



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Sistemas de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del  
Distrito de Cusco, 2022**

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

**AUTORAS:**

Auccapuma Callañaupa, Yessica ([orcid.org/0000-0001-6360-1549](https://orcid.org/0000-0001-6360-1549))  
Sacsi Ccahuana, Dayana Katherin ([orcid.org/0000-0003-3028-0405](https://orcid.org/0000-0003-3028-0405))

**ASESOR:**

Dr. Huaranga Rivera Herbert Victor ([orcid.org/0000-0002-8054-4213](https://orcid.org/0000-0002-8054-4213))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Finanzas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CALLAO – PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación lo dedico a Dios, por darme las fuerzas y personas necesarias en mi camino, lo dedico a mi madre y familia la cual me apoyó en mis estudios, a la plana Docente de la Universidad, la cual nos ha brindado los conocimientos necesarios para realizar un trabajo óptimo, también a mi amado esposo, Marco, el amor de mi vida, quien con su esfuerzo, ternura, dedicación y amor me dio fuerzas en momentos difíciles, fue quien confió en mí desde el principio y, fue mi soporte y apoyo incondicional para conseguir lograr lo que soy, asimismo es mi principal cimiento para poder concluir mi carrera profesional y a quien estaré eternamente agradecida.

Dayana

Dedico de manera muy especial este trabajo de tesis a Dios por guiarme y orientarme para ser una persona del bien. A mis queridos padres por su apoyo, consejos y esfuerzo. A mis hermanos por su comprensión. A mis amigos y a todas las personas que me brindaron su apoyo y motivación, a todos ellos dedico cada una de las páginas de esta tesis.

Yessica

## **Agradecimiento**

Quizá no pueda agradecer completamente a todas aquellas personas que directa o indirectamente adquirieron protagonismo en este trabajo de investigación, pero los tengo presente.

Mi más grato agradecimiento a las enseñanzas de cada uno de los docentes de esta casa superior de estudios, por las enseñanzas que me sirvieron de mucho durante mi formación académica y al culminar este trabajo.

A mis compañeros de estudio y amigos, quienes sin duda me ayudaron con mucho empeño. A todos ellos les agradezco.

Dayana

Agradezco a todas las personas que de alguna otra manera apoyaron este logro que me llena de orgullo a mí, y a mis seres queridos. Agradecer a los docentes quienes con sus conocimientos me guiaron en mi formación profesional. Agradezco a los gerentes de la empresa de agencia de viajes del distrito de Cusco por permitirnos compartir y experimentar esta experiencia y finalmente agradecer a aquellas personas que guiaron nuestros primeros pasos dentro del campo de la investigación, a todos ellos gracias.

Yessica

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	6
III. METODOLOGÍA .....	13
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	13
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población, muestra y muestreo .....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	16
3.5. Procedimientos.....	18
3.6. Método de análisis de datos .....	18
3.7. Aspectos éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
V. DISCUSIÓN .....	29
VI. CONCLUSIONES .....	33
VII. RECOMENDACIONES .....	34
REFERENCIAS.....	35
ANEXOS	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Dimensión Costos directos .....	17
<b>Tabla 2.</b> Confiabilidad de instrumentos.....	18
<b>Tabla 3.</b> Sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.	20
<b>Tabla 4.</b> Costos directos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022 .....	21
<b>Tabla 5.</b> Costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022...	22
<b>Tabla 6.</b> Costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022...	23
<b>Tabla 7.</b> Prueba de normalidad.....	24
<b>Tabla 8.</b> Relación del sistema de costos y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.....	25
<b>Tabla 9.</b> Relación entre la dimensión costos directos y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022 .....	26
<b>Tabla 10.</b> Relación entre la dimensión costos indirectos y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022 .....	27
<b>Tabla 11.</b> Relación entre la dimensión costos operacionales y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.....	28

## Resumen

El presente trabajo de investigación titulada “Sistema de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022”, el *objetivo* es determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. *Metodológicamente* fue de tipo aplicada, nivel correlacional y diseño experimental, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como herramienta el cuestionario aplicado a Agencias de viaje. De acuerdo a los *resultados* que obtuvimos nos muestra que el sistema de costos alcanzó un nivel bueno con un 56.4%, en el caso de rentabilidad alcanzó un nivel bueno representado por un 42.3%. Por lo tanto, el sistema de costos si está relacionado notablemente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Con un nivel de significancia bilateral de 0,005 y un coeficiente de correlación de 0.542, la correlación es positiva y moderada. *Conclusión:* Ante cualquier variación en el sistema de costos, se tendrán variaciones en la misma intensidad en la rentabilidad.

