

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Servicios Turísticos

“GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE UNA EMPRESA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE TURISMO INTERNO DEL DISTRITO SAN MIGUEL – LIMA - 2024”

Trabajo de suficiencia profesional para optar al título
profesional de:

Licenciado en Administración y Servicios Turísticos

Autor:

Arturo Gordillo Ancajima

Asesor:

Mg. Lic. Juan Carlos Ganoza Alemán

<https://orcid.org/0000-0002-6781-5488>

Lima - Perú

2025




Informe de Similitud



16% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 16%  Internet sources
- 3%  Publications
- 5%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Dedicatoria

Dedico esta tesis a mi familia.

A mi abuela que es mi madre, quien ha estado a mi lado y nunca dejo de creer en mí todo este tiempo transcurrido hasta la actualidad.

A mis amigos más cercanos, quienes me han brindado su apoyo y a todos los que estuvieron presente en este proceso.

Y especialmente a mi abuelo quien me enseñó todo lo que sé, es y será mi más grande inspiración, un abrazo hasta el cielo.

Gracias a todos.

Agradecimiento

Quiero mencionar mi agradecimiento a mi familia y cercanas amistades, por el apoyo brindado durante el proceso de desarrollo del presente Trabajo de Suficiencia Profesional. De la misma manera, mi profundo agradecimiento a mi asesor Juan Carlos Ganoza, por su tiempo, guía y recomendaciones que hicieron posible la realización del presente trabajo. Finalmente, a todos los docentes que estuvieron presentes en mi formación universitaria en la Universidad Privada del Norte.

TABLA DE CONTENIDO

Informe de Similitud	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Índice de tablas.....	6
Índice de Figuras	7
Índice de ecuaciones	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN EJECUTIVO	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	20
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....	32
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	53
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS.....	65
ANEXOS.....	69

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Resultado de implementación en la estructura documental.....</i>	53
Tabla 2.	<i>Resultado de implementación en la falta de control de la jornada laboral.....</i>	54
Tabla 3.	<i>Resultado de implementación en la deficiencia en la gestión documental.....</i>	55
Tabla 4.	<i>Resultado de implementación en el historial de licitaciones.....</i>	56
Tabla 5.	<i>Resultado de implementación en el manejo de facturas.....</i>	57
Tabla 6.	<i>Resultado de implementación en la falta de control de pagos de procesos internos.....</i>	58
Tabla 7.	<i>Resultado de implementación en la falta de control de pagos de procesos internos.</i>	59

Índice de Figuras

Figura 1.	<i>Organigrama de la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL.</i>15
Figura 2.	<i>Organigrama de la Empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL - Área de Investigación de Mercados.</i> 17
Figura 3.	<i>Flujo de turistas internacionales que visitaron el Perú.</i>29
Figura 4.	<i>Evolución Mensual de turistas que llegaron al Perú en los años 2019-2024</i> 30
Figura 5.	<i>Mensaje de bienvenida por parte de la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL.</i> 33
Figura 6.	<i>Carnet de identificación CONSUMER TRENDS MK.</i>34
Figura 7.	<i>Certificado de Licencia de Funcionamiento en una de nuestras sucursales</i> 35
Figura 8.	<i>Reporte de otorgamiento de la buena pro con el MINCETUR.</i>36
Figura 9.	<i>Correo de envió a todo el personal de la empresa CONSUMER TRENDS MK.</i> 38
Figura 10.	<i>Plantilla de control de la jornada laboral.</i> 39
Figura 11.	<i>Plantilla actualizada de control de la jornada laboral</i> 40
Figura 12.	<i>Factura por la compra de un plan de entrevistas para la continuidad del proyecto de campo de MINCETUR.</i> 42
Figura 13.	<i>Plantilla ejemplo de control de cobro de Facturas.</i> 45
Figura 14.	<i>Plantilla ejemplo de control de pagos a proveedores</i> 45
Figura 15.	<i>Envío oficial de requerimientos para pagos varios.</i> 46
Figura 16.	<i>Expediente sustento de transacciones</i> 47
Figura 17.	<i>Envío de Constancia de pago de detracciones.</i> 48
Figura 18.	<i>PPT de objetivos generales para el año 2025.</i> 50
Figura 19.	<i>Cerradura Inteligente implementada en CONSUMER TRENDS MK EIRL.</i> 55

Figura 20. *Plantilla general de solicitud de pagos, control del área de
administración.* 59

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo analiza la gestión administrativa en una empresa de investigación de mercados turísticos ubicada en San Miguel, Lima. Durante la evaluación, se identificaron diversas deficiencias en la estructura organizativa, control de asistencia, administración documental y gestión financiera, lo que afectaba la eficiencia operativa.

Para abordar estas problemáticas, se implementaron estrategias como la formalización de reglamentos internos, la instalación de un sistema biométrico de asistencia, la optimización del archivo de documentos y la mejora en la gestión de facturas y pagos. Estas acciones contribuyeron a optimizar los procesos administrativos, fortaleciendo la planificación y la toma de decisiones.

Los resultados evidencian una mayor transparencia en la gestión, reducción de conflictos internos y optimización del uso de recursos financieros. además, se fortaleció el liderazgo y el clima organizacional, generando un impacto positivo en la productividad.

Como recomendación, se sugiere actualizar periódicamente los procedimientos internos, implementar herramientas digitales de gestión documental y financiera, y continuar con capacitaciones en administración estratégica. La aplicación de estas mejoras permitirá a la empresa mantener su competitividad y garantizar un crecimiento sostenible.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El área de Investigación de Mercados desempeña un rol crucial en el sector turístico, uno de los más afectados en los últimos cinco años por la pandemia de la COVID-19. A través de la recolección, análisis e interpretación de datos, las empresas que la contratan tanto públicas y privadas, facilitan la identificación de tendencias, necesidades y oportunidades dentro del mercado. Esta información permite una toma de decisiones más precisa y estratégica, optimizando la planificación e implementación de acciones que contribuyan a la recuperación y fortalecimiento del sector turístico.

Según ComexPerú (2021) En el Perú, el turismo siempre estuvo en constante crecimiento con un promedio interanual de 7.7%, que se vio afectada en el año 2020 con la crisis generada por la COVID-19, lo que generó una decreciente del 96.4% en el flujo de turistas internacionales durante el primer trimestre del 2021, por las mismas restricciones brindadas por el estado al transporte aéreo fue afectado por las continuas restricciones para evitar la propagación del virus. Además, ComexPerú (2022) Respecto al turismo interno en el País, se mantuvo por debajo de un 44% y 54% de los niveles de prepandemia.

Según MINCETUR (2023) Para el año 2023, el ingreso de turistas al Perú superó la proyección inicial, lo que representó un incremento interanual del 25.7% con respecto al año anterior, además, lo que conllevó dicho incremento fue a un movimiento económico donde se reforzó la actividad laboral, representando 1.04 millones de puestos de trabajos, lo que simboliza el 5.9% de empleos en el Perú (WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, 2024).

En la actualidad el Turismo en el Perú se ha recuperado a gran escala, Según MINCETUR (2024) solamente durante el primer trimestre del 2024 en relación a viajes por turismo interno, este representa un crecimiento del 22% con respecto al mismo periodo en el año 2023, aunque para este tiempo, seis regiones ya superaron el flujo de viajes con respecto los meses de enero y junio del 2019 (época de prepandemia). MINCETUR (2025) y en lo equivalente a todo el año 2024 el turismo receptivo demostró un incremento del 29% a comparación del año anterior, demostrando una sólida recuperación del 74.5% comparados con los niveles de prepandemia que se dieron en el 2019.

Por otro lado, es importante resaltar el rol que realiza el área Investigación de Mercados al proporcionar datos relevantes y actualizados dentro del sector turístico como perfiles demográficos, preferencias de viajes, comportamientos de compra, expectativa de los visitantes, etc. Permitiendo identificar oportunidades y problemas que atraviesa la industria del turismo, información relevante para adaptar productos, servicios, experiencias y planes de acción en el destino (Guanilo, 2023). La Investigación de Mercados comprende parte fundamental de la data pese a las adversidades que se puedan generar como pandemias y crisis, la recopilación y análisis de la información permite que las entidades públicas y privadas puedan adaptarse al cambio rápidamente. Podría decirse que actúa como un salvavidas, incluso en tiempos difíciles.

La empresa CONSUMER TRENDS MK, cuenta con un área de Investigación de Mercados dedicada al rubro del Turismo, donde el objetivo general es: Conocer el flujo de viajes por turismo interno, total de turistas internos, características del viaje realizado y características socio-demográficas, por

trimestres, según departamentos, con cobertura de campo en más de 24 departamento en el Perú y con coordinadores netos de cada departamento reduciendo errores a través de constantes capacitaciones y supervisiones de nuestro personal a cargo, lo que nos posiciona como una de las más confiables con nuestros clientes estatales y privados.

ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

CONSUMER TRENDS MK EIRL, se fundó en el año 2018 como una agencia dedicada al rubro de Investigación de Mercados en el distrito de San Miguel – Lima.

Somos TRENDS MK, nosotros creemos que el conocimiento basado en los datos es la clave del éxito empresarial, estamos comprometidos en dar un servicio de investigación profunda, precisa, confiable y accionables, ayudando a nuestros clientes a tomar decisiones certeras y a mantenerse competitivos en un entorno de mercado en constante cambio, consolidándose como unas de las más empresas más confiables en el rubro de IM.

TRENDS MK, inició sus actividades en la sede de San miguel – Lima, en el año 2018 enfrentados cambios a nivel nacional e incluso en medio de las limitaciones producidas por la crisis de la COVID-19, adaptándose a los cambios constantes y poder seguir ofreciendo un servicio de calidad, contando con empresas conocidas como TELEFONICA DEL PERU SAA, MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO, EXPERTIA TRAVEL S.A., MILLWARD BROWN

PERU SRL, entre otras.

Conformada por un equipo con amplia experiencia en técnicas cualitativas –focus / entrevistas en profundidad/ etnografías y cuantitativas –ad hoc/ tracking/ locaciones/ prueba de productos/ Clientes incógnitos-; así como los diferentes métodos de recolección de datos. Además, contamos con un área especializada de Inteligencia Competitiva del segmento de Telecomunicaciones. En estos dos años de arduo trabajo contamos con clientes estatales y privados.

MISIÓN

TRENDS MK tiene como misión brindar información confiable y estratégica a nuestros clientes empleando metodologías innovadoras en investigación de mercados.

VISIÓN

Ser empresa líder en investigación de mercados reconocida por nuestra precisión, innovación y calidad de datos.

VALORES

- **ÉTICA Y TRANSPARENCIA:** Actuamos con honestidad e integridad, asegurando la confidencialidad de los datos y dando información veraz.
- **COMPROMISO CON LA EXCELENCIA:** A través de mejoras continuas buscamos superar las expectativas de nuestro servicio.
- **EQUIPO EN TODO MOMENTO:** Somos un solo motor.

- **CALIDAD EN VEZ DE CANTIDAD:** Cada estudio se realiza con los estándares más altos de calidad, asegurando buenos resultados.

COMPETENCIA DIRECTA:

- Ipsos Opinión y Mercado S.A.
- Arellano Investigación De Marketing S.A.
- Datum Internacional S.A.

COMPETENCIA INDIRECTA:

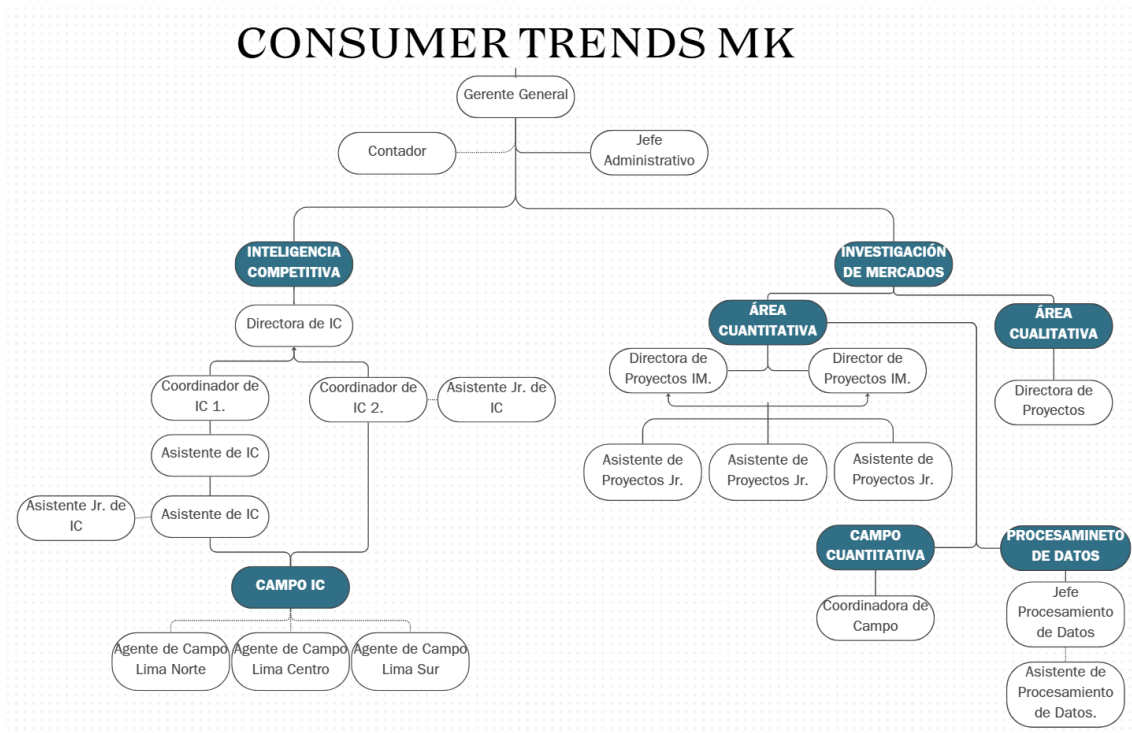
- Kantar Ibope Media Peru S.A.
- Neuromarketing Peru S.A.C
- Apoyo Consultoría S.A.C.

