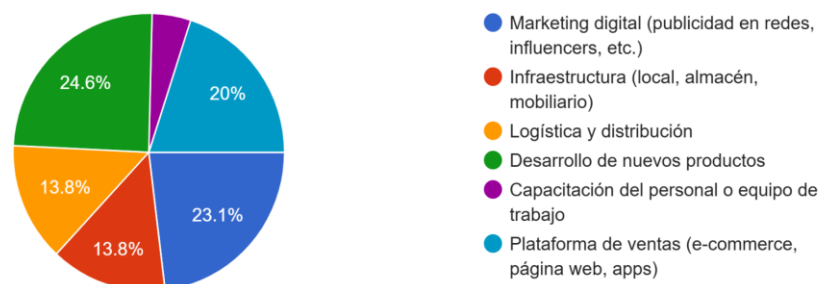
guía de cómo ir desarrollándose en el tiempo. Esto nos demuestra la necesidad de asesoramiento respecto a temas administrativos para poder mejorar la toma de decisiones estratégicas y reducir riesgos de fracaso del negocio.

PREGUNTA 3: Aparte de la inversión en producción, área donde se destina la mayor parte del presupuesto de su marca actualmente.

Figura 3

3. Aparte de la inversión en producción, ¿en qué área destinas la mayor parte del presupuesto de tu marca actualmente?

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

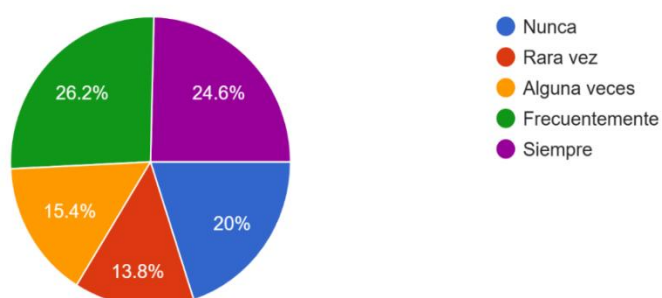
Tener un presupuesto mapeado permite saber cuánto se va a asignar a cada área de un negocio. De acuerdo con Muñiz (2009), este ayuda a tener un mejor control de los ingresos, gastos e inversiones y así saber si los recursos con los que se cuentan serán suficientes para realizar todas las actividades necesarias. Como se observa en el gráfico, las áreas donde mayor presupuesto se destina después de la producción son “desarrollo de nuevos productos” con un 24.6% y “marketing digital” con un 23.1%. Los resultados muestran que los emprendedores están buscando fortalecer su marca digitalmente para potenciar sus ventas y con ello incrementar ingresos, ya que

en la actualidad, se sabe que muchas personas compran online. Además de, al estar en una era donde hay mucha competencia comercial, se puede ver una necesidad por innovar con nuevos productos con el objetivo de destacar ante tanta competencia y del mismo modo, mantenerse con un buen nivel de ventas.

PREGUNTA 4: Registro periódico de ingresos, egresos y utilidades del negocio.

Figura 4

4. "Llevo un registro periódico de ingresos, egresos y utilidades del negocio."
65 respuestas



Nota: Elaboración propia

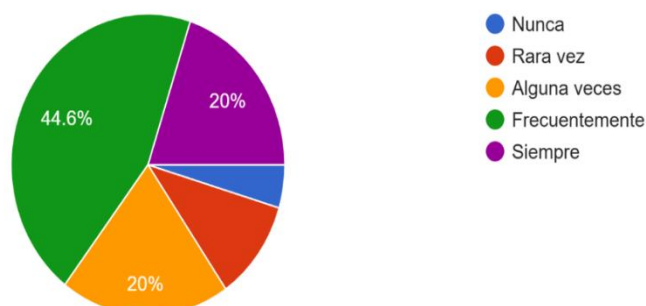
Llevar un control constante de los ingresos, egresos y utilidades permite a los emprendedores conocer con mayor claridad la situación económica de sus negocios y tomar decisiones más adecuadas para su crecimiento. Según Véliz y Carpio (2019), el reporte financiero cumple un papel importante dentro de la administración, ya que facilita el orden de los recursos y ayuda a un mejor desempeño económico de los emprendimientos. En este gráfico, se aprecia que el 50.8% de emprendedores señaló que sí lleva un registro periódico de los ingresos, egresos y utilidades de su negocio, lo cual refleja que una parte

importante de emprendedores considera necesario mantener un control financiero. Asimismo, el 49.2% indicó que no realiza este registro de manera constante, posiblemente por falta de organización o desconocimiento de su importancia, lo que evidencia que aún existen dificultades para mantener un seguimiento constante de las operaciones económicas. Por esta razón, fortalecer estas prácticas administrativas permitiría mejorar el manejo de los recursos económicos y favorecer la rentabilidad de los emprendimientos.

PREGUNTA 5: Capacitación continua para mejorar el desempeño.

Figura 5

5. "Capacito a mi equipo en temas relevantes para mejorar el desempeño del negocio."
65 respuestas



Nota: Elaboración propia

La capacitación del personal es un aspecto importante, ya que permite mejorar las habilidades y conocimientos de los trabajadores, favoreciendo un mejor desempeño en las actividades del negocio. De acuerdo con Porret (2014), invertir en el desarrollo del equipo de trabajo ayuda a incrementar la productividad y fortalecer el crecimiento de las organizaciones. En este gráfico, se observa que el 64.6% de los encuestados señaló que sí capacita a

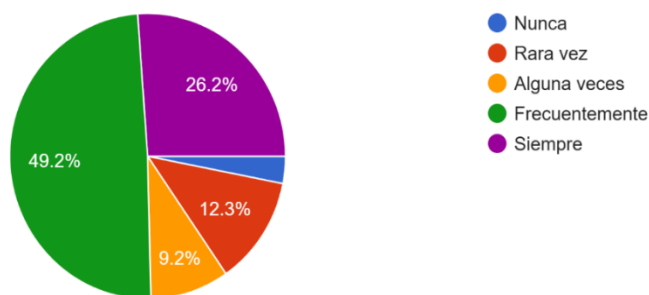
su equipo en temas relevantes para el negocio, lo cual evidencia que muchos emprendedores consideran importante fortalecer las capacidades de sus colaboradores. Del mismo modo, el 35.4% indicó que no realiza capacitaciones de manera constante. Estos resultados reflejan que todavía existen emprendimientos donde la formación del personal no es una práctica constante, posiblemente por limitaciones de tiempo, recursos o poca planificación administrativa. Por ello, promover capacitaciones continuas permitiría mejorar el desempeño laboral y contribuir al fortalecimiento y rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.

PREGUNTA 6: Aplicación de mejoras ante errores del equipo.

Figura 6

6. "Cuando identifico errores o debilidades en el equipo, implemento acciones correctivas en beneficio del negocio."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

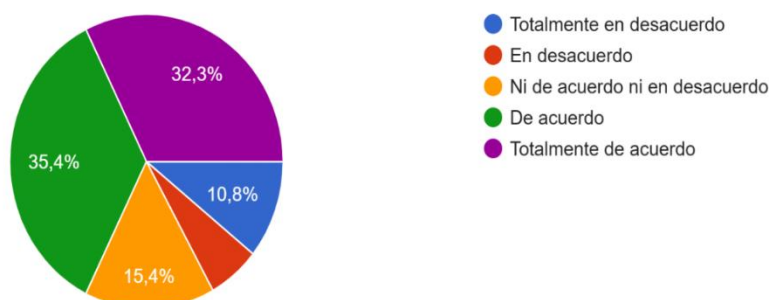
Detectar errores y aplicar acciones correctivas permite mejorar el funcionamiento del negocio y fortalecer los procesos internos. De acuerdo con Consuegra (2025), la aplicación de estrategias de calidad y acciones de mejora continua permite a los emprendimientos optimizar sus procesos,

garantizar su sostenibilidad y mejorar los resultados de su gestión. En este gráfico, se aprecia que el 75.4% de los encuestados señaló que sí implementa acciones correctivas cuando identifica problemas en su equipo, lo cual evidencia que gran parte de los emprendedores procura mejorar el desempeño de su negocio mediante soluciones continuas. Del mismo modo, el 24.6% indicó que no aplica estas medidas de manera constante. Estos resultados muestran que, aunque la mayoría busca corregir las deficiencias detectadas, todavía existen emprendimientos que no mantienen una práctica constante de mejora. En consecuencia, reforzar la aplicación de acciones correctivas permitiría optimizar el desempeño del equipo y contribuir al crecimiento y rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.

PREGUNTA 7: Uso de redes sociales como canal principal para promocionar productos.

Figura 7

7. "Mi negocio utiliza las redes sociales como canal principal para promocionar sus productos."
65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Con lo expuesto en el gráfico existe una marcada tendencia hacia la digitalización comercial entre los participantes. El 67.7% de los

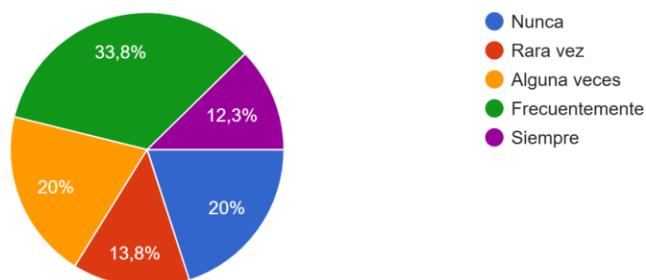
emprendedores de la feria Planet manifiesta una postura positiva respecto al uso de las redes sociales como su canal primordial de ventas, desglosado en un 35.4% que está "de acuerdo" y un 32.3% "totalmente de acuerdo". Esta mayoría absoluta indica que la publicidad digital ha desplazado a los métodos tradicionales dentro del ecosistema de la feria. Este hallazgo es plenamente congruente con lo expuesto por Appel et al. (2019), quien sostiene que la adopción de estas plataformas no es solo una cuestión de visibilidad, sino que actúa como un motor estratégico para mejorar la competitividad y la rentabilidad al permitir una interacción directa con el mercado y reducir costos operativos. Sin embargo, el hecho de que un 15.4% se mantenga neutral y un 16.9% aún no lo considere su canal principal, sugiere que existe una brecha en el aprovechamiento de estas herramientas. Por lo tanto, el plan de mejora administrativa propuesto no debe limitarse a la gestión interna, sino que debe integrar obligatoriamente el fortalecimiento de las competencias digitales. El objetivo es tecnificar el uso de las redes sociales para convertirlas en una herramienta de mercado formal. Al sustituir la práctica intuitiva por una planificación estratégica, se optimizan los indicadores financieros y se fortalece la capacidad de generación de utilidades de los emprendimientos a largo plazo.

PREGUNTA 8: Uso de herramientas digitales para gestionar o analizar campañas de marketing.