**Palabras clave:** Sistemas de costos, Rentabilidad económica, Rentabilidad financiera

## **Abstract**

The present research work entitled "Cost and Profitability System in Cusco District Travel Agencies, 2022", the objective is to determine the relationship between the cost and profitability system of Cusco-2022 travel agencies. Methodologically it was of an applied type, correlational level and experimental design, for data collection the survey technique was improved and as a tool the questionnaire applied to travel agencies. According to the results we obtained, it shows us that the cost system reached a good level with 56.4%, in the case of profitability reached a good level represented by 42.3%. Therefore, the cost system is related to the profitability of the Cusco-2022 travel agencies. With a two-sided significance level of 0.005 and an elicitation coefficient of 0.542, the connection is positive and moderate. Conclusion: Given any variation in the cost system, there will be variations in the same intensity in profitability.

**Keywords:** costing systems, economic profitability, financial profitability

## I. INTRODUCCIÓN

Teniendo en cuenta que un sistema de costos se define como un conjunto o grupo de métodos, procedimientos administrativos, técnicos y formales que en una empresa se ha implementado para determinar, estudiar y examinar los costos, además de ayudar en el análisis de rentabilidad y la valoración del inventario. Es así que es importante que una empresa tenga implementado en ella un sistema de costos, debido a que mediante esta se puede controlar y conocer tanto la materia prima que se utiliza como los alcances financieros, además que este sistema ayuda en el funcionamiento interno de la empresa para luego lograr una rentabilidad dentro de la industria, así como incrementar una gestión de control y con ello garantizar no solo la competitividad de la empresa, sino también su crecimiento. En ese sentido, una empresa de agencia de viajes con mayor rentabilidad es considerada como la que ofrece servicios de calidad, debido a que la prosperidad de una empresa depende de los precios que se imponen en los servicios. Es así que una empresa de agencia de viajes depende de la cantidad de turistas que ingresan, así como la preferencia de costos, calidad de servicios prestados por estas Agencias (El Comercio, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, el ranking de los países americanos más visitados en el mundo por turistas internacionales en 2020. Ese año, Canadá recibió alrededor de 3 millones de turistas extranjeros, ubicándose en tercer lugar con México y Estados Unidos en primer y segundo lugar, respectivamente. En el caso de Perú, cerca de 900.000 turistas internacionales se vieron afectados por las restricciones anuales de movilidad provocadas por la coyuntura mundial de la pandemia generada por el COVID-19 (Statista Research Department, 2021). En ese mismo contexto, en base a datos proporcionados por la Organización Mundial de Turismo (OMT), en la actualidad se registran casi 400 millones de visitantes (turistas) internacionales a nivel mundial, por ende, se entiende un importante descenso con relación al anterior año a causa de las limitaciones forzadas por la pandemia del Covid-19. Por lo tanto, la importancia global del sector es obvia. El turismo genera más de 270 millones de puestos de trabajo ya sean directos e indirectos. Además, según la información anunciado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Statista Research Department, 2022). contribuyó con más de 4,5