Por ello, mediante el análisis del presente trabajo de suficiencia se tiene como objetivo analizar detalladamente la Gestión Administrativa en una empresa con el fin de implementar mejoras en el área administrativa.

La *Figura 1* muestra el organigrama general de TRENDS MK, donde corresponde las diferentes áreas de la Empresa y la jerarquía de la misma, además, se puede observar quien está a cargo de cada área de la empresa.

Figura 1.

Organigrama de la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL.



Nota: Elaborado por la Administración.

El área de Investigación de Mercados se divide conforme a la Figura 2, de manera que se distribuye en las siguientes áreas: Gerencia General, Administración, Área Cuantitativa y Cualitativa, Coordinador de Campo y Procesamiento de datos en donde la información recolectada es organizada, analizada y transformada.

Área de Gerencia General

Dentro de las funciones que realiza se encuentran, ampliar la cartera de clientes (reuniones de cierres de contratos), gestionar las áreas para el desarrollo eficiente, gestión financiera y administrativa supervisando costos operativos y rentabilidad de los proyectos, implementación de metodologías y tecnología para el

desarrollo del servicio, entre otras cosas.

Área de Administración

Personas encargadas de administrar los recursos financieros, materiales y humanos para el desarrollo de cada área, gestión de contratos y proveedores, tesorería, facturación, estados financieros, cumplimiento de normas, desarrollo organizacional, beneficios, sanciones, es la persona encargada de llevar el control de cada acción.

Área Cuantitativa (director de Proyectos).

Personas encargadas de la planificación, organización, coordinación y dirección, así como en la ejecución de procesos estadísticos y muestrales en estudios cuantitativos de investigación de mercados.

Área Cualitativa (director de Proyectos)

Personas encargadas de la planificación, organización, coordinación y dirección, así como en la ejecución de procesos estadísticos y muestrales en estudios cualitativos de investigación de mercados.

Campo (Coordinador de Campo).

Son las personas encargadas de planificación, supervisión y coordinación las actividades de recolección de datos en estudios de mercado cuantitativos, de acuerdo con los cronogramas, metodologías y estándares de calidad establecidos, gestionar el equipo de encuestadores, la validación de la información recolectada, el control de calidad de los datos, la resolución de incidencias en el terreno y la

elaboración de informes sobre el avance del proceso.

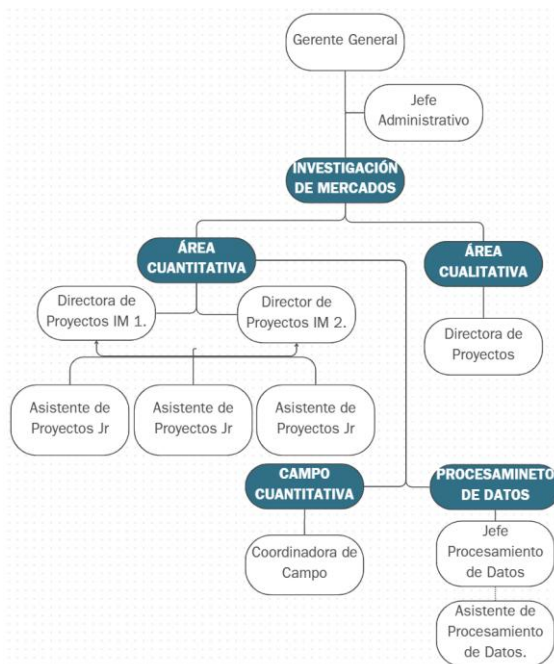
Procesamiento de Datos

Las personas aquí estructuran los datos obtenidos en el trabajo de campo, además de codificar, digitalizar la información facilitando su análisis, detección de atípicos, eliminan inconsistencias asegurando la calidad de los datos obtenidos, también realiza informes de avances, presentaciones para el cliente y mantienen coordinación con otras áreas.

La Figura 2 muestra el organigrama de CONSUMER TRENDS MK del área de Investigación de Mercados donde se contemplan las áreas de las mismas.

Figura 2.

Organigrama de la Empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL - Área de Investigación de Mercados.



Nota: Elaborado por La Administración.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Justificación

Como empresa, no solo se debe realizar un servicio de calidad en los datos obtenidos, si no también se debe aportar beneficios y ventajas en el proceso de recolección de la información entregada a nuestros clientes, donde se busca reducir tiempos, agilizar trámites y procedimientos administrativos. Actualmente TRENDS MK, sigue brindando un excelente servicio, pero consideramos que este puede ser mejorado mediante el pilar de la gestión administrativa, lo que permitirá organizar eficientemente los recursos, optimizar procesos y garantizarla calidad de los estudios realizados, mejorando la competitividad y fortaleciendo relaciones con los clientes. Por ello, el presente trabajo ayudará a analizar el manejo de la gestión administrativa en el área.

Limitaciones

El presente estudio no trata directamente el diseño metodológico, ni la recolección y análisis de datos del consumidor en el área de investigación de mercados como tal, sino que se centra en los procesos administrativos internos que permiten una eficiente ejecución de los proyectos. Asimismo, las limitaciones que se pueden presentar son influenciadas por factores internos como la estructura organizativa de la empresa y la disponibilidad de información interna. Por otro lado, también esta no contar con los programas adecuados para optimizar recursos tanto humanos y financieros.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la Gestión Administrativa de una Empresa de Investigación de Mercados de Turismo Interno en el distrito de San Miguel – Lima, 2024.

Objetivo Específicos

Identificar los actores que intervienen en una Empresa de Investigación de Mercados de Turismo Interno en el distrito de San Miguel – Lima, 2024.

Explicar de manera clara y precisa el giro de negocio en la Empresa de Investigación de Mercados de Turismo Interno en el distrito de San Miguel – Lima, 2024.

Describir cómo es el proceso administrativo en una Empresa de Investigación de Mercados de Turismo Interno en el distrito de San Miguel – Lima, 2024.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

CONCEPTOS BÁSICOS

Gestión Administrativa

Según Koontz et al. (2012), la gestión administrativa se da a entender como un conjunto de acciones destinadas a alcanzar objetivos específicos dentro de una organización, se basa en tareas de gestión y la eficiencia en procedimientos formales. En dicho contexto, cualquier innovación, nuevo hallazgo en la investigación o metodología puede encontrarse de la gestión, estas incluye: planificación, que implica decidir sobre la misión, objetivos y estrategias para lograrlo; organización, que crea una estructura definida con roles específicos para cada integrante de la organización; personal, que respalda el recurso humano capacitado para cumplir sus responsabilidades; dirección, que consiste en motivar e influir a la personas para contribuir a las metas de la organización; y control, evaluando el desempeño individual y organizacional asegurando que todo se alinee a los planes establecidos.

Nizama, P. (2021), nos menciona a la gestión administrativa como factor clave en el desarrollo y sostenibilidad de la empresa, donde se enfoca en la eficiencia operativa y la toma de decisiones, como aspectos destacados tiene la planificación y organización de recursos asegurando una mejor distribución del personal y optimizando procesos internos, implementación de sistemas de análisis de información permitiendo mejorar su respuestas ante cambios en el mercado y finalmente, un control y seguimiento de indicadores de desempeño. Aspectos que nos permiten analizar estrategias administrativas aplicables a empresas dedicadas a la investigación de Mercados, elementos que pueden contribuir a mejorar la

eficiencia y competitividad de la organización.

Según Garcia et al. (2023), una adecuada gestión administrativa en las pymes influye directamente en su crecimiento en el mercado, siendo estas empresas las que representan un sector clave en la economía de Lima, se evidencia que una administración eficiente permite a las pymes enfrentar mejor los desafíos en el mercado, en el caso de una empresa de Investigación de Mercados una adecuada gestión influye en: Reducción de costos operativos mediante la optimización de procesos, Mayor precisión y confiabilidad en los estudios de mercado, Mejora en la planificación estratégica basada en datos, Mayor satisfacción del cliente y fidelización de empresas contratantes. Además, mejora la coordinación de las áreas operativas, lo que contribuye a elevar la calidad del servicio. Su relevancia se debe a la exigencia de manejar grandes volúmenes de datos y asegurar la exactitud y fiabilidad de la información obtenida.

Investigación de Mercados

Cueria et al. (2022), nos dice que la investigación de mercados en el contexto del marketing digital turístico es un proceso analítico que permite comprender las necesidades referenciales, preferencias y comportamientos de los consumidores, el principal objetivo es recopilar y analizar datos claves sobre el público objetivo, favoreciendo la toma de decisiones en organizaciones dedicadas al turismo, la estructura del procedimiento consta de 4 fases (análisis de la situación, planeación, implementación y optimización). Este enfoque es de utilidad como base a través de la investigación de mercados para desarrollar metodologías, donde las organizaciones puedan obtener información clave sobre los consumidores, lo que permitirá evaluar y mejorar las estrategias de marketing, aportando al crecimiento

del sector turístico en Lima.

Skora et al. (2022), en la investigación de mercados la recolección de datos es un pilar fundamental, ya que por medio de este se obtiene información relevante. Se menciona una comparación en los métodos tradicionales basados en censos oficiales y las nuevas técnicas de social sensing mediante redes sociales basadas en la ubicación (LBSN), lo que demuestra que mediante LBSN pueden correlacionarse con las estadísticas oficiales, lo que prueba que ambas metodologías se pueden complementar a fin de mejorar la calidad de los proyectos. La integración de nuevos métodos para empresas de investigación de mercados es altamente beneficiosa, lo que permite a información más actualizada y precisa, esto representa una estrategia innovadora por parte de la gestión administrativa en las organizaciones, la combinación de las dos metodologías resulta clave para comprender el comportamiento del turista, optimizar recursos y diseñar mejores estrategias de promoción.

Gacés-Giraldo et al. (2022), la información acerca de tendencias en el marketing para el sector turismo sigue evolucionando constantemente y sin señales de saturación, temas esenciales como Electronic Commerce y Websites, Tourism Management y Social Media, Sustainable Development, influyen directamente en la investigación de mercados, ya que permite identificar nuevas metodologías y enfoques de análisis basados en tendencias emergentes. Por ello, para la gestión administrativa el conocimiento y la integración de nuevas tendencias resulta crucial, por la adaptabilidad y actualización, enfoque de un consumidor digital, Ventajas competitivas en contextos regionales. Para una empresa, esta integración ofrece una base para el desarrollo de nuevas estrategias innovadoras y adaptadas al mercado.

Análisis Estadístico

Liu et al. (2023), nos dice que el análisis de datos es definido como como un proceso científico de transformación de datos en conocimiento para tomar decisiones certeras, tiene como principales objetivos: Convertir datos en información accionable, Mejorar la precisión y eficiencia en la toma de decisiones, Optimización de procesos, Incrementar el valor empresarial. La transformación de datos en información accionable, permite formular estrategias basadas en evidencia, mejorando no solo la eficiencia operativa y la calidad del servicio, sino que también aumenta el valor empresarial a largo plazo. Por lo tanto, incluir técnicas avanzadas de análisis de datos compone un pilar estratégico para optimizar la toma de decisiones y fortalecer la competitividad en el mercado.

Bracio y Szarucki (2020), nos mencionan una metodología mixta de análisis de datos. En este sentido existen desarrollados dos grandes enfoques metodológicos: el análisis cuantitativo y cualitativo, los cuales se pueden integrar mediante una metodología mixta y así obtener una visión más completa del estudio. La integración del método mixto, se ha convertido en una de las más relevantes en la investigación de mercados, lo que permite Triangulación de Datos, Diseños Simultáneos y Secuenciales, Mayor Profundidad Analítica, permitiendo obtener mejores resultados en los proyectos. Como parte de una gestión administrativa, la aplicación mixta de estas dos metodologías permite elaborar estrategias basadas en datos robustos y, al mismo tiempo, entender a profundidad necesidades y percepciones del objeto estudiado.

