



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Costos de servicios y Rentabilidad en la empresa Operadora de  
turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Contador Público**

**AUTORAS:**

Calderon Yauri, Marisol (ORCID: 0000-0001-9605-7447)

Cusihuamán Mamani, Rosa Yolanda (ORCID: 0000-0002-2599-5564)

**ASESOR:**

Mg. Alvarez Lopez, Alberto (ORCID: 0000-0003-0806-0123)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

LIMA – PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

Dedico a mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se los debo a ellos entre los que se incluye este. Gracias Papitos gracias por sus bendiciones desde el cielo.

Los amare siempre.

Marisol Calderón Yauri

## **Dedicatoria**

A mi madre, porque ella sembró la semilla del amor al estudio y superación constante.

A mis hijos, quienes han sido mi mayor motivación para no rendirme y poder llegar a ser ejemplo para ellos.

Rosa Yolanda Cusihuamán Mamani

## **Agradecimiento**

Mi agradecimiento a mi familia, en especial a mi esposo, mis hijas y a mi profesor que me guiaron y me dieron todo el apoyo para realizar es investigación.

Les doy todas las gracias.

Marisol Calderón Yauri

## **Agradecimiento**

El principal agradecimiento a Dios quien me ha dado salud y fortaleza para seguir adelante.

A mis hijos, familia y docente, quienes me estimularon y apoyaron incondicionalmente y a todas esas personas que de una y otra manera contribuyeron en la realización de esta investigación.

Rosa Yolanda Cusihuamán Mamani

## Índice de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras.....	ix
Resumen .....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA.....	11
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	11
3.2. Variables y operacionalización .....	12
3.3. Población y muestra.....	13
3.4. Técnicas e Instrumentos de Datos .....	14
3.5. procedimientos.....	16
3.6. Método de análisis de datos.....	17
3.7. Aspectos éticos.....	17
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN.....	26
VI. CONCLUSIONES .....	29
VII. RECOMENDACIONES .....	31
REFERENCIAS .....	33
ANEXOS.....	37

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> validez de los expertos.....	15
<b>Tabla 2.</b> Coeficiente de Alfa de Crombach.....	16
<b>Tabla 3.</b> Procesamientos de datos.....	16
<b>Tabla 4.</b> Prueba de normalidad de la variable 1 Costos de Servicios.....	18
<b>Tabla 5.</b> Prueba de normalidad de la Dimensión 1 Costos directos .....	18
<b>Tabla 6.</b> Prueba de normalidad de la Dimensión 2 Costos Indirectos .....	19
<b>Tabla 7.</b> Prueba de normalidad de la Dimensión 3 Costos Operacionales .....	19
<b>Tabla 8.</b> Prueba de normalidad de la variable 2 Rentabilidad .....	19
<b>Tabla 9.</b> Prueba de normalidad de la Dimensión 4 Rentabilidad Económica.....	20
<b>Tabla 10.</b> Prueba de normalidad de la Dimensión 5 Rentabilidad Financiera.....	20
<b>Tabla 11.</b> Interpretación del coeficiente de Correlación Rho de Spearman .....	21
<b>Tabla 12.</b> Correlación de Spearman de los Costos de Servicios y la Rentabilidad .....	22
<b>Tabla 13.</b> Correlación de Spearman de la dimensión 1 Costos Directos con la variable 2 Rentabilidad.....	23
<b>Tabla 14.</b> Correlación de Spearman de la dimensión 2 Costos Indirectos con la variable 2 Rentabilidad.....	24
<b>Tabla 15.</b> Correlación de Spearman de la dimensión 3 Costos Operacionales con la variable 2 Rentabilidad.....	25
<b>Tabla 16.</b> Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) en la variable 1: Costos de Servicios .....	86
<b>Tabla 17.</b> Validez ítems por ítems de la variable 1: Costos por Servicios.....	86
<b>Tabla 18.</b> Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) en la variable 2: Rentabilidad. ....	88
<b>Tabla 19.</b> Validez ítems por ítems de la variable 2 Rentabilidad .....	88
<b>Tabla 20.</b> Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) del cuestionario.....	90
<b>Tabla 21.</b> El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.....	91
<b>Tabla 22.</b> Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.....	92

<b>Tabla 23.</b> Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio .....	93
<b>Tabla 24.</b> El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio	94
<b>Tabla 25.</b> Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo .....	95
<b>Tabla 26.</b> Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	96
<b>Tabla 27.</b> El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo .....	97
<b>Tabla 28.</b> Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.....	98
<b>Tabla 29.</b> El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio. ....	99
<b>Tabla 30.</b> Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.....	100
<b>Tabla 31.</b> Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.	101
<b>Tabla 32.</b> Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.....	102
<b>Tabla 33.</b> La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales .....	103

<b>Tabla 34.</b> Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio .....	104
<b>Tabla 35.</b> El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad. ....	105
<b>Tabla 36.</b> La rentabilidad sobre venta busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica .....	106
<b>Tabla 37.</b> La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .....	107
<b>Tabla 38.</b> La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo .....	108
<b>Tabla 39.</b> El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica .....	109
<b>Tabla 40.</b> Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de su actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera .....	110
<b>Tabla 41.</b> Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera .....	111
<b>Tabla 42.</b> Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa .....	112
<b>Tabla 43.</b> La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria .....	113
<b>Tabla 44.</b> El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera .....	114

**Tabla 45.** Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera ..... 115

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.....	91
<b>Figura 2.</b> Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.....	92
<b>Figura 3.</b> Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio .....	93
<b>Figura 4.</b> El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio	94
<b>Figura 5.</b> Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo .....	95
<b>Figura 6.</b> Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos	96
<b>Figura 7.</b> El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo .....	97
<b>Figura 8.</b> Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.....	98
<b>Figura 9.</b> El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio. ....	99
<b>Figura 10.</b> Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.....	100
<b>Figura 11.</b> Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto .....	101

<b>Figura 12.</b> Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.....	102
<b>Figura 13.</b> La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales .....	103
<b>Figura 14.</b> Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.....	104
<b>Figura 15.</b> El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad. ....	105
<b>Figura 16.</b> La rentabilidad sobre venta busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica .....	106
<b>Figura 17.</b> La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .....	107
<b>Figura 18.</b> La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo .....	108
<b>Figura 19.</b> El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica .....	109
<b>Figura 20.</b> Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de su actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera .....	110
<b>Figura 21.</b> Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera .....	111
<b>Figura 22.</b> Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa .....	112

<b>Figura 23.</b> La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria .....	113
<b>Figura 24.</b> El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera .....	114
<b>Figura 25.</b> Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera .....	115

## Resumen

En la investigación se ha planteado como objetivo general Determinar la manera en que los costos de servicio se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021, el tipo de la investigación fue básica de un nivel descriptivo-correlacional con el diseño no experimental, donde la muestra y la población estuvo formada por 15 colaboradores de la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, la técnica empleada fue de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados permitieron evidenciar que hay relación existente entre las dimensiones del Costo de Servicios (Costos directos, Costos indirectos y Costos operacionales) y la rentabilidad puesto que los valores de  $p=0.000<0.05$ , obteniendo además valores de  $Rho=0,868$ ;  $0.754$  y  $0,850$  respectivamente por cada dimensión por lo cual va a representar la existencia de una correlación positiva considerable y muy fuerte. Concluyendo que efectivamente existe una relación significativa entre el Costo de Servicio y la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions, Cusco, 2021, puesto que el valor de  $p=0.000<0.05$ , dicho sea de paso, se obtuvieron un valor de  $Rho Spearman =0.929$ , lo que representa una correlación positiva perfecta entre ambas variables.

**Palabras clave:** Costos, Directos, Indirectos, Operacionales y Rentabilidad.

## Abstract

The general objective of the research was to determine the way in which the service costs are related to the profitability in the company Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021, the type of research was basic at a descriptive-correlational level with a non-experimental design, where the sample and the population consisted of 15 employees of the company Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, the technique used was the survey and the instrument was the questionnaire. The results showed that there is an existing relationship between the dimensions of the Cost of Services (direct costs, indirect costs and operational costs) and profitability since the values of  $p=0.000<0.05$ , also obtaining values of  $Rho=0.868$ ;  $0.754$  and  $0.850$  respectively for each dimension, which represents the existence of a considerable and very strong positive correlation. Concluding that there is indeed a significant relationship between the Cost of Service and the Profitability of the company Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions, Cusco, 2021, since the value of  $p=0.000<0.05$ , incidentally, a value of  $Rho$  Spearman  $=0.929$  was obtained, which represents a perfect positive correlation between both variables.

**Keywords:** Costs, Direct, Indirect, Operational and Profitability.

## I. INTRODUCCIÓN

Las actividades turísticas ya sean como fenómenos sociales y como actividades económicas son un factor muy importante para la economía de nuestro país, principalmente en ciudades donde se desarrollan muchas actividades turísticas. Estos viajes turísticos son un movimiento económico que se dan, aumentan continuamente, ya que serán ambientales u económicos, dicho sea de paso, se les prestan mayores atenciones, debido a que estos consumidores están mejorando la información sobre los destinos arqueológicos y de las opciones de viaje y es en este sentido, que en nuestra ciudad, se crean distintas empresas que brindan todo tipo de servicios turísticos a modo de una estructura económica, que representan costos de inversión y que a la larga buscan beneficios económicos.

Es así que, como para toda organización económica, estos costos se compondrán de la mano de obra y también de los costos de personal en la que están involucrados con la prestación de los servicios, por otro lado incluirán personal de supervisión como también serán costos distribuibles que, a diferencia de esos costos de producción, se trata principalmente de la estimación en los costos de servicios basados en actividades, que representan actividades intangibles, pero que igual representa un costo de inversión.

El estudio se desarrollará en la empresa M&R Machupicchu Expeditions, la cual está destinada a ofrecer los servicios en turismo cultural y turismo de aventura. Por ende, la importancia de realizar la investigación en dicha empresa debido a la reactivación turística, ya que se pretende conocer los costos de servicio que maneja la empresa y cómo este relaciona con la rentabilidad.

La problemática primordial son los bajos niveles de rentabilidad que se ha generado en el periodo 2021 por parte de la empresa operadora de turismo, en la cual las causas que generaron estos bajos niveles de rentabilidad fueron varias, una serie de acontecimientos que llevaron a esta situación, es la situación contextual de emergencia que inicio el 15 de marzo de 2020, el descenso de la afluencia de turismo. Existen más de 1500 empresas operadoras de turismo en Cusco, de las cuales 37% son informales. Se ha notificado un problema en cuanto a la determinación de los costos en las empresas de servicio de turismo,

los gastos son a medida de orden de petición (tours y servicios vendidos) esto hace que no se tengan costos fijos, impidiendo la aplicación de los sistemas que se basan en modelos de empresas manufactureras. Por otro lado, se puede percibir sobre los ingresos donde serán menores a los gastos, obteniendo de esta manera una baja utilidad y viéndose afectado el patrimonio neto, dado que se observa mayores deudas a causa de los gastos generados por la pandemia y el cierre temporal de empresas dedicadas al rubro del servicio turístico, afectando así a los pagos de alquileres de las oficinas, el pago de internet, servicios básicos, entre otras. Por lo tanto, en el trabajo de investigación se ha observado que la empresa operadora de turismo lleva un control de costo de servicio de manera empírica, es decir que no se consideran los costos y gastos generados por el servicio, por lo tanto se busca conocer con exactitudes los costos de los servicios para poder estimar los costos directos, indirectos y operacionales en la prestación del servicio y por ende, definir si le es rentable el servicio prestado o no, para que la empresa pueda tomar las decisiones ya sean estratégicas para que puedan mejorar financiera y económicamente, por lo tanto se pretende conocer con claridad si los costos de los servicios se relaciona con la rentabilidad en la empresa operadora de turismo.

Por consiguiente, el estudio busca demostrar la deficiencia sobre los costes de actividades en los costos por actividades sobre la liquidez de la empresa, dado que la investigación proporcionará de información para el manejo adecuado del inventario, venta de servicio, abastecimiento de requerimientos, percepción del servicio y satisfacción del cliente.

De acuerdo al problema descrito, se plantea como problema general: ¿Cómo los costos del servicio se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021?, teniendo como problemas específicos: ¿Cuál es la relación de los costos directos con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021?; ¿Cuál es la relación de los costos indirectos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021?; ¿Cómo los costos operacionales se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021?.

Para esta investigación se tiene como justificación teórica, la aplicación de los conceptos teóricos sobre las variables de interés (costo de servicio y rentabilidad) sobre la empresa operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition. La empresa es un reflejo de modelo general de microempresa dedicado al turismo en Cusco. Los resultados dejarán precedentes para futuras discusiones en estudios en el sector turismo de Cusco.

La justificación práctica, con los resultados la empresa M& R Machupicchu Expedition podrá hacer un análisis de sus costos permitiéndole optimizar el sistema de producción y ventas. La elaboración de la investigación de tipo cuantitativo, de diseño observacional de corte transversal, de nivel correlacional en este periodo de tiempo provee información valiosa sobre el funcionamiento en tiempo de emergencia y como incidió sobre los costos y la rentabilidad

Esta investigación plantea como objetivo general: Determinar la forma en que los costos de servicio se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021, y como objetivos específicos: Establecer si los costos directos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021. Establecer si los costos indirectos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021. Establecer si los costos operacionales se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

Por ello, el estudio de plantea como hipótesis general: Los costos del servicio se relacionan con la Rentabilidad en el Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021, las hipótesis específicas son: a.

Los costos directos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021. Los costos indirectos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021. Los costos operacionales se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la investigación se considera pertinente desarrollar los siguientes antecedentes internacionales los cuales se detallan:

### ANTECEDENTES

**Herrera y López (2021)** desarrollaron un estudio referido a los costos en el sector turístico, siendo de carácter multidisciplinario aplicando el método analítico-estadístico y documental, llegando como conclusión que de acuerdo al modelo que costos se logra determinar la calidad mediante el proceso clásico PEF permitiendo identificar Los costos de preservación, evaluación y aquellos riesgos que pueden generar los aspectos ambientales. De acuerdo a la calidad de costos toma en cuenta la racionalización en las áreas contables permitiendo identificar la baja calidad Respecto a los criterios económicos.

**Martínez (2017)** desarrollo un estudio referido a los costos de servicio de agua y suelo en los laboratorios ambientales en la ciudad de Riobamba y que índice en la rentabilidad, con el diseño observacional siendo de enfoque cuantitativo, de una tipo documental descriptiva, es así que se llegó como conclusión en donde la rentabilidad económica disminuyo a un 0.86% obteniendo las pérdidas netas así como la rentabilidad financiera en donde dieron como resultados negativos, con esto se evidencio que no se están realizando los controles eficientes de los gastos en relación a los costos reales.

De acuerdo a **Cortes y Vargas (2018)** desarrollo un estudio referido a las agencia de viaje siendo de carácter biográfico lo cual se revisó 50 artículos para dar como conclusión que existe un beneficio en relación a la rentabilidad de las empresas dedicadas al sector turístico especialmente en las agencias de viajes identificando que estos deben de ser competitivos en el mercado es así que se debe invertir en desarrollar modelos de innovación adquiriendo plataformas tecnológicas que permiten operar en las redes del internet. Estas

cuentan con una alta incertidumbre ya que dependen del ambiente y del mercado turístico de esta manera las empresas que se encuentran en este rubro deben de contar con el conocimiento suficiente y la capacidad de adaptarse al entorno.

En relación a la investigación realizada por **Prado y Macías (2018)** desarrollaron un estudio referido a la estrategias de ventas y como estas influyen en la rentabilidad de una agencia de viajes, metodológicamente fue una investigación de enfoque cuantitativo realizado durante los años 2016 y 2017 concluyendo de este modo que las estrategias de venta tienen como finalidad generar ingresos en la agencia de viajes es así que a través de los datos numéricos permitió conocer la percepción del turista respecto a los servicios que ofrecen esta agencia ubicada en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, la cual permitió que a través de un diseño de plan de marketing generar nuevas estrategias de venta con el fin de elevar el nivel económico de este negocio permitiendo identificar las falencias cómo poder superarlas.

**Ruales (2017)** quien desarrollo su investigación referido al sistema de procesos y la rentabilidad en una agencia de servicios al turista tuvo como característica cuantitativa en relación al enfoque, de tipo deductivo y con una muestra de 106 clientes llegando como conclusión que los procesos se encuentran bien definidos pero no existe un orden cronológico afectando de alguna manera la rentabilidad de la empresa así también las estrategias claves permiten lograr los procesos organizacionales elevando la optimización del tiempo, de los recursos y generando una satisfacción con el turista. Durante el proceso contable en la agencia de viajes los estados financieros en las que cuentan logran identificar la rentabilidad demostrando que existe una alta demanda en adquirir los servicios que ofrece esta agencia.

En relación a los antecedentes nacionales se cuenta con:

**Bravo (2020)** a través de la investigación busca determinar el nivel de financiamiento y medir la rentabilidad de las mypes dedicados al sector turístico, siendo de tipo cuantitativo de nivel descriptivo y con una población de 12 empresas mypes, es así que se concluye que a través del financiamiento y

la capacitación logra generar una rentabilidad en las empresas pequeñas permitiendo éstas solicitar créditos con el fin de entrar al mercado competitivo en algunos casos no se toma en cuenta las capacitaciones a estas empresas quienes desconocen la finalidad de la obtención de un crédito financiero generando muchas veces limitaciones en poder adquirir equipos que puedan generar el adecuado funcionamiento de estas empresas.

**Centeno (2017)** desarrollo su investigación relacionada a los costos de servicio y la rentabilidad en una agencia de viajes, siendo un estudio con método analítico-descriptivo-deductivo, con diseño no experimental. Lo cual se concluyó en la agencia de viajes no se tome en cuenta el manejo de este sistema de costos, donde obtiene en el 2012 un número menor que en el 2013 así también los costos indirectos ascienden en el 2013 en relación al 2012, estos costos no son tomados como importantes ya que no siempre se lleva un registro adecuado por lo tanto al momento de evaluar la rentabilidad se evidencia una mala gestión de rentabilidad teniendo una puntuación mala respecto al análisis longitudinal y de la misma manera sucede en el análisis transversal.

**Rivero (2017)** desarrollo su investigación tomando en cuenta los costos y la utilidad de una agencia de viajes siendo de carácter de diseño no experimental, de tipo básica-pura, teniendo un nivel descriptiva-correlacional, lo cual concluye que de acuerdo a los costos referentes a las órdenes de servicio y utilidad bruta del agencia de viajes toma en cuenta tener una distribución normal cumpliendo que las ganancias del 15%, se ve reflejado en las ventas, asimismo los gastos en relación al financiamiento y operativos ha permitido identificar los resultados favorables respecto a los costos de la empresa..

**Baraybar (2018)** siendo la investigación relacionada a la gestión financiera y la rentabilidad donde cuenta como característica de tipo aplicada con diseño no experimental dónde se concluye que existe una correlación directa teniendo como resultado de acuerdo al coeficiente de 0.510 es así que

si hay una relación directa entre la gestión y la rentabilidad en agencia de viajes. De acuerdo a los datos descriptivos se evidencia que el 85.4% cuentas con una gestión financiera eficiente está reflejado por el nivel de rendimiento ya que existe un porcentaje de 60.4% considerado como eficiente.

**Orbe y Cuya (2020)** donde la gestión financiera y la influencia en la rentabilidad de una agencia de viaje donde la investigación fue transversal, descriptiva y Correlacional, concluyendo que en la agencia de viajes se debe de cuidar la gestión financiera tomando en cuenta el análisis financiero midiendo la rentabilidad durante el período 2016 al 2019 es así que en la empresa no fue necesario qué la eficiencia financiera genera una rentabilidad en la empresa teniendo un mayor endeudamiento permitiendo identificar los préstamos y las fuentes de los ingresos contando con una gran responsabilidad en general los pagos a tiempo.