billones de dólares al PIB mundial el año pasado. Las agencias de viaje se posicionan así en el mercado latinoamericano, donde CVC de Brasil es la segunda plataforma de viajes online más grande y visitado de América Latina, alcanzando el 6,7% del mercado, detrás de Despegar.com (junto con Decolar.com de Brasil), que alcanzó el 9,5%. del mercado este año Booking.com completa el podio con un 6,3% de participación en el mercado de viajes en línea (Statista Research Department, 2022). Además, se debe tener en cuenta que para el sistema de gastos es importante la evolución anual del consumo de los turistas internacionales en el mundo entre los años 2013 con 1,32 billones de dólares al 2019 con 1,68 billones de dólares. Sin embargo, a consecuencia del Covid-19 en el año 2020 se tuvo de ingreso 520,000 millones de dólares estadounidenses (Statista Research Department, 2021). Por otro lado, las 10 ciudades más visitadas en Latinoamérica por turistas extranjeros son Cancún con la visita de 6 millones de visitantes turistas, Punta Cana con 3,6 millones, México D.F. con 3 millones, Rivera Maya con 2,9 millones, Lima con 2,8 millones, Santiago de Chile con 2,52 millones, Sao Paulo con 1,9 millones, Buenos Aires con 1,9 millones, Ciudad de Panamá con 1,6 millones y Cusco con 1,57 millones de turistas (Statista Research Department, 2021). Es así que la rentabilidad de las Agencias de viajes se está incrementando, sin embargo, también aumenta la competitividad de las Agencias. Para ello es necesario implementar el sistema de costos y así estas Agencias puedan tener más llegada de turistas.

En todo el país, según estadísticas de la Asociación Peruana de Agentes de Viajes (APAVIT) que muestran un aumento anual del 15% en las nuevas agencias de viajes establecidas (APAVIT, 2022). Según los resultados del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), existen 5.729 agencias de viaje y tour operadores, y la mayoría se encuentran ubicadas en las distintas provincias con mayor número de Turismo que son Lima, Callao Constitución y Cusco. Le siguen las provincias de Arequipa (6,3%), Puno (2,8%), La Libertad (2,8%), y Loreto (2,6%). Además, las actividades del tour operadores y agencias de viaje aumentó en un 395,61% por el desarrollo de las agencias de viaje, con las mayores ventas de boletos aéreos, paquetes de viaje, servicios de reserva, paquetes de cruceros al Caribe en respuesta a las ofertas y promociones de Semana Santa, descuentos en el evento online Cyber Wow 2022, que ofrece paquetes de viaje vendiendo

eventos del mundial de Qatar 2022. Así es la recuperación paulatina del turismo, el avance en la vacunación preventiva contra el COVID-19, la apertura de aeropuertos y el 100% de aforo. Las agencias de turismo también han activado su actividad en relación con la afluencia del turismo de hostelería y la llegada de grupos de viaje de países extranjeros al territorio nacional (Instituto Nacional de Estadística e Informática 2022). Por tanto, aumentará la rentabilidad de las agencias de viajes. Con lo anterior en mente, se encuentra Cusco. Al respecto, datos de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco (DIRCETUR) según sus datos estadísticos indican que de las más de 2000 agencias de viaje y operadores turísticos que funcionan en la región Cusco, el 37% de estos, son informales. Además, según Prom-Perú, el 62% viaja sólo, mientras que el 38% de los turistas que llegan a Cusco llegan en grupos turísticos (El Comercio, 2018).

Es así que las empresas de Agencias de viaje no solo deben analizar las actividades, el flujo y cantidad de ventas sino también el sistema de costos y el análisis de rentabilidad. De tal manera una entidad rentable genera utilidad e ingresos mayores que los gastos, para ellos es necesario definir los costos de los servicios que se brindará ya que este determina la rentabilidad a partir de la comparación de los costos de las diferentes Agencias de viaje. Por tanto, una buena gestión de costes requiere determinar los precios de los productos, indicadores de productividad empresarial, conocer la productividad laboral, conocer la rentabilidad global del capital invertido, los costes unitarios de cada producto o servicio, etc.