Según Jiménez y Medina (2024), las herramientas de Business Intelligence durante las últimas décadas han evolucionado significativamente, ya no son solo concebidas como soporte para procesar datos, si no, como elementos integrales que

permiten: Integrar y analizar grandes volúmenes de datos y Aplicar análisis avanzado, la integración de tecnologías emergentes amplifica las capacidad analíticas permitiendo automatizaciones de análisis complejos, además, permite mayor flexibilidad con grandes volúmenes de datos como antes mencionado. La aplicación de herramientas de análisis de datos y BI manifiesta un factor diferenciador en la gestión administrativa, además, se convierte en un motor de competitividad y adaptación a un entorno dinámico con el del sector turístico.

Se ha demostrado que las organizaciones que adoptan estrategias basadas en datos son 6% más rentables y 5% más productivas que la competencia, las capacidades de análisis de datos (Big Data Analytics Capabilities, BDAC) tienen un impacto significativo en el desempeño organizacional. Pero el mayor reto del análisis de datos es la integración a la cultura organizacional y gestión empresarial (Alyahya et al., 2023). El análisis de datos es parte importante en la investigación de mercados ya que transforma volúmenes de información en conocimientos accionables que mejoran la toma de decisiones y la competitividad empresarial, la implementación de estas capacidades analíticas podría mejorar significativamente la gestión administrativa en la organización.

Turismo Interno

Según Daries et al. (2021), como parte del desarrollo turístico, el turismo interno se considera como desaprovechado en varios aspectos. Entre ellos, se destaca la baja proporción de viajes por ocio representando el 30% del total. Además, a diferencia del turismo internacional, este sigue un patrón diferente. Otro punto que menciona es que la mayoría de visitantes en las Áreas Naturales Protegidas (ANP) son residentes peruanos. Lo que sugiere una oportunidad para

diversificar la oferta turística y generar rentas en localidades donde el turismo tiene una importancia relevante. Asimismo, el turismo interno tiene un rol estratégico en la recuperación económica especialmente después de la crisis de la COVID-19, al retener al turista dentro del país da un efecto positivo económico en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas en el sector turismo. A través de una gestión eficiente en investigación de mercados se puede generar información clave sobre el comportamiento de turistas nacionales, sus preferencias y las tendencias de consumo, permitiendo mejorar la experiencia del viajero.

Según PromPerú (2023), en un estudio realizado donde analiza las características y comportamientos de los turistas peruanos que viajaron dentro del país durante el año 2023, teniendo como objetivo brindar información detallada el perfil del vacacionista nacional con el fin de comprender las tendencias actuales del mercado turístico nacional y contribuir al desarrollo del sector, como datos más relevantes tenemos:

Gasto Promedio y Crecimiento: Donde el gasto promedio fue de s/ 643.00, lo que representa un incremento del 9% al año anterior.

Preferencias de Viaje: Los vacacionistas peruanos se interesaron más por los viajes de naturaleza, urbanos y gastronómicos, siendo Lima e Ica los destinos líderes, seguidos de Arequipa y Cajamarca que tuvieron un incremento en popularidad.

Organización y Compañía de Viaje: El 62% de vacacionistas realizó su viaje de manera independiente, 16% usó agencias de viajes y el 22% combinó ambos métodos. Además, el 69% viajó en compañía de familiares directos o en parejas.

Medios de Transporte y Alojamiento: El ómnibus fue es las utilizado,

pero en destinos más alejados dentro del país la mayoría usó el transporte aéreo. Y el 80% por alojamientos pagados equilibrando comodidad y presupuesto.

Fuentes de Información y Seguridad: Las redes sociales contribuyeron como principal fuente de información, seguida de "Y Tú Qué Planes" de PromPerú, utilizada por el 32% de los vacacionistas. Además, siete de cada diez vacacionistas aseguraron sentirse seguros en su viaje.

Los presentes datos revelan que el turismo en el Perú, sigue en constante crecimiento, la información refuerza la importancia de continuar con el desarrollo de estrategias donde impulsen el turismo interno con todos los actores involucrados.

Según Condori-Chura y Flore-Vargas (2023), el turismo impulsa la economía y genera empleo beneficiando a varios sectores como alojamiento, gastronomía y operadores turísticos. La inversión en promoción e infraestructura fortalece la competitividad de los destinos, lo que aumenta la necesidad de estudios de mercados para evaluar su impacto ya que la industria está en constante cambio en las preferencias del consumidor y tendencias globales, lo cual requiere un monitoreo constante a través de estudios de mercado. La adaptación a los cambios en el sector turístico, incluyendo crisis como la pandemia de COVID-19, resalta la importancia de estudios de mercado para comprender las fluctuaciones en la demanda y planificar estrategias de recuperación. Por ello, el turismo interno aporta a la economía local y genera un aumento en la necesidad de estudios de mercados para comprender su impacto, optimizar estrategias y mejorar la gestión administrativa del sector turístico.

El distrito de San Miguel cuenta con diversos atractivos turísticos como: Parque de las leyendas, Huacas prehispánicas, Centro Comerciales, además de servicios que lo convierten en un punto importante para los visitantes. Allí también

se encuentra una Base de Turismo y Seguridad que proporciona información turística a los visitantes nacionales y extranjeros (MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MIGUEL, 2019). Lamentablemente, no se disponen datos estadísticos del flujo de turistas específicamente en el distrito de San Miguel en Lima, lo que nos limita al profundizar sobre este tema en particular.

Tipos de Turistas

Prada et. Al (2017), nos brinda información relevante acerca de los tipos de turistas dependiendo de aspectos de tradición, arte, gastronomía, cultura y otras motivaciones, ya que no todos comparten las mismas características ni buscan las mismas experiencias. En este contexto se debe considerar las diferencias para analizar cómo los factores influyen en cada uno de los turistas sobre la valoración del destino y su impacto, comprender estas variables es esencial para las tomas de decisiones en el sector turístico. Prada clasifica a los turistas en 3 perfiles:

Turista Cultural Puro: Su principal motivación se centra en conocer la cultura del lugar, como el patrimonio histórico, eventos culturales, museos, gastronomía típica, festividades y expresiones artísticas locales.

Turista Cultura Circunstancial: Este tipo de perfil no tiene un propósito específico de consumir experiencias culturales, sin embargo, en su estadía aprovecha este tipo de eventos, pero sus principales motivos son: ocio, negocio o visita a familiares.

Turista No Cultural: Cuya motivación no está relacionada a ningún interés cultural, es probables que motivos sean más genéricos como, playa, centros comerciales o vida nocturna.

El conocimiento de cómo se segmentan los turistas es fundamental para

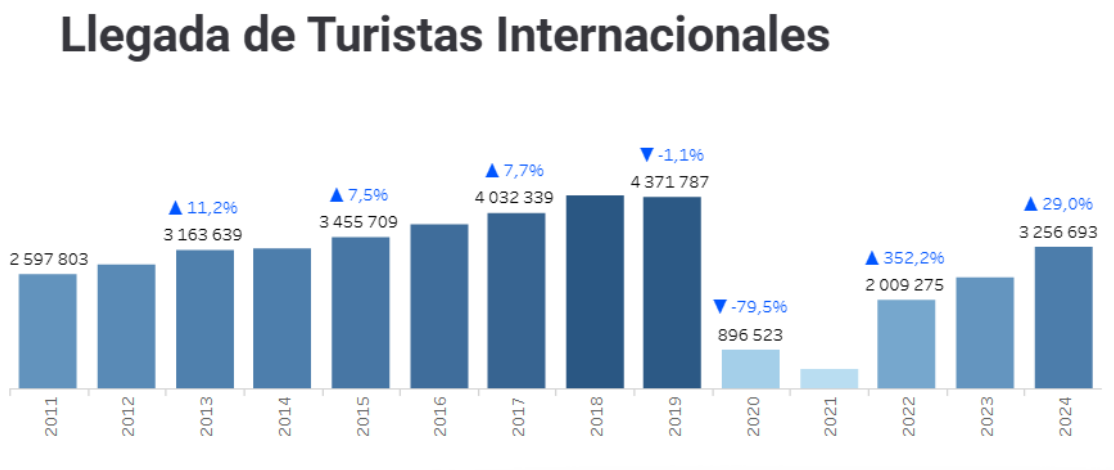
diseñar estrategia de promoción diferenciadas, productos y servicios personalizados, mejorar la experiencia del turista, analizar la demanda del turismo, permitiendo que las empresas y gestores turísticos puedan atraer, satisfacer y fidelizar a los visitantes.

Según Moreno M. y Coromoto M. (2011), en su investigación nos dice que se puede segmentar a los viajeros según el tipo de turismo y motivación que los impulsa a visitar un lugar. De acuerdo con la OMT, existen dos categorías principales: el turista, aquel que pernocta en el lugar visitado y el excursionista, aquel que visita el lugar menos de 24 horas y no pernocta. Además, menciona que los turistas se pueden clasificar según sus intereses y actividades, algunas principales categorías son: Turismo Vacaciones, Aventura, Ecoturismo, Cultural, Negocios, Religioso, Deportivo, Salud, cada una de estas clasificaciones responde a necesidades específicas de los viajeros. En la actualidad, las tendencias acerca del turismo se hacen más sostenibles y orientadas a experiencias más personalizadas, lo que obliga a los actores del sector a adaptarse a las nuevas demandas.

Comparativa del turismo en los años 2020-2024

Figura 3.

Flujo de turistas internacionales que visitaron el Perú.

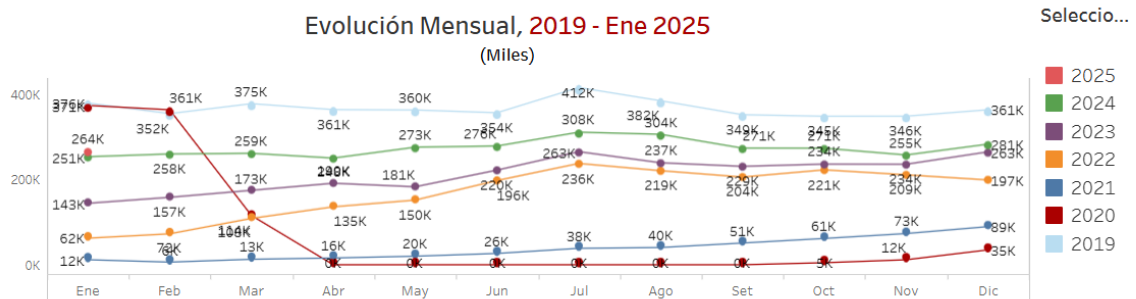


Nota: Gráfica del total de turistas que visitó el Perú del año 2011-2024, publicado por el MINCETUR.

Para el presente trabajo tomaremos la evolución de los años entre 2020-2024, donde primeramente se produjo un desplome drástico del 79.5% debido al impacto de las restricciones de viaje por la pandemia de la COVID-19. Para el 2021, los niveles de turistas seguían muy bajos, reflejando un turismo muy reducido. En el 2022, tras reapertura y parámetros que se dieron para poder reactivar el turismo, se dio un notable aumento del 352.2%, alcanzando un nivel de turistas mejor que los dos años anteriores. Ya en el 2023, la tendencia de recuperación continúa, con un crecimiento moderado. Notablemente en el 2024, hubo un crecimiento del 29% respecto al año anterior, aunque aún por debajo de los niveles prepandemia.

Figura 4.

Evolución Mensual de turistas que llegaron al Perú en los años 2019-2024.



Nota: Gráfica del número de turistas mes a mes que visitó el Perú del año 2011-2024, publicado por el MINCETUR.

En (2020) inicia con una caída a partir de marzo del 79% respecto al 2019 en el flujo de turistas, desde abril hasta diciembre se registran valores en cero, Todo esto generado a raíz de la cuarentena que trajo la pandemia.

Del (2021), como antes ya mencionada el impacto que tuvo la pandemia se refleja en el colapso total de llegadas turísticas, con números muy bajos hasta mediados del 2021. El turismo en este año experimenta una recuperación moderada, pero lejos de los niveles récords.

La recuperación fue gradualmente (2022) con una tendencia al alza, con un rango de 100k de turistas en los primeros meses, esto respondió a una reducción de las restricciones, mayor confianza en las vacunas, reactivación de vuelos y estrategias de promoción turística. Este año representa un gran avance en la recuperación del turismo, triplicando cifras del 2021.

Para el (2023) los valores alcanzan los 260k en visitas al finalizar el año, aunque la recuperación se mantiene en constante progreso no se alcanzan los niveles

del 2019, este pudo haber sido influenciado con factores interno del Perú, como la inestabilidad económica o social dadas a fines del 2022. Aquí, consolida tendencias con aumentos mensuales, moderados pero continuos, acercándose a los niveles récords.