Teorías que fundamentan a la primera variable Costos de Servicios son: Según Chambergó, (2019) Los costos de los servicios son productos intangibles que son los resultados de los esfuerzos ya sean mecánicos o humanos, en donde buscan responder a la satisfacción de las necesidades de los clientes, una de las características primordiales viene a ser las no pertenencias de una manera física, por ende, no será posible inventariarlas debido a que se está consumiendo al momento en que se está prestando. estos costos de servicios.

Así mismo, podemos considerar lo referido por Aguirre, Barona, & Dávila , (2020) en donde los costos de servicios son los reconocimientos del costo derivado en las prestaciones de los servicios y de diferentes actividades ordinarias, por la cual se requiere de ciertas técnicas así como procedimientos que son importantes para la medición de los volúmenes de las actividades en la cual estas prestaciones serán a través de los cómputos de los servicios adquiridos, por otro lado, estos servicios se prestan para cada una de las áreas de actividades.

Los costos en empresa de servicio de acuerdo a Choy Zevallos, (2017) nos indica que estos sectores de los servicios obtienen un ofrecimiento adecuado y sostenible para la economía del país, de este modo el porcentaje se adquiere para en ello puedan presentar peculiaridades personales. Este servicio serán actividades intangibles e identificables transitorias en las que estos resultados humanos producen un hecho desempeñando los esfuerzos que participaran los clientes y que estas no serán posibles adquirirlas físicamente, lo cual están podrán ser ofrecidas a la venta; dicho sea de paso, estas podrán ser el objetivo principal de una compostura imaginada para indemnizar las insuficiencias.

Los Costos Directo podemos considerar lo referido por Gonzales Delgado, (2017) quien indica que estas entidades efectivamente cumplen de maneras generales con diferentes metodologías en el que se tiene los sistemas para las clasificaciones de los diferentes gastos. por otro lado, también se tiene que las áreas responsables vana corresponder para los diferentes centros de los costes, en ello van a tener diferentes cambios. Mediante la aplicación del sistema de costo por órdenes se pueden obtener los costos de materia directa.

Según Alberca & Rodriguez, (2019) Es difícil referirse a un sistema que pueda clasificar a los diferentes costos en los sistemas de servicio en la compañía. Sin embargo, se puede aplicar la misma lógica que la teoría general entendiéndose como costos directos a aquellos que se puedan atribuir a la unidad. Entonces los costos que directamente se aplican sobre la realización de “un tour por persona” se denominan como costos de servicio.

Costo Indirecto Gonzales Delgado, (2017) nos indica que, respecto al que son importes de los diferentes costos ya sean indirectos, por otro lado, la conceptualización se ha aplicado, también se están adquiriendo adicionalmente a las órdenes de los trabajos. Dicho sea de paso, son precisos desarrollar las tasas de aplicaciones mediante las informaciones establecidas de os diferentes costos de presupuesto de los costes de la compañía.

Otro autor como Laporta Pomi, (2018), indica que los costos por actividades más conocido como ABC., propone una solución al manejo de los gastos indirectos, así como su tratamiento, donde se consideran las actividades que consumen los recursos, por ello, se analiza las actividades si producen utilidad con el fin de reducir los gastos innecesarios, también se plantean que no serán los productos ni los servicios, ni los departamentos los que van a consumir los costos sino las actividades.

Para Salazar & Marcela, (2018) Los costos indirectos se denominan a aquellos que se van acumulando en el proceso de brindar el servicio que no pueden contabilizarse en base a la unidad como por ejemplo gasolina, sueldos de guías de turistas, etc. Para la identificación de estos costos es importante reconocer que actividades generan gastos o consumen recurso al momento de prestar el servicio.

Los Costos Operacionales, según Landaure (2017), indica que los costes de explotación comprenden los gastos que se generan en la inversión hasta que finalice el mismo, los cuales son los costos de operación, gastos administrativos y generales, gastos de gestión de la inversión, impuestos, gastos financieros y otros. Donde el componente principal son los gastos de mantenimiento que requieren del capital.

Se define como costos operacionales para Arellano Cepeda et al., (2017) aquellos que se originan como consecuencia de las áreas operativas como marketing. Es decir, obtener ganancia. Dentro de las empresas de servicio se considera como costo operacional todo aquel gasto que se origina para la consolidación de una venta.

Rentabilidad, Salluca & Correa, (2018) está definida como la diferencia positiva entre los ingresos y salidas (gastos) de una empresa. Así como también para Contreras y Díaz se define como el retorno de la inversión.

De este modo, Jara et al. (2018) Afirma que las rentabilidades son las capacidades que poseen diferentes organizaciones y producir beneficios que se relacionan con los resúmenes que se aplican en el proceso operativo.

Rentabilidad en empresa de servicio, según Pitre et al., (2020) la rentabilidad en una empresa de servicios es diferente a una productora desde el punto de los costos sin embargo el principio es el mismo. La rentabilidad siempre encabeza la elaboración de un plan financiero y es la planeación en las operaciones de la empresa de servicio donde más incide. La planeación propone maximizar las oportunidades minimizando costos y riesgos buscando un mejor rendimiento siendo esta un pilar importante dentro de cualquier empresa.

Rentabilidad Económica según Santisteban-Zaldívar et al., (2020) se basa en el rendimiento de los activos sin contemplar su financiamiento en un periodo de tiempo. Esta rentabilidad mide el potencial de los activos y permite comparar empresas en base a este parámetro sin tener en consideración sus obligaciones financieras. Es así pues el indicador básico que evalúa la gestión financiera en base al manejo integral de los activos.

Rentabilidad Financiera según Castillo, (2020) son medidas para que se pueda valorar las ganancias obtenidas en los recursos empleados a diferencia de la rentabilidad económica estas evalúa los rendimientos de activos en diferentes periodos de tiempo, por ende, se toma en cuenta los orígenes de los financiamientos. Esta rentabilidad financiera es medida por el ROE el cual se calcula dividiendo los beneficios netos de la compañía entre los recursos propios, por lo tanto, se utiliza el beneficio al final del periodo y los recursos que son propios se utilizan al principio del periodo.

Rentabilidad sobre ventas, según Verastegui, (2018) señala que una empresa es rentable cuando general utilidades o también sus ingresos son mayores que sus gastos y estos resultados entre estos componentes son considerados aceptable, entonces los márgenes de la rentabilidad sobre las

ventas evaluarán las ganancias de la compañía por cada una que va a facturar la empresa. Por lo tanto, los que son más utilizados son los márgenes brutos y márgenes operativos. Las ventas son el principal objetivo de una entidad empresarial, en caso de las empresas de servicios es la prestación del mismo. Es así que la rentabilidad sobre las ventas se define como el margen de utilidades que se generan durante un año considerando las ventas netas.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación

**3.1.1. Tipo de investigación:** De acuerdo con el estudio de investigaciones se tiene que son de tipos– básicos aplicados debido a que se tuvo una contrastación de todas las teorías y bases teóricas con la realidad para que de esta manera se pueda establecer costos de servicio para esta empresa, así como también se logró determinar su rentabilidad. Para Pilar Baptista, (2018) señala que para este tipo de investigación se guardarán amenas correlaciones con la investigación, básica, ya que estas dependen de los hallazgos y el avance en las investigaciones básicas, dicho sea de paso, se enriquecen con los que estas se caracterizan con los diferentes intereses en las aplicaciones utilizadas”.

Sobre todo, lo detallado, se asume que el nivel de investigación fue Correlacional determinando precisamente que existen dos variables de estudio planeando establecer el nivel de relación entre ambas. Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2018) “Para las situaciones estas se analizarán las correlaciones entre las dos variables, ya que con las frecuencias se ubicarán en los estudios relacionados ya sean entre las 3 o 4 o dependiendo a las variables.”

Con referencia al enfoque de investigación, tenemos que hacer mención que la investigación es de tipo cuantitativo, en el sentido de que se pretende medir ambas variables de estudio con técnicas numéricas, principalmente bajo un análisis financiero; del mismo modo, se estima conveniente la aplicación de encuestas a los trabajadores de la empresa

quienes conocen la realidad financiera de esta misma, midiendo estadísticamente la relación entre ambos factores. Así como Hernández, Fernández, & Baptista, (2018). señala que para estos enfoques cuantitativos se van a representar los conjuntos de los procesos ya que son en las consecuencias probatorias. En estos procesos no podremos saltar u ocultar los pasos porque el orden es riguroso y en ello podemos definir a las diferentes etapas”

**3.1.2. Diseño de Investigación:** El diseño de la investigación fue observacional – transversal en el sentido que la toma de datos se realizó en un determinado momento, así como también, se estableció que no se realizará ningún estudio posterior a modo de experimento con los datos obtenidos en este estudio. “Para este diseño en las investigaciones transaccionales se van a adquirir los diferentes datos para los solos momentos. Estos propósitos son para describir las diferentes variables y analizar sus incidencias dadas” Hernández, Fernández, & Baptista, (2018).

### **3.2. Variables y operacionalización**

Las variables en el trabajo de investigación fue los costos de servicios y la rentabilidad, Baena (2017) indica que las variables son cualidades que varían y pueden ser medidas de persona a persona o en forma grupal. Se puede entonces identificar como primera variable a los costos de servicios y como segunda variable a la rentabilidad.

#### **Variable 1. Costos de Servicios**

El costo de servicio es un factor determinante. Basado en características generales, considerando también bases económicas. Por lo general se puede indicar que los costos de servicios consideran toda producción definitiva. Se puede tomar en cuenta la estimación de los costos de servicios para poder llevar una mejor gestión empresarial precisando aquellos gastos innecesarios en los que incurre una organización económica.

#### **Dimensiones**

- Costos directos

- Costos indirectos
- Costos operacionales

**Indicadores:**

Salario administrador, comisiones, alimentos, transporte, guía, ingresos, alojamiento, alquiler o depreciación, internet, servicios básicos, equipos de protección y salud, botiquín de primeros auxilios, materiales de consumo y suministro, obligaciones y seguros, seguros, capacitación publicidad y promoción.

**Variable 2. La rentabilidad**

La rentabilidad puede entenderse como una condición financiera en la que se puede establecer algún tipo de estabilidad y la capacidad de generar cualquier beneficio, ganancia, provecho y sobre todo también la utilidad. Hasta este punto podemos afirmar que la rentabilidad se encuentra estrechamente relacionado con las ganancias a partir de cierta inversión. Es la variable de estudio que se evaluara mediante ratios financieros para determinar si la rentabilidad fue alta o baja.

**Dimensiones**

- Rentabilidad económica
- Rentabilidad financiera

**Indicadores:**

Activos, capital, utilidad, utilidad neta, patrimonio, ventas, utilidad bruta

**3.3. Población y muestra****Población**

La población de estudio estará representada por 15 trabajadores de la empresa, así como están confirmado los estados financieros que permitirán identificar los costos de la empresa y medir la rentabilidad.

**Muestreo**

Para el estudio de investigación se aplicó el muestreo no probabilístico por conveniencia, sobre el tema, Hernández et al. (2018) señala que “el muestreo no probabilístico les permite escoger los elementos que forman parte

de la muestra sin depender de la estadística, sino de las características de la investigación y de los propósitos en el que persigue en investigador”.

### **3.4. Técnicas e Instrumentos de Datos**

#### **3.4.1. Técnica de recolección de datos**

##### **Técnica – Encuesta y Revisión Documentaria**

La presente investigación estima conveniente la aplicación de encuestas principalmente para evaluar el conocimiento y manejo de los costos estimados dentro de la empresa, así como también realizar un análisis financiero en base a la información que la empresa maneja.

#### **3.4.2. Instrumento de recolección de datos**

##### **Instrumento – Cuestionario y Ficha de Revisión Documentaria**

En la presente investigación, para obtener los resultados se elaborará un cuestionario de preguntas basados en los indicadores determinados, así como también la ficha de revisión documentaria servirá para la toma de datos sobre la información financiera necesaria para la estimación de los costos de servicio de la empresa.

#### **3.4.3. Validación y confiabilidad de instrumento**

##### **Validez**

“La validación de un método que evalúa el grado de confiabilidad de los instrumentos de medición utilizados durante el desarrollo de la investigación siendo realizado por expertos dando su conformidad” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018)

Es por esa razón, que para la validación de los instrumentos se contara con tres expertos de acuerdo a la especialidad de finanzas y contable, siendo docentes de la Universidad Cesar Vallejo.

De acuerdo a lo anterior mencionado se a los siguientes expertos siendo los siguientes:

**Tabla 1.** validez de los expertos

EXPERTO	OPCIÓN DE APLICABILIDAD
DR. PEDRO COSTILLA CASTILLO	
DRA. PATRICIA PADILLA VENTO	
DR. ALBERTO ALVAREZ LOPEZ	

Fuente: Elaboración Propia

### **Confiabilidad**

Se considera que un instrumento es confiable porque presenta grados de veracidad, siendo un instrumento de recojo de datos fiables, así como coherente en cuestión del contenido. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2018)

El instrumento para el recojo de información será procesado estadísticamente aplicando el alfa de Cronbach, siendo esta fórmula para medir la fiabilidad de manera matemática, el resultado obtenido permitida identificar el grado de fiabilidad ya que si se aproxima a la unidad será considerado como un instrumento “perfecto”.

### **Prueba de confiabilidad**

Las pruebas de confianza de los instrumentos con Alfa de Cronbach medirá los cuestionarios en general, como también de la medición de los ítems que conforman a cada variable.

### **Técnica del Alfa de Crombach**

El alfa de cronbach es una técnica que aplica un paradigma de consistencia interna, basado en hallar la media ponderada expresada como un coeficiente que mide la fiabilidad de los ítems que conforman el cuestionario o instrumento a utilizar. Considerandose como bueno cuando este coeficiente es mayor a 0.75.

**Tabla 2. Coeficiente de Alfa de Crombach**

Significado	Valor
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.50 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.86
Alta confiabilidad	0.90 a 1

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 3. Procesamientos de datos**

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

*Fuente: Elaboración Propia*

### 3.5. Procedimientos

Para Pilar Baptista, (2018) El procedimiento del trabajo se inició con determinar la relación los Costos de Servicios y la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco, la cual se colocó los problemas generales, subsiguientemente a emplearse las herramientas, como la encuesta, posteriormente se analizarán datos recopilados y en ello demostrar los resultados de acuerdo al objetivo del estudio. Posteriormente se planteará la conclusión y por ello se hará la recomendación conveniente a los casos donde servirán a las empresas y en ello tendrán una mejora en el manejo de inventarios y poder optimizar la rentabilidad. Cabe señalar que los datos

obtenidos son de cuestionarios realizados a personales en la en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco y lo veremos en anexos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

En el trabajo de investigación al utilizar una encuesta y revisión documentaria hará uso del Excel para su análisis de los estados financieros, así como un SPSS para los cuestionarios, siendo estas técnicas validados con anterioridad mediante juicios de expertos.

### **3.7. Aspectos éticos**

El trabajo de investigación tendrá características éticas, los datos financieros utilizados serán utilizados de manera profesionales sin alterarlos o ser revelados para otro fin, así mismo las opiniones de los trabajadores recolectadas no tendrán alguna modificación y los nombres permanecerán ocultos.

La Escuela Académica Profesional de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo tomando en cuenta el reglamento y la guía de elaboración de trabajos de investigación.

## IV. RESULTADOS

### Validación de la Hipótesis

#### Prueba de Normalidad

Para la comprobación de la significancia, se utilizara el “valor de p” que se define como la probabilidad de tener el mismo resultado por azar, este suele ser  $< 0.05$  (5%) para considerarse estadísticamente significativo, y este valor será utilizado en esta investigación.

Para a prueba de distribución de los datos normal contamos con dos modelos: Kolmogorov – Smimov y Shapiro – Wilk, en esta investigación contamos con la participación de 15 trabajadores por lo cual aplicaremos la prueba de Shapiro-Wilk que se aplica con una muestra menor de 50.

Para nuestra prueba si el valor de p a la operación resulta  $< 0.05$  entonces aceptamos la hipótesis alterna considerando que el azar no es responsable del resultado de correlación.

**Tabla 4.** Prueba de normalidad de la variable 1 Costos de Servicios

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos de Servicio	,143	15	,200*	,929	15	,030

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia

Por el resultado de la prueba de Shapiro wilk y el valor de p hablamos sobre la muestra no lleva un modelo paramétrico, siendo esto significativo.

**Tabla 5.** Prueba de normalidad de la Dimensión 1 Costos directos

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos Directos	,140	15	,200*	,915	15	,003

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors  
*Fuente: Elaboración Propia*

Para la dimensión Costos directos de la variable Costos de Servicios, el valor de p es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica.

**Tabla 6.** Prueba de normalidad de la Dimensión 2 Costos Indirectos

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos Indirectos	,136	15	,200*	,963	15	,048

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors  
*Fuente: Elaboración Propia*

Para la dimensión Costos Indirectos de la variable Costos de Servicios, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica.

**Tabla 7.** Prueba de normalidad de la Dimensión 3 Costos Operacionales

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos Operacionales	,216	15	,058	,909	15	,030

a. Corrección de significación de Lilliefors  
*Fuente: Elaboración Propia*

Para la dimensión Costos Operacionales de la variable Costos de Servicios, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica.

**Tabla 8.** Prueba de normalidad de la variable 2 Rentabilidad

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Rentabilidad	,135	15	,200*	,908	15	,025

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: *Elaboración Propia*

Para la variable 2 Rentabilidad, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica.

**Tabla 9. Prueba de normalidad de la Dimensión 4 Rentabilidad Económica**

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Rentabilidad Económica	,147	15	,200*	,929	15	,001

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: *Elaboración Propia*

Para la dimensión Rentabilidad Económica de la variable Rentabilidad, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica

**Tabla 10. Prueba de normalidad de la Dimensión 5 Rentabilidad Financiera**

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Rentabilidad Financiera	,173	15	,200*	,932	15	,020

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para la dimensión Rentabilidad Financiera de la variable Rentabilidad, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se llega a concluir que la población no es normal, y por ende se deberá utilizar la prueba no paramétrica

## Correlación de Rho Spearman

Se utilizó el modeo de Rho Spearman, por el resultado de Sahpiro Wilk. Se comprobará la hipótesis mediante la prueba de Correlación de Rho de Spearman debido a los resultados de la prueba de normalidad, medirá la fuerza y dirección de la asociación de los rangos de las variables. Así se busca aceptar la hipótesis alterna. Sumado a esto el valor de p que debe ser menor a 0.05.

A continuación se detallara los resultados más importantes con la interpretación correspondiente.

**Tabla 11.** Interpretación del coeficiente de Correlación Rho de Spearman

Rango	Interpretación
De -0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
De -0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
De -0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
De -0.11 a -0.50	Correlación negativa media
De -0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	Correlación nula
De +0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
De +0.11 a +0.50	Correlación positiva media
De +0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
De +0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
De +0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

*Fuente: Elaboración Propia*

## **Correlación de prueba de Hipótesis General**

### **Evaluación de la Hipótesis General**

**H<sub>0</sub>:** Los costos del servicio no se relacionan con la Rentabilidad en el Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021.

**H<sub>a</sub>:** Los costos del servicio se relacionan con la Rentabilidad en el Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021.

### **Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$**

Para determinar el nivel de significancia, al nivel de confianza del 95% se le resta 1, y se obtiene como dato el margen de error 0.05. (Este dato sirve para determinar la significancia: Sig.).

**Tabla 12. Correlación de Spearman de los Costos de Servicios y la Rentabilidad**

<b>Correlaciones</b>				
		Variable		
		1:Costos de Servicio	Variable 2:Rentabilidad	
Rho de Spearman	Costos de Servicio	Coeficiente de correlación	1,000	,929**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,929**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración Propia

### **Comprobación:**

Si el valor de p es menor al nivel de significancia <0.05>, se acepta la hipótesis alterna (Ha), pero si el valor de p es mayor al nivel de significancia <0.05>, se acepta la hipótesis nula (Ho) y se rechaza la hipótesis alterna (Ha). Asimismo, si se obtiene un Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman (Rho) de +0.01, entonces se tendrá una correlación positiva, en caso contrario será una correlación negativa.