Figura 8

8. "Utilizo herramientas digitales (como Canva, Meta Ads, Google Analytics, etc.) para gestionar o analizar mis campañas de marketing."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Al analizar los hallazgos, se hace evidente una marcada disparidad tecnológica: a pesar de la alta participación en plataformas sociales, apenas el 46.1% de los comerciantes en la feria Planet utiliza recursos digitales avanzados para administrar su publicidad (frecuentemente 33.8% y siempre 12.3%). Esta estadística refleja que la mayoría de los establecimientos carece de una administración sustentada en cifras, operando predominantemente de forma empírica. El panorama resulta preocupante considerando que un 53.8% de la muestra utiliza estas herramientas con escasa o nula frecuencia. Siguiendo la tesis de Quinton et al. (2018), la carencia de una 'orientación digital' obstaculiza la conversión de información en acciones estratégicas que favorezcan el éxito comercial. Por ello, el plan de mejora propuesto debe enfocarse en la capacitación técnica, permitiendo que los emprendedores sustituyan las conjeturas por métricas de rendimiento (KPIs) y retornos de

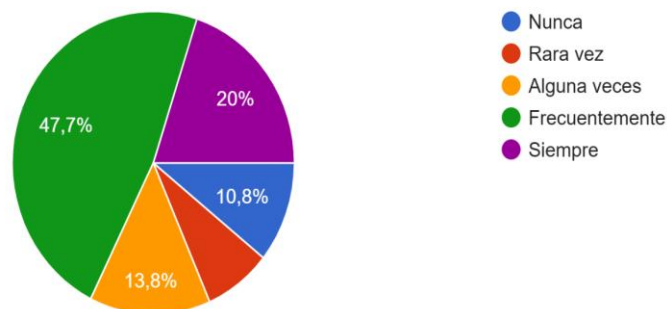
inversión (ROI) comprobables para fortalecer su rentabilidad en el entorno competitivo de Lima Metropolitana.

PREGUNTA 9: Control del inventario (existencias, rotación, pérdidas).

Figura 9

9. "Llevo un control adecuado del inventario (existencias, rotación, pérdidas)."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Los resultados obtenidos reflejan una disparidad en la madurez administrativa de los negocios analizados, el cual indican que, aunque el 67.7% de los emprendedores monitorea sus productos, existe un considerable 32.3% cuya gestión es deficiente o nula. Al respecto, Atnafu y Balda (2018) advierten que un control de inventarios estricto es un factor decisivo para la rentabilidad, pues permite la liberación de capital de trabajo y la supresión de gastos operativos superfluos. Bajo esta lógica, la ausencia de registros sistemáticos en un tercio de los encuestados constituye una debilidad financiera que arriesga la viabilidad del negocio. El plan de mejora administrativa, por tanto, debe centrarse en la adopción de instrumentos logísticos como el kárdex, convirtiendo el manejo de stock en una fortaleza estratégica que garantice beneficios económicos basados en datos concretos.

PREGUNTA 10: Monitoreo de indicadores de desempeño para la evaluación operativa del negocio.

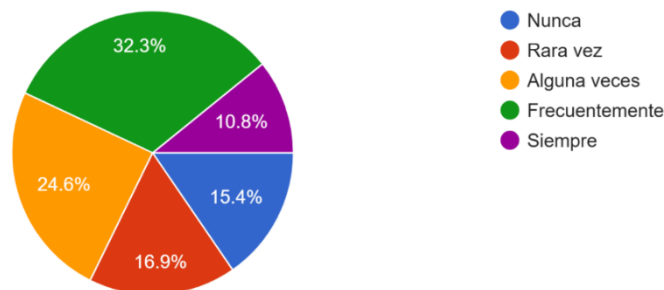
Figura 10

Nota: Elaboración propia

El monitoreo de los indicadores clave de desempeño (KPI) permite evaluar la

10. "Monitoreo indicadores clave de desempeño (KPI) para evaluar la eficiencia de las operaciones del negocio."

65 respuestas



eficiencia de las operaciones y verificar si los objetivos del negocio se están cumpliendo correctamente. Según Ríos (2012), los KPI son herramientas que facilitan el seguimiento de resultados, la identificación de problemas y una mejor toma de decisiones dentro de las organizaciones. En este gráfico, se observa que el 43.1% de los encuestados sí monitorea indicadores clave de desempeño para evaluar la eficiencia de sus operaciones, lo que demuestra que una parte de los emprendedores reconoce la importancia de medir el rendimiento de sus negocios. Sin embargo, el 56.9% presenta un no monitoreo de KPI, evidenciando que todavía muchos emprendimientos no realizan un seguimiento constante de sus procesos y resultados. En conclusión, implementar el uso de indicadores de desempeño permitiría mejorar el control de las operaciones, optimizar la gestión administrativa y

contribuir al incremento de la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.

PREGUNTA 11: Crecimiento del volumen de ventas en los emprendimientos.

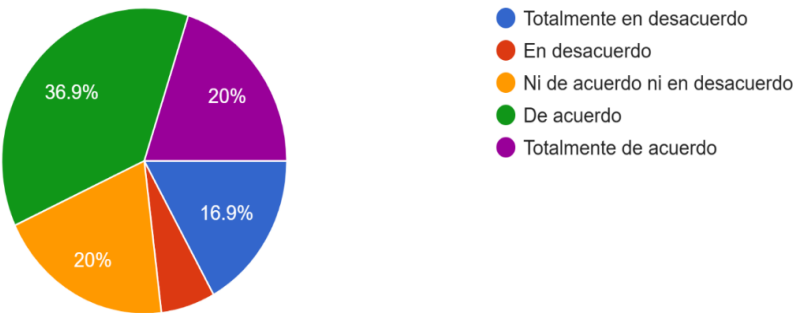
Figura 11

Nota: Elaboración propia

El volumen de ventas es un aspecto fundamental para medir el crecimiento y

11. ¿El volumen de ventas mensuales en la actualidad es MUCHO mayor que su volumen de ventas al inicio del negocio?

65 respuestas



desarrollo de un negocio, ya que permite identificar si las estrategias aplicadas están generando resultados positivos. Según Colan (2023), el incremento en las ventas refleja una mejor capacidad de gestión y adaptación de los emprendimientos frente a las exigencias del mercado. En este gráfico, se observa que el 56.9% de los encuestados considera que actualmente el volumen de ventas de su negocio sí es mucho mayor en comparación con el inicio de sus actividades, evidenciando un crecimiento favorable en una parte importante de los emprendimientos de la feria Planet. Por otro lado, el 43.1% indicó que sus ventas no son mucho mayores que al comienzo del negocio. Estos resultados reflejan que, aunque muchos emprendimientos han logrado mejorar sus niveles de ventas, todavía existen negocios que no perciben un

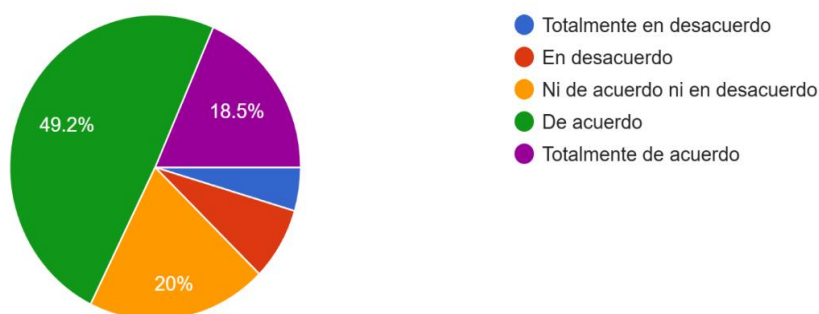
crecimiento significativo. En conclusión, fortalecer las estrategias administrativas y comerciales contribuiría a mejorar el desempeño de las ventas y potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.

PREGUNTA 12: Recuperación de la inversión inicial y rentabilidad del emprendimiento.

Figura 12

12. ¿Sus ingresos iniciales superaron la inversión inicial?

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

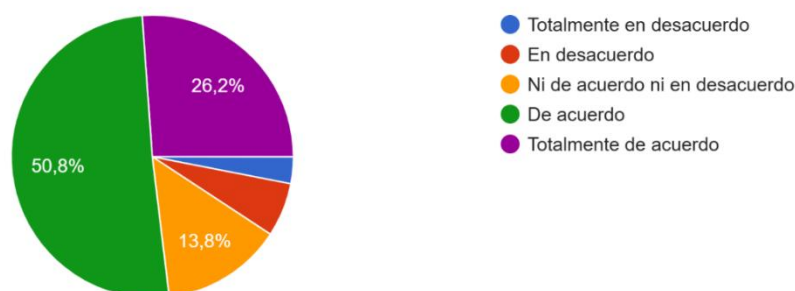
La recuperación de la inversión inicial es un indicador importante para evaluar la rentabilidad y sostenibilidad de un emprendimiento, ya que permite conocer si los ingresos obtenidos han generado beneficios económicos desde las primeras etapas del negocio. Según Kaldor (1959), el crecimiento económico y la generación de ganancias están relacionados con la capacidad de las empresas para incrementar sus ingresos y recuperar el capital invertido. En este gráfico, se observa que el 67.7% de los encuestados considera que sus ingresos iniciales sí superaron la inversión inicial, reflejando que una gran parte de los emprendimientos logró obtener resultados favorables en sus

primeras operaciones. Por otro lado, el 32.3% indicó que sus ingresos no superaron la inversión realizada. Estos resultados evidencian que, aunque muchos negocios han conseguido recuperar su inversión, todavía existen emprendimientos que presentan dificultades para alcanzar una rentabilidad favorable. En conclusión, fortalecer la gestión administrativa y financiera permitiría mejorar el manejo de los recursos y contribuir a una mayor recuperación de la inversión en los emprendimientos de la feria Planet.

PREGUNTA 13: Ticket promedio por compra por cliente.

Figura 13

13. ¿Conoce el ticket promedio de compra por cliente?
65 respuestas



Nota: Elaboración propia

La información recopilada a partir de 65 encuestas refleja un panorama positivo sobre el dominio del ticket promedio de compra, destacando que un 50,8% concuerda y un 26,2% asegura conocer plenamente esta métrica. Esta sumatoria revela que el 77% de los consultados comprenden el desembolso promedio de sus clientes, factor que se traduce en un beneficio estratégico para la dirección del negocio. Sin embargo, el 13,8% de indecisión y los niveles menores de desacuerdo señalan la necesidad de consolidar procesos

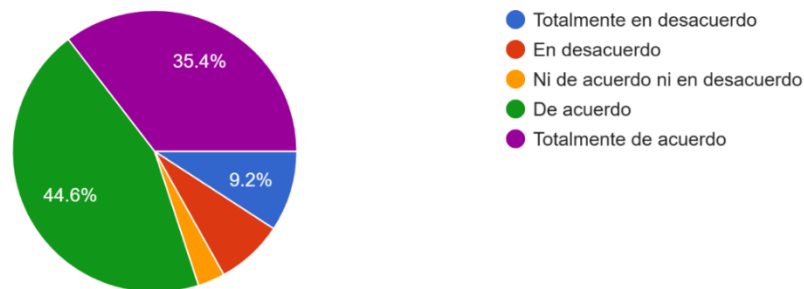
de monitoreo de datos más rigurosos. Es fundamental entender que el análisis de las ventas debe integrarse a la logística operativa; para que el ticket promedio impulse la rentabilidad, este debe complementarse con un manejo óptimo de las existencias. En este punto, Navarrete (2019) resalta la importancia de la gestión de inventario en las empresas como un elemento clave, puesto que un control inadecuado de las mercancías puede limitar la atención a la demanda y perjudicar el valor de las ventas realizadas. Por lo tanto, vincular los indicadores comerciales con un sistema de inventarios sólido permitirá que los emprendedores de la feria Planet no solo monitoreen el gasto del consumidor, sino que también garanticen la oferta necesaria para maximizar cada transacción, asegurando la viabilidad y el fortalecimiento administrativo de sus proyectos.

PREGUNTA 14: Identificación y control de costos fijos y variables.