En el (2024) según la gráfica color verde, se observa a pesar de la evidente recuperación cerca de alcanzar los números de prepandemia, una progreso parcial y sostenido a lo largo de estos 4 años.

El Turismo realmente ha tenido un progreso significativo, a comparación del punto más bajo (2020-2021) con la situación de los años (2022-2024). El sector sigue en una fase de recuperación, que según algunas proyecciones para el 2025 debería alcanzar los niveles de prepandemia. La recuperación no se da homogéneamente, si no, por temporadas como (julio-agosto-diciembre) muestran un mayor flujo de turistas que otros, esto se debe a la estacionalidad y factores externos como promociones, situaciones sociopolíticas, etc. La pandemia marcó un antes y un después en el sector del turismo con drásticas reducciones en las cifras, si bien es cierto es progreso es innegable, aunque incompleto actualmente, todavía se requiere tiempo, promoción y estabilidad para volver o hasta superar los niveles del 2019.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Inicio de Funciones

En mi inicio de funciones, ingresé como Asistente de Administración de la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL, en el año 2023, como asistente realizaba actividades básicas del área dentro de la empresa, sin embargo, cabe resaltar la importancia de lo aprendido en la Universidad Privada del Norte sumado a algunos cursos realizados de gestión y marketing me ayudaron a destacar entre todos los postulantes al puesto. Fue entonces que, para inicio de marzo del 2023, tuve la oportunidad de ejercer como asistente de administración en la empresa, donde realizaba gestiones como recepción de correos para la gerencia de los clientes, además de gestionar la agenda de gerencia, envió de solicitudes de pagos de proveedores, orden de facturas mes a mes, sustento correspondiente de salidas de dinero de la cuenta empresa, digitalización de documentos, realización y control de facturas, entre otros.

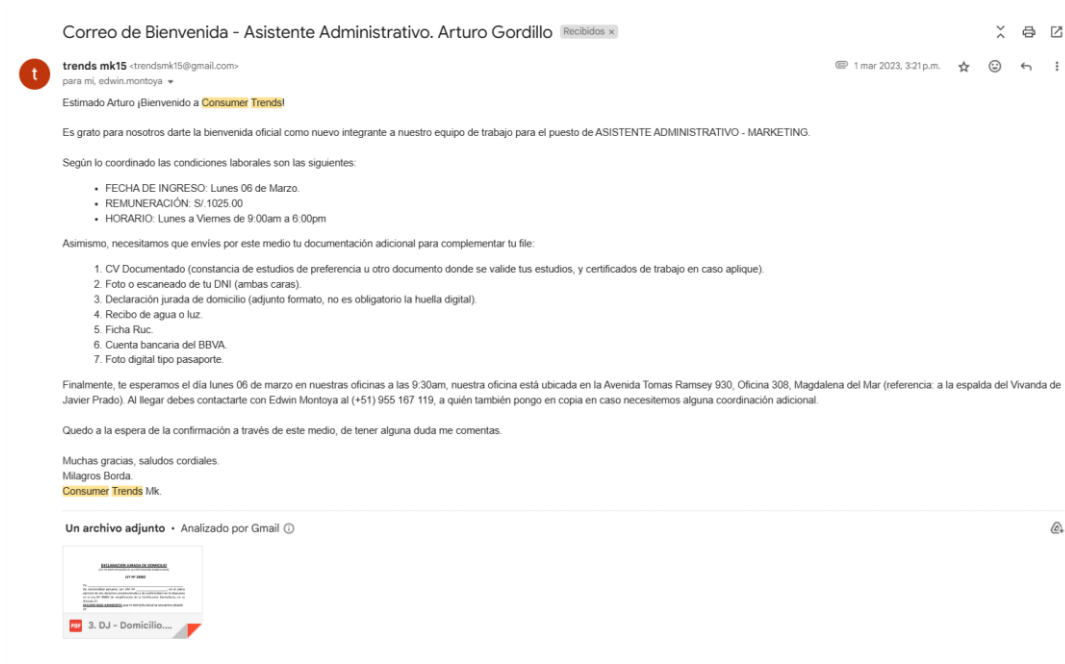
Lo aprendido en la Universidad me aportó mucho al poder desenvolverme en muchos casos donde el gerente me pedía tomar acciones y desenvolverme por mi cuenta, en ese momento sentí un sentimiento de satisfacción al darme cuenta lo mucho que aprendí en mi proceso universitario y que todas las enseñanzas que me transmitieron los docentes en todo ese tiempo me hayan servido para afianzarme en la cancha y no a temerle a equivocarme, no obstante, no errar es imposible cuando empiezas algo nuevo, pero este proceso ayuda a crecer como persona y hacerte más consciente de las situaciones y poder accionar de una manera más inteligente, aunque no puedes no errar al 100% con la experiencia harás que cada sea muchísimo menor, es importante reconocer que en la práctica una persona pasa

por muchos casos.

En la Figura 5 se puede observar el mensaje de bienvenida a la empresa en el 2023.

Figura 5.

Mensaje de bienvenida por parte de la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL.



Nota: Mensaje enviado por el encargado del proceso de reclutamiento, 2023,

Fuente: TRENDS MK.

La Figura 6 muestra mi carnet de Administrativo que hacía alusión a que pertenecía al área de administración de la empresa, la cual también me permite ingresar al edificio sin problemas.

Figura 6.

Carnet de identificación CONSUMER TRENDS MK.



Nota: Elaboración propia.

En el año 2024, tuve la oportunidad de asumir nuevos retos y obtener un mejor puesto, actualmente me desempeño como el Jefe de Administración en donde soy el responsable de la gestión de recursos humanos y financieros sobre cada área de la empresa, además de gestión de proveedores, planificación y control presupuestario, dentro de las funciones que realizo también está la tesorería, pago de planillas del personal y detracciones de las facturas, pagos de AFP, gestión de contratos, control de pagos y cobranza a proveedores y clientes, adicionales a las anteriores actividades realizadas. En este sentido a continuación explicaré cómo se lleva la gestión administrativa sobre la empresa del presente trabajo de suficiencia profesional.

En la Figura 7 como parte de mi gestión en el área de administración fue tramitar la licencia de funcionamiento en una de nuestras sucursales, un requisito obligatorio para poder operar legalmente y certificar que el establecimiento cumple

con las normativas de seguridad, zonificación y salubridad. Lo cual genera confianza y credibilidad con nuestros clientes y proveedores demostrando que cumplimos con las normas establecidas.

Figura 7.

Certificado de Licencia de Funcionamiento en una de nuestras sucursales.

MAGDALENA DEL MAR MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE MAGDALENA DEL MAR **SGGRD**
Subgerencia de Gestión del Riesgo de Desastres

CERTIFICADO DE INSPECCIÓN TÉCNICA DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES PARA ESTABLECIMIENTOS OBJETO DE INSPECCIÓN CLASIFICADOS CON NIVEL DE RIESGO MEDIO SEGÚN LA MATRIZ DE RIESGOS

N° 170- 2024

El Órgano Ejecutante de la Municipalidad Distrital de Magdalena del Mar, en cumplimiento de lo establecido en el D.S. N° 002-2018-PCM, ha realizado la Inspección Técnica de Seguridad en Edificaciones al Establecimiento Objeto de Inspección:

COSTUMER TRENDS MK E.I.R.L
(Razón Social)

TRENDS MK
(Nombre Comercial)

Ubicado en: **JR. TOMAS RAMSEY N° 930 INT.605**
(Calle, Av., Jr., Lote, Mz., Urb.)

Distrito **MAGDALENA DEL MAR**, Provincia **LIMA**, Departamento **LIMA**

Solicitado: **JORGE EDWIN MONTOYA CARDENAS**
(Nombre del propietario, representante legal, apoderado, conductor o administrador)

El que suscribe **CERTIFICA** que el Establecimiento Objeto de Inspección antes señalado **CUMPLE CON LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD**

Capacidad Máxima de la Edificación: **catorce (14) personas**

Giro o actividad: **ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA (OFICINA ADMINISTRATIVA)**

Área Ocupada de la Edificación (m²): **90.99 5m²**

Expediente N°: **519-2024** Resolución N°: **225-2024-SGGRD-GDTI-MDMM**

VIGENCIA: 2 AÑOS*

LUGAR	: MAGDALENA DEL MAR
FECHA DE EXPEDICIÓN	: 14 de febrero de 2024 (DDMMAAAA)
FECHA DE SOLICITUD DE RENOVACIÓN	: 08 de enero de 2026 (Treinta días hábiles anteriores a la fecha de caducidad) (DDMMAAAA)
FECHA DE CADUCIDAD	: 14 de febrero de 2026 (DDMMAAAA)

Luis Rosas Moran Siles
Subgerente de Gestión del Riesgo de Desastres

*El presente Certificado de ITSE no constituye autorización alguna para el funcionamiento del Establecimiento Objeto de Inspección o para el inicio de la actividad

NOTA:

- DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO EN EL REGLAMENTO DE INSPECCIONES TÉCNICAS DE SEGURIDAD EN EDIFICACIONES APROBADO POR DECRETO SUPREMO N° 002-2018-PCM, EL PRESENTE CERTIFICADO DEBERÁ SER FIRMADO POR EL RESPONSABLE DEL ÓRGANO EJECUTANTE
- ESTE CERTIFICADO DEBERÁ COLOCARSE EN UN LUGAR VISIBLE DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO OBJETO DE INSPECCIÓN.
- CUALQUIER TACHA O ENMENDADURA INVALIDA EL PRESENTE CERTIFICADO.

Nota: Emitida por la Municipalidad de Magdalena del Mar.

Asumo la responsabilidad de coordinar y supervisar el armado del portafolio para participar en las licitaciones públicas a través de la plataforma SEACE (Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado), me aseguro de que se cumpla con todos los requisitos establecidos en la base del concurso. Este proceso inicia identificando las oportunidades que se dan para el rubro de Investigación de Mercados y analizando la viabilidad de la postulación. Después, se comienza preparando la propuesta técnica y económica, incluyendo documentos legales y financieros. Mediante todo este proceso, se debe tener un monitoreo del cronograma de actividades acerca de la licitación ya que el envío ya sea del expediente final o consultas se deben hacer en los plazos establecidos. Una vez se tenga el expediente final, se sube a la plataforma foliado, visitado, sellado y firmado correspondiente por el representante legal. Como se puede observar en la Figura 8 que es una de las licitaciones adjudicadas en el año 2024.

Figura 8.

Reporte de otorgamiento de la buena pro con el MINCETUR.

SE@CE		REPORTE DE OTORGAMIENTO DE BUENA PRO			
Entidad convocante :	MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO				
Nomenclatura :	CP-SM-2-2024-MINCETURICS-1				
Nro. de convocatoria :	1				
Objeto de contratación :	Servicio				
Descripción del objeto :	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS A TRAVÉS DE ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL PARA LA PREPARACIÓN, RECOPIACIÓN, CONSISTENCIA Y PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA TRIMESTRAL DE TURISMO INTERNO 2024.				
Nro. Item :	1	Cantidad Solicitada :	1.0	Valor Referencial :	S/ 612,508.31
Descripción del	SERVICIO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS A TRAVÉS DE ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL PARA LA PREPARACIÓN, RECOPIACIÓN, CONSISTENCIA Y PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA TRIMESTRAL DE TURISMO INTERNO 2024.	Unidad de Medida :	Servicio	Cantidad Desierta :	0.0
Resultado	Adjudicado				
Nombre o Razón Social	Integrante del Consorcio	Cantidad Adjudicada	Monto Adjudicado		
20603500777-CONSUMER TRENDS MK E.I.R.L.		1.0	870000.00		

Nota: Adaptado de SEACE, por la Administración, 2024.