### **Interpretación:**

Al obtener como resultado un valor de (**Sig.= 0,000 < 0.05**), se acepta la hipótesis alterna. Se puede afirmar que existe relación entre la variable de costo de servicios y rentabilidad (**Rho = 0.929**), indicando también que la fuerza de asociación es muy fuerte teniendo una positiva perfecta.

### **Correlación de prueba de Hipótesis específica 1**

#### **Evaluación de la Hipótesis Específica 1**

**H<sub>0</sub>:** Los costos directos no se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

**H<sub>a</sub>:** Los costos directos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

#### **Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$**

Para determinar el nivel de significancia, al nivel de confianza del 95% se le resta 1, y se obtiene como dato el margen de error 0.05. (Este dato sirve para determinar la significancia: Sig.).

**Tabla 13. Correlación de Spearman de la dimensión 1 Costos Directos con la variable 2 Rentabilidad**

<b>Correlaciones</b>				
			Costos Directos	Variable 2: Rentabilidad
Rho de Spearman	Costos Directos	Coeficiente de correlación	1,000	,868**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	15	15
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,868**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	15	15

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración Propia*

### **Comprobación**

Si el valor de p es menor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ), pero si el valor de p es mayor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Asimismo, si se obtiene un Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman (Rho) de +0.01, muy cercana al 0, entonces la correlación es muy fuerte pero de manera negativa.

**Interpretación:** Se obtuvo que existe una relación entre los costos directos entendiéndose como comisión, alimentos, transporte, etc con la rentabilidad (Rho = 0.868) y con ( $p= 0,000 < 0.05$ ), lo que indica que existe una correlación positiva muy fuerte. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna

### **Correlación de prueba de Hipótesis específica 2**

#### **Contrastación de la Hipótesis Específica 2**

**H<sub>0</sub>:** Los costos indirectos no se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

**H<sub>a</sub>:** Los costos indirectos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

### Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para determinar el nivel de significancia, al nivel de confianza del 95% se le resta 1, y se obtiene como dato el margen de error 0.05

**Tabla 14.** Correlación de Spearman de la dimensión 2 Costos Indirectos con la variable 2 Rentabilidad

		Correlaciones		
			Costos Indirectos	Variable 2: Rentabilidad
Rho de Spearman	Costos Indirectos	Coeficiente de correlación	1,000	,754**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	15	15
Variable 2: Rentabilidad	Variable 2: Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,754**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	15	15

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración Propia

### Comprobación

Si el valor de p es menor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ), pero si el valor de p es mayor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Asimismo, si se obtiene un Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman (Rho) de +0.01, muy cercana al 0, entonces la correlación es muy fuerte pero de manera negativa.

**Interpretación:** Se obtiene un nivel de significancia ( $p= 0,000 < 0.05$ ). Es decir, si existe relación entre los costos indirectos como alojamiento, servicios básicos y la rentabilidad; con **(Rho = 0.754)**, lo que indica que existe una correlación positiva considerable. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna

### Correlación de prueba de Hipótesis específica 3

#### Evaluación de la Hipótesis Específica 3

**H<sub>0</sub>:** Los costos operacionales no se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

**H<sub>a</sub>:** Los costos operacionales se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expedition Cusco 2021.

### Seleccionar el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Para determinar el nivel de significancia, al nivel de confianza del 95% se le resta 1, y se obtiene como dato el margen de error 0.05.

**Tabla 15.** *Correlación de Spearman de la dimensión 3 Costos Operacionales con la variable 2 Rentabilidad*

		<b>Correlaciones</b>	
		Costos Operacionales	Variable 2:Rentabilidad
Rho de Spearman	Costos Operacionales	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,850**
		N	15
	Variable 2:Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,850**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	15

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: *Elaboración Propia*

### **Comprobación**

Si el valor de p es menor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ), pero si el valor de p es mayor al nivel de significancia  $<0.05>$ , se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se rechaza la hipótesis alterna ( $H_a$ ). Asimismo, si se obtiene un Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman (Rho) de +0.01, muy cercana al 0, entonces la correlación es muy fuerte pero de manera negativa.

**Interpretación:** Al obtener como resultado un valor de ( $p = 0,000 < 0.05$ ), es estadísticamente significativo. Es decir, sí existe relación entre los costos operacionales como la publicidad y la rentabilidad; además se obtuvo un valor de (**Rho = 0.850**), lo que indica que existe una correlación positiva muy fuerte. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna

## **V. DISCUSIÓN**

Los resultados son contrastados con otras investigaciones. El objetivo de nuestra investigación fue determinar si existe una relación entre los costos de servicios y la rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions.

### **HIPÓTESIS GENERAL**

De acuerdo a los resultados del trabajo desarrollado, los costos de Servicios se relacionan con la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions. Se validó la hipótesis general, aplicando el instrumento a 15 colaboradores de la de la operadora mencionada.

Al igual que lo expresado por (Centeno, 2017) dentro de sus resultados sobre los costos de servicio y la rentabilidad en una empresa de agencia de viajes, la Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions de nuestro estudio tampoco cuenta con un registro de costos detallado como tampoco detalles sobre todas las dimensiones de la rentabilidad. Esto impide un análisis más exhaustivo de la relación de ambas variable, también, dejando a dimensiones parcialmente medidas por falta de datos, introduciendo sesgos. Respecto a la fuerza de asociación (Rivero, 2017) tuvo un resultado similar teniendo un coeficiente de correlación de  $Rho: 0.952$  (siendo el de nuestra investigación  $Rho: 0.929$ ), siendo bastante similar a nuestro resultado. Esto puede estar fundamentado en que ambas empresas trabajan por orden de servicio y los costos tienen el mismo patrón, minimizando así los costos indirectos y operacionales que se hallan constantes en una empresa manufacturera.

## **HIPÓTESIS ESPECIFICA 1**

Se obtuvo que, los Costos Directos se relaciona con la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions. Se comprobó la hipótesis alterna, aplicando el cuestionario a 15 trabajadores.

Respecto a la correlación de Spearman se obtuvo un coeficiente de Rho = 0.868, indicando que sí existe correlación, misma que es muy fuerte y positiva, respectivamente el nivel de significancia con el valor de  $p: 0.000 < 0.05$ .

Existe una correlación positiva entre el salario, las comisiones, los alimentos, transporte y servicio de guía turístico con la rentabilidad. Esto puede explicarse por la teoría de (Choy Zevallos, 2017) quien explica que en la dinámica de las empresas de servicio, los costos directos están determinados por la orden. Es así que se puede inferir que mientras más ordenes de servicio existan, aumentaran los costos directos pero a su vez incrementara la rentabilidad.

## **HIPÓTESIS ESPECIFICA 2**

También se obtuvo que los costos indirectos se relaciona con la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions. Validando la hipótesis alterna.

Se empleó la correlación del Spearman, para la validación de la hipótesis del presente estudio, obteniendo un Rho = 0.754, de este modo se confirma la Existencia de una correlación positiva y considerable, teniendo un nivel de  $p < 0.05$ , con el resultado se acepta la hipótesis alterna.

De acuerdo a los resultados se confirma que el estudio de Rivero, (2017) quien realizo una investigación sobre los costos y la utilidad en la empresa de agencia de viajes. Este apartado es ligeramente controversial, dentro de las

empresas de servicio el equivalente a los costos fijos son los costos indirectos pues abarcan las categorías que no pueden ser divididas entre 1 según Choy. Sin embargo nuestros resultados arrojan una correlación positiva considerable que puede ser explicada por la baja cantidad de trabajadores de nuestra muestra.

### **HIPÓTESIS ESPECIFICA 3**

Según los resultados, los Costos Operacionales se relaciona con la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions. Se validó la hipótesis específica N.º3, aplicando el instrumento a 15 trabajadores.

Se empleó la correlación del Spearman, para la validación de la hipótesis del presente estudio, obteniendo un  $Rho = 0.850$ , de este modo se confirma la existencia de una correlación que es positiva y elevada, con un nivel de significancia  $<0.005$ .

Esto puede verse explicado por la misma teoría que avala los costos directos, que solo se cumple en empresas prestadoras de servicio como las operadoras de turismo. Rivero menciona la variación del registro de costos operacionales en las empresas por orden de servicio que avala este resultado.

## VI. CONCLUSIONES

Llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Con la validación del objetivo general respecto a la existencia de relación entre las variables: Costos de Servicios y Rentabilidad, llegamos a la conclusión que, la hipótesis planteada es verdadera. Es decir que los Costos de Servicios se relaciona con la Rentabilidad de la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, esto a razón que los costos de servicios muestran niveles bajos al igual que la rentabilidad, esto debido a que los colaboradores revelan niveles medios y regulares como son ni de acuerdo ni desacuerdo sobre el servicio que presta la empresa, esto porque el estado de emergencia ha influido negativamente en el flujo turístico.
2. Con relación al objetivo específico 1 y los resultados descriptivos se concluye que el costo directo muestra niveles regulares o menores al igual que la Rentabilidad. Existe una relación directa positiva muy alta entre la Mano de obra directa y la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions.
3. Respecto al objetivo específico 2 y los resultados descriptivos se concluye que los costos indirectos muestran niveles menores o iguales a la rentabilidad, esto debido a que no se está cubriendo los costos de los servicios básicos así como el internet, los alquileres, las depreciación entre otros por parte de la empresa debido a la poca demanda de turistas en nuestra localidad por el estado de emergencia por Covid-19 no se tiene llegada de turistas. Existe una relación directa positiva muy alta entre los costos indirectos y la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions.
4. Respecto al objetivo específico 3 y los resultados descriptivos se concluye que los Costos operaciones muestran niveles menores o iguales a la rentabilidad, esto debido se tiene poca publicidad así como también los

materiales y suministros que se les brinda a los turistas y guías no son las más adecuadas ya que no se está mejorando la adquisición de estas debido a la poca concurrencia de turistas debido al Covid-19. Existe una relación directa positiva muy alta entre los costos indirectos y la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions.

## VII. RECOMENDACIONES

1. Respecto al objetivo general de nuestra investigación: determinar la relación de los costos de servicios y la rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions se identificó debilidades y limitaciones al momento de recolectar datos sobre ambas variables. Se recomienda, entonces, a los gerentes de la empresa de turismo M & R Machupicchu Expeditions de Cusco adoptar un modelo que permita identificar, clasificar y controlar las dimensiones de ambas variables, especialmente la de costo de servicio. Esto permitirá optimizar la rentabilidad en base a los datos obtenidos.
2. Respecto a la asociación de los costos directos y la rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, del análisis descriptivo se obtiene que hay un manejo inadecuado sobre los costos directos por lo tanto, se recomienda al gerente de la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions de Cusco establecer esquemas detallados sobre los costos directos que ayuden a determinar correctamente el Costo de servicio y su magnitud.
3. En cuanto a la relación de de los Costos indirectos y la Rentabilidad en empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, del análisis descriptivo se desprende que el los colaboradores no está muy satisfechos porque indican un nivel regular, estos datos sugieren una ausencia dela identificación de los Costos indirectos, por lo que, se recomienda a la empresa de turismo M & R Machupicchu Expeditions mejore los servicios internet ya que es una herramienta fundamental para la empresa, ya que con ella se capta turistas extranjeros, así como también este al día en los pagos de alquiler de local ya que la ubicación de la oficina está en una parte estratégica de la ciudad ya que es la plaza de armas.

4. En cuanto a la relación de los Costos operacionales y la Rentabilidad en empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expeditions, del análisis descriptivo se desprende que el los colaboradores no está muy satisfechos con los materiales que se le dan a los guias y los turistas porque no son las más adecuadas por ello indican un nivel regular. Se recomienda al gerente de la empresa de turismo M & R Machupicchu Expeditions mejore los implementos de los guias y los turistas ya que en los paquetes turísticos se ofrecen diferentes tipos de aventuras y por ende deben estar bien equipados para el desarrollo de esta.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, C., Barona, C., & Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Universidad Peruana Unión*, 50-65.
- Alberca, J., & Rodriguez, G. (2019). *Incremento de rentabilidad en la empresa El Carrete*. Ecuador: Universidad Nacional de Ecuador.
- Arellano, O., Quispe, G., Ayaviri, D., & Escobar, F. (2017). Estudio de la Aplicación del Método de Costos ABC en las Mypes del Ecuador. *Revista de Investigaciones Altoandinas*, 19(1), 33-46.
- Baraybar, C. (2018). *Gestión financiera y rentabilidad en agencias de viaje, Distrito de San Isidro, 2018*. Peru: Universidad Cesar Vallejo.
- Bravo, M. (2020). Financiamiento y capacitación en la rentabilidad de las Mypes del Sector turístico. *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*, 1-13.
- Castillo, L. (2017). *Fidelización y el nivel de ventas en la Empresa Natura Cosméticos S.A.C*. Chimbote.
- Centeno, J. (2017). *Los costos y su influencia en la rentabilidad de la agencia de viajes y turismo Koyiki Tours EIRKL periodos 2012 y 2013*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Chambergó, I. (2018). *Costos ABC presupuesto empresarial y estrategias gerenciales*. Pacífico Editorea SAC.
- Choy Zevallos, E. E. (2017). Dilema de los costos en las empresas de servicios. *QUIPUKAMAYOC | Revista de la Facultad de Ciencias Contables*, 7-14.
- Cortes, R., & Vargas, E. (2018). prospectiva en agencias de viajes. *Turismo y sociedad*, 45-64.
- CromexPerú. (2019). *Desempeño y competitividad turística-Resultado 2019*. Lima: CromexPerú.
- Económica. E. (05 de Mayo de 2020). Reactivación del turismo: Grave crisis afecta a la región Cusco. *Económica. E*.
- Eslava, R., & Parra, B. (2019). *Costos basados en actividades (ABC): Análisis de los factores claves identificados en las investigaciones desarrolladas*. Colombia : 6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo 2do

- Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.
- Flores, H. (2020). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de tabaco en el municipio de Estelí ciclo*. Nicaragua.
- Gonzales Delgado, N. d. (2017). Procedimiento de un sistema de costo. *Cofin Habana*. 2017. 12. (Número 2). 91-101, 91-101.
- Hernández, D. (2017 ). *Procesos de distribución y su influencia en el nivel de ventas de ALPER S.A.C. .* Trujillo: Universidad Cesar Vallejos .
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera, P., & López, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *Cofin Habana*.
- Huacchillo , L., Ramos, E., & Pulache, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Revista Universidad y Sociedad*, 356-362.
- Jara, G., Sánchez, S., Bucaram, R., & García , J. (2018). Analisis de indicadores de rentabilidad de la pequeña banca privada en el Ecuador a partir de la dolarización. *Compendium*, 54-76 .
- Landaure, J. (2017). *Costos de inversión y de operación en la formulación de un proyecto*. Obtenido de <http://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Laporta Pomi, R. (2018). *Sistema de costos con base en actividades (ABC)*. Bogotá: V LEX.
- Larson. (2018). *Taking Customer Service from Cost Center to Profit Center. Sales y Marketing Management*. Obtenido de [e https://salesandmarketing.com/content/taking-customer-service-cost-center-profit-center](https://salesandmarketing.com/content/taking-customer-service-cost-center-profit-center)

- Maqueda, A. (2019). *La rentabilidad del bono español a diez años se sitúa en mínimos históricos*. Lima Peru.
- Martinez, J. (2017). *Los costos de servicios de aguas y suelos de laboratorio CESTTA y su incidencia en la Rentabilidad* . Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato.
- Nogueira, D., Medina, A., Hernández, A., Comas, R., & Medina, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, 106-115.
- Nuño, P. (04 de Setiembre de 2017). *Emprende pyme. net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-operativos.html>
- Orbe, R., & Cuya, L. (2020). *Gestión financiera y su influencia en la rentabilidad de la agencia de viajes Amanecer Pucallpino EIRL, años 2016-2019*. Lima: Universidad Peruana Union.
- Petitti, D. (2019). *Cómo dirigir la promoción de sus ventas*. España: Granica.
- Pilar Baptista, L. (2018). *Metodología de la Investigación 7ma Edición* . Mexico : McGrawHill.
- Prado, L., & Macias, M. (2018). *Analisis de las estrategias de venta y sus incidencia en la rentabilidad de las empresas de viajes de la ciudad de Guayaquil*. Ecuador: Universidad de Guayaquil.
- Quito, J. (2017). *Los costos operativos por órdenes de producción y su impacto en los estados financieros de la empresa Koko Cool*. Guayaquil : Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil .
- Rivero, G. (2017). *Costos por ordenes de servicio y utilidad en la agencia de viajes Carrusel representaciones SAC, Miraflores 2016*. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Ruales, F. (2017). *El Sistema de Gestión por Procesos y su Efecto sobre la Rentabilidad de una Empresa de Servicios Viajeros*. Ibarra: Universidad Tecnica del Norte.
- Salluca, H., & Correa, F. (2018). *La Rentabilidad en la economía* . Mexico : McGraw.
- Santoró, F. (31 de Enero de 2019). La hora del turismo para Colombia. *La República*.

- Torres, M., Narváez, C., & Erazo, J. (2019). Costos ABC/ABM como herramienta de gestión empresarial. Caso empresa PlanERP Cía Ltda. *Empresa & Gestión*, 3(2), 114-135.
- Verastegui, M. (2018). *Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad en la empresa AyS contratistas S.A.C.* Trujillo Peru : UCV.
- Yactayo, K. (2017). *Diseño de un sistema de costeo absorbente del servicio de alojamiento para* . Bellavista.
- Zamalloa, Y. (2019). *Metodología de la investigación científica* . Mexico: McGrawHill.

## **ANEXOS**

**ANEXO 1**  
**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TITULO: COSTOS DE SERVICIOS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M & R  
MACHUPICCHU EXPEDITIONS, CUSCO 2021**

"COSTOS DE SERVICIO Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M&R MACHUPICCHU EXPEDITIONS CUSCO-2021"			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	1. MÉTODO DE INVESTIGACION Cuantitativo 2. TIPO DE ESTUDIO Aplicada 3. DISEÑO DE ESTUDIO No experimental - Transversal 4. POBLACIÓN Trabajadores del Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions. 5. MUESTRA 6. TÉCNICA Encuesta y revisión documentaria 7. INSTRUMENTOS Encuesta
¿De qué manera los costos del servicio se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021?	Determinar la manera en que los costos de servicio se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021.	Los costos del servicio se relacionan con la Rentabilidad en el Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021	
ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	ESPECÍFICOS	
¿Cómo los costos directos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021? ¿Cómo los costos indirectos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021? ¿Cómo los costos operacionales se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021?	Determinar cómo los costos directos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021. Determinar cómo los costos indirectos se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021. - Determinar cómo los costos operacionales se relacionan con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021.	- Los costos directos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021. - Los costos indirectos se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021. - Los costos operacionales se relacionan directamente con la Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M& R Machupicchu Expeditions Cusco 2021.	