De ahí que, según el presidente del grupo de trabajo del barómetro de Agencias de viaje en la DRV, Bernd Zillich, manifiesta que las Agencias de viaje que se especializan y ofrecen ofertas personalizadas y 'paquetes' de servicios individuales son más rentables que las generalistas (NEXOTUR, 2019). Por ello, el precio y la calidad del servicio son necesarios e importantes para la elección de los turistas que adquieren estos paquetes turísticos. Tenga en cuenta que si no cuenta con el sistema de costos correcto, es más probable que tome malas decisiones, pierda el control de sus finanzas y planifique, administre y evalúe su trabajo. Además que, impide a las empresas a realizar estrategias de precios eficaces, reduce la capacidad competitiva de las empresas de turismo, indagar y conocer sobre otras actividades más rentables, dificulta en la innovación o inversionistas,

así como no permite mejorar adecuadamente en las deficiencias; por consiguiente, no existe un control de gastos. De modo que estas deficiencias, afectarían en los ingresos generando mayores egresos, así como insuficiente utilidad y ganancias. De ahí que la rentabilidad se ve afectada, debido que la baja adquisición de paquetes turísticos de los turistas no cubriría los costos, por ende, la agencia de viaje se vería en la obligación de cerrar.

Por tal razón, es importante realizar el presente estudio a fin de conocer el vínculo que se hay con respecto al sistema de pagos y la rentabilidad. Esta investigación también será un aporte a la industria del turismo para poder seguir los procesos del método científico, además que servirá como guía para otras investigaciones.

Es por todo lo mencionado que el problema general es: ¿Cómo el Sistema de costos se relaciona directamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022?, se tiene como problemas específicos: ¿Como los costos directos se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022? ¿Cómo los costos indirectos se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022? ¿Cómo los costos operacionales se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022?

En base a las anteriores consideraciones, este estudio brindará conocimientos sobre sistemas de costos y rentabilidad. La *justificación práctica* del estudio será de aporte a la industria del turismo, a través de los resultados encontrados. La *justificación teórica*, profundiza la base de las variables de investigación, y los resultados también se incorporarán al conocimiento científico de los sistemas de costos y rentabilidad (contexto de investigación). La *justificación metodológica*, ya que se utilizarán métodos y técnicas que permitan demostrar un trabajo sistemático y ordenado; también se utilizarán instrumentos de recolección de datos apropiadamente validados por medio de procedimientos como las evaluaciones de expertos, que permitirán una perfecta unificación de estándares para demostrar los conceptos mencionados por los autores para las variables de investigación científica; los resultados después de la aceptación servirán como visión general y referencia para futuras investigaciones. Además, tiene trascendencia social, ya que se ha comprobado que los empleados

económicamente activos y los clientes en general se beneficiarán de sugerencias alentadoras para optimizar la calidad de los servicios.

Por lo tanto, nuestro objetivo general es: Determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de Viaje Cusco-2022. Y como objetivos específicos: Identificar la relación existente entre los costos directos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Establecer la relación existente entre los costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Conocer la relación existente entre los costos operacionales y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

Por lo tanto, nuestra hipótesis general es: El sistema de costos se tiene relación significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Por ende, nuestras hipótesis específicas son: Los costos directos tiene relación significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Los costos indirectos se vinculan directamente y de manera directa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Los costos operacionales se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

## II. MARCO TEÓRICO

Este capítulo examina el trabajo previo que se presentó antes de que se realizara la investigación, donde los hallazgos previos a nivel nacional e internacional permitirían ampliar la pregunta de investigación y contrastar los hallazgos. Para obtener información internacional, tenga en cuenta lo siguiente:

Gonzalez (2017) en su artículo científico “Procedimiento de un sistema de costo”, publicado en la Revista Científica Cofin Habana, tuvo como *objetivo* dar a conocer los aspectos más relevantes e importantes que deben tomarse en consideración para implementar un sistema de costos. Los *métodos* de investigación son descriptivos. Se utilizó el análisis bibliográfico como herramienta para la recolección de datos. Los *resultados* señalan que el salario de los diseñadores es \$2.21/hora multiplicado por el número de horas. Entonces  $9,15 \text{ horas} \times \$2,21 \text{ por hora} = \$20,22$ . Si calculamos más, el resultado de 9.09% es \$22.06. *Conclusión* el sistema planteado da a conocer los costos reales de los servicios prestados al cliente, permitiéndole tomar decisiones que maximicen el rendimiento, eficiencia y eficacia de los recursos de la entidad. Del mismo modo aporta la información suficiente para el análisis de costos y contabilidad de gastos.