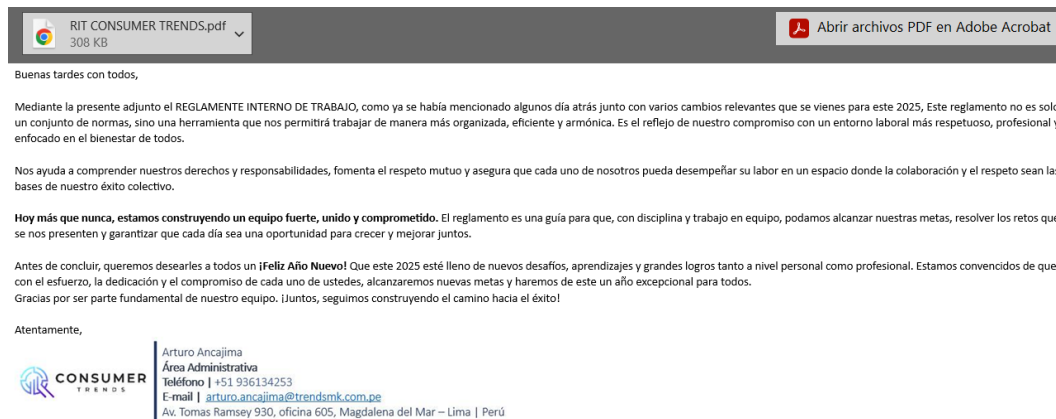
Como parte de la gestión de documentos, nuestra responsabilidad mayor es la de administrar los contratos para cada uno de nuestros colaboradores incluyendo

su elaboración, renovación y actualización conforme a la normativa vigente. El mencionado proceso se realiza en coordinación con un abogado laboralista, quien nos asesora en aspectos claves como tipo de contratos, derechos y obligaciones, beneficios sociales y cumplimiento de la norma. Dado que nuestra actividad es el rubro de investigación de mercados, es sumamente importante incluir cláusulas específicas sobre confidencialidad de datos, protección de información sensible y cumplimiento de la ley de Protección de Datos Personales, resguardando la información recopilada en el trayecto de ejecución de los proyectos, garantizando un ambiente laboral formal y seguro.

En la Figura 9 se observa el envío de lo que es el Reglamento Interno de Trabajo donde establecemos normas y procedimientos que regulan la relación entre la empresa y los trabajadores. Este como objetivo principal es garantizar el cumplimiento de los derechos y deberes laborales, promover un ambiente de trabajo organizado, aplicar beneficios y sanciones y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente. En mi rol como jefe de Administración implementar el reglamento me permitió gestionar mejor el recurso humano de la empresa, estandarizar procesos, protección de la empresa y de los trabajadores, prevenir problemas y fortalecer la organización mejorando considerablemente la optimización de la gestión administrativa.

Figura 9.

Correo de envío a todo el personal de la empresa CONSUMER TRENDS MK.



Nota: Adaptado de Outlook, de correo corporativo, 2024, Fuente: TRENDS MK.

En la Figura 10 se aprecia el primer modelo que se creó para el control del personal en la empresa CONSUMER TRENDS MK EIRL con la herramienta Excel, lo que permitió llevar un mejor control del personal

Figura 10.

Plantilla de control de la jornada laboral.

Registro de Jornada Laboral							
Empresa: CONSUMER TRENDS MK E.I.R.L				Año: 2023			
Trabajador/a:				Mes: Octubre			
Centro: CENTRAL				Periodo: Del 01/10/2023 al 31/10/2023			
Fecha	Jornada	Hora Entrada	Hora Salida	Break	Total H.Trabajadas	Observaciones	
01/10/2023	domingo						
02/10/2023	lunes	Completa		60	#####		
03/10/2023	martes	Completa		60	#####		
04/10/2023	miércoles	Completa		60	#####		
05/10/2023	jueves	Completa		60	#####		
06/10/2023	viernes	Completa		60	#####		
07/10/2023	sábado						
08/10/2023	domingo						
09/10/2023	lunes	Completa		60	#####		
10/10/2023	martes	Completa		60	#####		
11/10/2023	miércoles	Completa		60	#####		
12/10/2023	jueves	Completa		60	#####		
13/10/2023	viernes	Completa		60	#####		
14/10/2023	sábado						
15/10/2023	domingo						
16/10/2023	lunes	Completa		60	#####		
17/10/2023	martes	Completa		60	#####		
18/10/2023	miércoles	Completa		60	#####		
19/10/2023	jueves	Completa		60	#####		
20/10/2023	viernes	Completa		60	#####		
21/10/2023	sábado						
22/10/2023	domingo						
23/10/2023	lunes	Completa		60	#####		
24/10/2023	martes	Completa		60	#####		
25/10/2023	miércoles	Completa		60	#####		
26/10/2023	jueves	Completa		60	#####		
27/10/2023	viernes	Completa		60	#####		
28/10/2023	sábado						
29/10/2023	domingo						
30/10/2023	lunes	Completa		60	#####		
31/10/2023	martes	Completa		60	#####		
Total de horas		horas					
En Lima, a 31 de octubre de 2023							
El/La trabajador/a				El/La representante Legal			

Nota: Adaptado por la Administración, 2023.

En la Figura 11 con un modelo mejorado en la actualidad para el control del personal dónde cómo se puede observar se implementaron más detalles para llevar un mejor monitoreo en la empresa. Una herramienta que me permite asegurar el cumplimiento de la norma laboral y optimización del recurso humano en la

empresa. Para la gestión administrativa sirve para el cálculo del salario, horas extras y descuentos, garantizando pagos justos. También, permite identificar y registrar ausencias injustificadas, licencias y permisos, teniendo una mayor transparencia evitando conflictos a futuros con un registro verificable del tiempo de cada colaborador. Como parte del proceso, el primer día hábil de cada mes se envía a cada colaborador correspondientemente el reporte de horarios de su jornada laboral justificando así si ha tenido horas extras y/o descuentos, además se pone en copia a los directores del área respectiva y al Gerente General para que estén al tanto de la información.

Figura 11.

Plantilla actualizada de control de la jornada laboral

CONSUMER TRENDS MK E.I.R.L.									
Registro de Jornada Laboral									
RUC: 20669500777		Año: 2025		Jornada: 8:00:00					
abogado/a		Mes: Febrero		Hora Inicio: 0h		Semanales			
Cerro: Magdalena del Mar									
Periodo: De 01/02/2025 al 28/02/2025									
Fecha	Jornada	hora Entrada	hora Salida	Break	total Jornada	Temp. Extra	Temp. Pend.	Temp. Tardi.	Observaciones.
01/02/2025	3	sábado							
02/02/2025	1	domingo							
03/02/2025	2	lunes							
04/02/2025	2	martes							
05/02/2025	2	miércoles							
06/02/2025	2	jueves							
07/02/2025	2	viernes							
08/02/2025	2	sábado							
09/02/2025	2	domingo							
10/02/2025	3	lunes							
11/02/2025	3	martes							
12/02/2025	3	miércoles							
13/02/2025	3	jueves							
14/02/2025	3	viernes							
15/02/2025	3	sábado							
16/02/2025	3	domingo							
17/02/2025	4	lunes							
18/02/2025	4	martes							
19/02/2025	4	miércoles							
20/02/2025	4	jueves							
21/02/2025	4	viernes							Salida a Campo.
22/02/2025	4	sábado							
23/02/2025	4	domingo							
24/02/2025	5	lunes							
25/02/2025	5	martes							
26/02/2025	5	miércoles							
27/02/2025	5	jueves							
28/02/2025	5	viernes							
##									
##									
##									
##						0:00:00			
Total de horas de		Febrero		0:00:00		Tiempo de Tardanza:			
TOTAL SEM 1:	5/0,00								
TOTAL SEM 2:	5/0,00								
TOTAL SEM 3:	5/0,00								
TOTAL SEM 4:	5/0,00								
TOTAL SEM 5:	5/0,00								
TOTAL:	5/0,00								

REMUNERACION HORAS EXTRAS MENSUAL			
Mes:	2	Año:	2024
En Encuesta De:	48:00:00		
SEMANA 1			
Total	0:00:00	Total Horas	2
Horas	0:00:00	Efectivas:	
1ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
2ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
3ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
4ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
5ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
6ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
7ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
TOTAL HORAS EXTRAS SEM 1			5/0,00
SEMANA 2			
Total	0:00:00	Total Horas	3
Horas	0:00:00	Efectivas:	
1ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
2ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
3ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
4ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
5ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
6ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
7ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
TOTAL HORAS EXTRAS SEM 2			5/0,00
SEMANA 3			
Total	0:00:00	Total Horas	4
Horas	0:00:00	Efectivas:	
1ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
2ª HORA	25%	0:00:00	5/0,00
3ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
4ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
5ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
6ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
7ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
TOTAL HORAS EXTRAS SEM 3			5/0,00
SEMANA 4			
1ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
4ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
5ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
6ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
7ª HORA	35%	0:00:00	5/0,00
TOTAL HORAS EXTRAS SEM 4			5/0,00
SEMANA 5			
Total	0:00:00	Total Horas	6

CALCULO DE SUELDO	
Sueldo:	S/ -
Costo x día:	S/ -
Valor x Minuto:	S/ -
Inicio:	01/02/2025
Corre:	30/02/2025
Días:	30
Total:	S/ -

CALCULO DESCUENTO	
FALTA INJUSTIFICADA:	S/ -
DESCUENTO DOMINICAL:	S/ -
DESCUENTO MINUTOS:	S/ -
DESCUENTO TOTAL:	S/ -
Total Tardanza:	#VALOR!

Nota: Adaptado por la Administración, 2024.

Para obtener la información que se plasma en la Figura 11 se utiliza una cerradura inteligente (huellero) donde está registrado el dedo pulgar de cada colaborador de la empresa, la configuración de dicha cerradura inteligente está impuesta según los parámetros de horario laboral de TRENDS MK, lo cual solo permite la entrada de 9am a 6pm, en caso de exceder el tiempo se debe gestionar con el área de administración para que este se tome en cuenta en el control de horas extras, después de dicho horario la entrada se bloquea. El sistema en sí, no es tan complejo se maneja mediante una app llamada TTLock donde puede configurar el equipo, además, de poder descargar el reporte de registros mediante un Excel en cualquier momento.

En el caso del control del personal de campo para la realización de encuestas en lima y provincias, como medio de control se usa una app la cual es la misma que se usa para el levantamiento de información de campo que es SurveyToGo, un sistema que permite realizar encuestas y entrevistas, un sistema versátil ya que puede usarse en dispositivos móviles, la app de descarga es gratuita lo que se paga es el uso del sistema y el almacenamiento de datos y material multimedia, se compran planes de entrevistas de mil casos en adelante el cual Administración se encarga de gestionar dicha compra según la necesidad del proyecto. El sistema es monitoreado por el área de procesamiento de datos, lo que nos da una opción de Geolocalización, donde al momento de descargar la encuesta, aparecen las coordenadas del punto inicio y fin del trabajo de campo. Mediante un reporte que envía el área de procesamiento de datos se verifica el desempeño de trabajo y el avance de cada encuestador, sustentado el cálculo del pago a cada uno, reporte que el director del área correspondiente debe aprobar, para poder proceder con los abonos correspondientes.

Figura 12.

Factura por la compra de un plan de entrevistas para la continuidad del proyecto de campo de MINCETUR.

A:		DESDE:	DETALLES DEL PAGO:		
Edwin Montoya Cardenas		PayPro U.S. Inc.	ID del pedido: 34398402		
Consumer Trends MK EIRL		500 7th Avenue, Office 14A119	Número de factura: 34398402		
Av. Caminos del Inca		New York, NY	Fecha de la factura: 24-ene.-2025		
San Miguel, Lima		10018	Términos del pago: Visa		
15086		United States	Fecha de vencimiento: 24-ene.-2025		
Peru		Teléfono (sin costo): +1-888-317-4868	Método de envío: Electrónica		
Teléfono: 955167119		Teléfono (internacional): +1-647-977-7769	estado del pedido: Procesados		
Correo electrónico edwin.montoya@trendsmk.com.pe		Fax: +1-888-317-6977			
Número de Cuenta: 20715685		Fax (internacional): +1-647-977-7769			
CPF: 41425100					

Artículo	Precio por unidad	Cantidad	Impuestos	Descuento de línea	Total:
Grande - 6,000 Interviews	1,720.00 USD	1	-	-	1,720.00 USD
SUBTOTAL:					1,720.00 USD
DESCUENTO TOTAL:					0.00 USD
TOTAL:					1,720.00 USD
PAGADO HASTA LA FECHA:					1,720.00 USD
SALDO ADEUDADO:					0.00 USD

© PayPro Global, Inc.

Nota: Emitido por el proveedor SurveyToGO, 2025.

En el tema de solicitudes y/o permisos únicamente el área responsable de otorgarlos es la Administración, de acuerdo de la magnitud del asunto, me pongo en contacto con el director de cada área antes de aprobar el permiso, por ello en la empresa se comenzó a utilizar la plataforma MEGA para digitalizar y almacenar la documentación clave relacionada con la gestión del personal. Este sistema nos permite organizar y respaldar información relevante sobre Descansos Médicos,

Tickets de Atención, Consultas Médicas, y otros documentos esenciales para el control y la administración del recurso humano, el acceso a esta información solamente puede ser solicitada por el director del área responsable del colaborador afectado de manera presencial o mediante un link.