Figura 14

14. "Identifico y gestiono adecuadamente los costos fijos y variables de mi negocio (como alquiler, sueldos, servicios)."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

En el análisis del siguiente gráfico, se evidencia que una parte considerable de los emprendedores mantiene un manejo estructurado de sus gastos operativos, dado que el 44,6% se mostró de acuerdo y el 35,4% totalmente de acuerdo en cuanto a su destreza para distinguir y administrar los costos fijos y variables. Al agrupar estas respuestas, se concluye que el 80% de la muestra domina este pilar financiero, lo que refleja un nivel favorable de madurez administrativa en los negocios de la feria Planet. Sin embargo, existe un margen crítico del 9,2% en total desacuerdo, junto con otros sectores minoritarios que presentan limitaciones en esta área, lo que pone en peligro la rentabilidad al dificultar la determinación exacta del punto de equilibrio. Bajo esta premisa, la organización eficiente del capital es vital para la permanencia del negocio, tal como sostiene López (2025), quien indica que "la gestión financiera es un proceso clave que permite a las organizaciones planificar, ejecutar y controlar sus recursos económicos de manera eficiente,

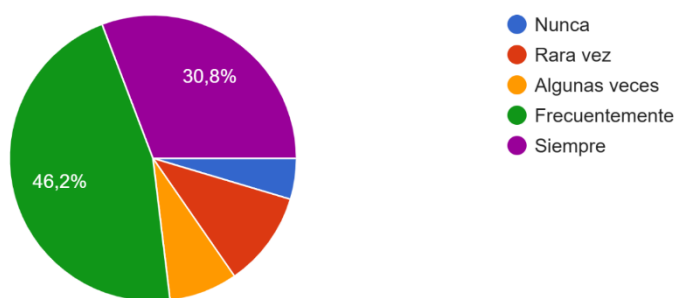
asegurando así su sostenibilidad y crecimiento en el tiempo". En definitiva, la sólida capacidad de identificación de costos detectada sienta las bases para un plan de mejora que optimice los beneficios, transformando la toma de decisiones en un proceso técnico que asegura la solidez de estos emprendimientos en Lima Metropolitana.

PREGUNTA 15: Registro y control de gastos operativos y administrativos.

Figura 15

15. "Registro y control los gastos operativos y administrativos del negocio."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

Los datos obtenidos revelan una marcada inclinación hacia la formalidad administrativa por parte de los sujetos de estudio, dado que el 77% de los encuestados manifiesta una vigilancia constante sobre sus egresos mediante las categorías "Frecuentemente" y "Siempre". Este comportamiento sugiere una mentalidad orientada a la previsión financiera, esencial para salvaguardar el flujo de caja y reducir riesgos operativos. En contraste, la porción restante que aplica estos controles de forma irregular o nula refleja una administración basada en la experiencia empírica, lo cual representa un peligro para la continuidad del negocio al no tener visibilidad sobre las fugas de capital que

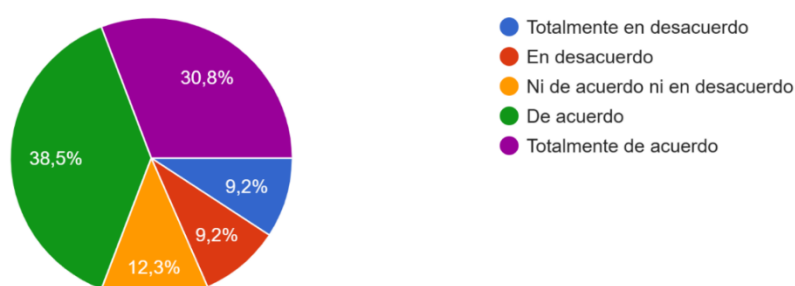
afectan el beneficio neto. Esta relevancia del seguimiento financiero es validada por Suazo (2025), en su estudio sobre gastos operativos y rentabilidad en Lima, donde sostiene que la organización y el monitoreo de los costos administrativos y financieros son determinantes para el éxito económico, pues una fiscalización rigurosa de los mismos garantiza que los recursos se utilicen de manera óptima para maximizar los márgenes de utilidad.

PREGUNTA 16: Análisis de la utilidad neta por producto vendido.

Figura 16

16. ¿Conoces la utilidad neta obtenida por cada producto vendido? (considerando ingresos – costos variables – proporción de costos fijos por unidad)

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

De acuerdo con los hallazgos del gráfico, el 69.3% de la muestra exhibe un dominio óptimo sobre la determinación de la utilidad neta unitaria, incorporando de manera efectiva el desglose de gastos fijos y variables en su planeación comercial. Esta competencia financiera actúa como un pilar de la gestión profesional, permitiendo a los propietarios discernir con exactitud qué mercancías impulsan el crecimiento y cuáles comprometen la rentabilidad. En sentido opuesto, el 30.7% restante manifiesta una carencia de certeza técnica

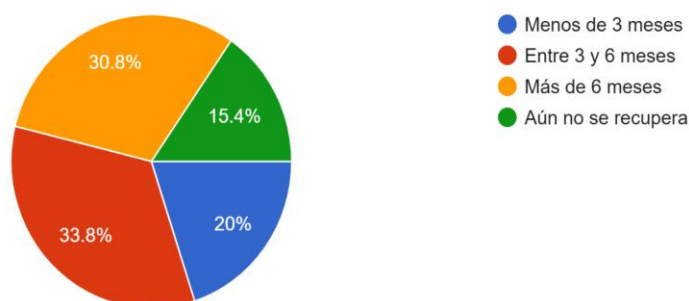
en este cálculo, lo que expone una deficiencia operativa que puede conducir a una fijación de precios ineficiente. Este análisis coincide con la investigación de Querevalu y Quiroga (2025), quienes en su estudio sobre costos y rentabilidad en Lima subrayan que la precisión en el monitoreo de los costos de producción guarda una correlación estrecha con el éxito económico; los autores enfatizan que omitir el rigor en la medición de los márgenes individuales restringe la optimización de los ingresos y debilita la posición competitiva de las organizaciones en el entorno local.

PREGUNTA 17: Tiempo para recuperar la inversión inicial.

Figura 17

17. ¿Cuánto tiempo le tomó recuperar su inversión inicial (break even)?

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

El tiempo de recuperación de inversión, conocido también como TRI de acuerdo a Jardel y García (2000), nos permite saber por cuánto tiempo el negocio estará expuesto a un mayor riesgo. De acuerdo a la gráfica, solo el 20% de emprendedores recuperó su inversión en menos de 3 meses, mientras que un 33.8% la recuperó entre 3 y 6 meses, y un 30.8% en más de 6 meses. Además, un 15.4% indicó que aún no recupera lo invertido. Esto nos

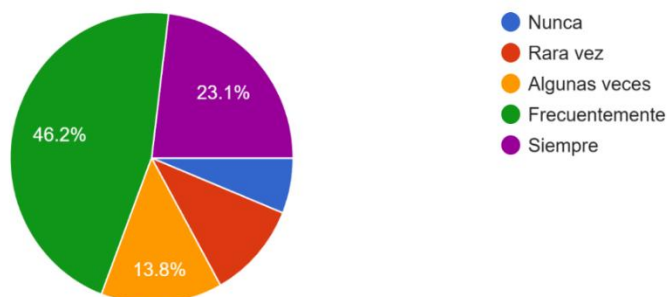
muestra que aunque los negocios puedan generar ventas constantes, el tiempo de recuperación no solo depende de ello, sino del nivel de planificación, organización y de las estrategias comerciales que el emprendedor decida aplicar. Lo cual, deja abierta una oportunidad de mejora en términos de gestión para poder aprovechar mejor los recursos y así reducir este indicador.

PREGUNTA 18: Consideración del punto de equilibrio para definir metas de ventas.

Figura 18

18. ¿Tiene en cuenta el punto de equilibrio mensual para definir sus metas de ventas?

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

De acuerdo al gráfico, podemos ver que el 69.3% tiene en cuenta el punto de equilibrio mensual al momento de definir sus metas de ventas, lo cual, encaja con la importancia que Zambrano y Quiroz (2017) le dan al indicador, quienes mencionan que el punto de equilibrio es una herramienta fundamental para conocer desde qué momento los ingresos del negocio superan el nivel de costos y gastos para empezar a generar ganancias, o por el contrario, saber si están obteniendo pérdidas al estar por debajo de este punto. En este

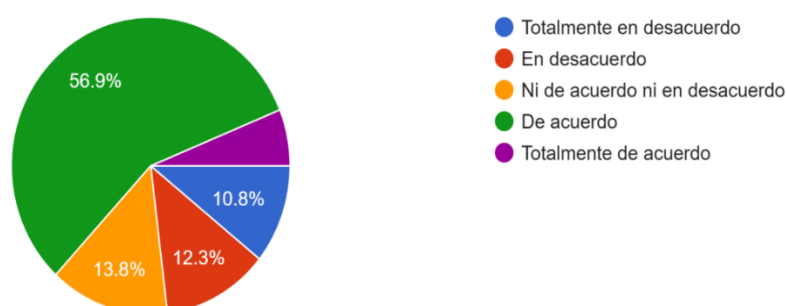
sentido, se entiende que la mayoría de emprendedores conocen este KPI y lo implementan para administrar correctamente sus recursos económicos y fijar metas. Sin embargo, todavía hay un porcentaje considerable de negocios que tienen esta oportunidad de mejora, ya que de lo contrario, siguen corriendo el riesgo de tomar decisiones comerciales equivocadas, y por consiguiente, se les dificulta más crecer en el mercado.

PREGUNTA 19: Consideración de los niveles de productividad individual de los trabajadores para toma de decisiones.

Figura 19

19. "Los niveles de productividad individual de los trabajadores se utilizan como base para tomar decisiones sobre capacitación, recompensas o reestructuración de funciones."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

El indicador de productividad es uno de los más complejos de analizar y comprender. De acuerdo con Colmenares (2007), desde un punto de vista macroeconómico, es un factor clave al momento de determinar la rentabilidad de la empresa y, por lo tanto, del éxito que se pueda obtener. Su importancia deriva en el uso más eficiente posible de los recursos con los que se cuentan. Aterrizando este concepto con el índice de la productividad del trabajador, se

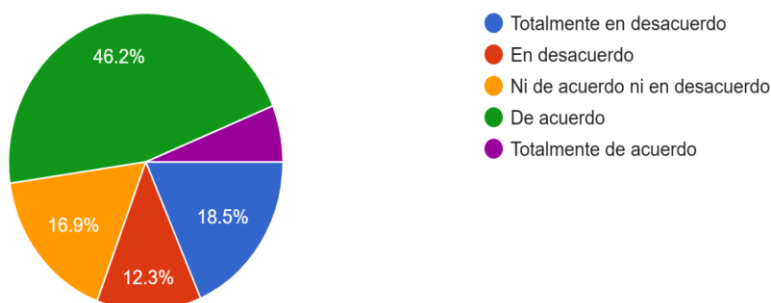
refiere a que tan eficiente está resultando este recurso humano y si está cumpliendo con las metas planteadas. Siguiendo los resultados del gráfico, más del 63% de emprendedores toman en cuenta este indicador para tomar decisiones sobre capacitación, reestructuración de funciones o recompensas. Esto confirma la importancia que representa el tener un buen equipo de trabajo y conocer las habilidades de cada integrante para poder potenciarlas en su mejor área de desarrollo y, en caso también las haya, ayudar a mejorar algunas dificultades de desempeño. Por el contrario, 23.1% no toma en cuenta ese indicador, lo cual podría estar siendo un punto perjudicial para el negocio, ya que no tiene un registro de que tan efectiva está siendo su fuerza humana de trabajo, por lo que, en caso esté teniendo algún colaborador que no esté cumpliendo con sus funciones, está pasando desapercibido y estarían perdiendo una gran oportunidad de mejora.