**ANEXO 2**

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES**

**TITULO: COSTOS DE SERVICIOS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M& R MACHUPICCHU EXPEDITIONS, CUSCO 2021**

"COSTOS DEL SERVICIO Y RENTABILIDAD EN EL OPERADOR DE TURISMO M&R MACHUPICCHU EXPEDITIONS, CUSCO 2021"					
HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<b>GENERAL</b>	<b>VARIABLE1: COSTOS DE SERVICIO</b>	Se considera como costo cuando se utiliza o consume algún recurso de la empresa para cumplir un objetivo. (Sanchez,2015)	Los elementos del costo de servicio son: costos directos, costos indirectos y costos operacionales. (Choy Zevallos, 2017)	<b>COSTOS DIRECTOS</b>	Salario
Los costos de servicios se relacionan con la Rentabilidad en el Operador de Turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021					Comisiones
					Alimentos
					Transporte
<b>ESPECIFICOS</b>	<b>VARIABLE 2: RENTABILIDAD</b>	La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o	La rentabilidad es la capacidad que tiene una determinada empresa para generar utilidades en contraste con sus gastos y otros egresos en un periodo de tiempo específico. Para calcular la rentabilidad	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	Servicio de Guiado de turismo
					Comprobante de ingresos
					Alojamiento
					Alquiler
a. Los costos directos se relacionan con la ratio de rentabilidad en relación a las ventas (ROS) de la Empresa "M& R de Machupicchu Expedition Cusco 2021	<b>VARIABLE 2: RENTABILIDAD</b>	La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o	La rentabilidad es la capacidad que tiene una determinada empresa para generar utilidades en contraste con sus gastos y otros egresos en un periodo de tiempo específico. Para calcular la rentabilidad	<b>COSTOS OPERACIONALES</b>	Internet
					Servicios Básicos
					Depreciación
					Materiales y suministros
a. Los costos directos se relacionan con la ratio de rentabilidad en relación a las ventas (ROS) de la Empresa "M& R de Machupicchu Expedition Cusco 2021	<b>VARIABLE 2: RENTABILIDAD</b>	La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o	La rentabilidad es la capacidad que tiene una determinada empresa para generar utilidades en contraste con sus gastos y otros egresos en un periodo de tiempo específico. Para calcular la rentabilidad	<b>RENTABILIDAD ECONOMICA</b>	Constancia de funcionamiento
					Publicidad
					Financiamiento
					Rentabilidad sobre ventas
a. Los costos directos se relacionan con la ratio de rentabilidad en relación a las ventas (ROS) de la Empresa "M& R de Machupicchu Expedition Cusco 2021	<b>VARIABLE 2: RENTABILIDAD</b>	La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o	La rentabilidad es la capacidad que tiene una determinada empresa para generar utilidades en contraste con sus gastos y otros egresos en un periodo de tiempo específico. Para calcular la rentabilidad	<b>RENTABILIDAD ECONOMICA</b>	Rentabilidad sobre inversión
					Liquidez

<p>b. Los costos indirectos se relacionan con el ratio de rentabilidad en relación a inversión (ROI) de la Empresa " M &amp; R de Machupicchu Expedition Cusco 2021</p> <p>c. Los costos operacionales se relacionan con el ratio de rentabilidad Financiera (ROE) de la Empresa " M &amp; R de Machupicchu Expedition Cusco 2021</p>		<p>inversión de los dueños. (Agreda, 2018)</p>	<p>mayormente se emplean ratios, indicadores y análisis sobre estados financieros. (Fores,2012)</p>		Costo de venta
				<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>	Ingresos
					Egresos
					Rentabilidad sobre patrimonio neto
					Solvencia
					Capital de trabajo
					Gastos financieros

## ANEXO 03

### Instrumento de recolección de datos

#### Cuestionario

El presente instrumento tiene por finalidad recabar información, sobre el tema “Costos de servicios y Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M&R Machupicchu Expeditions, Cusco 2021”.

#### **Instrucciones:**

Elegir la alternativa que usted considere la adecuada y marque con una (X). Cabe indicar que los datos proporcionados serán utilizados para fines académicos.

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1

Dimensión: Costos Directos						
Nº	Ítems	5	4	3	2	1
1	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.					
2	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.					
3	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.					
4	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.					
5	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.					

6	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos					
7	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.					
<b>Dimensión: Costos Indirectos</b>						
Nº	Ítems	5	4	3	2	1
8	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.					
9	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.					
10	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.					
11	Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.					
12	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.					
13	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.					
14	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.					
<b>Dimensión: Rentabilidad Económica</b>						
Nº	Ítems	5	4	3	2	1
15	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.					

16	La rentabilidad sobre ventas busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medirla capacidad de obtener rentabilidad económica.					
17	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica.					
18	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo					
19	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica					
<b>Dimensión: Rentabilidad Financiera</b>						
<b>Nº</b>	<b>Ítems</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
19	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividades, esta forma parte de la rentabilidad financiera.					
20	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.					
21	Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.					
22	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.					
23	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.					
24	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.					

Fuente: Elaboración propia

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACION PARA EFECTOS DE  
INVESTIGACION

Activar Wifi  
Ve a Configuración

Yo, **RAUL PACHECO PERALTA**, identificado con DNI N° **23979607**, Representante Legal de la empresa **M&R MACHUPICCHU EXPEDITIONS S.A.C**, con R.U.C Nro. **20601918499**, Con domicilio fiscal, en Portal Comercio 141 Int. 01 plaza de Armas distrito de Cusco provincia y departamento Cusco.

AUTORIZO el uso de la información siguiente:

- Revisión documentaria de los estados financieros.
- Aplicación de encuestas a los colaboradores de la empresa.

A las **Srtas. Rosa Yolanda Cusihuaman Mamani y Marisol Calderon Yauri**, identificadas con **DNI N° 80264362 y 23962293**, estudiante (s) / bachiller (es) de la Carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación / tesis, considerando que:

- Puede mencionar el nombre de la empresa ( x ) o;
- Debe mantener en estricta reserva el nombre comercial, razón social o cualquier logotipo de la empresa ( ).

Cusco, 20 de Enero del 2022.

  
.....  
**Raul Pacheco Peralta**  
**GERENTE**  
**M&R MACHUPICCHU EXPEDITIONS S.A.C**

Firma y sello del Representante legal o  
directivo de la empresa

Fecha: 20/01/2022  
DNI: 23979607

Yo (nosotros) estudiante (s) / bachiller (es) (subrayar según corresponde), de la Carrera Profesional de Contabilidad declaro (amos) que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario acepto (amos) ser sometido (s) al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.

  
Firma estudiante / Bachiller  
Fecha: 20/01/2022  
DNI: 80264362

  
Firma estudiante / Bachiller  
Fecha: 20/01/2022  
DNI: 23962293

**ANEXO 04**  
**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN**  
**A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS**

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): DRA. PATRICIA PADILLA VENTO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del programa de pre grado de la UCV, en la sede Cusco requerimos validar el instrumento, con el cual, recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de título profesional de Contadoras Públicas.

El título nombre de nuestro trabajo de investigación es: **Costos de servicios y Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

**Marisol Calderón Yauri**  
D.N.I: 23962293



Firma

**Rosa Yolanda Cusihuamán Mamani**  
D.N.I: 80264362

## **DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES**

### **Variable 01:**

#### **COSTOS DE SERVICIOS**

**Definición:** Para Chambergo, (2018) el costo de los servicios son todos los costos en los que se incurre con el fin de brindar un servicio determinado, el mismo que por ser un intangible, no pueden formar parte del inventario, por otra parte, los elementos que forman parte de la estructura del costo del servicio son fundamentalmente los costos directos, costos indirectos y los costos operacionales.

#### **Dimensión de la variable 01:**

##### **Dimensión 1: Costos Directos**

Para Pérez, (2021) son los que guardan una relación estrecha con el producto, proyecto o servicio. De hecho, se establecen desde las primeras fases de producción y suelen reflejarse en los presupuestos o estimaciones de costo.

##### **Dimensión 2: Costos Indirectos**

Chambergo (2012) señala que los costos indirectos están constituidos por los costos que no están directamente relacionados con el producto o servicio prestado, pero son consumidos durante el proceso de fabricación o prestación del servicio, bajo esta premisa los costos indirectos más representativos son: los alquileres, servicios básicos, depreciación del activo fijo, internet, entre otros.

##### **Dimensión 3: Costos Operacionales**

Para Choy Zevallos, (2012) Son costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema

### **Variable 02:**

#### **RENTABILIDAD**

#### **Definición:**

Para Agreda, (2018) La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o inversión de los dueños.

## **Dimensión de la variable 02:**

### **Dimensión 1: Rentabilidad Económica**

Mide el rendimiento de los activos de la empresa, según Parada (2018) la rentabilidad económica es independiente de la estructura del financiamiento de la empresa, es decir, para el análisis de esta rentabilidad no se considera el endeudamiento externo como elemento clave.

### **Dimensión 2: Rentabilidad Financiera**

Mide el rendimiento generado por el patrimonio o capital social, Wild (2017) señala que, el rendimiento del capital invertido es el indicador que mide la fortaleza financiera a largo plazo, para su análisis usa elementos del estado de resultados como las utilidades y del balance general como el patrimonio con el fin de evaluar su rentabilidad. Esta medición de la rentabilidad otorga ventajas frente a otras medidas de largo plazo que evalúan la fortaleza financiera o la solvencia.

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**  
**Variable 01: COSTOS DE SERVICIOS**

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>NIVELES Y RANGOS</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	Salario	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comisiones	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alimentos	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Transporte	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicio de guiado de turistas	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comprobante de ingresos	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alojamiento	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	Alquiler	Alquiler es un <a href="#">contrato</a> entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien <a href="#">mueble</a> o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Internet	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicios Básicos	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Depreciación	<b>Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.</b>	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>	Materiales y suministros	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

	Constancia de funcionamiento.	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	publicidad	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

### Variable 02: RENTABILIDAD

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	NIVELES Y RANGOS
<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>	Financiamiento	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre ventas	La rentabilidad sobre ventas busca determinar <b>cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir</b> la capacidad de obtener rentabilidad económica.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre inversión	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	liquidez	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Costo de ventas	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>	Ingresos	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	egresos	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre Patrimonio neto	Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Solvencia	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Capital de trabajo	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Gastos financieros	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

**Fuente:** Elaboración propia.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” COSTOS DE SERVICIOS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M & R MACHUPICCHU EXPEDITION CUSCO 2021”.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b>							
<b>1</b>	<b>COSTOS DIRECTOS</b>							
<b>A</b>	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos	X		X		X		
<b>B</b>	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios	X		X		X		
<b>C</b>	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio	X		X		X		
<b>D</b>	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	X		X		X		
<b>E</b>	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo	X		X		X		
<b>F</b>	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	X		X		X		
<b>G</b>	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>2</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>							
<b>A</b>	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se	X		X		X		

	compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.							
<b>B</b>	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	X		X		X		
<b>C</b>	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	X		X		X		
<b>D</b>	Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>3</b>	<b>COSTOS OPERACIONALES</b>							
<b>A</b>	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	X		X		X		
<b>B</b>	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	X		X		X		
<b>C</b>	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	X		X		X		
	<b>DIMENSION 4</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>4</b>	<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>							
<b>A</b>	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	X		X		X		

<b>B</b>	La rentabilidad sobre ventas busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica	X		X		X	
<b>C</b>	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad.	X		X		X	
<b>D</b>	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	X		X		X	
<b>E</b>	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	X		X		X	
<b>DIMENSION 5</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>5</b>	<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>						
<b>A</b>	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	X		X		X	
<b>B</b>	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	X		X		X	
<b>C</b>	Rentabilidad sobre Patrimonio es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	X		X		X	
<b>D</b>	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	X		X		X	
<b>E</b>	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa	X		X		X	

	para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.						
<b>F</b>	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	X		X		X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ X ]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador.**        **DRA. PATRICIA PADILLA VENTO**

**DNI: 09402744**

**Especialidad del validador: DRA. EN CONTABILIDAD**

**Cusco, 25 de febrero del 202**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Vº Bº

-----  
**Firma del Experto Informante.**

Outlook Reunirse ahora

Buscar

Eliminar Archivado No deseado Limpiar Mover a Categorizar Posponer

### SOLICITO VALIDACION

marisol calderon yauri  
Buenas Tardes, Dra. Patricia Padilla V. Muchas gracias. Saludos Cordiales, Marisol Calderon Yauri, Rosa Yolanda Cusihuaman, Estudiantes de Pre grado. Vie 25 Feb 2022 19:36

**PV** PATRICIA PADILLA VENTO <pventopa@ucv.edu.pe> ← ↶ → ...  
 Vie 25 Feb 2022 14:10  
 Para: Usted

Sirva el presente para saludarla y a la vez comunico a usted, que el instrumento de su investigación tiene el VºBº.

DNI: 09402744  
 Dra. en Contabilidad.

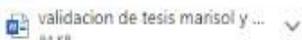
Saludos cordiales

 **Dra. Patricia Padilla Vento |**  
**E.P de Contabilidad**  
<https://orcid.org/0000-0002-3151-2303>  
 Telf. +51(1)2024342 Anexo 2179 | Cel. 987638101

marisol calderon yauri  
Buenas Noches Distinguida, Doctora. PATRICIA PADILLA VENTO. Que siendo estudiante de pregrado de la UCV, solicito la Validacion del Instrumento de nuestro trabajo de investigación, para lue... Mar 22 Feb 2022 00:51

postmaster@outlook.com  
No se pudo entregar a estos destinatarios o grupos: pventopa@ucv.edu.pe (pventopa@ucv.edu.pe) Su mensaje no se entregó porque el proveedor de correo electrónico del destinatario lo rech... Sáb 19 Feb 2022 01:46

marisol calderon yauri ← ↶ → ...  
 Sáb 19 Feb 2022 01:46  
 Para: pventopa@ucv.edu.pe

 validacion de tesis marisol y ...  
 14 KB

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): DR. PEDRO COSTILLA CASTILLO

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del programa de pre grado de la UCV, en la sede Cusco requerimos validar el instrumento, con el cual, recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de título profesional de Contadoras Públicas.

El título nombre de nuestro trabajo de investigación es: **Costos de servicios y Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

**Marisol Calderón Yauri**  
D.N.I: 23962293



Firma

**Rosa Yolanda Cusihuamán Mamani**  
D.N.I: 80264362

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

### Variable 01:

#### **COSTOS DE SERVICIOS**

**Definición:** Para Chambergo, (2018) el costo de los servicios son todos los costos en los que se incurre con el fin de brindar un servicio determinado, el mismo que por ser un intangible, no pueden formar parte del inventario, por otra parte, los elementos que forman parte de la estructura del costo del servicio son fundamentalmente los costos directos, costos indirectos y los costos operacionales.

#### **Dimensión de la variable 01:**

##### **Dimensión 1: Costos Directos**

Para Pérez, (2021) son los que guardan una relación estrecha con el producto, proyecto o servicio. De hecho, se establecen desde las primeras fases de producción y suelen reflejarse en los presupuestos o estimaciones de costo.

##### **Dimensión 2: Costos Indirectos**

Chambergo (2012) señala que los costos indirectos están constituidos por los costos que no están directamente relacionados con el producto o servicio prestado, pero son consumidos durante el proceso de fabricación o prestación del servicio, bajo esta premisa los costos indirectos más representativos son: los alquileres, servicios básicos, depreciación del activo fijo, internet, entre otros.

##### **Dimensión 3: Costos Operacionales**

Para Choy Zevallos, (2012) Son costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema

### Variable 02:

#### **RENTABILIDAD**

#### **Definición:**

Para Agreda, (2018) La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o inversión de los dueños.

## **Dimensión de la variable 02:**

### **Dimensión 1: Rentabilidad Económica**

Mide el rendimiento de los activos de la empresa, según Parada (2018) la rentabilidad económica es independiente de la estructura del financiamiento de la empresa, es decir, para el análisis de esta rentabilidad no se considera el endeudamiento externo como elemento clave.

### **Dimensión 2: Rentabilidad Financiera**

Mide el rendimiento generado por el patrimonio o capital social, Wild (2017) señala que, el rendimiento del capital invertido es el indicador que mide la fortaleza financiera a largo plazo, para su análisis usa elementos del estado de resultados como las utilidades y del balance general como el patrimonio con el fin de evaluar su rentabilidad. Esta medición de la rentabilidad otorga ventajas frente a otras medidas de largo plazo que evalúan la fortaleza financiera o la solvencia.

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**  
**Variable 01: COSTOS DE SERVICIOS**

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>NIVELES Y RANGOS</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	Salario	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comisiones	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alimentos	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Transporte	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicio de guiado de turistas	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comprobante de ingresos	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alojamiento	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	Alquiler	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Internet	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicios Básicos	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Depreciación	<b>Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.</b>	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>	Materiales y suministros	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

	Constancia de funcionamiento.	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	publicidad	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

### Variable 02: RENTABILIDAD

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	NIVELES Y RANGOS
<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>	Financiamiento	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre ventas	La rentabilidad sobre ventas busca determinar <b>cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir</b> la capacidad de obtener rentabilidad económica.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre inversión	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	liquidez	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Costo de ventas	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>	Ingresos	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	egresos	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre Patrimonio neto	Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Solvencia	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Capital de trabajo	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Gastos financieros	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

**Fuente:** Elaboración propia.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” COSTOS DE SERVICIOS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M & R MACHUPICCHU EXPEDITION CUSCO 2021”.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b>							
<b>1</b>	<b>COSTOS DIRECTOS</b>							
<b>A</b>	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos	X		X		X		
<b>B</b>	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios	X		X		X		
<b>C</b>	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio	X		X		X		
<b>D</b>	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	X		X		X		
<b>E</b>	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo	X		X		X		
<b>F</b>	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	X		X		X		
<b>G</b>	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>2</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>							
<b>A</b>	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se	X		X		X		

	compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.							
<b>B</b>	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	X		X		X		
<b>C</b>	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	X		X		X		
<b>D</b>	Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>3</b>	<b>COSTOS OPERACIONALES</b>							
<b>A</b>	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	X		X		X		
<b>B</b>	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	X		X		X		
<b>C</b>	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	X		X		X		
	<b>DIMENSION 4</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>4</b>	<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>							
<b>A</b>	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	X		X		X		

<b>B</b>	La rentabilidad sobre ventas busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica	X		X		X	
<b>C</b>	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad.	X		X		X	
<b>D</b>	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	X		X		X	
<b>E</b>	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	X		X		X	
<b>DIMENSION 5</b>		<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>5</b>	<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>						
<b>A</b>	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	X		X		X	
<b>B</b>	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	X		X		X	
<b>C</b>	Rentabilidad sobre Patrimonio es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	X		X		X	
<b>D</b>	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	X		X		X	
<b>E</b>	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa	X		X		X	

	para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.						
<b>F</b>	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	X		X		X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** \_\_\_\_\_

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ X ]**            **Aplicable después de corregir [ ]**            **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador.** DR. PEDRO COSTILLA CASTILLO

**DNI:** 09925834

**Especialidad del validador:** DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

**Cusco, 21 de febrero del 2022**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

FIRMADO

-----  
**Firma del Experto Informante.**

Outlook  Reunirse ahora

Mensaje nuevo Eliminar Archivo No deseado Limpiar Mover a Categorizar Posponer

**SOLICITO VALIDACION DE INSTRUMENTOS.**

 **marisol calderon yauri**  
 Buenas tardes Doctor: Pedro Costilla C. Muchas gracias por la respuesta. Saludos Cordiales. Marisol Calderon Yauri. Rosa Yolanda Cusihuaman. Estudiantes de Pre grado. Vie 25 Feb 2022 19:39

 **PEDRO CONSTANTE COSTILLA CASTILLO** <pcostilla@ucv.edu.pe>  
 Lun 21 Feb 2022 11:29  
 Para: Usted

 **validacion de tesis marisol y ...**  
 95 KB

OK

 **Dr. Pedro Costilla Castillo** | DTC  
 EP. de Contabilidad | **Campus Los Olivos**  
 T. +51(1)2024342 Anexo 2040  
 Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos  
<https://orcid.org/0000-0002-1727-9883>

**ORCID**  
 Please enable JavaScript to continue using this application. ORCID. Please enable JavaScript to continue using this application.  
[orcid.org](https://orcid.org)

 **marisol calderon yauri**  
 Buenas Noches: Distinguido, Doctor: PEDRO COSTILLA CASTILLO. Que siendo estudiante de pre grado de la UCV, solicito la Validacion del Instrumento de nuestro trabajo de Investigacion, para L... Sáb 19 Feb 2022 01:36

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): MG. ALBERTO ALVAREZ LOPEZ

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del programa de pre grado de la UCV, en la sede Cusco requerimos validar el instrumento, con el cual, recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de título profesional de Contadoras Públicas.