Se gestiona el ingreso y bajas definitivas del personal, comúnmente el proceso para el ingreso a planilla de un nuevo integrante en la empresa, comienza con tres meses de prueba donde la persona gira recibos por honorarios por ese lapso de tiempo, una vez aprobado por el director del área, seguido del Jefe de Administración y finalmente por el Gerente General, este último da la orden formalmente mediante un correo para que el área de administración proceda a pedir la documentación pertinente al nuevo integrante para poder ingresarlo en el T-Registro de la SUNAT. Administración es el encargado de gestionar todo lo necesario para su ingreso, como: Cuenta Sueldo, Cuenta CTS, Documento para AFP, Calculo de aporte a AFP (junto con Contabilidad), Asignación Familiar (en caso de tener menor hijo), entre otras, se debe tener en regla todo lo que implica el proceso de integración a una empresa. Para el caso de bajas definitivas o renuncia de alguno miembro de la empresa, la Administración recibe y analiza la carta de renuncia y acto seguido genera una reunión presencial junto con el Gerente General para dar respuesta o negociación de ser el caso a su solicitud presentada. De igual manera el área es responsable de brindar toda la documentación de su baja, como constancia de baja SUNAT, boleta de pago del último mes, liquidación de beneficios sociales y el certificado laboral.

Como jefe del área administrativa, se deben crear las facturas de acuerdo a cada mes ejecutado de los proyectos, los cual pasan por un proceso interno en el cual el cliente da visto bueno a todos los datos enviados en el entregable del

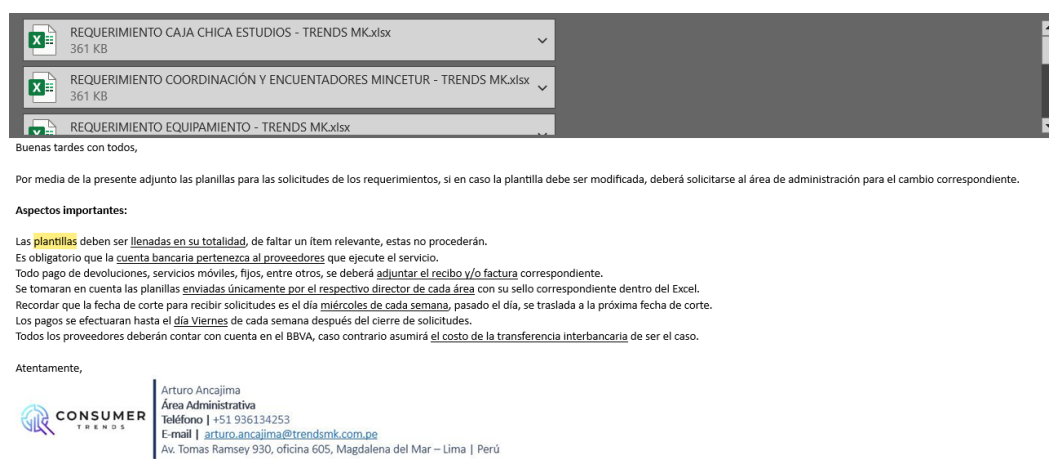
proyectos según lo acordado en el contrato, de no ser el caso el cliente nos da un lapso de tiempo para que este sea subsanado de manera efectiva, cuando al fin se tiene la conformidad del entregable, nos envían los códigos o la confirmación para poder proceder generar la factura y subirla al sistema correspondientemente al cliente que pertenece, cabe resaltar que este proceso se ejecuta de manera directa con los directores de proyectos de cada área, Administración interviene una vez dada la confirmación a crear la factura, verificando y validando que la información y los montos a cobrar sean los correctos, de ser el caso que se encuentre una irregularidad en el proceso se programa una breve reunión con el director responsable para aclarar y rectificar las observaciones. Es aquí donde empieza la responsabilidad del área administrativa en hacer el seguimiento correspondiente de las facturas enviadas. De igual manera sucede con las facturas que nos giran nuestros proveedores, aunque el proceso es más corto y directo, aquí juega un rol importante el Gerente General, ya que él cierra el trato con el proveedor y él es la autoridad para la confirmación de pago sobre las facturas enviadas.

En la Figura 13 se puede visualizar el control de pagos y cobros de facturas por parte de nuestros clientes y proveedores, por una parte para el control de cobro tenemos todos los detalle de la factura, que me permite llevar un orden por cada estudio realizado, además, me permite ver qué facturas están retrasadas con un mensaje en la parte de ESTADO que aparece en rojo con el mensaje “VENCIDA: Hacer Seguimiento”, ya que la mayoría son pagadas al crédito con aproximadamente entre 30 a 90 días, también, también me brinda soporte al momento de ejecutar una reunión con el gerente general y poder presupuestarse en el mes.

Lo mismo sucede con los requerimientos de procesos internos, solicitudes formales realizadas por las áreas ya sea por adicionales por parte del cliente, requerimientos de equipos y utensilios, servicios contratados o alguna otra necesidad para el cumplimiento de los entregables en los proyectos. En la Figura 15 muestra el correo oficial de las plantillas para los diversos requerimientos que se puedan presentar, resaltando las políticas de pago internas garantizando que todas las adquisiciones o solicitudes de servicios cumplan con los procedimientos establecidos en la empresa.

Figura 15.

Envío oficial de requerimientos para pagos varios.



Nota: Adaptado de Outlook, de correo corporativo, 2024, Fuente: TRENDS MK.

Se necesita el correo de confirmación por parte del director del área, ya que en ocasiones los coordinadores son lo que envían las solicitudes, para la Administración si lo pendiente no cuenta con la aprobación de su director no se toma en cuenta al momento de gestionar pagos, después de ellos se programa una reunión con el gerente general, como ya se ha mencionado, es la única autoridad para aprobar los montos por estudios, donde se determina los pagos que serán

procesados en el transcurso de la semana. La Administración tiene la obligación de subir cada comprobante de pago en la plataforma MEGA para su debido sustento.

En el área administrativa como se visualiza en la Figura 16, se lleva un control al detalle respecto a los movimientos financieros mensuales de la cuenta empresarial. Para ello, se utiliza un sobre manila que tienen todos los documentos relacionados a las transacciones realizadas durante el mes. El expediente incluye registros de salidas y depósitos, junto con los comprobantes de pago que los respaldan de manera impresa junto con cada movimiento garantizando su correcta identificación y trazabilidad. Una vez que toda la documentación está lista, se entrega al área contable, y estos aseguran el registro de los estados financieros de la empresa, además de digitalizar la documentación mediante un software contable de acceso más fácil y seguro a la información financiera.

Figura 16.

Expediente sustento de transacciones

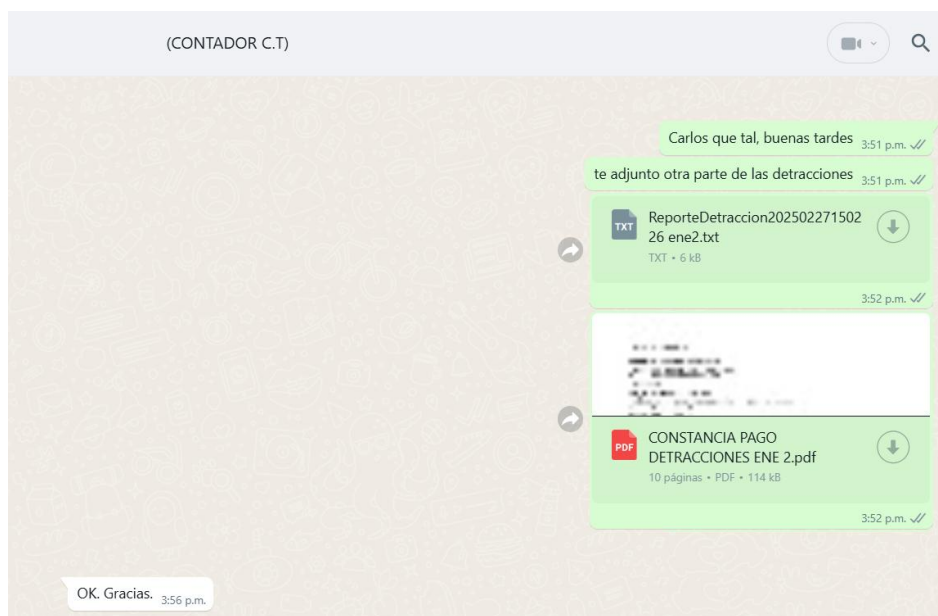


Nota: Elaboración propia.

Cuando se trata de gestionar el pago de detracciones, como antes mencionado se usa de base la estructura de la Figura 14, la cual está diseñada en Excel para facilitar el control y seguimiento de las obligaciones tributarias. Al finalizar cada mes se programa una reunión con el gerente general donde hacemos una revisión mensual y planificamos pagos incluyendo el pago de detracciones, una vez confirmado y cuadrado todo se proceder con el pago correspondiente al mes a través de la nueva plataforma SUNAT, pagos masivos de detracciones, se genera el comprobante para ser archivado y enviado al área contable en este caso hacemos uso de WhatsApp para el envío de archivos como se ve en la Figura 17, para que después lo suban al Dropbox.

Figura 17.

Envío de Constancia de pago de detracciones.



Nota: Conversación extraída de WhatsApp, 2025.

Para la gestión de planillas mensuales, se maneja un Excel donde se

centraliza toda la información relevante de los colaboradores de la empresa. Esta herramienta me permite organizar y calcular de manera eficiente los pagos correspondientes a cada trabajador, asegurando el cumplimiento de las obligaciones laborales y tributarias, el Excel incluye de cada trabajador datos como:

- Datos personales y laborales: Nombre completo, DNI, cargo, fecha de ingreso, tipo de contrato y área de trabajo.
- Datos salariales: Sueldo base, bonificaciones, comisiones y otros incentivos.
- Descuentos y aportes: Retenciones por AFP/ONP, seguros de salud (EsSalud/SCTR) y descuentos por adelantos o préstamos internos.
- Horas trabajadas y horas extras: Registro de asistencia, ausencias injustificadas, tardanzas y cálculos de horas extras.
- Cálculo de beneficios laborales: Gratificaciones, CTS, asignación familiar y vacaciones.

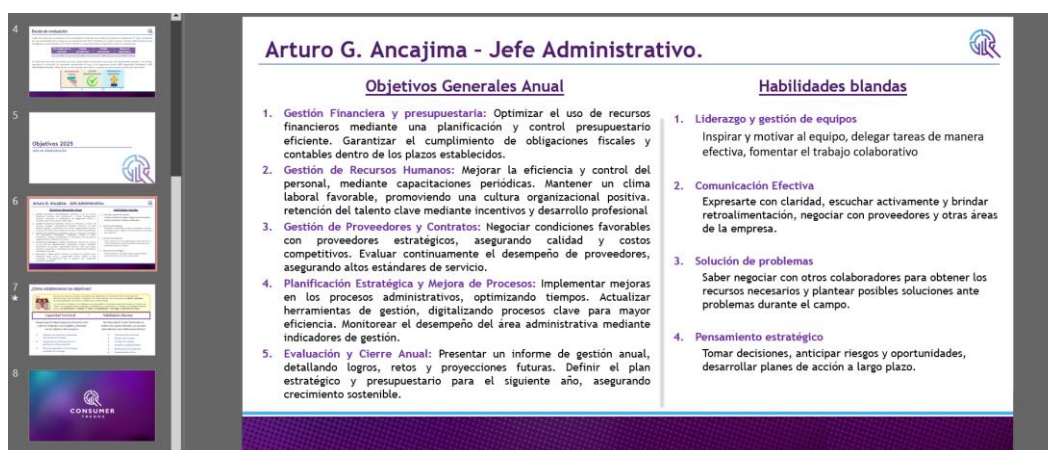
La información es verificada con el jefe de administración antes de ser presentada a gerencia para su aprobación, cada fin de mes se levanta la planilla una vez validada y se procede hacer el pago en este caso mediante el BBVA Net Cash, donde te permite gestionar pagos masivos de haberes de 5ta categoría. El reporte generado de pago se presenta a contabilidad donde se encargan de generar la boleta de pago de cada colaborador para luego hacerle entrega a cada uno debidamente firmada.

Al culminar el año 2024, se realizó una reunión estratégica con los directores y jefes de áreas, en la cual se tocaron temas como el estado financiero de la empresa, determinando si hubo pérdidas o ganancias, así como el análisis de indicadores de

desempeño. También se llevó a cabo una evaluación individual de área, considerando el cumplimiento de objetivos, desafíos enfrentados y oportunidades de mejora. Durante la reunión, cada director y jefe recibió un feedback detallado, estableciendo nuevas metas y objetivos tanto generales como específicos para el 2025. En mi caso, al ser la primera vez que participaba como representante de un área, se me asignó objetivos que debía cumplir para fortalecer la gestión administrativa, optimizar recursos, como se puede visualizar en la Figura 18, contribuyendo al desarrollo de la empresa.

Figura 18.

PPT de objetivos generales para el año 2025.



Nota: Adaptado de PowerPoint, por la Administración, 2024, Fuente: TRENDS MK.