PREGUNTA 20: Ejecución del presupuesto asignado en el negocio.

Figura 20

20. "El presupuesto asignado en mi negocio se ejecuta de manera eficiente, sin sobrecostos ni desvíos innecesarios."

65 respuestas



Nota: Elaboración propia

El presupuesto es una herramienta de planificación que ayuda a expresar en términos monetarios, los ingresos, gastos y recursos con los que se va a contar en cierto periodo de tiempo para apuntar a lograr objetivos previamente planteados. De acuerdo con Muñiz (2009) esto permite controlar cada movimiento, y por lo tanto, identificar problemas con cierta antelación, lo que podría reflejarse en replantear los objetivos o planes de acción de ser estrictamente necesario. Por lo obtenido en el gráfico, un 52.3% de los emprendedores indicó que el presupuesto que asignan se ejecuta de manera eficiente, sin sobre costos ni desvíos innecesarios. Esto demuestra un buen manejo financiero y un correcto conocimiento de cada área de su negocio, por lo que no presentan problemas al momento de distribuir sus recursos económicos con cada una de ellas. Sin embargo, un 47.7% de los encuestados, no posee esa habilidad, lo que puede ocasionar que se destine mayor inversión a un área que no lo necesita y por lo tanto, privar a otra que podría haber ayudado a generar mayores ingresos. Este punto es clave, ya que nos muestra una necesidad inmediata de incrementar los conocimientos en gestión financiera de algunos emprendedores para poder tomar mejores decisiones de sus negocios y así, cuidar y controlar mejor su recurso financiero, uno de los más importantes al momento de emprender.

2.7.5 Diagnóstico – Discusión

Realizando un diagnóstico de las encuestas, se observa que muchos emprendedores de la feria Planet consideran importante contar con un plan de negocio al iniciar sus actividades comerciales. Sin embargo, aún existe un porcentaje significativo que comenzó sus emprendimientos sin una planificación definida, evidenciando una gestión basada principalmente en la

experiencia. En relación con ello, Baque et al. (2020) indican que el plan de negocio ayuda a analizar la viabilidad del emprendimiento, organizar los recursos y mejorar la toma de decisiones dentro de la empresa. En consecuencia, la falta de esta herramienta administrativa puede dificultar la adaptación frente a un entorno competitivo como el de Lima Metropolitana y afectar el crecimiento de los negocios. Por ello, resulta necesario fortalecer las capacidades administrativas de los emprendedores mediante capacitaciones o asesorías enfocadas a la planificación estratégica de sus negocios.

Por otro lado, los resultados relacionados con el monitoreo de indicadores clave de desempeño (KPI) evidencian que muchos emprendedores no realizan un seguimiento constante de sus operaciones y resultados. Esta situación refleja deficiencias en el control administrativo y en la evaluación del desempeño empresarial, lo cual dificulta identificar errores, medir avances y mejorar la toma de decisiones. Sobre ello, Murillo et al. (2024) sostienen que los KPI permiten evaluar el rendimiento de una empresa y contribuyen a mejorar la eficiencia en la gestión empresarial. De esta manera, la falta de monitoreo puede limitar las oportunidades de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos. Por ello, resulta importante implementar mecanismos de control y seguimiento que permitan a los emprendedores analizar sus resultados de manera objetiva y fortalecer su gestión administrativa dentro de la feria Planet.

Adicional a ello, el análisis demuestra que una gran parte de los comerciantes muestra una postura favorable hacia el control financiero básico, mediante la

correcta distinción entre costos fijos y variables. Esto refleja una comprensión clara de la estructura de sus egresos; sin embargo, aún persiste un grupo de comerciantes que no lleva un registro ordenado de sus operaciones financieras. Esta falta de control se alinea con lo planteado por Alva (2024), quien advierte que las fallas en la clasificación de los costos restringen la administración financiera interna, impiden proyectar márgenes de ganancia reales y amenazan la viabilidad de las microempresas. Ante este escenario, resulta crucial adoptar herramientas técnicas que automaticen y unifiquen la organización de los gastos.

Finalmente, los datos recolectados reflejan una tendencia positiva hacia el uso del punto de equilibrio mensual como base para proyectar las metas de ventas, lo que demuestra que la mayoría de los comerciantes comprende la necesidad de conocer el mínimo de ingresos necesarios para garantizar la continuidad de sus operaciones. Sin embargo, una parte de los participantes aún recurre a métodos empíricos para la toma de decisiones, situación que dificulta una gestión comercial eficiente e impide el desarrollo de una planificación financiera. Al respecto, Ramos (2020) advierte que prescindir de procesos normados e indicadores técnicos limita el control real sobre los gastos y distorsiona la estimación del volumen operativo requerido para evitar pérdidas económicas. En consecuencia, resulta necesario formalizar el cálculo de este indicador mediante herramientas presupuestarias unificadas, consolidando el punto de equilibrio como el eje central y sistemático para guiar de manera eficiente los objetivos de ingresos del negocio.

2.8 Plan de trabajo

Luego de haber realizado el análisis de la situación actual de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana, se presenta el plan de trabajo para la “Implementación de una Guía Administrativa” para potenciar la rentabilidad de los negocios de los emprendedores.

Para llevar a cabo esta propuesta, se utilizará una metodología enfocada en la muestra y adaptada a su contexto y necesidades. Esta propuesta será realizada en las siguientes fases: (1) Planeación, (2) Diseño, (3) Validación, (4) Capacitación

FASE 1: Planeación

Fase 1: Planeación		
Objetivo	Estrategia	Táctica
Revisión de los resultados estadísticos obtenidos.	Realizar un análisis de la información recolectada para conocer la situación administrativa y económica actual de los emprendimientos que participan en la feria Planet.	- Revisar y clasificar los resultados obtenidos de las encuestas y cuadros estadísticos, identificando las principales dificultades relacionadas con la gestión administrativa y la rentabilidad. - Organizar la información según los aspectos evaluados para facilitar su interpretación y análisis. - Elaborar un resumen de hallazgos que permita visualizar las problemáticas más recurrentes en los emprendimientos evaluados. (figura 21)
Identificación de las áreas de mejora	Reconocer los procesos administrativos y operativos que presentan debilidades y	- Realizar un diagnóstico comparativo de los procesos de los emprendimientos, considerando temas como planificación, control de ventas y manejo de costos. - Identificar las actividades que generan limitaciones en la gestión y que afectan

	que afectan el desempeño y la rentabilidad de los emprendimientos.	el desempeño económico de los negocios. - Establecer cuáles son las áreas que requieren mayor atención para mejorar el desempeño empresarial. (figura 22 y 23)
Definir las necesidades administrativas que se presentan en la mayoría de emprendimientos.	Determinar los conocimientos y herramientas administrativas que requieren los emprendedores para mejorar la rentabilidad y organización de sus negocios.	- Analizar los resultados obtenidos para reconocer las necesidades más frecuentes en la gestión de los negocios. - Establecer los temas que serán considerados en la guía administrativa, como planificación, seguimiento de indicadores de desempeño, control costos fijos y variables. - Relacionar las necesidades identificadas con propuestas de mejora que favorezcan la organización y aumenten la rentabilidad de los emprendimientos. (figura 24)

Figura 21



Figura 22



Figura 23



Figura 24



FASE 2: Diseño (plan de negocio, kpis, gestión de costos, inventario)

Fase 2: Diseño (plan de negocio, kpis, costos fijos y variables, punto de equilibrio)		
Objetivo	Estrategia	Táctica
Establecer los documentos y herramientas necesarias para facilitar el manejo administrativo.	Diseñar documentos estandarizados que permitan planificar, organizar y controlar las actividades administrativas de los emprendimientos.	- Elaborar un formato simplificado de plan de negocio orientado a emprendimientos de ropa urbana. - Diseñar una plantilla para la definición de objetivos, misión, visión y propuesta de valor. - Crear un formato de planificación de actividades y metas comerciales. - Elaborar una plantilla para el registro y control de proveedores e insumos. - Diseñar un formato básico de control de inventario para productos terminados. (figura 25)
Creación de materiales y herramientas de apoyo para facilitar el manejo de cada indicador financiero.	Desarrollar herramientas prácticas que permitan monitorear el desempeño financiero, comercial y operativo del negocio.	- Diseñar una matriz de KPI para el seguimiento de ventas, rentabilidad e inventario. - Elaborar una plantilla de presupuesto mensual para proyectar ingresos y gastos. - Crear un formato de control de costos fijos y costos variables. - Diseñar una plantilla para el cálculo del punto de equilibrio. - Elaborar una plantilla de flujo de caja para el seguimiento de entradas y salidas de dinero. (figura 26)
Diseño de una guía en formato	Estructurar una guía práctica y visual que	- Redactar el contenido de la guía considerando las principales necesidades identificadas en la investigación. - Incorporar explicaciones sencillas sobre planificación administrativa, presupuesto, costos y rentabilidad.

de folleto a manera de introducción al tema.	facilite la comprensión y aplicación de las herramientas propuestas. - Incluir ejemplos prácticos de aplicación de cada herramienta propuesta. - Elaborar un apartado de recomendaciones para la implementación de las herramientas administrativas. - Diseñar la versión final del folleto con una estructura visual amigable para emprendedores. (figura 27)
--	--

Figura 25



PLAN DE NEGOCIO

— EMPRENDEDORES DE FERIAS

Fecha: ____/____/____

Nº de puesto: _____



1. DATOS DEL EMPENDIMIENTO

Nombre del emprendimiento: _____

Nombre del emprendedor(a): _____

Feria o lugar: _____

Tipo de producto / servicio: _____



2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

¿Qué productos o servicios ofreces? _____

¿Qué necesidad cubre tu producto / servicio? _____



3. ANÁLISIS DEL MERCADO

¿Quiénes son tus clientes? _____

¿Quiénes son tus principales competidores? _____

¿Qué te diferencia de ellos? _____



4. OBJETIVOS

Objetivo general: _____

Objetivos específicos: _____

- _____
- _____
- _____



5. ESTRATEGIAS DE MARKETING Y VENTAS

¿Cómo darás a conocer tu negocio? _____

¿Cómo atraerás y fidelizarás a tus clientes? _____



6. PLAN OPERATIVO

¿Qué recursos necesitas para tu negocio?

Recurso	Cantidad	Costo estimado (\$/)
TOTAL		



7. PROYECCIÓN FINANCIERA

Ingresos estimados por día:	\$/.
Gastos estimados por día:	\$/.
Ganancia estimada por día:	\$/.
Ganancia estimada por mes:	\$/.



8. METAS A FUTURO

¿Qué esperas lograr en tu emprendimiento en los próximos 6 meses? _____

¿Y en 1 año? _____



RECUERDA

Un buen plan te ayudará a organizar tu negocio, tomar mejores decisiones y hacerlo crecer cada día.