El título nombre de nuestro trabajo de investigación es: **Costos de servicios y Rentabilidad en la empresa Operadora de turismo M & R Machupicchu Expedition Cusco 2021**, y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma

**Marisol Calderón Yauri**  
D.N.I:23962293



Firma

**Rosa Yolanda Cusihuamán Mamani**  
D.N.I: 80264362

## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

### Variable 01:

#### **COSTOS DE SERVICIOS**

**Definición:** Para Chambergo, (2018) el costo de los servicios son todos los costos en los que se incurre con el fin de brindar un servicio determinado, el mismo que por ser un intangible, no pueden formar parte del inventario, por otra parte, los elementos que forman parte de la estructura del costo del servicio son fundamentalmente los costos directos, costos indirectos y los costos operacionales.

#### **Dimensión de la variable 01:**

##### **Dimensión 1: Costos Directos**

Para Pérez, (2021) son los que guardan una relación estrecha con el producto, proyecto o servicio. De hecho, se establecen desde las primeras fases de producción y suelen reflejarse en los presupuestos o estimaciones de costo.

##### **Dimensión 2: Costos Indirectos**

Chambergo (2012) señala que los costos indirectos están constituidos por los costos que no están directamente relacionados con el producto o servicio prestado, pero son consumidos durante el proceso de fabricación o prestación del servicio, bajo esta premisa los costos indirectos más representativos son: los alquileres, servicios básicos, depreciación del activo fijo, internet, entre otros.

##### **Dimensión 3: Costos Operacionales**

Para Choy Zevallos, (2012) Son costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema

### Variable 02:

#### **RENTABILIDAD**

#### **Definición:**

Para Agreda, (2018) La rentabilidad es un indicador que se relaciona con el rendimiento de la empresa, las ventas, activos y el capital. Este indicador permite realizar evaluaciones de la rentabilidad en relación a las ventas de una empresa y de sus activos o inversión de los dueños.

## **Dimensión de la variable 02:**

### **Dimensión 1: Rentabilidad Económica**

Mide el rendimiento de los activos de la empresa, según Parada (2018) la rentabilidad económica es independiente de la estructura del financiamiento de la empresa, es decir, para el análisis de esta rentabilidad no se considera el endeudamiento externo como elemento clave.

### **Dimensión 2: Rentabilidad Financiera**

Mide el rendimiento generado por el patrimonio o capital social, Wild (2017) señala que, el rendimiento del capital invertido es el indicador que mide la fortaleza financiera a largo plazo, para su análisis usa elementos del estado de resultados como las utilidades y del balance general como el patrimonio con el fin de evaluar su rentabilidad. Esta medición de la rentabilidad otorga ventajas frente a otras medidas de largo plazo que evalúan la fortaleza financiera o la solvencia.

**MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**  
**Variable 01: COSTOS DE SERVICIOS**

<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>NIVELES Y RANGOS</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	Salario	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comisiones	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alimentos	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Transporte	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicio de guiado de turistas	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Comprobante de ingresos	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Alojamiento	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	Alquiler	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Internet	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Servicios Básicos	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Depreciación	<b>Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.</b>	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>COSTOS OPERACIONALES</b>	Materiales y suministros	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

	Constancia de funcionamiento.	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	publicidad	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

### Variable 02: RENTABILIDAD

DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	NIVELES Y RANGOS
<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>	Financiamiento	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre ventas	La rentabilidad sobre ventas busca determinar <b>cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir</b> la capacidad de obtener rentabilidad económica.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre inversión	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	liquidez	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Costo de ventas	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>	Ingresos	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	egresos	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3

			En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Rentabilidad sobre Patrimonio neto	Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Solvencia	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Capital de trabajo	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1
	Gastos financieros	Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	Totalmente de acuerdo = 5 De acuerdo = 4 Ni de acuerdo ni desacuerdo = 3 En desacuerdo = 2 Totalmente en desacuerdo = 1

**Fuente:** Elaboración propia.

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:” COSTOS DE SERVICIOS Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO M & R MACHUPICCHU EXPEDITION CUSCO 2021”.**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSIÓN 1</b>							
<b>1</b>	<b>COSTOS DIRECTOS</b>							
<b>A</b>	El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos	X		X		X		
<b>B</b>	Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios	X		X		X		
<b>C</b>	Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio	X		X		X		
<b>D</b>	El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	X		X		X		
<b>E</b>	Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo	X		X		X		
<b>F</b>	Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	X		X		X		
<b>G</b>	El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo	X		X		X		
	<b>DIMENSION 2</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>2</b>	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>							
<b>A</b>	Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se	X		X		X		

	compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.							
<b>B</b>	El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	X		X		X		
<b>C</b>	Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	X		X		X		
<b>D</b>	Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.	X		X		X		
	<b>DIMENSIÓN 3</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>3</b>	<b>COSTOS OPERACIONALES</b>							
<b>A</b>	Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	X		X		X		
<b>B</b>	La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	X		X		X		
<b>C</b>	Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	X		X		X		
	<b>DIMENSION 4</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>4</b>	<b>RENTABILIDAD ECONÓMICA</b>							
<b>A</b>	El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	X		X		X		

<b>B</b>	La rentabilidad sobre ventas busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica	X		X		X		
<b>C</b>	La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad.	X		X		X		
<b>D</b>	La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	X		X		X		
<b>E</b>	El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	X		X		X		
	<b>DIMENSION 5</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	
<b>5</b>	<b>RENTABILIDAD FINANCIERA</b>							
<b>A</b>	Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera.	X		X		X		
<b>B</b>	Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	X		X		X		
<b>C</b>	Rentabilidad sobre Patrimonio es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	X		X		X		
<b>D</b>	La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.	X		X		X		
<b>E</b>	El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa	X		X		X		



## Técnica de la prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach

**Tabla 16.** Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) en la variable 1: Costos de Servicios

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados		
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,899	,904	14

*Fuente: Elaboración Propia*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 16 se observa que el valor de Alfa de Cronbach es de 0.899 (89.9%), en donde se puede interpretar que cuando el valor de Alfa es mayor, indica que se tiene una fuerte confiabilidad para poder utilizar los instrumentos en esta variable. Siendo 1 el valor más alto de Alfa, existiendo un valor de carácter científico en la que se realizó.

**Tabla 17.** Validez ítems por ítems de la variable 1: Costos por Servicios

<b>Estadísticas de total de elemento</b>					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos.	40,13	93,410	,743	,996	,886
Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.	39,67	95,952	,736	,975	,887
Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.	39,80	95,314	,830	,999	,885
El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.	39,33	98,095	,533	,998	,894

Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.	40,00	92,571	,719	,999	,886
Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.	40,00	86,571	,835	,986	,880
El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.	39,67	92,381	,872	,997	,881
Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.	40,00	89,286	,831	,996	,881
El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.	39,87	108,410	,023	,978	,915
Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.	39,60	109,971	-,041	,986	,918
Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.	39,73	91,210	,834	,998	,882
Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.	39,93	88,495	,888	1,000	,878

La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.	39,87	110,838	-,072	,937	,917
Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio.	39,67	90,667	,844	,972	,881

*Fuente: Elaboración Propia*

**Tabla 18. Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) en la variable 2: Rentabilidad.**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,902	,902	11

*Fuente: Elaboración Propia*

**Análisis:** En la tabla 18 se observa que el valor de Alfa de Cronbach es de 0.902 (90.2%), en donde se puede interpretar que cuando el valor de Alfa es mayor, indica que se tiene una alta confiabilidad para poder utilizar los instrumentos en esta variable. Siendo 1 el valor más alto de Alfa, existiendo un valor de carácter científico en la que se realizó.

**Tabla 19. Validez ítems por ítems de la variable 2 Rentabilidad**

<b>Estadísticas de total de elemento</b>					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.	29,13	62,981	,834	,929	,880

La rentabilidad sobre ventas busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica.	28,73	72,781	,760	,812	,889
La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica .	28,93	66,781	,868	,906	,880
La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo	28,80	65,314	,811	,928	,882
El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica	28,67	66,810	,776	,754	,885
Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de sus actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera	29,27	68,638	,762	,763	,886
Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.	29,00	72,857	,702	,805	,891
Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.	28,73	69,781	,822	,921	,884
La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria	28,93	70,067	,727	,900	,888
El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.	29,07	73,781	,464	,869	,903

Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.	28,73	90,781	-,332	,561	,938
--	-------	--------	-------	------	------

*Fuente: Elaboración Propia.*

**Tabla 20.** Prueba de Confiabilidad (Alfa de Cronbach) del cuestionario

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,950	,951	25

*Fuente: Elaboración Propia*

**Análisis:** En la tabla 20 se observa que la prueba de confiabilidad del instrumento dio como resultado 0.950 (95.0%), lo que demuestra que si existe un alto nivel confiabilidad.

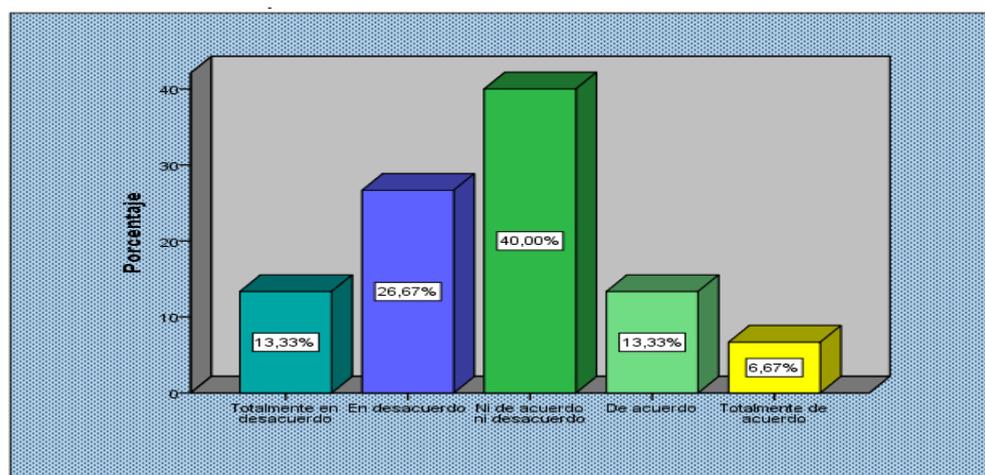
## Tablas De Frecuencia

**Tabla 21.** El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	80,0
	De acuerdo	2	13,3	13,3	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 1.** El salario son retribuciones a cambio del trabajo realizado por una persona, que permite determinar los costos directos



Fuente: Elaboración Propia

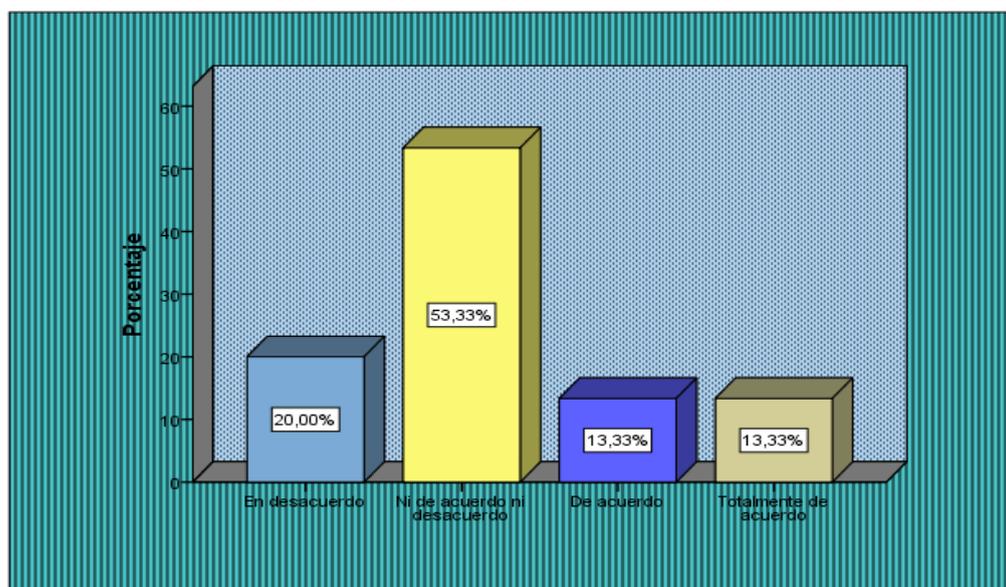
**Interpretación:** En la tabla 21 y figura 1 nos muestra los resultados realizados al personal de la empresa de turismo, se pudo evidenciar en un 40% que la gran mayoría señalaron que no están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre los salarios del personal que labora, por ende, se debe a que el sector turismo se está reactivando de a poco debido al situación del Covid-19, lo cual se tiene ingresos muy lentos, sin embargo, el 13.3% manifestaron que están totalmente en desacuerdo sobre los salarios, mientras que el 26.7% se encuentra en desacuerdo, un 13.3% y 6.7% señalaron que efectivamente están de acuerdo y totalmente de acuerdo con los salarios del personal porque son conscientes de la problemática y que se está viviendo por el estado de emergencia.

**Tabla 22.** Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	20,0	20,0	20,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	53,3	53,3	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia.

**Figura 2.** Las comisiones son una cantidad que se cobra al cliente por el concepto de una operación o transacción comercial lo cual permite concretar los costos de servicios.



Fuente: Elaboración Propia

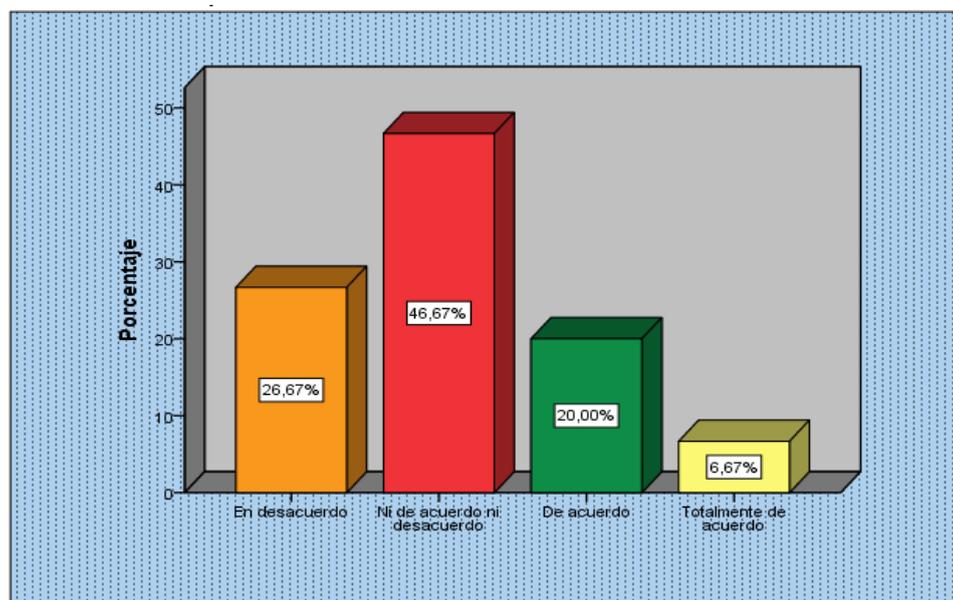
**Interpretación:** En la tabla 22 y figura 2 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, señalan en un 53.3% que no están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre las comisiones que reciben por parte de la empresa, por ende, como bien ya sabemos el sector turismo está en plena recuperación y por ello es que no se está obteniendo comisiones adecuadas, por otro lado, el 20% de los encuestados señalaron que están en desacuerdo con las comisiones, el 13.3% manifestaron que están de acuerdo así como como también del mismo modo el 13.3% están totalmente de acuerdo con los salarios que se le dan a los trabajadores de la empresa.

**Tabla 23.** Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	46,7	46,7	73,3
	De acuerdo	3	20,0	20,0	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 3.** Alimentos son sustancia consumida que forma parte de un servicio, permitiendo precisar la relacionada con el costo de servicio.



Fuente: Elaboración Propia

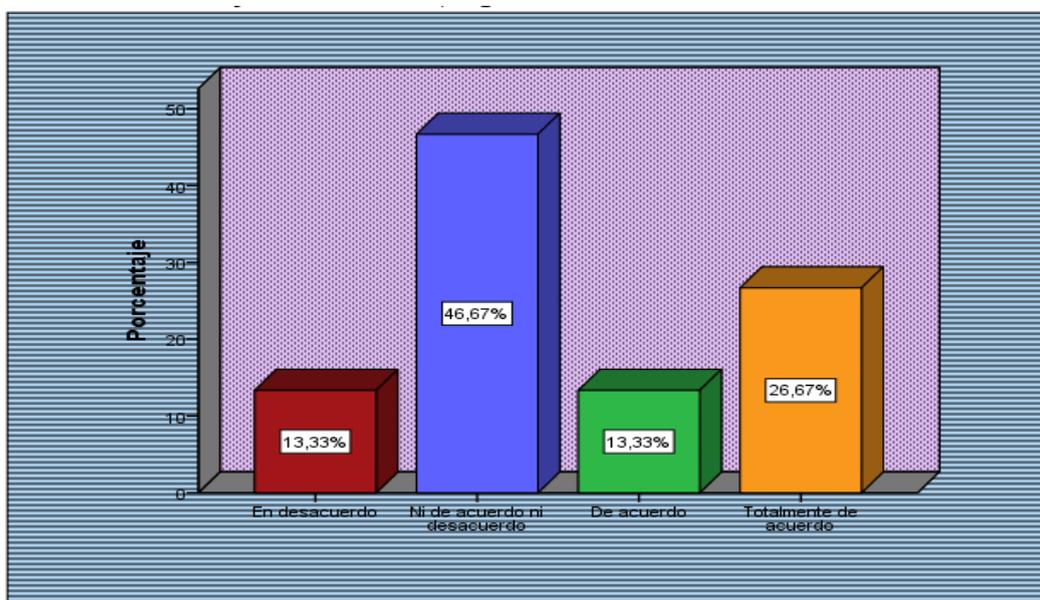
**Interpretación:** En la tabla 23 y figura 3 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, señalan en un 46.7% que no están de acuerdo ni desacuerdo debido a que la alimentación que se les brinda al guía y los pasajeros no son las adecuadas y además es depende del tour en todo caso se tendría que mejorar con buffet donde viene todo variado, esto sucede debido a que la pandemia de la Covid-19 los restaurantes no están haciendo menús buffet por la poca cantidad de turistas. Por otro lado, el 26.7% está en desacuerdo con los alimentos que se le brinda, un 20% están de acuerdo y solo un 6.7% están totalmente de acuerdo con la alimentación brindada por la empresa.