A lo largo del tiempo, las actividades que al comienzo desempeñaba en el área de Administración han ido evolucionando y expandiéndose, lo cual me ha permitido asumir nuevas responsabilidades optimizando procesos claves para la empresa. Esta evolución no solo es resultado de la experiencia adquirida, sino también como una iniciativa por mejorar la eficiencia operativa de la empresa y demostrando mi capacidad en la gestión administrativa. Cuando hablamos de

nuevas funciones me refiero a tareas operativas básicas a una gestión más estratégica tanto con el recurso humano y financiero, ha habido una mayor participación en la planificación, control presupuestario, y optimización de procesos internos. Además, las mejoras implementadas como digitalización de documentos y desarrollo de plantillas para hacer más eficiente la gestión de proveedores, compras y pagos. Este crecimiento ha sido clave en mi desempeño en el área administrativa, teniendo una serie de impactos positivos, evidenciando mi capacidad de adaptación, liderazgo y mejora continua dentro de la empresa.

Como se ha mencionado anteriormente, en el área de administración de la empresa, se utilizan diversas herramientas digitales para hacer más óptima la gestión de algunas actividades en particular ya sean diarias o mensuales. Para el manejo y control de actividades, empleamos Excel, donde hacemos cálculos financieros, planilla y presupuestos entre otras cosas. Word es utilizado para elaborar informes, documentos administrativos, contratos, mientras que PowerPoint nos permite plasmar información en algunos casos de los mismos informes a presentaciones claras y profesionales. En la comunicación formal, utilizamos Outlook para el envío y recepción de correos electrónicos con clientes, proveedores y colaboradores. Con respecto a almacenar y digitalizar documentos, recurrimos a herramientas como Google Drive, MEGA y DropBox, donde archivamos y compartimos información relevante en el día a día, hacemos uso del drive para almacenar entregables específicos, ya que algunos clientes hacen supervisión en tiempo real de los datos que se van subiendo a las tablas. Además de eso, recurrimos al Bloc de Notas en ocasiones como para guardar alguna cuenta o códigos de manera más práctica. Finalizando con Zoom, una herramienta de uso frecuente para facilitar la comunicación en caso alguna persona esté en modalidad

Home Office. Dichas herramientas nos permiten mantener una administración eficiente estructurada y alineada con las necesidades y estratégicas.

Para poder gestionar mis tiempos y actividades eficientemente en la parte administrativa utilizó tres importantes medios para organizarse, tanto en tiempo y en el cumplimiento de mis responsabilidades. Para programas reuniones ya sea con el gerente, directores, colaboradores, proveedores y clientes, utilizo Google Calendar que me ayuda mucha en meses donde se ejecutan los entregables, ya que me envía notificaciones de alerta y me permite mantenerme al tanto de las reuniones. Además, manejo una agenda digital en mi celular a través de una aplicación que trae integrada (Bloc de Notas), en la cual registró tareas semanales y la cual también puedo crear una notificación de alerta para actividades de importancia elevada. No obstante, la herramienta que personalmente más prefiero es la agenda física, la cual llevo conmigo a todas partes para poder tomar apuntes de manera inmediatas, registrar información relevante sobre los detalles de una reunión. Estas herramientas me permiten en el día a día organizarme, gestionar mejor mi tiempo y responder con rapidez a alguna necesidad.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

En el presente capítulo se hará mención a las principales falencias encontradas durante el tiempo inicial de mi gestión administrativa en la empresa, junto con las estrategias de implementación que se aplicaron para corregirlas. A partir de un análisis de las deficiencias encontradas, se realizaron una serie de acciones con la finalidad de mejorar la eficiencia operativa, el control administrativo y el ambiente laboral.

Tabla 1.

Resultado de implementación en la estructura documental.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
Falta de estructura documental formal: Falta de normativas claras sobre jornadas, actividades, sanciones, permisos y beneficios. Generaba inconsistencia en la aplicación de normas y desmotivación del personal.	Implementación de feedback mensual con colaboradores para revisar el cumplimiento del reglamento interno y comunicar cambios aprobados por la Gerencia. Se sustentan con base legal y se escucha a los colaboradores.	Se logró mayor claridad en la gestión administrativa, reducción de conflictos laborales y mejora en la motivación del personal.

Nota: Elaboración propia.

El cambio se notó mediante el Reglamento Interno de Trabajo, de manera que permitió establecer una estructura organizacional clara, mediante procesos, normas, obligaciones, etc. Los cuales cada uno de los colaboradores debían respetar, en comparación a cómo se manejaba antes, en donde un permiso se generaba mediante una llamada telefónica sin dejar un registro por escrito y sin negociar forma de recuperación de horas.

Tabla 2.

Resultado de implementación en la falta de control de la jornada laboral.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
<p>Falta de control en la jornada laboral: Ausencia de un sistema biométrico, lo que dificultaba la planificación operativa y la correcta liquidación de beneficios.</p>	<p>Implementación de un sistema biométrico de control de asistencia mediante huellero con la aplicación TTLock. Se brindó capacitación a los colaboradores para su uso adecuado.</p>	<p>Se mejoró la puntualidad y asistencia de los colaboradores, optimizando la planificación operativa. La automatización del control de horarios permitió una mayor equidad en la gestión de tiempos y una reducción en errores administrativos relacionados con la liquidación de sueldos.</p>

Nota: Elaboración Propia.

Ante la deficiencia en el control de jornadas laborales, se programó una reunión con el gerente donde se llevó 3 propuestas de cotización para implementar un huellero, el mejor que se acomoda a nuestras necesidades, quedaría seleccionado, por lo que se evaluó calidad, costo, versatilidad y tiempo de entrega. Como se observa en la Figura 19 es el equipo de biometría ya instalado, lo que básicamente es una cerradura inteligente, es muy práctico y versátil como ya mencionado funciona con la aplicación TTLock. Después de la instalación, se dio una charla general con todos los colaboradores, donde se dieron las pautas a realizar para marcar la entrada y la salida correctamente, Luego cada uno fue llamado para digitar su huella (dedo pulgar) y con ello configurar el horario laboral establecido.

Figura 19.

Cerradura Inteligente implementada en CONSUMER TRENDS MK EIRL.



Nota: Elaboración Propia.

Tabla 3.

Resultado de implementación en la deficiencia en la gestión documental.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
Deficiencia en la gestión documental: Falta de orden en los archivos de colaboradores, lo que ponía en riesgo la integridad de la información y generaba retrasos administrativos.	Organización sistemática de los documentos de los colaboradores, asegurando su adecuada clasificación y resguardo.	Se optimizó el acceso a la información, reduciendo tiempos de búsqueda y minimizando errores en la gestión administrativa. La disponibilidad inmediata de documentos facilitó auditorías internas y mejoró la seguridad de los registros laborales.

Nota: Elaboración Propia.

Cuando hablamos de documentación de procesos internos la falta de orden nos lleva a una mala práctica sobre el manejo de datos especialmente de nuestro

personal. Cuando se habilitó una sección exclusiva para estos documentos el cambio fue evidente al momento de tramitar cuentas CTS, renovaciones de contratos, notificaciones, bajas, certificados, etc. Toda esta información al tenerla en una sección específica facilitaba cualquier trámite correspondiente sin tener que buscar en el historial de correos recibidos, como se solía hacer antes.

Tabla 4.

Resultado de implementación en el historial de licitaciones.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
Desorden en el historial de licitaciones: No había un registro organizado de licitaciones ganadas y perdidas, lo que impedía el análisis de patrones de éxito y fracaso.	Creación de un sistema de archivo ordenado para las licitaciones, permitiendo su fácil acceso y análisis.	La organización de datos históricos permitió evaluar tendencias en los procesos de licitación, facilitando la toma de decisiones estratégicas basadas en evidencias previas. Se optimizó la preparación de propuestas, incrementando las oportunidades de éxito.

Nota: Elaboración Propia.

El impacto que género en la planificación, análisis y realización de documentos para participar en futuros procesos de selección se vio reflejado en el 2024 cuando postulamos a varios procesos y el 80% de estos, obtuvimos la buena pro correspondientes a estudios con el MINCETUR. Gracias al historial de postulaciones anteriores que nos permitieron un panorama más amplio sobre nuestros errores y oportunidades.

Tabla 5.

Resultado de implementación en el manejo de facturas.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
<p>Manejo ineficiente de facturas: Falta de organización en facturas de clientes y proveedores, afectando la rapidez en la toma de decisiones financieras.</p>	<p>Creación de una plantilla en Excel con apartados detallados para el registro y control de facturas. Se incluyó un sistema de seguimiento con fechas de pago.</p>	<p>Se agilizó el proceso de control financiero, reduciendo retrasos en pagos a proveedores y evitando sanciones por incumplimiento de plazos. Además, se mejoró la transparencia en la gestión financiera y la planificación presupuestaria.</p>

Nota: Elaboración Propia.

Implementar este aspecto de la empresa genera que podamos fortalecer significativamente la planificación financiera. Como resultado, se logró evitar retrasos en los pagos a proveedores, garantizando también el cumplimiento puntual de nuestras obligaciones financieras. Con esto no solo se redujo riesgos operativos, sino, que también ayudó a mejorar la reputación de la empresa, fortaleciendo relaciones comerciales, logrando fidelizar a los proveedores al brindarle confianza y seguridad en los acuerdos.

Tabla 6.

Resultado de implementación en la falta de control de pagos de procesos internos.

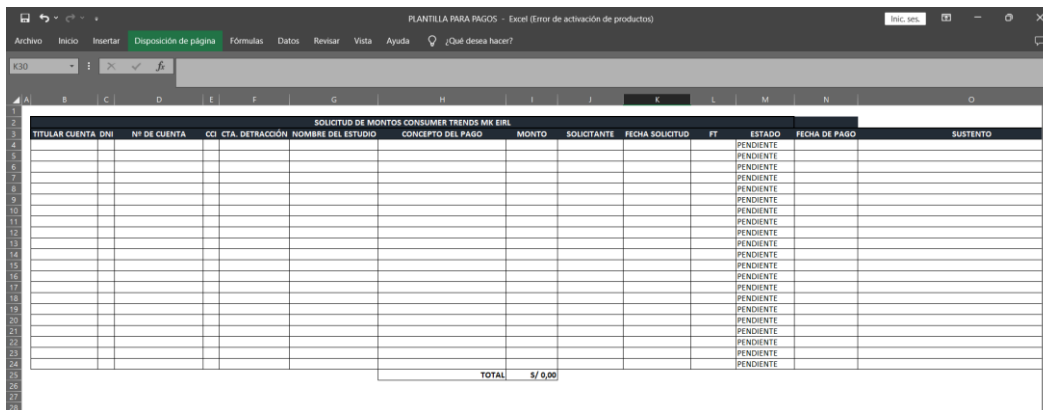
<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
<p>Falta de control en pagos de procesos internos: No existía una herramienta para registrar presupuestos, generando descontrol sobre costos operativos.</p>	<p>Implementación de una plantilla en Excel para solicitudes de pago, con un cuadro general en administración para seguimiento. Se suben comprobantes en MEGA para mayor transparencia.</p>	<p>Se obtuvo un mayor control sobre el flujo de efectivo, permitiendo la optimización de recursos y una mejor planificación financiera. La trazabilidad de pagos redujo el riesgo de errores y desbalances presupuestarios.</p>

Nota: Elaboración Propia.

Se logró una mayor transparencia sobre el flujo de dinero con su respectivo sustento, como se puede observar en la Figura 15, lo que después se adjunta en un cuadro general que maneja administración donde están todos los pagos pendientes y su fecha de solicitud, en la Figura 20 cuenta con columnas para ordenar la información de cada solicitud a pagar, y estas son: Cuenta titular, DNI/RUC, CCI, Detracción, Nombre del estudio, Concepto del Pago, Monto, Solicitante, Fecha solicitud, N° factura, Estado, Fecha de pago y Sustento, el comprobante de pago se sube a la proforma MEGA y se adjunta el link en el cuadro manteniendo transparencia en los pagos generados.

Figura 20.

Plantilla general de solicitud de pagos, control del área de administración.



Nota: Adaptado de Excel, por la Administración, 2025.

Tabla 7.

Resultado de implementación en la falta de control de pagos de procesos internos.

<u>Falencia Observada</u>	<u>Estrategia Implementada</u>	<u>Mejora Observada</u>
<p>Errores en toma de decisiones directivas: Decisiones sin evaluación de carga laboral, afectando la operatividad y el clima laboral.</p>	<p>Feedback dirigido a directores de área, consolidando información sobre liderazgo, eficiencia y clima laboral. Reuniones con Gerencia para alinear estrategias.</p>	<p>Se mejoró la planificación estratégica en la distribución de cargas laborales, evitando sobrecargas y promoviendo un ambiente de trabajo más equitativo. La retroalimentación constante permitió una toma de decisiones más acertada y alineada con las necesidades operativas.</p>

Nota: Elaboración Propia.