Notas adicionales:

Figura 26



PLANTILLA DE PRESUPUESTO MENSUAL

EMPRENDEDORES DE FERIAS

MES:

AÑO:

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO:

1. INGRESOS

CONCEPTO	PRESUPUESTADO (S/)	REAL (S/)	VARIACIÓN (S/)
Ventas en ferias			
Ventas por encargo			
Otros ingresos			
Otros ingresos			
TOTAL INGRESOS	0.00	0.00	0.00

2. GASTOS

CONCEPTO	PRESUPUESTADO (S/)	REAL (S/)	VARIACIÓN (S/)
COSTOS DE PRODUCTOS			
• Mercadería / insumos			
• Embalajes			
• Etiquetas			
Subtotal			
GASTOS OPERATIVOS			
• Alquiler de espacio			
• Transporte			
• Servicios básicos			
• Publicidad / promoción			
• Otros gastos operativos			
Subtotal			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
• Útiles de oficina			
• Otros gastos administrativos			
Subtotal			
TOTAL GASTOS	0.00	0.00	0.00

3. RESUMEN MENSUAL

TOTAL INGRESOS	0.00
TOTAL GASTOS	0.00
UTILIDAD / PÉRDIDA DEL MES	0.00

4. NOTAS

5. ANÁLISIS DEL MES

¿Qué resultados obtuviste este mes?

¿Qué puedes mejorar el próximo mes?

★ "Un buen control de tus ingresos y gastos, te acerca al éxito de tu emprendimiento."

Figura 27



FASE 3: Validación

Fase 3: Validación		
Objetivo	Estrategia	Táctica
Comprobar el funcionamiento y la practicidad de uso de los materiales y herramientas de apoyo.	Implementar un plan piloto o prueba de uso con una muestra representativa de emprendedores de la feria para evaluar la aplicabilidad en tiempo real de los formatos y plantillas diseñadas.	- Seleccionar un grupo de control de emprendedores de la feria para aplicar las herramientas durante un periodo determinado. - Monitorear el uso diario de las plantillas de costos, inventarios y punto de equilibrio por parte de los participantes. - Evaluar el nivel de comprensión lectora y facilidad de navegación visual del folleto introductorio en situaciones reales de negocio. (figura 28)
Recolectar observaciones sobre la elaboración de los materiales y herramientas de apoyo.	Desarrollar mecanismos y canales de comunicación cualitativos y cuantitativos para recopilar de manera estructurada las opiniones, dificultades y sugerencias de los usuarios y/o expertos.	- Diseñar y aplicar una encuesta de satisfacción y usabilidad dirigida a los emprendedores que participaron en la prueba piloto. - Realizar entrevistas breves o grupos focales (focus groups) con los comerciantes para profundizar en las limitaciones encontradas al llenar los formatos financieros. - Ejecutar un juicio de expertos (revisión por parte de un docente o especialista en administración/finanzas) para validar técnicamente la consistencia de los KPIs y plantillas. (figura 29)
Integrar correcciones y mejoras a los materiales y herramientas de apoyo.	Analizar y sistematizar los hallazgos de la recolección de datos para modificar, refinar y consolidar la versión definitiva de la guía y sus herramientas de	- Clasificar y priorizar las observaciones obtenidas en la fase de recolección según su impacto en la usabilidad y la rentabilidad del negocio. - Modificar las fórmulas, formatos o la redacción del folleto en base a los errores y confusiones detectadas durante el piloto. - Diseñar e imprimir la versión final optimizada (V2) de la guía

	control.	administrativa y liberar las plantillas definitivas listas para su implementación masiva en la feria Planet. (figura 30)
--	----------	---

Figura 28



Figura 29



Figura 30



FASE 4: Capacitación

Fase 4: Capacitación		
Objetivo	Estrategia	Táctica
Realizar el guion de una presentación sobre el tema y cómo utilizar los materiales y herramientas.	Diseñar una presentación dinámica y comprensible que permita explicar la propuesta de mejora administrativa y orientar a los emprendedores sobre el uso de las herramientas planteadas en la guía.	- Desarrollar un guión detallado donde se describa de manera ordenada cada tema desarrollado en la propuesta, explicando el uso de los formatos, materiales y herramientas administrativas que ayudarán a mejorar la organización y rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet. (figura 31) - Elaborar una presentación en PowerPoint que contenga los principales contenidos de la guía administrativa, incorporando ejemplos y elementos visuales que faciliten la comprensión de los temas durante la charla de capacitación. (figura 32)
		- Identificar la disponibilidad de horarios de los emprendedores participantes para seleccionar la fecha más conveniente.

Establecer una fecha y lugar para la charla de manera presencial.	Coordinar con los emprendedores y representantes de la feria Planet la programación de una sesión presencial que facilite la participación de los asistentes y garantice el desarrollo adecuado de la capacitación.	- Coordinar con los responsables de la feria Planet la reserva del espacio físico y los recursos necesarios para la realización de la charla. - Elaborar un cronograma de actividades que incluya fecha, horario, duración y temas a desarrollar durante la capacitación. - Comunicar oportunamente la programación de la charla mediante invitaciones o medios digitales para asegurar la asistencia de los participantes. (figura 33)
Presentación de la propuesta de mejora y demostración con ejemplos prácticos.	Conducir la sesión presencial de capacitación utilizando dinámicas interactivas y casos simulados aplicados al contexto de la feria, promoviendo el aprendizaje activo y la resolución de dudas en tiempo real.	- Exponer de manera clara y estructurada los componentes de la guía administrativa definitiva, destacando el impacto que tiene el control de costos e inventarios en la rentabilidad de sus negocios. - Desarrollar un taller guiado (paso a paso) utilizando un ejemplo práctico común de la feria proyectando y llenando las plantillas de costos fijos, variables y cálculo del punto de equilibrio. - Monitorear y asesorar individualmente a los emprendedores mientras realizan una réplica del ejercicio con los datos reales de sus propios negocios. - Habilitar un espacio interactivo de preguntas y respuestas al finalizar la demostración para absolver dificultades específicas sobre el uso de los KPIs y herramientas comerciales planteadas. - Entregar los materiales físicos (folleto de la guía) y los accesos digitales a los formatos automatizados a todos los comerciantes asistentes para asegurar su implementación autónoma. (figura 34)

Figura 31

SECCIÓN	CONTENIDO	DESCRIPCIÓN / USO DE HERRAMIENTAS
1. INTRODUCCIÓN	• Bienvenida • Objetivo de la capacitación • Importancia de la buena gestión administrativa	Presentar el propósito de la capacitación y cómo una buena administración mejora la rentabilidad del emprendimiento.
2. PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO	• Definición de objetivos • Análisis del mercado • Plan de actividades	Utilizar el formato de Plan de Negocio para definir objetivos y actividades clave del emprendimiento.
3. CONTROL DE INGRESOS Y GASTOS	• Registro de ingresos • Registro de gastos • Flujo de caja	Usar los formatos de registro diario para llevar un control ordenado de los movimientos de dinero.
4. GESTIÓN DE VENTAS	• Estrategias de ventas • Atención al cliente • Promoción del negocio	Aplicar estrategias prácticas para aumentar las ventas y fidelizar clientes.
5. INDICADORES DE RENTABILIDAD	• Cálculo de utilidad • Punto de equilibrio • Análisis de resultados	Calcular y analizar los indicadores con el apoyo de los formatos propuestos para medir la rentabilidad.
6. USO DE FORMATOS ADMINISTRATIVOS	• Formato de control de ventas • Formato de gastos • Formato de inventario • Formato de flujo de caja	Explicar cómo llenar cada formato y cómo ayuda a tomar mejores decisiones.
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	• Resumen de los temas • Recomendaciones finales • Espacio para preguntas	Motivar a los emprendedores a aplicar lo aprendido y mantener una mejora continua.

Figura 32



Figura 33



Figura 34



III) ESTIMACIÓN DEL COSTO DEL PROYECTO

3.1 Estimación de los costos necesarios para la implementación

Tabla

Tabla 5: Cuadro de Costos

FASE	ACCIÓN	COSTO	DURACIÓN
Planeación	Impresión de las encuestas (100 copias).	S/. 20.00	1 semana
	Impresión de los reportes de los hallazgos consta de 3 hojas (3 copias).	S/. 1.80	
	Consumo de energía eléctrica, utilizado para el análisis de datos y elaboración de reportes de los hallazgos.	S/. 25.00	
	Servicio de internet, empleado para consulta de fuentes y desarrollo de la propuesta de mejora administrativa.	S/. 30.00	
Diseño	Consumo de energía eléctrica para la elaboración de documentos y herramientas digitales.	S/. 50.00	2 semanas
	Servicio de internet utilizado para investigación, diseño y elaboración de la propuesta.	S/. 60.00	
	Diseño y diagramación digital del folleto administrativo.	S/. 100.00	
Validación	Pequeños incentivos (Kits de merchandising con tote bag, libreta, lapicero y resaltador) para asegurar que los 10 emprendedores usen las plantillas en el periodo de prueba.	S/.300	4 semanas
	Honorarios para el docente o especialista en finanzas/administración que validará técnicamente las plantillas.	S/.250	
	Pago al diseñador para aplicar las correcciones de formato, tipografía y redacción en el folleto y plantillas.	S/.150	
	Impresión a color del folleto introductorio final optimizado para la	S/.200	

	entrega masiva en la feria (Lote de 50 a 100 unidades).		
Capacitación	Bocaditos y bebidas para la sesión presencial de retroalimentación con los comerciantes.	S/.350	6 semanas
	Reserva del espacio físico y los recursos necesarios para la realización de la charla.	S/.500	
	Orador que realizará la capacitación.	S/.300	
TOTAL		S/.2,336.80	13 semanas

IV) SUSTENTO DEL MERCADO

4.1 Alcance Esperado del Mercado

La presente investigación está orientada al diseño de un plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos que participan en la Feria Planet, desarrollada en el Coliseo Eduardo Dibós, en el distrito de San Borja, Lima Metropolitana. La propuesta se centra en mejorar la gestión administrativa de los negocios mediante la aplicación de herramientas de planificación, organización, control y evaluación de indicadores de desempeño (KPI).

La implementación de este plan permitirá a los emprendedores mejorar el uso de sus recursos financieros y operativos, así como establecer mecanismos de seguimiento que faciliten la evaluación de resultados y el crecimiento de sus negocios. Asimismo, contribuirá a una administración más eficiente de los costos, inventarios y procesos de comercialización, aspectos fundamentales para incrementar la rentabilidad de los negocios.

Se espera que los participantes de la feria cuenten con herramientas de gestión que faciliten la toma de decisiones y permitan identificar oportunidades de mejora dentro de un entorno competitivo. De esta manera, se promoverá el crecimiento de los emprendimientos, incrementando sus posibilidades de generar mayores ingresos y consolidar su permanencia en el mercado.

4.2 Descripción del Mercado Objetivo Real o Potencial del Producto o

Servicio de Forma de Comercialización Innovadora

La feria Planet está conformada por emprendedores que desarrollan actividades comerciales en diversos rubros y requieren fortalecer sus procesos administrativos para incrementar las ventas de sus negocios. Este mercado objetivo está integrado principalmente por propietarios y administradores de micro y pequeños emprendimientos que buscan mejorar la gestión de recursos, la planificación de actividades, el control de ingresos y gastos, así como la toma de decisiones orientadas al crecimiento de sus negocios.

La segmentación del mercado objetivo se describe de la siguiente manera:

- Población objetivo: Emprendedores de la feria Planet en Lima Metropolitana.
- Género: Hombres y mujeres.
- Rango etario: 25 a 60 años.
- NSE: B, C y D.
- Actividad económica: Micro y pequeños negocios de distintos rubros comerciales.
- Nivel de experiencia: Emprendedores con distintos niveles de conocimiento en administración de negocios.
- Necesidades principales: Mejorar la gestión administrativa y aumentar la rentabilidad de sus emprendimientos.

4.3 Descripción del Modelo de Negocio con el Cual la Innovación o

Investigación Aplicada Entraría al Mercado

La propuesta consiste en la implementación de un plan de mejora administrativa que permita mejorar la planificación estratégica, la gestión financiera y la toma de decisiones de los emprendedores, con la finalidad de incrementar la rentabilidad y sostenibilidad de sus negocios.