**Tabla 24.** El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	46,7	46,7	60,0
	De acuerdo	2	13,3	13,3	73,3
	Totalmente de acuerdo	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 4.** El transporte, consiste en el desplazamiento de personas o bienes lo cual facilita la movilidad y comunicación, logrando establecer el costo de servicio



Fuente: Elaboración Propia

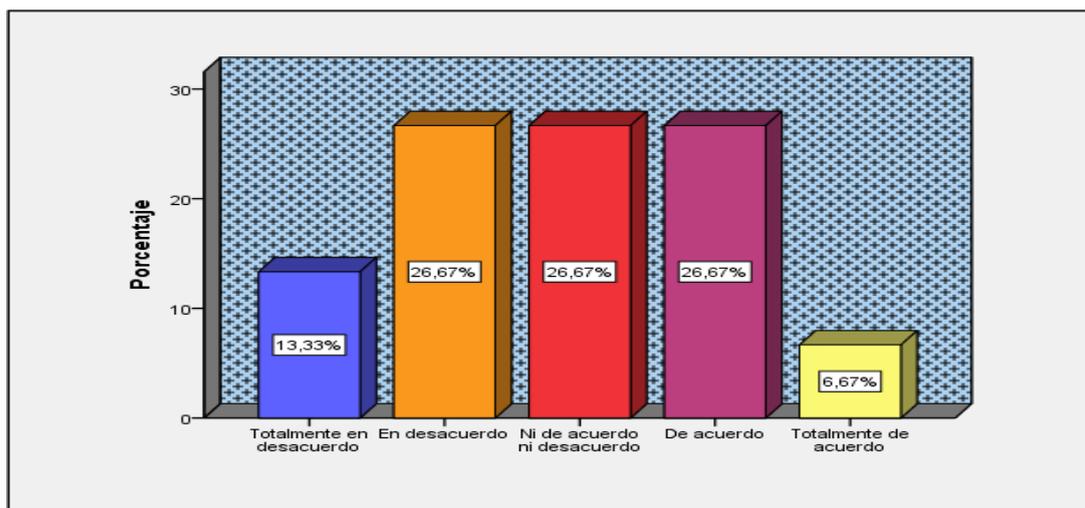
**Interpretación:** En la tabla 24 y figura 4 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, señalan en un 13.3% están en desacuerdo con el transporte brindado por la empresa, mientras que el 46.7% de los otros encuestados demostraron que no están de acuerdo ni desacuerdo debido a que el transporte que se utiliza en la empresa son los Sprinters lo cual son un poco incomodos también debido a la pandemia porque no hay muchos turismo y por ello no contamos con un buen bus porque son muy pocos los pasajeros que viene a visitar nuestros sitios arqueológicos ya que esto se debe a que recién se está reactivando el turismo en nuestra localidad.

**Tabla 25.** Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	26,7	26,7	66,7
	De acuerdo	4	26,7	26,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 5.** Servicio de guiado de turistas son prestados por un profesional con actitudes específicas que debe de guiar un grupo de personas, a través de un país o lugar turístico logrando delimitarse como un costo directo.



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 25 y figura 5 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, señalan en un 13.3% y 26.7% están en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con el servicio de guiado al turista por parte de la empresa, mientras que el 26.7% de los otros encuestados demostraron que no están de acuerdo ni desacuerdo con los servicios brindados del guiado al turista, mientras que 5 encuestados manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre los servicios de guiado al turista debido a que no está habiendo demasiada demanda de turistas así como también la modificación de los circuitos en las que se crearon para visitar

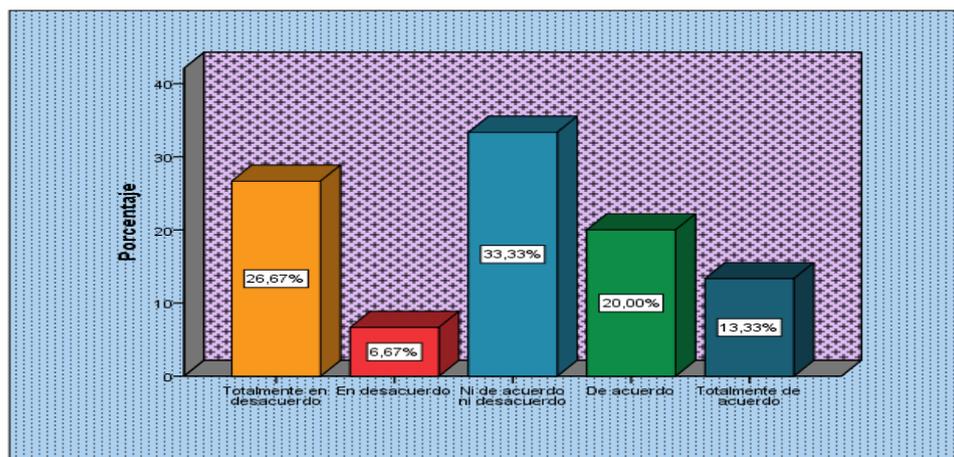
diferentes centros arqueológicos no se están ingresando porque están cerradas debido a la pandemia por Covid-19.

**Tabla 26.** Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	En desacuerdo	1	6,7	6,7	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	33,3	33,3	66,7
	De acuerdo	3	20,0	20,0	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 6.** Tickets de ingresos es un boleto turístico que le permite ingresar a los atractivos turísticos más populares permitiendo reconocer los costos directos



Fuente: Elaboración Propia

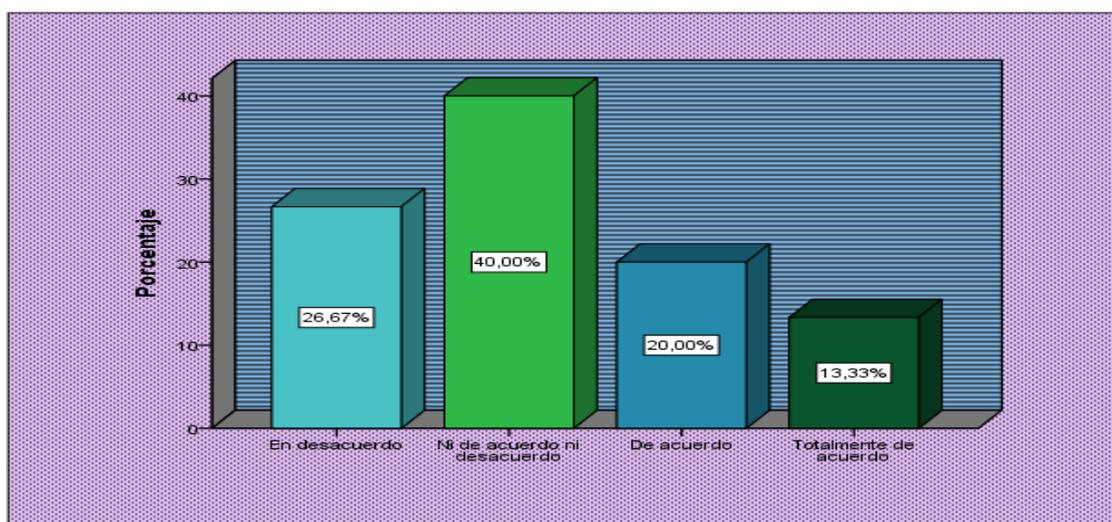
**Interpretación:** En la tabla 26 y figura 6 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, señalan un 26.7% y 6.7% donde están totalmente desacuerdo y desacuerdo sobre los tickets de ingreso turístico a los atractivos turísticos, el 33.3% manifestaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre los tickets turísticos, mientras que 5 de los encuestados señalaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre los tickets de ingresos a turista obteniendo una 20.0% y 13.3%. por lo tanto, los encuestados manifiestan que los tickets de ingreso a los diferentes atractivos turísticos con muy caros ya que se incrementó debido a la pandemia por Covid 19, por ende, hay poca afluencia turística a ello deberían bajar los costos.

**Tabla 27.** El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	66,7
	De acuerdo	3	20,0	20,0	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 7.** El Alojamiento es la acción de alojar u hospedarse y pasar la noche en un sitio lejos de su casa, durante un viaje, permitiendo determinar como un costo directo.



Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación:

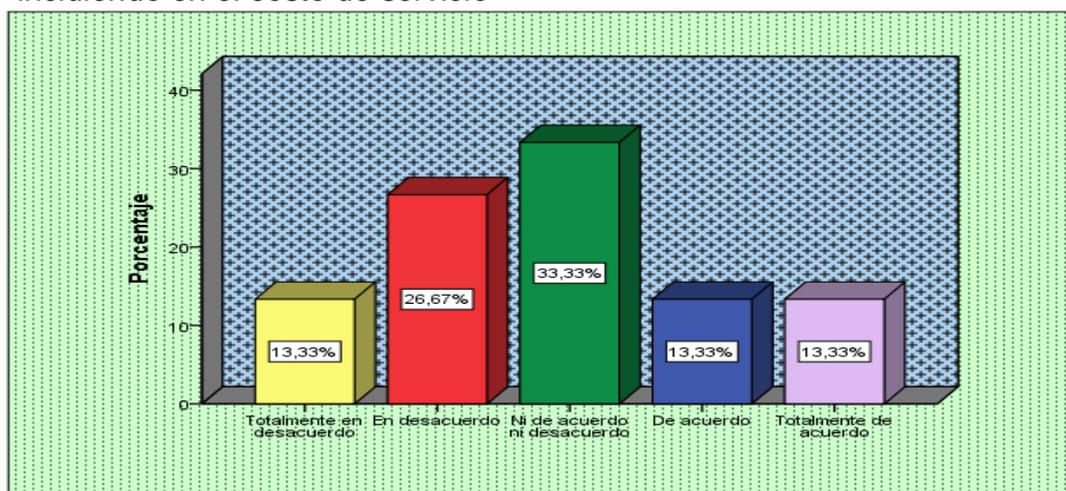
En la tabla 27 y figura 7 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% donde, el 26.7 y 40% de los encuestados manifestaron que no están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre el alojamiento brindado a los turistas, el 20% y 13.3% demostraron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre el alojamiento brindado a los turistas y los guías trabajadores, por lo cual se evidencia que a los trabajadores de la empresa se les brinda establecimientos económicos, mientras que al turista extranjeros se tiene otros precios más elevados pero es el mismo servicio.

**Tabla 28.** Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	33,3	33,3	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 8.** Alquiler es un contrato entre dos personas donde se compromete a transferir temporalmente el uso de un bien mueble o inmueble a una segunda parte que se compromete a su vez a pagar por ese uso un determinado precio incidiendo en el costo de servicio



Fuente: Elaboración Propia

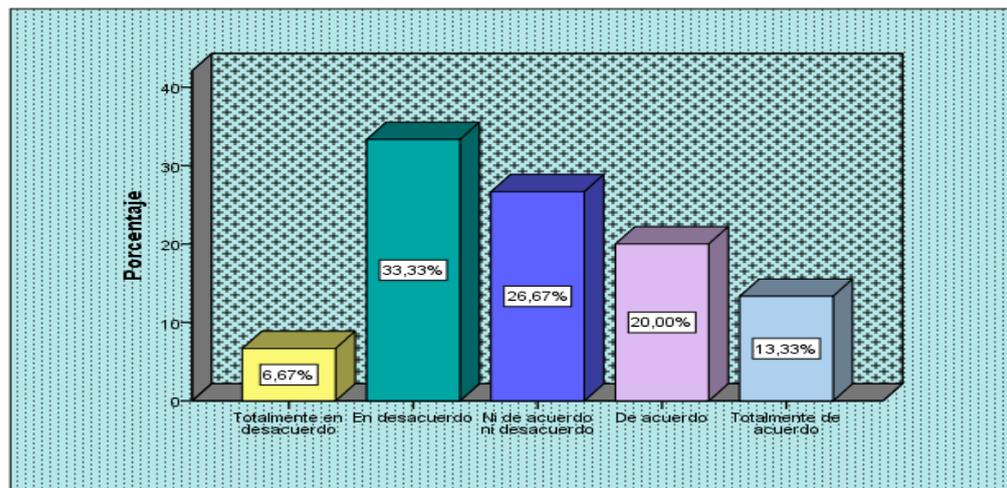
**Interpretación:** En la tabla 28 y figura 8 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% los alquileres, en donde un 13.3% y 26.7% de encuestados demostraron que están totalmente en desacuerdo y desacuerdo sobre la oficina alquilada en centro de la ciudad debido a que son demasiadas caras, un 33.3% de los encuestados manifestaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre los alquileres por parte de la empresa, mientras que el 13.3% de los otros encuestados señalaron que están de acuerdo con los alquileres de la empresa para su oficina, por lo tanto se demuestra que la gran mayoría no está de acuerdo con el alquiler de la oficina de la empresa debido a que por tener una buena ubicación se tiene un elevado costo de alquiler por un pequeño espacio para apertura de la oficina.

**Tabla 29.** El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	5	33,3	33,3	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	26,7	26,7	66,7
	De acuerdo	3	20,0	20,0	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 9.** El internet es una red global de redes de ordenadores cuya finalidad es permitir el intercambio de información entre todos sus usuarios a nivel mundial y es importante para las empresas por lo tanto se determina como un costo de servicio.



Fuente: Elaboración Propia

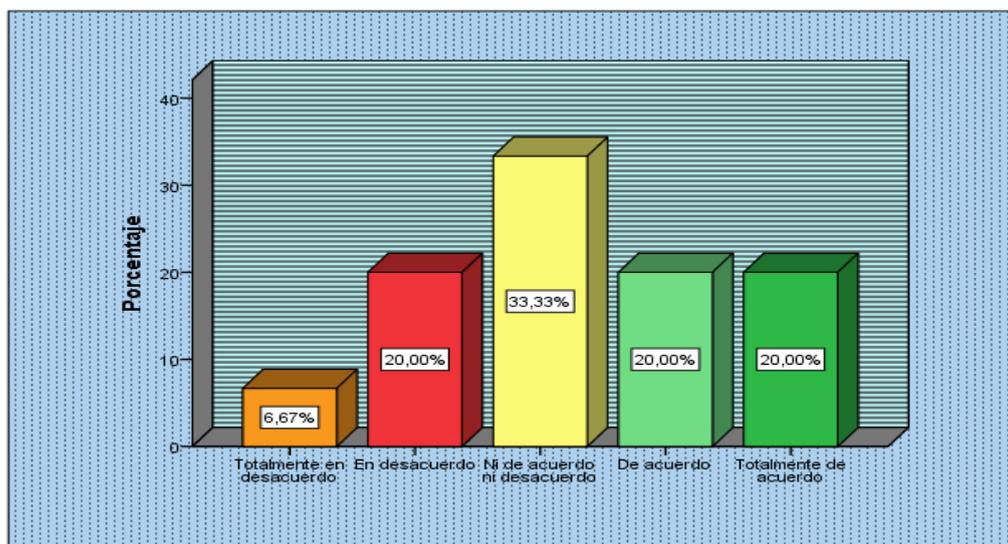
**Interpretación:** En la tabla 29 y figura 9 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre el servicio del internet, en donde el 6.7% y 33.3 de los encuestados demostraron que estas totalmente en desacuerdo y desacuerdo con el servicio de internet, el 26.7% demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con el servicio de internet, mientras que el 20% y 13.3% manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con el servicio de internet, por lo tanto la gran mayoría está en desacuerdo debido el servicio de internet en una herramienta fundamental para nuestro trabajo ya que con ello hacemos las reservaciones de pasajes, programaciones, entre otros, servicio que le brida al turista

**Tabla 30.** Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	3	20,0	20,0	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	33,3	33,3	60,0
	De acuerdo	3	20,0	20,0	80,0
	Totalmente de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 10.** Los servicios básicos son aquellos destinados a cubrir necesidades sociales básicas, agua, teléfono, energía eléctrica, considerándose como costos de servicio.



Fuente: Elaboración Propia

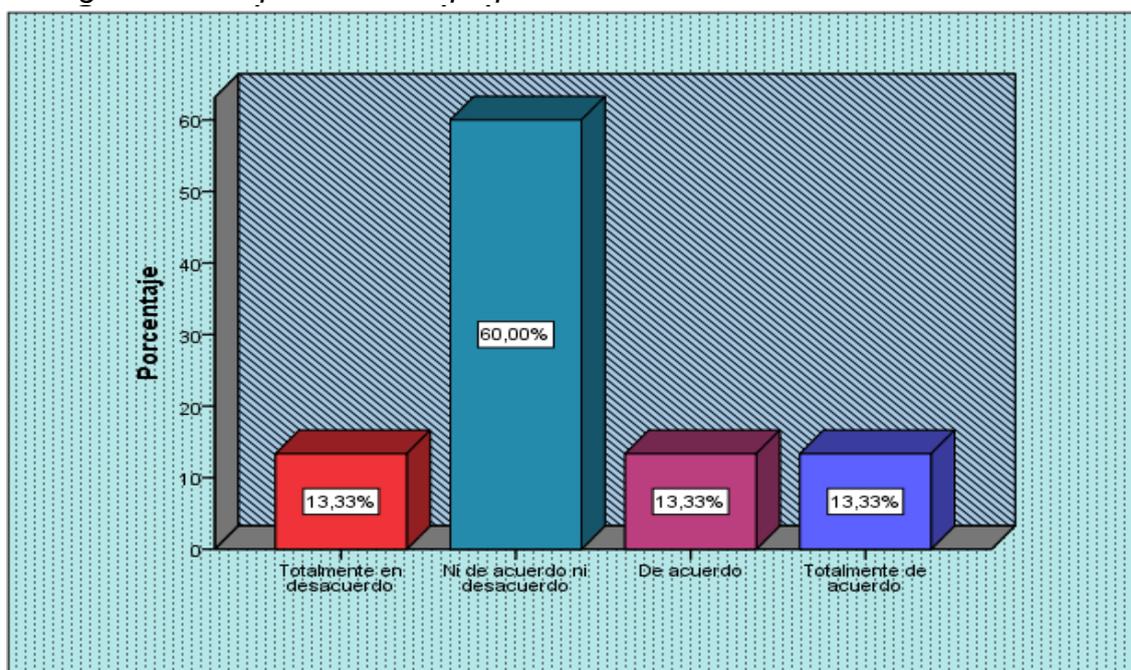
**Interpretación:** En la tabla 30 y figura 10 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre los servicios básicos en la empresa, en donde el 6.7% y 20% demostraron que están totalmente en desacuerdo y desacuerdo con los servicios básicos en la empresa, el 33.3% de los otros encuestados manifestaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los servicios básicos, mientras que un total de 40% demostraron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo son los servicios básicos en la empresa porque es de gran importancia el fluido eléctrico, agua comunicación, para el uso de computadoras, impresoras, comunicación con los guías entre otras, por otro lado algunos están insatisfechos debidos que por ser zona turística vienen elevados montos en los recibos de los servicios básicos.

**Tabla 31.** Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	60,0	60,0	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 11.** Depreciación es la pérdida de valor de un bien como consecuencia de su desgaste con el paso del tiempo permitiendo considerar como costo indirecto



Fuente: Elaboración Propia

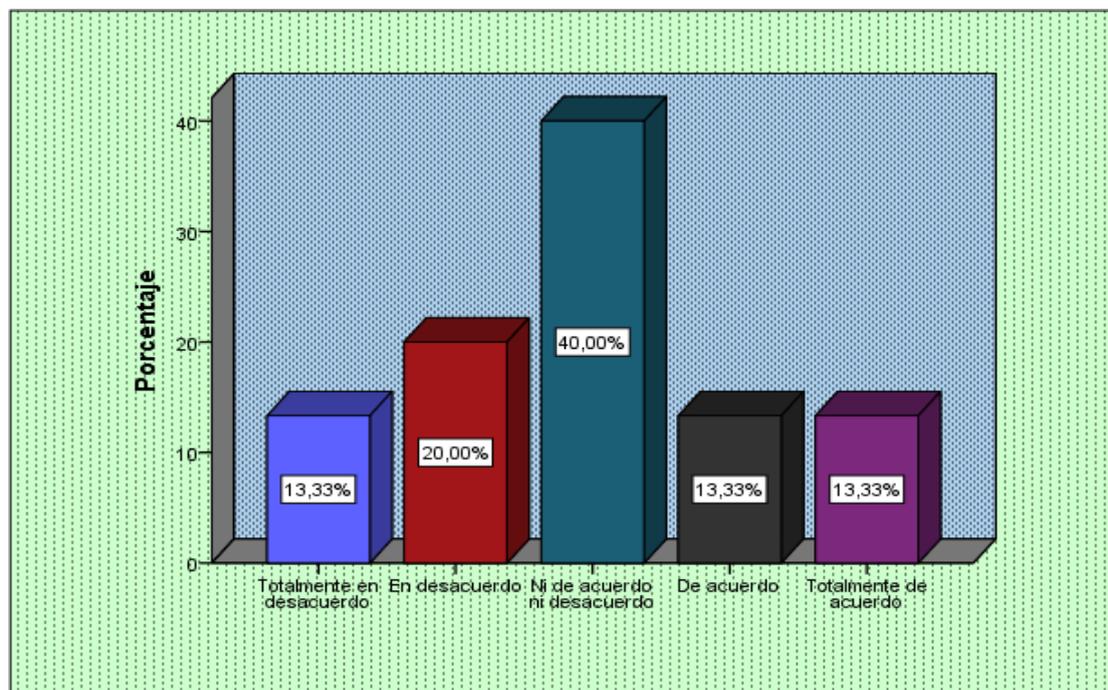
**Interpretación:** En la tabla 31 y figura 11 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% de las depreciaciones, en donde el 13.3% manifestaron que están totalmente en desacuerdo con la depreciación, el 60% demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con las depreciaciones por parte de la empresa, mientras que el 13.3% y 13.3% señalaron que están de acuerdo y totalmente en acuerdo con las depreciaciones de la empresa, por lo tanto la gran mayoría manifestaron que las depreciaciones que se hacen en la empresa son depende del uso de todos los equipos y materiales de escritorio si no se tiene cuidado están tienden a depreciarse en un corto plazo pero si se tiene cuidado en sus uso se evitara su depreciación.