No solo los feedback son hacia los colaboradores, si no también van dirigidos a los directores de área, ya que la mejora continua requiere una evaluación

en todos los aspectos. Internamente, se lleva a cabo un proceso en que se le pide a cada integrante del equipo identificar fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en la gestión. La administración se encarga de consolidar esos datos en un reporte estructurado, el cual incluye percepciones de liderazgo, eficiencia operativa, recursos disponibles y clima laboral. Posteriormente, se programa una reunión con el director de área y el gerente general para presentar el feedback detallado, con el objetivo de alinear estrategias.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se presentarán las conclusiones del presente trabajo de suficiencia profesional después de haber realizado la Gestión Administrativa de una Empresa de Investigación de Mercados de Turismo Interno de Distrito de San Miguel – Lima – 2024, el análisis permitió conocer los pros y contras en la gestión y de qué manera influyeron positivamente los cambios que se implementaron en el último año.

En la empresa se identificó que carecía en primer lugar, de una estructura documentaria, aspecto clave para la gestión administrativa, lo que ocasionada una falta de control y una inconsistencia en la aplicación de normativas, dificultando la toma de decisiones. La ausencia de directrices afectaba la motivación del personal, la transparencia en la gestión del recurso humano y la capacidad de respuesta ante situaciones imprevistas. La implementación de un reglamento interno y la sistematización de documentos administrativos permite estandarizar, garantizar y fortalecer el compromiso organizacional.

La falta de un control sistematizado de asistencias generaba problemas en la planificación operativa y afectaba la productividad del área. Con la instalación de un sistema bibliométrico, se logró mejorar la puntualidad, mayor precisión de cálculo en las planillas mensuales y optimizar la planificación del área. Esto garantizo un mejor monitoreo de los colaboradores asegurando el cumplimiento de la jornada laboral establecida.

La carencia en la organización respecto a los documentos administrativos, representaba un riesgo en la integridad de la información y generaba contratiempos en los debidos procesos administrativos. La digitalización y clasificación de estos

documentos permitió una notable mejora en la accesibilidad de la información, reduciendo tiempos de búsqueda y evitando pérdida de datos. Almacenar un historial de archivos también facilita el análisis de patrones de éxito y fracaso, optimizando futuras estrategias de participación en procesos de contratación.

La falta de organización en la gestión de facturas y pagos dificultaba un análisis financiero, generando problemas al momento de una reunión con el Gerente general, además, de retrasos en los pagos de proveedores. La implementación de una herramienta que ayude con el control de facturas, permite consolidar toda la información en un solo archivo, asegurando el cumplimiento de los plazos establecidos de pago. Esto fortaleció la planificación presupuestaria, reduciendo errores reduciendo errores contables y mejorando la relación con los proveedores.

La falta de planificación en las áreas afecta la dinámica de trabajo y, si no se gestiona adecuadamente por el directivo, puede generar sobrecarga laboral. La retroalimentación continua, tanto para colaboradores como para directores, permitió tener una evaluación objetiva de la operatividad de la empresa y detectar oportunidades de mejora en la gestión directiva. La consolidación de liderazgo, eficiencia operativa y clima laboral permitió a la Gerencia General tomar decisiones más acertadas con las necesidades del equipo, promoviendo un ambiente laboral más equitativo y mayor coordinación con el área.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que la empresa continúe con la revisión y actualización periódicamente del reglamento interno de trabajo para asegurar que las normativas que lo integren aseguren las necesidades actuales de la organización y estén alineadas con las disposiciones legales vigentes. Además, es fundamental que los

cambios sean oportunamente comunicados a todos los colaboradores garantizado su cumplimiento.

Contar con un sistema biométrico es una gran herramienta, sin embargo, se recomienda realizar auditorías correctivas, para evaluar su eficacia y que no existan irregularidades en el registro de horario. Asimismo, se podría implementar la integración de un software de gestión de recursos humanos que permita generar reporte automatizados sobre el desempeño de los colaboradores.

Para que la organización pueda seguir mejorando, se recomienda la implementación un hosting en la nube que garantiza la una mayor seguridad en la información, permite accesos controlados y facilite el análisis de dato.

Aunque Excel es de gran utilidad, lo que ha permitido mejorar ciertos procesos, se recomienda considerar la implementación de un software de gestión financiera que automatice procesos. Un sistema ERP permitirá más eficiencia en el control de cuentas por pagar y por cobrar, reduciría la posibilidad de errores manuales y facilita la conciliación de registros contables en tiempo real.

La gestión administrativa debe incluir métricas que faciliten una evaluación objetiva sobre el impacto de las decisiones directivas. Por ello, se recomienda establecer indicadores de rendimiento (KPIs) enfocados en la eficiencia operativa, clima laboral, satisfacción del cliente y recursos financieros. Esto permitirá que se pueda realizar ajustes estratégicos asegurando que las decisiones estén alineadas con los objetivos organizacionales.

Tener reuniones periódicas entre directivos y colaboradores ha sido clave para mejorar el clima laboral. Sin embargo, se recomienda fortalecer aún más la comunicación organizacional mediante la implementación de canales internos de información y espacios de participación para el personal. Lo que fomentará una

mejor cultura de trabajo en equipo.

REFERENCIAS

Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú]. (2021). *REPORTE TRIMESTRAL DE DESEMPEÑO TURÍSTICO EN EL PERÚ*. ComexPerú. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-003.pdf>

Sociedad de Comercio Exterior del Perú [ComexPerú]. (2020). *Desempeño y competitividad turística en el Perú*. ComexPerú. <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/boletin-turismo-020.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2024). *El Perú registró más de 2,5 millones de turistas internacionales en el 2023*. gob.pe. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/891448-el-peru-registro-mas-de-2-5-millones-de-turistas-internacionales-en-el-2023>

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL [WTTC]. (2024). *Contribuirá el sector de viajes y turismo con más de 20 mil millones de dólares al PIB de Perú durante 2024: WTTC*. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. <https://wttc.org/news-article/contribuira-el-sector-de-viajes-y-turismo-con-mas-de-20-mil-millones-de-dolares-al-pib-de-peru-durante-2024-wttc#:~:text=Una%20mirada%20retrospectiva%20al%202023,gobierno%20y%20el%20sector%20privado%E2%80%9D>.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2024). *Más de 19 millones de turistas nacionales se movilizaron por el Perú durante el primer semestre del 2024*. gob.pe. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/997692-mas-de-19-millones-de-turistas-nacionales-se-movilizaron-por-el-peru-durante-el-primer-semestre-del-2024>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2025). *Al cierre del 2024, el turismo receptivo creció en 29% con relación al año pasado*. gob.pe. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1091972-al-cierre-del-2024-el-turismo-receptivo-crecio-en-29-con-relacion-al-ano-pasado>

Giuliana C. (2023). *Investigación de mercados y turismo: Vol. Volumen 1* (Nro. 1. Primera Edición) [Impresión digital y puesta en línea]. Cámara Ecuatoriana del Libro: ISBN. https://acvenisproh.com/libros/index.php/Libros_categoria_Academico/article/view/35/46

Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. México. https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf

NIZAMA, P. (2021). *IMPLEMENTAR UN PLAN ESTRATÉGICO 2020-2021 PARA LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA T.G. TURISMO EN GRUPO SAC EN LIMA* [Trabajo de Suficiencia Profesional para Licenciatura, SAN IGNACIO DE LOYOLA]. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/89ba5581-176a-4443-8bbb-4798d240d082/content>

Administrativa G, Su Y, El RC, Kevin A, Paredes G. ACADEMICO USMP USMP FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN “CENTRO LIMA”, LIMA, 2023 PRESENTADO POR EDUARDO MARTÍN GARCÍA MARQUEZ.

Fernández Cueria N, Pérez Ricardo E del C, Medina Labrada JR, Coronado Provance KZ, Feria Velázquez FF. *Gestión del marketing digital en organizaciones turísticas. Visión de Futuro*. 2022 Jul 1;(26, No 2-2022):188–210.

Skora L, Senefonte H, Delgado M, Lüders R, Silva T. *Comparing Global Tourism Flows Measured by Official Census and Social Sensing*. 2022 Mar 11; Available from: <http://arxiv.org/abs/2203.06015>

Garcés-Giraldo, L., Cardona-Acevedo, S., Benjumea-Arias, M., Arenas-Fernández, A., Espinoza Román, J., Garcia Marín, E., Valencia-Arias, A., &

Bermeo-Giraldo, C. (2022). Tendencias en el uso del marketing digital en el sector turismo: una perspectiva bibliométrica. *Revista Ibérica de Sistemas E Tecnologías de Información*, 1-14.
<https://www.proquest.com/openview/9f05482b42531fd0238a48d927d8da34/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>

Liu S, Liu O, Chen J. A Review on Business Analytics: Definitions, Techniques, Applications and Challenges. Vol. 11, Mathematics. MDPI; 2023.

Bracio K, Szarucki M. Mixed Methods Utilisation in Innovation Management Research: A Systematic Literature Review and Meta-Summary. *Journal of Risk and Financial Management*. 2020 Nov 1;13(11).

Jiménez-Partearroyo M, Medina-López A. Leveraging Business Intelligence Systems for Enhanced Corporate Competitiveness: Strategy and Evolution. *Systems*. 2024 Mar 1;12(3).

Alyahya M, Aliedan M, Agag G, Abdelmoety ZH. Understanding the Relationship between Big Data Analytics Capabilities and Sustainable Performance: The Role of Strategic Agility and Firm Creativity. *Sustainability (Switzerland)*. 2023 May 1;15(9).

Daries J, Jaime V, Bucaram S. la influencia del COVID-19 y recomendaciones pos-COVID-19 Nota sectorial de turismo [Internet]. 2010. Available from: <http://www.iadb.org>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PROMPERU]. (2024). *Perfil del Vacacionista Nacional*. promperu.gob.pe. <https://www.promperu.gob.pe/turismo/in/reportes/detallereporte?reporte=301&re direccionar=1#turistaextranjero>

Condori Chura D, Flores-Vargas SA. Impactos económicos del turismo en proveedores de servicios turísticos a nivel mundial: Una revisión sistemática. *Puriq*. 2023 Dec 10;5:e540.

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE SAN MIGUEL. (2019). *Turismo*.
Municipalidad San Miguel Contigo Siempre.

https://munisanmiguel.gob.pe/municipalidad-de-san-miguel/turismo/?utm_source

Prada-Trigo J, Armijos Chillogallo D, Crespo Cordova A. El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador [Internet]. 2018. Available from: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>


Morillo Moreno, M (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, 1, 1-25. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Vázquez-Miraz P, Llorente MRP. Implementación de un plan anual de metas para la mejora de la producción científica en una universidad colombiana. Aspectos positivos y negativos. *Revista General de Informacion y Documentacion*. 2020;30(2):457–71.

ANEXOS

Anexo N° 1: Autorización de datos CONSUME TRENDS MK

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA
PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE
SUFICIENCIA PROFESIONAL**



Yo Jorge Edwin Montoya Cardenas
(Nombre del representante legal o persona facultada en permitir el uso de datos)

identificado con DNI o CE N° 41425100, como representante legal de la empresa /
institución: Consumer Trends MK EIRL

con R.U.C. N° 20603500777

ubicada en la ciudad de Lima. Otorgo la **AUTORIZACIÓN** de uso de información a:

1) Arturo Cordillo Ancayima, con DNI/CE 77329165

2) _____, con DNI/CE _____

Egresado/s de la Carrera profesional o Programa de Posgrado de Admin y Servi. Turisticos
(carrera xxxxxx / maestría)

de la Universidad Privada del Norte, para que utilice la siguiente información de la empresa:


(Detallar la información a entregar)

con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación, Tesis o Trabajo de
suficiencia profesional para optar al grado de Bachiller, Título Profesional Maestro, Doctor.

Autorizo expresamente el uso de la información con fines académicos, incluyendo su publicación en el
repositorio de la Universidad Privada del Norte, contribuyendo con la comunidad educativa y sociedad
en su conjunto.

Respecto al uso del nombre y/o cualquier distintivo de la empresa, se determina:
(marcar con una "X" la opción seleccionada)

Mantener en reserva el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa.
 Autorizo mencionar el nombre y/o cualquier distintivo de la empresa.



CONSUMER TRENDS MK E.I.R.L.
RUC: 20603500777

Jorge Edwin Montoya Cardenas
Gerente General

Firma del Representante Legal o Autoridad
DNI o CE: 41425100
N° de celular de contacto: 955 167 119

Lugar y fecha de emisión
(Lima, 03 de febrero del 2025)

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos.
En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente;
asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda
ejecutar.

Nota: se solicita mantener todos los campos de información requeridos en el presente formato.

Firma del egresado (1)
DNI: 97329165

Firma del egresado (2)
DNI: _____

CÓDIGO DE DOCUMENTO	COR-F-REC-VAC-05.04	NÚMERO VERSIÓN	10	PÁGINA	Página 1 de 1
FECHA DE VIGENCIA	06/06/2024				