Como parte del modelo, se plantea el desarrollo de herramientas de planificación que faciliten el control de actividades y la evaluación de resultados, contribuyendo a reducir los tiempos de retorno de la inversión. Asimismo, se considera el fortalecimiento de la gestión financiera mediante el monitoreo de ingresos, gastos y márgenes de ganancia, permitiendo una administración más eficiente de los recursos disponibles.

Finalmente, el plan incorpora estrategias administrativas enfocadas en la organización interna, el seguimiento de indicadores de desempeño y la mejora continua de los procesos. Estas acciones permitirán que los emprendimientos alcancen una mayor competitividad, consoliden su crecimiento y generen una rentabilidad sostenible en el tiempo.

4.3.1 Propuesta de Valor

El estudio realizado anteriormente permitirá que los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana tengan un impacto relevante en su manejo administrativo y en la rentabilidad de los negocios tanto a corto como a largo plazo, ya que se busca que los dueños de los emprendimientos conozcan herramientas financieras y desarrollen su capacidad de toma de decisiones. Además, de poder incorporar en su gestión y procesos diarios todo lo

aprendido y que se realice de manera constante para poder consolidar sus negocios con el tiempo.

4.3.2 Fuentes de ingreso

El presente proyecto de investigación no generará ingresos de manera inmediata para los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana, a pesar de que se van a aplicar herramientas financieras y mejoras administrativas orientadas a potenciar la rentabilidad, estas estrategias deben tener un tiempo de desarrollo y aplicación a los negocios la cual dependerá de cada emprendedor. Sin embargo, se plantea que en un corto plazo, se puedan ver los resultados esperados reflejados de manera financiera, aumentando los ingresos y la rentabilidad de los emprendimientos. Cabe resaltar, que las acciones están enfocadas estratégicamente para lograr ello, y va a depender de cada emprendedor seguir lo planteado, por lo cual, en caso de no hacerlo así, no se tiene la certeza de que vayan a tener los mismos resultados.

4.3.3 Canales de distribución

La guía de mejora administrativa creada para los emprendimientos de la feria Planet de Lima Metropolitana cuenta con un único canal de distribución que es la implementación directa en una charla presencial. Esto tiene como objetivo hacer una demostración de las herramientas y explicar de manera detallada los temas a tocar, del mismo modo que resolver dudas, pues de esta forma nos aseguramos de comunicar todo con la mayor claridad posible.

4.3.4 Estrategia de Penetración en el mercado

Corto Plazo (Semanas 1 a 13)

- Análisis del diagnóstico situacional: Procesamiento, clasificación y análisis de los datos obtenidos del cuestionario aplicado a los 65 emprendedores de la feria Planet para identificar las principales problemáticas en la gestión de sus negocios.
- Diseño de herramientas y formatos estándar: Estructuración de un formato de plan de negocios y desarrollo de plantillas en Microsoft Excel para el control diario de costos, flujo de caja y Kárdex de inventarios.
- Elaboración de la guía administrativa: Redacción y diagramación visual de los contenidos teóricos y prácticos de la propuesta de mejora en un formato de folleto accesible y de fácil comprensión.
- Prueba piloto en campo: Implementación de una prueba con un grupo de emprendedores dentro de la feria para evaluar en tiempo real, el funcionamiento y la facilidad de uso de las plantillas de costos en el desarrollo de sus actividades.
- Validación y ajustes finales: Revisión de las herramientas por un profesional en administración y finanzas para verificar su contenido y realizar las correcciones necesarias antes de su versión final.
- Logística y convocatoria de la charla: Desarrollo del guion de la capacitación junto al presentador, preparación de las diapositivas de apoyo en PowerPoint y coordinación directa con la administración para la reserva de un espacio en el Coliseo Eduardo Dibós de San Borja.
- Ejecución del taller presencial: Capacitación a los emprendedores sobre el uso de las herramientas propuestas, mediante actividades prácticas

que faciliten su aplicación y comprensión, acompañada de la entrega de los folletos impresos y los accesos digitales.

Mediano plazo:

El proyecto no contempla el desarrollo de acciones a mediano plazo, ya que se estima un plazo de 4 meses como máximo.

Largo plazo:

El proyecto no contempla el desarrollo de acciones a largo plazo, ya que se estima un plazo de 4 meses como máximo.

4.3.5 Actividades Productivas Propias y Externas

Actividades Productivas Internas: Las acciones específicas internas serán realizadas orientadas a la creación de la guía administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendedores de la Feria Planet. Para ello, se dispuso realizar un diagnóstico de la situación, identificación del problema, creación de materiales de apoyo y herramientas relacionadas a gestión administrativa y control financiero, y finalmente, realizar una prueba piloto para realizar correcciones. Todo esto con el fin de presentar este proyecto en una capacitación presencial a todos los emprendedores.

Actividades Productivas Externas:

Los resultados y beneficios que se espera lograr con este proyecto se dividen en dos puntos clave. Primero, se busca que los comerciantes aprendan a tener una buena gestión financiera y apliquen estas prácticas de manera continua en sus negocios, reflejando sus resultados en un incremento de sus ingresos y utilidades. Y segundo, se espera que los emprendedores se sientan motivados a compartir los conocimientos adquiridos con otros emprendedores

para ayudarlos a mejorar, ya que ellos en su momento pudieron ver lo importante que es este tipo de herramientas.

4.3.6 Alianzas

Para garantizar la viabilidad operativa, el respaldo logístico y la sostenibilidad de la guía de mejora administrativa orientada a potenciar la rentabilidad, se establece una red de cooperación estratégica clasificada en aliados internos y externos:

- **Aliados Internos**

Son las personas y grupos que forman parte de la organización de la feria Planet en Lima Metropolitana, cuya participación resulta indispensable para la recolección de datos, la validación y la adopción de las herramientas:

Junta directiva y comité organizador de la feria Planet:

Canal de comunicación formal dentro del recinto comercial. Su alianza es importante para autorizar el ingreso, coordinar los cronogramas de trabajo y facilitar la convocatoria de los emprendedores de la feria.

Emprendedores de la feria:

Un grupo de emprendedores será seleccionado para realizar la prueba piloto e identificar oportunidades de mejora en la guía administrativa y las herramientas financieras.

- **Aliados Externos**

Son las entidades y profesionales que no forman parte de la organización de la feria Planet, pero que proveen el soporte de infraestructura, la validación académica y los recursos logísticos necesarios para el éxito del plan de trabajo:

Administración del Coliseo Eduardo Dibós (San Borja, Lima):

La alianza con la administración del recinto asegura el préstamo o alquiler del auditorio o los espacios técnicos necesarios para albergar de forma segura y cómoda a los comerciantes durante las jornadas de capacitación.

Proveedores tecnológicos y de servicios de impresión:

Empresas locales encargadas de la producción de miniguías físicas, folletos y kits de merchandising (incentivos). Tenemos que asegurar costos de producción accesibles, cumplimiento de tiempos de entrega en la fase de ajustes y una alta calidad visual en los materiales.

Profesional experto en Administración y Finanzas (Asesor académico):

Encargado de certificar que las herramientas financieras diseñadas mantengan un estándar profesional riguroso, verificando su contenido y viabilidad operativa antes de ser entregadas a los emprendedores de la feria Planet.

V) CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Los resultados de la investigación permitieron identificar que la gestión administrativa influye directamente en la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana. Se evidenció que los negocios que aplican la planificación, el control financiero, el monitoreo de indicadores y la organización de sus operaciones presentan mayores posibilidades de optimizar sus recursos y obtener mejores resultados económicos. Asimismo, se observó que las deficiencias administrativas limitan el crecimiento de los emprendimientos y reducen su capacidad para sostenerse en un mercado competitivo.

- En cuanto a la planificación estratégica, se determinó que esta contribuye a una mejor organización de los recursos y a una toma de decisiones más eficiente. Los emprendimientos que desarrollaron herramientas de planificación, como el análisis FODA o planes de negocio, mostraron una mayor claridad en sus objetivos y una mejor orientación de sus acciones comerciales, favoreciendo así una recuperación más eficiente de la inversión realizada.
- Del mismo modo, se identificó que las principales debilidades financieras se encuentran en la falta de registros y controles de ingresos y gastos, el escaso seguimiento de indicadores económicos y las dificultades para administrar adecuadamente los presupuestos. Estas limitaciones dificultan

la evaluación real del desempeño del negocio y restringen la capacidad de tomar decisiones oportunas para mejorar la rentabilidad.

- Finalmente, se determinó que el fortalecimiento de las prácticas administrativas relacionadas con el control de inventarios, la gestión financiera, el seguimiento de indicadores de desempeño y la capacitación continua representa una oportunidad importante para mejorar los resultados económicos de los emprendimientos. La aplicación de estas acciones permitiría mejorar el uso de los recursos disponibles, fortalecer la competitividad de los negocios y contribuir a su permanencia en el mercado.

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda a los organizadores de la Feria Planet institucionalizar la charla presencial como un programa de inducción permanente para nuevos expositores, permitiendo que las próximas generaciones de comerciantes adopten la guía administrativa, los formatos en Excel y el control de Kárdex desde su primer día de participación en la feria.
- Se sugiere a los emprendedores diseñar un cronograma de auditoría interna mensual empleando los indicadores de desempeño (KPI) propuestos, con la finalidad de evaluar de forma constante la evolución real de sus márgenes de ganancia, corregir a tiempo las desviaciones en el flujo de caja y asegurar la sostenibilidad financiera del negocio.

- Se invita a los líderes de los negocios a expandir la planificación estratégica inicial mediante la actualización semestral de su análisis FODA, adaptando sus herramientas de gestión administrativa a las nuevas tendencias del mercado competitivo de Lima Metropolitana con el propósito de intercambiar experiencias exitosas en el manejo de inventarios, automatizar el registro diario de costos y motivar colectivamente la profesionalización de sus operaciones de comercialización.
- Finalmente, para consolidar el aprendizaje, se incentiva a todos los emprendedores que formaron parte de la charla a actuar como líderes comunitarios, compartiendo sus experiencias y el manual físico con aquellos comerciantes que tengan menor experiencia; esto fortalecerá la competitividad de toda la feria y asegurará la permanencia exitosa de sus marcas en el mercado.