**Tabla 32.** Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	3	20,0	20,0	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 12.** Los materiales y suministros, son elementos básicos, que adquiere la empresa y son destinados a utilizarse en las necesidades, logrando concretar los costos de servicios.



Fuente: Elaboración Propia

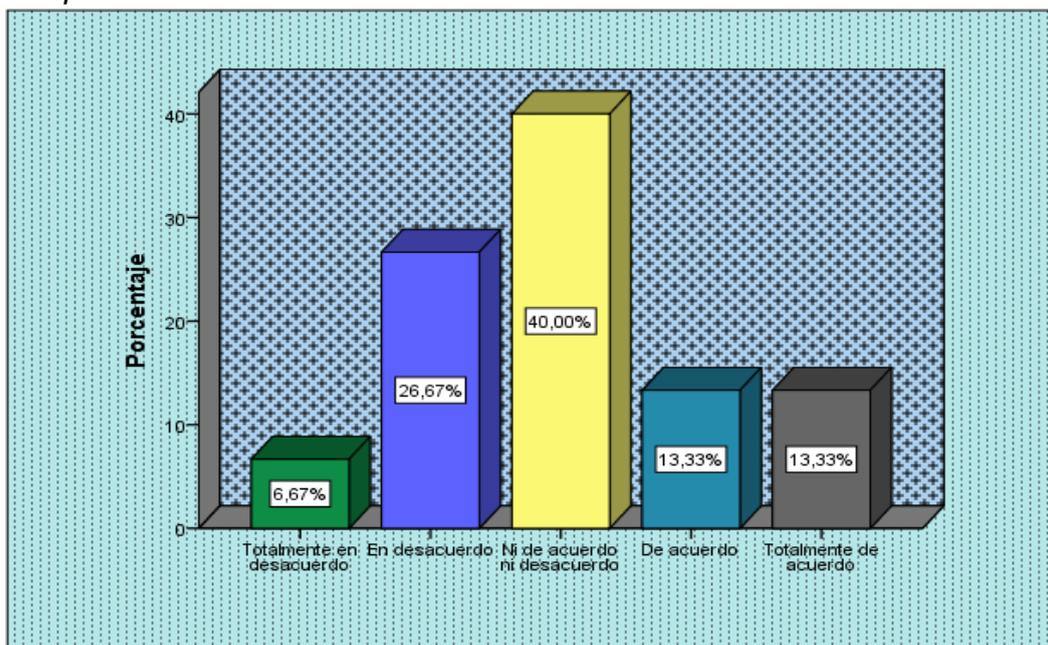
**Interpretación:** En la tabla 32 y figura 12 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% de los materiales y suministros que se tiene en la empresa, en donde el 13.3% y 20 % de los encuestados señalaron que están totalmente en desacuerdo y desacuerdo con los materiales y suministros, el 40% de los encuestados manifestaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los materiales y suministros en la empresa, mientras que el 13.3% y 13.3% de los encuestados indicaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con los materiales y suministros de la empresa,

**Tabla 33.** La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 13.** La constancia de funcionamiento permite a la organización aplicar los beneficios de inafectación de impuesto general a las ventas disminuyendo los costos operacionales.



Fuente: Elaboración Propia

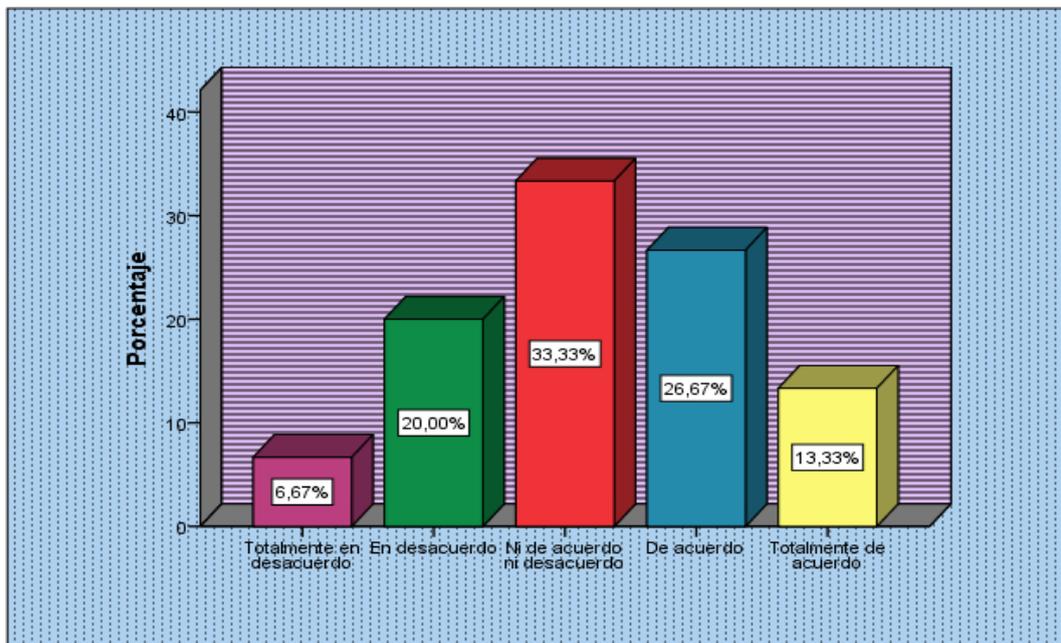
**Interpretación:** En la tabla 33 y figura 13 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre la constancia de funcionamiento, en donde el 6.7% de los encuestados señalaron que están totalmente en desacuerdo con la constancia de funcionamiento, el 26.7% de los encuestados demostraron que están en desacuerdo con la constancia de funcionamiento, el 40% de los encuestados indicaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la constancia de funcionamiento, mientras que el 13.3% demostraron que están en acuerdo y totalmente de acuerdo con la constancia de funcionamiento.

**Tabla 34.** Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	3	20,0	20,0	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	33,3	33,3	60,0
	De acuerdo	4	26,7	26,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 14.** Publicidad es una estrategia de marketing para llamar la atención pública sobre un producto o un servicio para estimular su consumo, considerándose un costo de servicio



Fuente: Elaboración Propia

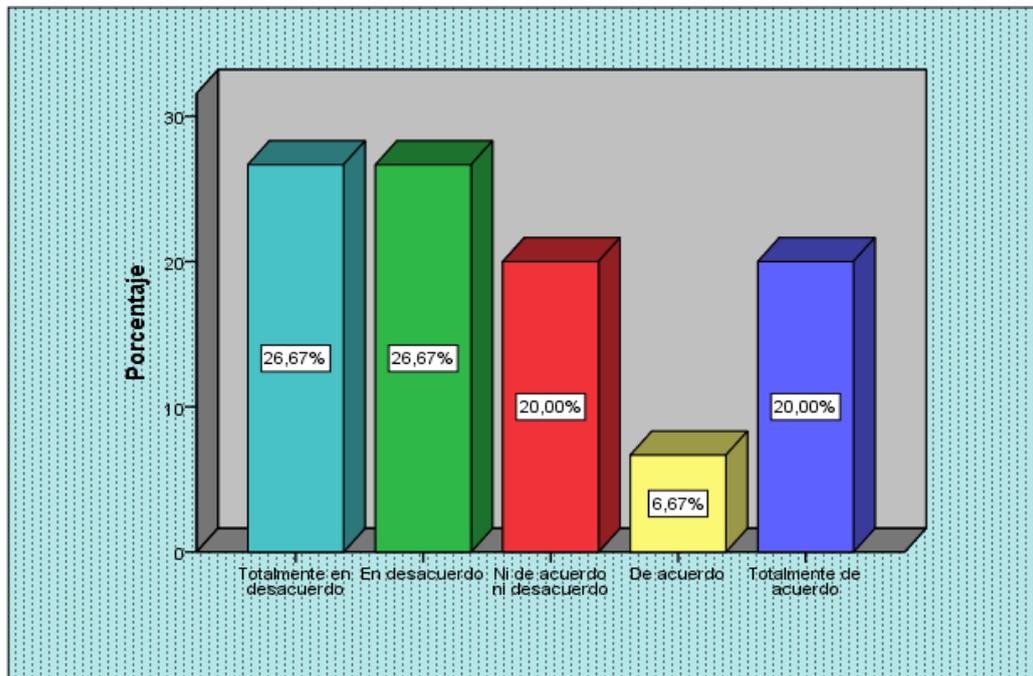
**Interpretación:** En la tabla 34 y figura 14 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100%. sobre la publicidad en la empresa, en donde el 6.7% y 20% de los encuestados demostraron que están en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo sobre la publicidad que tiene la empresa, mientras que el 33.3% de os otros encuestados demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo sobre la publicidad, el 26.75 y 13.3% señalaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la publicidad que tiene la empresa por lo tanto, la gran mayoría señala que por la ubicación no se puede tener buena publicidad.

**Tabla 35.** El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	53,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	20,0	20,0	73,3
	De acuerdo	1	6,7	6,7	80,0
	Totalmente de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 15.** El financiamiento es el proceso por el que se proporciona capital a una persona o empresa para utilizar en un proyecto o negocio y generar rentabilidad.



Fuente: Elaboración Propia

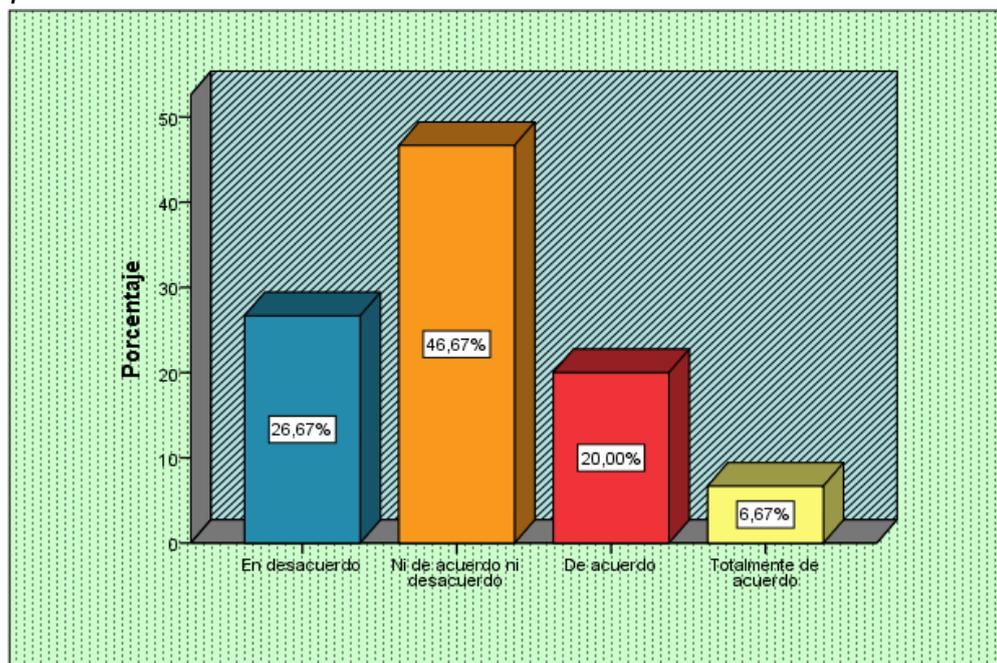
**Interpretación:** En la tabla 35 y figura 15 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre el financiamiento de la empresa, en donde el 26.7% y 26.7% de encuestados señalaron que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con el financiamiento de la empresa, el 20% demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con el financiamiento, el 6.7% y 20% de encuestados señalaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con el financiamiento de la empresa.

**Tabla 36.** La rentabilidad sobre venta busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	46,7	46,7	73,3
	De acuerdo	3	20,0	20,0	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 16.** La rentabilidad sobre venta busca determinar cuánto se ha agregado al costo de producción de un producto o servicio con el objetivo de medir la capacidad de obtener rentabilidad económica



Fuente: Elaboración Propia

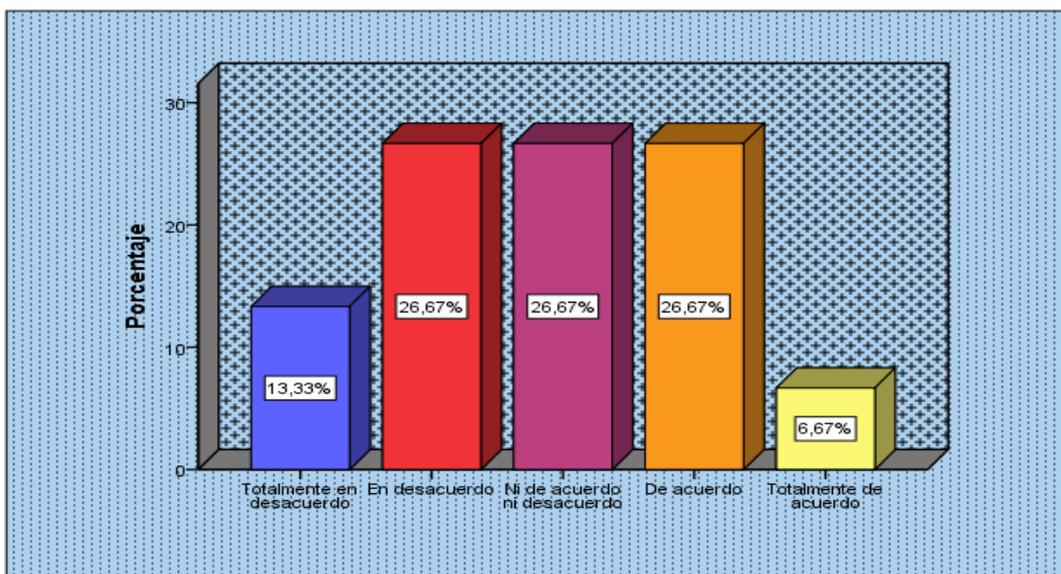
**Interpretación:** En la tabla 36 y figura 16 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre la rentabilidad sobre ventas, en donde el 26.7% de encuestados demostraron que están en desacuerdo con la rentabilidad sobre ventas, el 46.7% de encuestados indicaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la rentabilidad sobre ventas, mientras que el 20% y 6.7% de encuestados señalaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la rentabilidad sobre ventas, por lo tanto la gran mayoría manifiesta que no se está teniendo buena rentabilidad con las ventas realizadas debido a la poca afluencia de turistas, que el factor principal es la pandemia por Covid-19.

**Tabla 37.** La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	26,7	26,7	66,7
	De acuerdo	4	26,7	26,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 17.** La rentabilidad sobre la inversión es la capacidad que tiene una empresa de generar ciertos rendimientos futuros y tiene como objetivo reflejar la productividad de las inversiones que realizan, pudiendo así lograr una mayor rentabilidad económica.



Fuente: Elaboración Propia

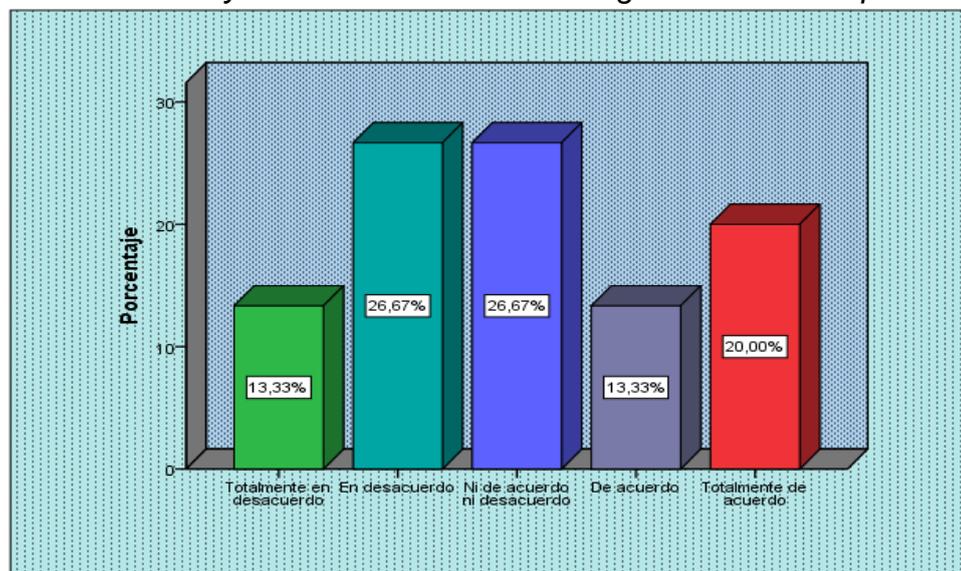
**Interpretación:** En la tabla 37 y figura 17 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre la rentabilidad sobre la inversión en donde, el 13.3% y 26.7% de encuestados demostraron que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con la rentabilidad sobre inversión, el 26.7% de encuestados demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la rentabilidad sobre la inversión, mientras que el 26.7% y 6.7% de encuestados manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la rentabilidad sobre inversión.

**Tabla 38.** La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	26,7	26,7	66,7
	De acuerdo	2	13,3	13,3	80,0
	Totalmente de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 18.** La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo



Fuente: Elaboración Propia

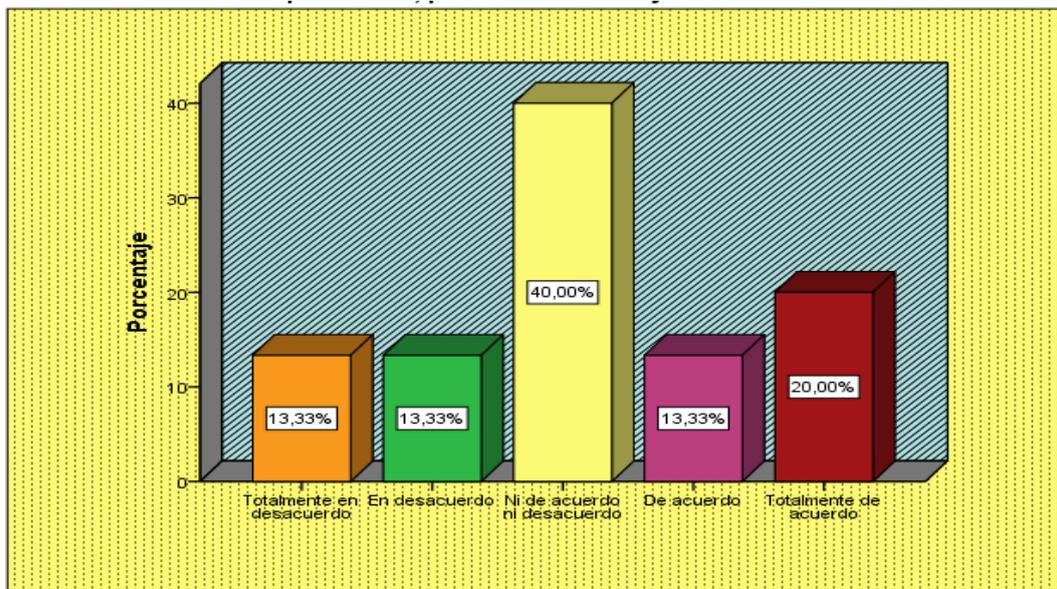
**Interpretación:** En la tabla 38 y figura 18 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre la liquidez en la empresa, en donde el 13.3% y 26.7% de los encuestados demostraron que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con la liquidez financiera de la empresa, el 26.7% de encuestados demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la liquidez de la empresa, mientras que el 13.3% y 20% de encuestados manifestaron que están en acuerdo y totalmente de acuerdo por lo tanto la gran mayoría manifestaron que no están de acuerdo con la liquidez debido a que el turismo por la pandemia y que ha afectado en su totalidad a toda empresa dedicada al rubro del turismo, por ende, se tiene poca liquidez para sustentar algunos gastos a corto plazo.

**Tabla 39.** El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	2	13,3	13,3	26,7
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	66,7
	De acuerdo	2	13,3	13,3	80,0
	Totalmente de acuerdo	3	20,0	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 19.** El costo de ventas es el valor que le cuesta a una empresa producir o adquirir los artículos o servicios que vende, permitiéndole mejorar su rentabilidad económica.



Fuente: Elaboración Propia

**Interpretación:** En la tabla 39 y figura 19 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre los costos de venta, en donde el 13.3% de los encuestados manifestaron que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con los costos de venta, el 40% de los otros encuestados señalaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los costos de venta por parte de la empresa, mientras que el 13.3% y 20% de los encuestados indicaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con los costos de venta por parte de la empresa, por lo tanto, la gran mayoría están un poco disconforme con los

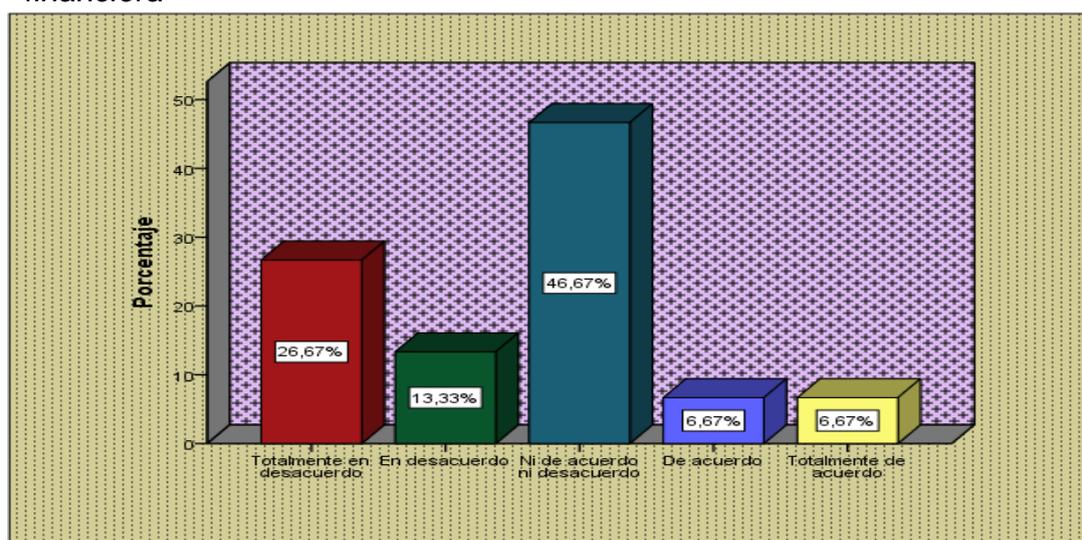
costos de venta porque por la pandemia se tuvo que incrementar los costos de los paquetes turísticos para poder cubrir con la rentabilidad de la empresa.

**Tabla 40.** Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de su actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	26,7	26,7	26,7
	En desacuerdo	2	13,3	13,3	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	46,7	46,7	86,7
	De acuerdo	1	6,7	6,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 20.** Los ingresos en una empresa son entradas de dinero que se produce como consecuencia de su actividad, esta forma parte de la rentabilidad financiera



Fuente: Elaboración Propia

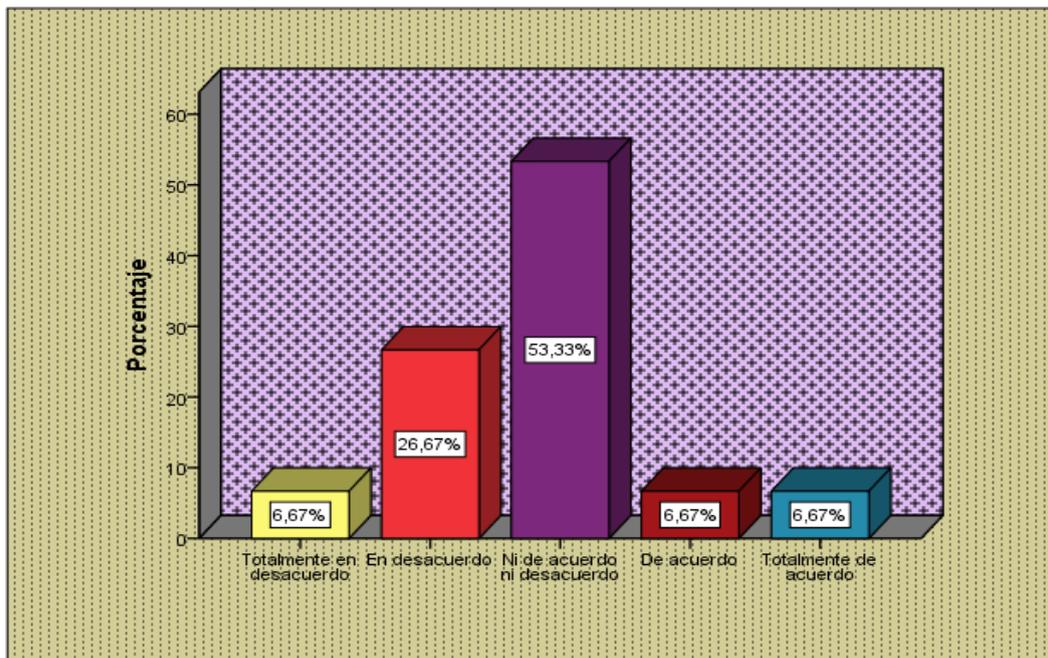
**Interpretación:** En la tabla 40 y figura 20 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre los ingresos en la empresa, en donde el 26.7% y 13.3% de los encuestados demostraron que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con los ingresos que se tiene por parte de la empresa, el 46.7% de los otros encuestados demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los ingreso, mientras que el 6.7% de los otros encuestados manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con los ingresos de la empresa.

**Tabla 41.** Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	4	26,7	26,7	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	53,3	53,3	86,7
	De acuerdo	1	6,7	6,7	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 21.** Los egresos son la salida de recursos financieros con el fin de cumplir un pago o como también para realizar una inversión y obtener una rentabilidad financiera.



Fuente: Elaboración Propia

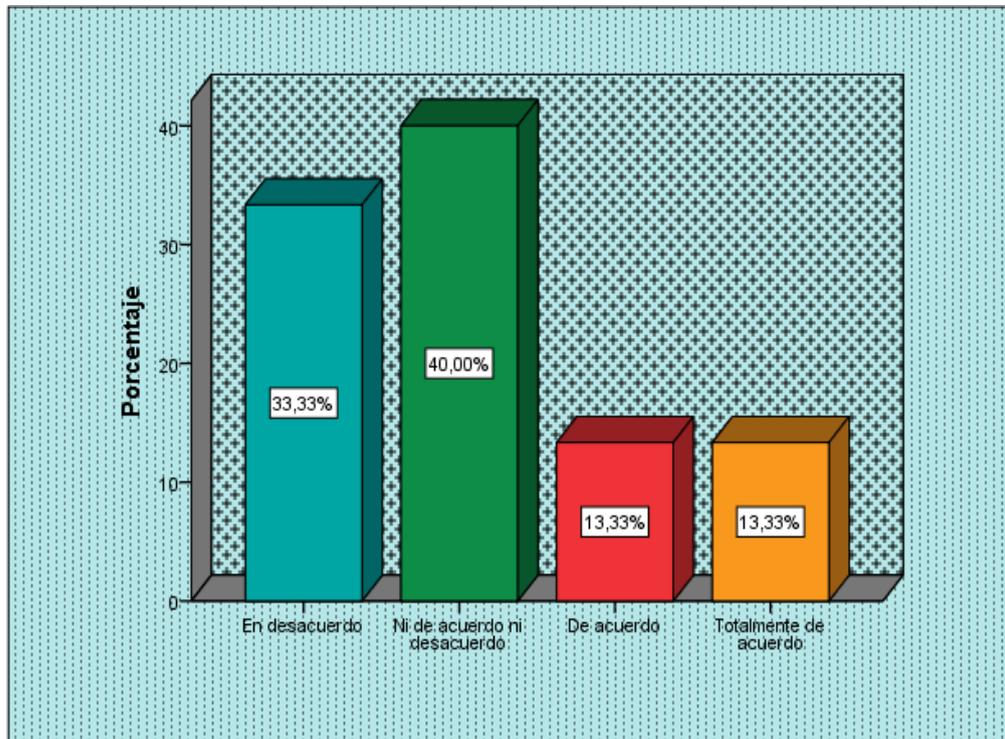
**Interpretación:** En la tabla 41 y figura 21 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre los egresos de la empresa, en donde el 6.7% y 26.7% de los encuestados demostraron que están totalmente en desacuerdo y desacuerdo con los egresos de la empresa, el 53.3% de los encuestados manifestaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los egresos de la empresa, mientras que el 6.7% de manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con los egresos de la empresa.

**Tabla 42.** Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	33,3	33,3	33,3
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	73,3
	De acuerdo	2	13,3	13,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 22.** Rentabilidad sobre Patrimonio neto es un indicador financiero principal que determina el crecimiento de las ganancias de una empresa y es parte de la rentabilidad financiera empresa.



Fuente: Elaboración Propia

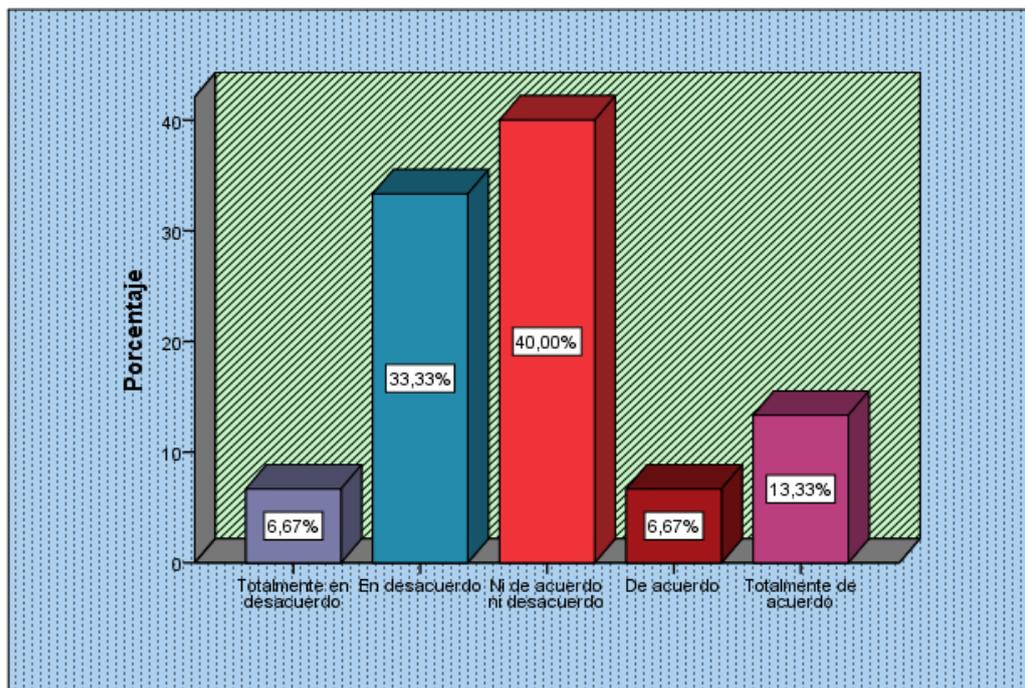
**Interpretación:** En la tabla 42 y figura 22 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% la rentabilidad sobre el patrimonio, en donde el 33.3% de los encuestados demostraron que están en desacuerdo con la rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa, el 40% de los otros encuestas señalaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la rentabilidad sobre el patrimonio de la empresa, mientras que el 13.3% de encuestados manifestaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la rentabilidad sobre patrimonio de la empresa.

**Tabla 43.** La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	5	33,3	33,3	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	40,0	40,0	80,0
	De acuerdo	1	6,7	6,7	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 23.** La solvencia es la capacidad que tiene una empresa para poder realizar los pagos de sus obligaciones con terceros. Logrando demostrar si tiene la rentabilidad necesaria.



Fuente: Elaboración Propia

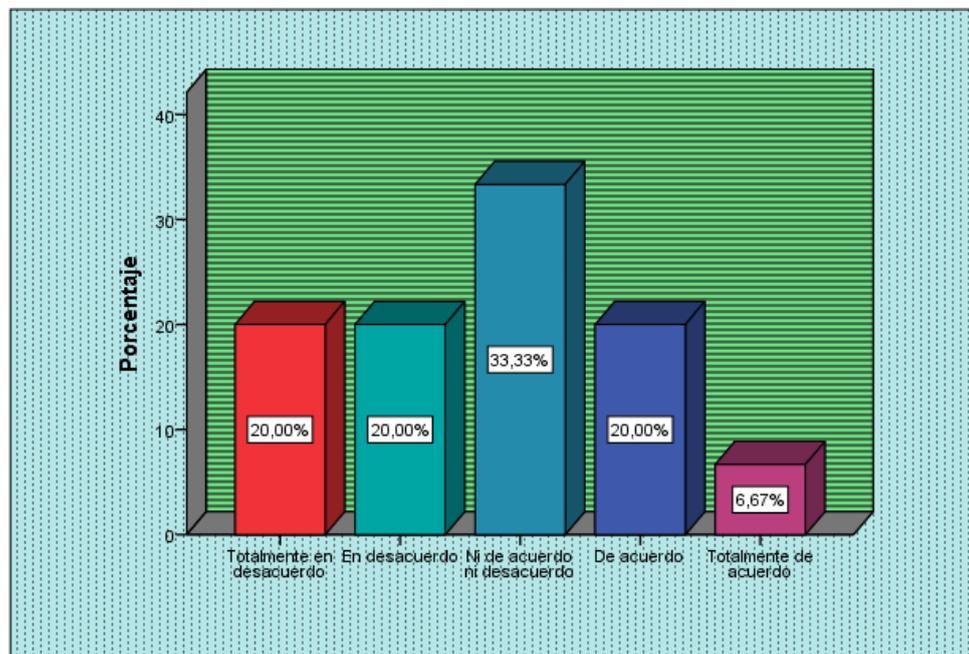
**Interpretación:** En la tabla 43 y figura 23 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre la solvencia de la empresa, en donde el 6.7% y 33.3% de los encuestados manifestaron que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con la solvencia que tiene la empresa, el 40% de los otros encuestados señalaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con la solvencia de la empresa, mientras que el 6.7% y 13.3% de encuestados indicaron que están de acuerdo y totalmente de acuerdo con la solvencia de la empresa.

**Tabla 44.** El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	3	20,0	20,0	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	33,3	33,3	73,3
	De acuerdo	3	20,0	20,0	93,3
	Totalmente de acuerdo	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración Propia

**Figura 24.** El capital de trabajo se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata que requiere la empresa para poder operar un negocio a corto plazo y obtener una rentabilidad financiera.



Fuente: Elaboración Propia

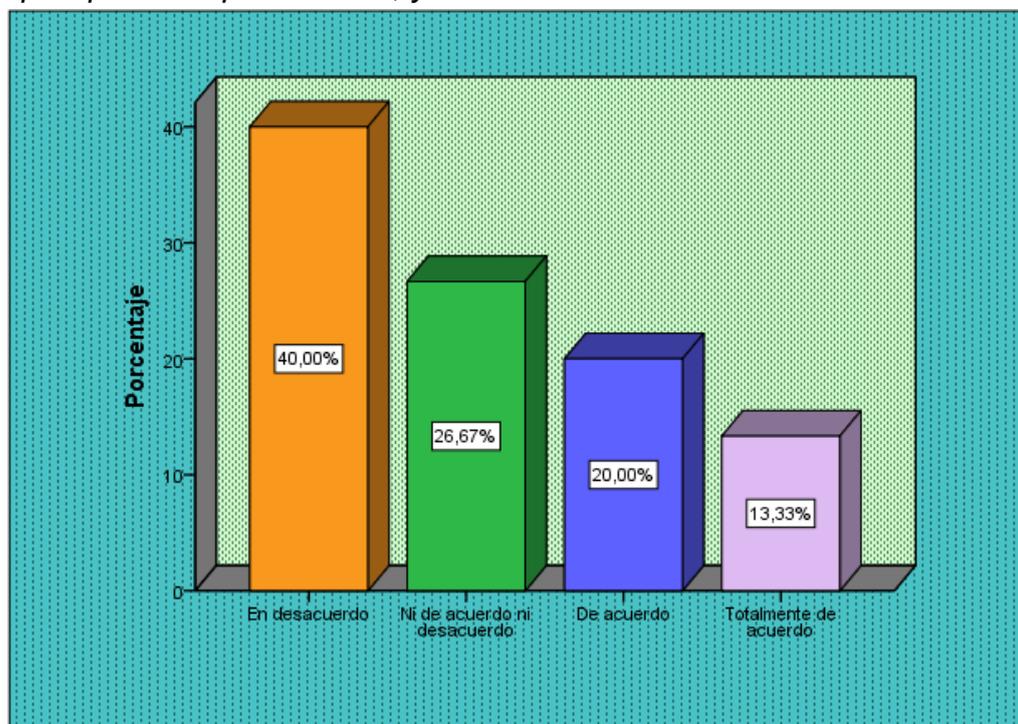
**Interpretación:** En la tabla 44 y figura 24 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% sobre el capital de trabajo de la empresa, en donde el 20% de los encuestados señalaron que están totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con el capital de trabajo de la empresa, el 33.3% de los otros encuestados señalaron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con el capital de trabajo de la empresa, mientras que el 20% y 6.7% de los otros encuestados manifestaron que están totalmente de acuerdo y de acuerdo con el capital de trabajo de la empresa.

**Tabla 45.** *Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	40,0	40,0	40,0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	26,7	26,7	66,7
	De acuerdo	3	20,0	20,0	86,7
	Totalmente de acuerdo	2	13,3	13,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: *Elaboración Propia*

**Figura 25.** *Gastos financieros representa al precio que hay que pagar por el capital prestado por terceros, y se considera como rentabilidad financiera.*



Fuente: *Elaboración Propia*

**Interpretación:** En la tabla 45 y figura 25 nos muestra de acuerdo a los resultados obtenidos al 100% los gastos financieros que tiene la empresa, en donde el 40% de los encuestados señalaron que están en desacuerdo con respecto a los gastos financieros de la empresa, el 26.7% demostraron que están ni de acuerdo ni desacuerdo con los gastos financieros de le empresa, mientras que el 20% y 13.3% de los encuestados manifestaran que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que la empresa tenga gastos financieros.