VI) REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adam, E. E., Jr., & Ebert, R. J. (1991). *Administración de la producción y las operaciones: Conceptos, modelos y funcionamiento* (4.^a ed., traducción de J. Rodríguez Rodríguez). Pearson Educación / University of Missouri–Columbia.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FI1wYyoz8-oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=area+de+operaciones+concepto&ots=HqEqiiFPe&sig=9CcfBJybC4G4uEs0HhMHEV-hnyo#v=onepage&q=area%20de%20operaciones%20concepto&f=false>
- Andrade Pinelo, A. M. (2011). *Análisis del ROA, ROE y ROI* [Trabajo de investigación, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/entities/publication/4bc0bbf6-3283-521a-aeb7-21931e2a39ea>
- Alkhodary, D. (2023). Integrating sustainability into strategic management: A path towards long-term business success. *International Journal of Professional Business Review.*, 8(4), e01627.
<https://www.scopus.com/pages/publications/85156231536?origin=resultslist#tab=citedBy>
- Alva Torres, F. E., y Ríos Rodríguez, R. de F. (2024). *La gestión financiera y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio del distrito del Rímac, ciudad de Lima Metropolitana, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional Cybertesis UNMSM.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UNMS_d0fd43fae03f394fdb95896eb6453687
- Appel, G. et al. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95
https://www.researchgate.net/publication/336484814_The_future_of_social_media_in_marketing

- Atnafu, M. T., & Balda, A. M. (2018). The impact of inventory management practices on firms' competitiveness and organizational performance. *Journal of Shipping and Trade*, 3(1), Artículo 5.
https://www.researchgate.net/publication/326568527_The_impact_of_inventory_management_practice_on_firms'_competitiveness_and_organizational_performance_Empirical_evidence_from_micro_and_small_enterprises_in_Ethiopia
- Baldeos Ardian, L. et al. (2020). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú. *Revista San Gregorio*, (43), 78-93.
https://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2528-79072020000400078&lang=es
- Ballesteros, H., et al. (2010). Debilidades y amenazas. *Revista Uruguay de Enfermería*, 5(2). <https://rue.fenf.edu.uy/index.php/rue/article/view/85>
- Baque Villanueva, L. K., et al. (2020, Julio). Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125.
https://www.researchgate.net/publication/354374742_Plan_de_negocio_para_emprendimientos_de_los_actores_y_organizaciones_de_economia_popular_y_solidaria
- Castelló-Martínez, A. (2012). Del ROI al IOR: el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales. *AdComunica*, (4), 213-215.
<https://rua.ua.es/entities/publication/9737bd17-e296-4f29-ac80-92807c65f664>
- Chota, M. T. (2020). *Determinar la gestión financiera y la rentabilidad de la empresa Energía y Comunicaciones MAAX E.I.R.L. periodo 2016 – 2018*. [Tesis de bachillerato en Ciencias Administrativas, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios].
https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/7003/Marilu_TrabajoDeInvestigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Colan Arias, J. C. (2023). *Plataformas digitales y el volumen de ventas en la Bodegas de la Región Loreto, 2022*. [Tesis de maestría en Administración de Negocios, Escuela de Posgrado]. <https://fileserv-az.core.ac.uk/download/pdf/556175504.pdf>
- Colmenares D., O. A. (2007, Julio 5). *Medición de la productividad empresarial*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/wp-content/uploads/2007/07/medicion-de-la-productividad-empresarial.pdf>
- Consuegra Bosquez, R. (2025). Del sueño a la realidad: estrategias de calidad para emprendedores exitosos. *Espíritu Emprendedor TES*, 9(1), 79–98. <https://www.espirituemprendedortes.com/index.php/revista/article/view/427>
- Cornejo, E. & Díaz, D. (2006). Medidas de Ganancia: EBITDA, EBIT, Utilidad Neta y Flujo de Efectivo. *Revista Economía y Administración*, 1(1), 38. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/127394>
- Deane, M. T. (2025). *Top 6 reasons new businesses fail*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/financial-edge/1010/top-6-reasons-new-businesses-fail.aspx>
- Espinosa Manríquez, N. (2022). *Contabilidad financiera y gerencial: Tomo I. Conceptos fundamentales*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jx2bEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=ingresos+y+egresos+concepto&ots=qqvU-34J_t&sig=x9Q_IStIEnbcgkLU5FgHpv2H0#v=onepage&q=ingresos%20y%20egresos%20concepto&f=false
- Félix, J. P., et al. (2020). La planeación como herramienta en la administración de las empresas: una revisión sistemática. *FIPCAEC*, 5(3), 210-227. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/283>
- Fleitman, J. (2014). *Cómo elaborar un plan de negocios*. Academia.edu. https://www.academia.edu/36877527/COMO_ELABORAR_UN_PLAN_DE_NEGOCIOS

- Gaytán Cortés, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y negocios*, 21(42), 143-156. <https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Guerrero Febres, M. et al. (2025). Relación entre la Gestión de Costos y el Desarrollo Sostenible Organizacional en Piscicultores de un distrito del Alto Huallaga, Huánuco. *Quipukamayoc*, 33(70), 105-117. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962025000200105
- Jardel, E., & García Ojeda, J. C. (2000). Rentabilidad y decisiones de inversión. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas*, 52(121), 61-80. https://bdigital.uncu.edu.ar/app/navegador_externo/?tpl=plantilla_numero_clean.htm&idobjeto=9231
- Kaldor, N. (1959). El concepto de ingreso en la teoría económica. *El Trimestre Económico*, 26(103), 454-476. <https://www.jstor.org/stable/23395569?seq=4>
- Lizcano Álvarez, J., & Castelló Taliani, E. (2004). *Rentabilidad empresarial propuesta práctica de análisis y evaluación*. Cámara de Comercio de España, Servicio de Estudios. https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- López Alcántara, M., & Gómez Agundiz, K. (2018). *Gestión de costos y precios*. Editorial Patria Educación. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=cUJqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=costos+concepto&ots=ckQ76HQG2o&sig=TjqlKRUGyhcpfQ078cLJR0G6oE#v=onepage&q=costos%20concepto&f=false>
- López Paredes, M. A. (2025). *La gestión logística y la rentabilidad en la Distribuidora San Benito S.R.Ltda.; 2021*. [Tesis de pregrado en Contador Público, Universidad de Huánuco, Facultad de Ciencias Empresariales]. <https://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14257/7134/L%C3%B3pez%20Paredes%2C%20Maria%20Ang%C3%A9lica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moreno Nasimba, E. de los Ángeles. (2022). El presupuesto empresarial como herramienta gerencial en las Pymes de América del Sur. *Revista Enfoques*, 6(24), 352–362.
<https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v6i24.147>

Muñiz González, L. (2009). *Control presupuestario: Planificación, elaboración, implantación y seguimiento del presupuesto*. Profit Editorial.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=-nPGWEj5OfsC&oi=fnd&pg=PA15&dq=como+distribuir+el+presupuesto+de+una+empresa&ots=eelNiza-1O&sig=gBzKreAMu7JpO-vbSExpBTI7K4k#v=onepage&q&f=false>

Murillo Valverde, R. I., et al. (2024, Agosto 23). Los Key Performance Indicators (KPI) y su Importancia en las Microempresas de Guayaquil. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4), 4316-4332.
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/12657>

Navarrete, E. (2019). Importancia de la Gestión de Inventario en las Empresas. *Revista De Investigación Formativa: Innovación Y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 1(1), 11.
<https://dspace.formacion.edu.ec/items/4fac0f86-7113-4418-8950-196ef5951dee>

Naumov, S. L. (2018). *Gestión e innovación total del capital humano*. Patria educación
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=k3mSDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA182&dq=que+es+la+gestion+del+capital+humano&ots=8pgxuGWAd9&sig=S3m1g9c0K8ndometcNhRsy8OoaQ#v=onepage&q=que%20es%20la%20gestion%20del%20capital%20humano&f=false>

Paricahua Laura, H. R. (2022). Gestión logística y su relación con la rentabilidad de empresas constructoras en la provincia de San Román, Puno. *Quipukamayoc*, 30(62), 67-75. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-81962022000100067&lang=es

Porret Gelabert, M. (2014). *Gestión de personas: manual para la gestión del capital humano en las organizaciones* (5.^a ed.). ESIC Editorial.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3ORxBAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=que+es+la+gestion+del+capital+humano&ots=3QEiDLGYeR&sig=IELAsNcu0-2hllgrvAoIMBga72A#v=onepage&q=que%20es%20la%20gestion%20del%20capital%20humano&f=false>

Querevalu Ruiz, W. J., & Quiroga Paiva, M. I. (2025). *Costos de producción y rentabilidad en una empresa manufacturera del distrito de San Juan de Lurigancho – Lima, 2022 al 2024*. [Tesis de pregrado en Contador Público, Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/176525>

Quinton, S. et al. (2018). Conceptualising a digital orientation: antecedents of supporting SME performance in the digital economy. *Journal of Strategic Marketing*, 26(5), 427-444. https://www.researchgate.net/publication/312024041_Conceptualising_a_digital_orientation_antecedents_of_supporting_SME_performance_in_the_digital_economy

Ramírez Borda, R. (2016). *La gerencia efectiva y su influencia en la optimización de recursos de la Municipalidad Provincial de Abancay, 2010* [Tesis de licenciatura en Administración de Empresas, Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, Facultad de Administración]. <https://hdl.handle.net/20.500.14195/450>

Ramírez Casco, A. et al. (2017). La gestión administrativa en el desarrollo empresarial. *Contribuciones a la Economía*, 15(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9032964>

Ramos Jiménez, F. C. (2020). *Estandarización de procesos operativos para la gestión de proyectos de la empresa Yokogawa America Do Sul Ltda sucursal Perú- Trujillo 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional de la UPN. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_1c13f78c9d59a1079fc2280bed132dcc

- Riascos-Erazo, S. C., & Aguilera-Castro, A. (2024). Aprendizaje organizacional y gestión del conocimiento en las pymes de Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29 (Especial 12), 1379-1394. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.e12.30>
- Ríos Jacobo, O. I. (2012). *Desarrollo, aplicación y gestión de las Key Performance Indicators (KPI) en área crítica del proceso logístico*. Scribd. <https://es.scribd.com/document/354394789/key-performance-indicators-pdf-1-pdf>
- Rodriguez Trujillo, R. R. (2018). *Planificación Estratégica*. Clube de autores. https://www.google.com.pe/books/edition/Planificaci%C3%B3n_Estrat%C3%A9gica/HSh6DwAAQBAJ?hl=es&qbpv=0
- Ruidías, J. (2024). *Empresas en Perú: ¿cuántas cerraron en el 2023 y por qué?* Gestión. <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/empresas-en-peru-cuantas-cerraron-en-el-2023-y-por-que-empresas-pbs-economia-peruana-noticia/>
- Salas-Muentes, N. D., & Zambrano-Zambrano, E. J. (2025). Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de microempresas comerciales manabitas. Ecuador. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 7(12), 55–69. <https://doi.org/10.35381/gep.v7i12.202>
- Sastre-Castillo, M. Á. et al. (2025). Gestión del talento para competir: Recomendaciones para potenciar las competencias emprendedoras en las Pymes españolas. *Revista Internacional de Pequeñas Empresas*, 9(2), e776. <https://www.scopus.com/pages/publications/105034000923?origin=resultslst>
- Soria Ibáñez, M. M. (2017). *Marketing y promoción en el punto de venta (UF2394) [Manual]*. Editorial CEP. <https://books.google.es/books?id=zcU-DwAAQBAJ>
- Suazo Mucha, M. M. (2025). *Gastos operativos y la rentabilidad de una empresa de transportes de carga Santa Anita, Perú 2024* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. ALICIA: Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_c3cae6109e0ecbafb922ae20ce20ddec

- Vásquez Fajardo, C. et al. (2024). Criterios estratégicos para el mejoramiento de la gestión comercial y administrativa en una empresa de servicio. *Prohominum*, 6(2), 60–76.
<https://doi.org/10.47606/acven/ph0252>
- Véliz, J., & Carpio, C. R. (2019). Reportes financieros y la toma de decisiones en las organizaciones. *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 6(2), 110-117. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7520693>
- Vu, T. T. T. et al. (2023). Factors Impact on Business Performance of Enterprises: The Case of Vietnam. *Journal Of Organizational Behavior Research.*, 8(2), 27-39.
<https://www.scopus.com/pages/publications/105000095882?origin=resultslst>
- Zambrano Saltos, F. T., & Quiroz Tubay, E. (2017). El punto de equilibrio como una herramienta de planificación financiera y su incidencia en el estado de resultado integral. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.*, 12.
<https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/equilibrio.html>

VII) Anexos

7.1. Registro de impacto y resultado

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

“Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana”

Integrantes:

1. Cancino Rojas, Camila Araceli
2. Espinoza Solis, Sandra Yazmin
3. Japay Carrera, Stephany Elena

Asesor: Espinoza Rua, Celes Alonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La presente investigación tiene un impacto económico, ya que propone un plan de mejora administrativa que fortalezca la gestión de los emprendimientos de la feria Planet. En el corto plazo, permitirá identificar oportunidades de mejora relacionados a su gestión financiera y administrativa; a mediano plazo, optimizará la administración de los recursos y esto empezará a reflejarse en la rentabilidad; y, a largo plazo, les dará la oportunidad de competir en el mercado, convirtiéndose en negocios sostenibles en el tiempo con ingresos considerables que les permita invertir y seguir creciendo.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

La investigación demostró que la gestión administrativa determina directamente la rentabilidad de los emprendimientos en la feria Planet, donde la planificación estratégica

y el análisis FODA optimizan recursos para acelerar el retorno de inversión. Además, fortalecer el control de inventarios y la capacitación continua es clave para elevar la competitividad y asegurar su permanencia en el mercado. Por el contrario, la falta de registros financieros y de control presupuestal de manera constante son debilidades críticas que frenan el crecimiento del negocio. Es por ello, que la clave para que un emprendimiento sea sostenible en el tiempo y exitoso, es contar con un plan de gestión y control para cada área del negocio, de la misma manera que aplicar el uso de herramientas financieras desde el primer momento en que se inician operaciones.

7.2. Matriz de consistencia

Tabla 6: Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	MARCO TEÓRICO	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis Principal		Variable 1	Variable 1	Tipo de investigación: Aplicada Según diseño de investigación: No experimental-transversal Según enfoque: Cuantitativo Población: 75 emprendedores de la feria Planet en Lima Metropolitana. Muestra: 65 emprendedores de la feria Planet en Lima Metropolitana. Por motivos de logística y tiempo se logró obtener este número de respuestas, lo que equivale al 86% de la población total.
¿Cómo influye la planificación administrativa en la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana?	Diseñar un plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana.	La implementación de una guía de mejora administrativa influye positivamente en la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana.	Tema 1: Gestión administrativa Subtemas: - Definición - Planificación estratégica - Gestión financiera - Gestión del capital humano - Gestión de marketing - Evaluación y control de desempeño Tema 2: Rentabilidad de la empresa Subtemas: - Definición - Ingresos - Costos - Utilidad neta - Retorno sobre la inversión - Optimización de recursos	Gestión Administrativa	Planificación financiera	
					Gestión financiera	
					Gestión del capital humano	
					Gestión del marketing	
				Variable 2	Operaciones y logística	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas			Variable 2	
¿De qué manera la planificación estratégica impacta en el tiempo de retorno sobre la inversión de los emprendedores de la feria Planet?	Analizar cómo la planificación estratégica impacta en el tiempo de retorno sobre la inversión de los emprendedores de la feria Planet.	Una adecuada planificación estratégica influye significativamente en el tiempo de retorno sobre la inversión de los emprendedores de la feria Planet.			Ingresos	
					Costos	
					Utilidad neta	
					Retorno sobre la inversión (ROI)	
					Optimización de recursos	
¿Cuáles son las principales falencias en gestión financiera en los emprendimientos de la feria Planet?	Determinar las principales falencias en gestión financiera en los emprendimientos de la feria Planet.	La principal falencia en gestión financiera en los emprendimientos de la feria Planet es la falta del mapeo del punto de equilibrio al momento de plantear metas de ventas mensuales.		Rentabilidad de la empresa		
¿Cómo se puede optimizar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet?	Desarrollar estrategias administrativas para optimizar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet.	La aplicación de estrategias administrativas adecuadas influye positivamente en la optimización de la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet, al mejorar el manejo de los costos, ingresos y toma de decisiones.				

7.3. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 7: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN	ITEM	PREGUNTAS
Gestión administrativa (INDEPENDIENTE)	Chiavenato (2019) nos menciona que la planificación administrativa es un proceso establecido con el fin de crear objetivos y estrategias para el éxito en el manejo de una empresa. Esto incluye manejar recursos, gestionar el desempeño de la organización y desarrollar planes de adaptación teniendo en cuenta el entorno cambiante.	Planificación estratégica	Aguilar (2000) lo define como un proceso de tipo sistemático y dinámico con una tendencia a analizar el futuro en busca de oportunidades y prevención de riesgos.	Análisis del entorno (FODA)	Ballesteros et al. (2010)	1	"En mi negocio se ha realizado un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) para orientar la estrategia." () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Plan de negocios	Fleitman (2014)	2	"Al momento de crear mi negocio, desarrollé un plan de negocio a detalle" () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
		Gestión financiera	López (2010) menciona que la gestión financiera es la encargada de manejar los recursos financieros, averiguar la forma más conveniente de obtenerlos y las maneras más viables de invertirlos.	Distribución del presupuesto	Muñiz (2009)	3	Aparte de la inversión en producción, ¿en qué área destinás la mayor parte del presupuesto de tu marca actualmente? () Marketing digital (publicidad en redes, influencers, etc.) () Logística y distribución () Desarrollo de nuevos productos o colecciones () Capacitación del personal o equipo de trabajo () Infraestructura (local, almacén, mobiliario) () Plataforma de ventas (e-commerce, página web, apps)
				Reporte financiero	Véliz y Carpio (2019)	4	"Llevo un registro periódico de ingresos, egresos y utilidades del negocio." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
		Gestión del capital humano	Cuentas (2018), menciona que esta área toma en cuenta a todo el personal como seres humanos que poseen un capital valioso. Por tanto, estas personas aplican sus habilidades y conocimientos en las actividades de la empresa para garantizar el cumplimiento de las metas u objetivos definidos.	Capacitación del equipo	Porret (2014)	5	"Capacito a mi equipo en temas relevantes para mejorar el desempeño del negocio." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
				Acciones de mejora	Consuegra (2025)	6	"Cuando identifico errores o debilidades en el equipo, implemento acciones correctivas en beneficio del negocio." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
		Gestión de marketing	Soria (2017) lo define como la creación de estrategias con fines específicos orientados a integrar un producto o servicio en el mercado y que llegue a manos de su público objetivo.	Marketing en redes sociales	Appel et al. (2019)	7	"Mi negocio utiliza las redes sociales como canal principal para promocionar sus productos." () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Herramientas digitales	Quinton et al. (2018)	8	"Utilizo herramientas digitales (como Canva, Meta Ads, Google Analytics, etc.) para gestionar o analizar mis campañas de marketing." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre

Rentabilidad de la empresa (DEPENDIENTE)	Chota (2020) nos define la rentabilidad empresarial como la capacidad de medir los beneficios generados por unidad monetaria invertida en los activos que la empresa posee.	Operaciones y logística	Everett y Ronald (1991), describen a los administradores de operaciones como los encargados de "conseguir que el trabajo se realice". Destacan habilidades como el liderazgo para poder generar el producto demandado de manera eficaz. Además, se menciona que el área está ligada directamente con responsabilidades de compras, control de materiales y calidad.	Administración de inventario	Atnafu y Balda (2018)	9	"Llevo un control adecuado del inventario (existencias, rotación, pérdidas)." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
				Seguimiento de kpi's	Ríos (2012)	10	"Monitoreo indicadores clave de desempeño (KPI) para evaluar la eficiencia de las operaciones del negocio." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
		Ingresos	Espinosa (2022), define a los ingresos como el valor representativo de los productos y servicios ofrecidos a terceros, el cual no necesariamente representa un ingreso de dinero dentro del periodo de venta registrado, lo cual se le conoce como crédito.	Volumen de ventas mensuales	Colan (2023)	11	¿El volumen de ventas mensuales en la actualidad es MUCHO mayor que su volumen de ventas al inicio del negocio? () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Ingresos en el primer trimestre	Kaldor (1959)	12	¿Sus ingresos iniciales superaron la inversión inicial? () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Ticket promedio	Navarrete (2019)	13	¿Conoce el ticket promedio de compra por cliente? () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
		Costos	Sanches (2009), los define como el valor sacrificado de unidades monetarias para adquirir bienes o servicios con el fin de obtener beneficios presentes o futuros.	Costos fijos y variables	Lopez (2025)	14	"Identifico y gestiono adecuadamente los costos fijos y variables de mi negocio (como alquiler, sueldos, servicios)." () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Gastos operativos y administrativos	Suazo (2025)	15	"Registro y controlo los gastos operativos y administrativos del negocio." () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre
		Utilidad neta	Espinosa (2022), menciona que la utilidad neta es la diferencia entre ingresos y gastos siempre y cuando este resultado sea positivo. Caso contrario se utilizaría el término pérdida.	Utilidad promedio por producto	Querevalu y Quiroga (2025)	16	¿Conoces la utilidad neta obtenida por cada producto vendido? (considerando ingresos – costos variables – proporción de costos fijos por unidad) () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
		Retorno sobre la inversión (ROI)	Andrade (2011), indica que el retorno sobre la inversión, más conocido como ROI, se halla dividiendo la utilidad neta de la actividad con las inversiones realizadas o costos. Por lo cual, este indicador representa el beneficio obtenido de una inversión, expresado en porcentaje.	Tiempo para recuperar la inversión	Jardel y García (2000)	17	¿Cuánto tiempo le tomó recuperar su inversión inicial (break even)? () Menos de 3 meses () Entre 3 y 6 meses () Más de 6 meses () Aún no se recupera
				Punto de equilibrio en unidades	Zambrano y Quiroz (2017)	18	¿Tiene en cuenta el punto de equilibrio mensual para definir sus metas de ventas? () Nunca () Rara vez () Algunas veces () Frecuentemente () Siempre

		Optimización de recursos	Astoquilca (2017), menciona que la optimización de recursos trata un factor principal. Lograr eficiencia y eficacia para conseguir los objetivos establecidos, disponiendo de la menor cantidad de recursos posibles. Esto surge como una necesidad para las organizaciones, ya que así pueden generar mayores utilidades con menos recursos.	Índice de productividad del colaborador	Colmenares (2007)	19	"Los niveles de productividad individual de los trabajadores se utilizan como base para tomar decisiones sobre capacitación, recompensas o reestructuración de funciones." () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo
				Uso eficiente del presupuesto	Muñiz (2009)	20	"El presupuesto asignado en mi negocio se ejecuta de manera eficiente, sin sobrecostos ni desvíos innecesarios." () Totalmente en desacuerdo () En desacuerdo () Ni de acuerdo ni en desacuerdo () De acuerdo () Totalmente de acuerdo

7.4. Informe de juicios de expertos



INSTITUTO SAN IGNACIO DE LOYOLA

INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Celes Alonso Espinoza Rúa
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente del curso Taller de investigación aplicada e innovación
3. Nombre del instrumento:	Cuestionario
1.4. Autor del instrumento:	- Cancino Rojas, Camila Araceli - Espinoza Solis, Sandra Yazmin - Japay Carrera, Stephany Elena
1.5. Especialidad	- Administración y Dirección de Negocios - Dirección de Negocios Globales
1.6. Título de la investigación	"Plan de mejora administrativa para potenciar la rentabilidad de los emprendimientos de la feria Planet en Lima Metropolitana"

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 82-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				75	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				80	

5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				80	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				80	
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				80	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				80	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				80	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				80	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					78.5	