Yanchaliquín (2017) En su investigación titulada “Proyecto de examen complejo previo al logro de su obtención del título de ingeniero en contabilidad superior, auditoría y finanzas, C. P. A” presentado ante la Universidad Regional Autónoma De Los Andes Uniandes, se tiene como objetivo diseñar el Sistema de Costos por Proceso para medir la rentabilidad. *Metodológicamente* la investigación es descriptiva, bibliográfica, deductiva, lógica, analítica, sintética, utilizando métodos de entrevista y encuesta, utilizando como herramientas guías de entrevista y cuestionarios. Los *resultados* mostraron que la relación de utilidad neta a ingreso neto por año fue de 20.94%. *Se concluyó* que en “Todo en Fibra” el análisis sobre los costos de producción no se realizaba de forma técnica, lo que llevó al estancamiento del crecimiento efectivo de la empresa.

Chacón (2017) En su trabajo denominado “Determinación de costos y análisis de la rentabilidad de una entidad de alimentos caso: Casa de la Humita y Tamal Lojano”, investigación para optar el título de ingeniería en auditoría y contabilidad presentado ante la Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, tuvo

como *objetivo* es elegir el sistema de costeo más apropiado para que lo utilice la empresa de alimentos: La Casa de la Humita y Tamal Lojano, en cuanto a *métodos de investigación* descriptivos utilizando métodos observacionales y como ficha de observación instrumental. *Resultados*, estas unidades tienen costos históricos y volúmenes de producción promedio por lo que se puede establecer una tarifa predeterminada para cada artículo que se utilizará en la tabla de costos. *Conclusión*, las políticas administrativas y contables no se aplican porque la contabilidad fiscal no es lo mismo que la contabilidad financiera. El saldo presentado a los socios es un impuesto donde es imposible notar los costos reales incurridos en cada etapa del proceso productivo.

San Martín (2019) En su investigación de estudio titulada sobre “Costos por servicios y la rentabilidad de la lavadora y lubricadora Adelita del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017”, tesis para obtener el título en auditoría y contabilidad sustentado ante la Universidad Estatal Península de Santa Elena, con *objetivo* de evaluar los costos por servicios y por medio de la aplicación de herramientas e indicadores financieros para determinar el efecto en la rentabilidad de empresa, en la modalidad de investigación la *metodología* es descriptiva, cualitativa, consta de 15 personas que laboran en la empresa. Se utilizaron artículos científicos, sitios web y entrevistas como técnicas para recolectar información. *Resultados*, las ventas de arandelas y grasas de Adelita en 2019, en comparación con el costo real de cada servicio, fue de \$348.067,58. *En conclusión*, la empresa no contaba con un sistema de costos que pudiera estimar adecuadamente el costo de cada servicio, por lo que no incluía adecuadamente los costos de los elementos utilizados, tales como: costos de materiales y de mano de obra directos, y costos generales.

Sinchi et al. (2020) en su artículo científico “Sistema de costos como instrumento de control en la industria textil del Ecuador”, publicado en la Revista CIENCIAMATRIA, tuvo como *objetivo* desarrollar sistema de costos ABC para el apropiado y productivo manejo de la riqueza financiera en la industria textil, en términos de *metodología* de investigación que son más descriptivos que experimentales. Se utilizaron métodos de encuesta para recopilar datos. Determinar que los *resultados* obtenidos en el cálculo del ABC y la aplicación de

los incentivos de recursos sean aplicados técnicamente, tal como se define en el sistema de cálculo del ABC; deben corresponder a las medidas de las actividades de procedimiento de producción de la empresa textil. En *conclusión*, la implementación del sistema de costeo ABC en una entidad textil permite identificar todos los procesos relacionados con la elaboración de calcetines y además asegurarse de que su funcionamiento sea el mismo independientemente del material utilizado.

Como antecedentes nacionales se tiene a Centeno (2017) En su estudio de investigación titulada “Los costos de servicio y su influencia en la rentabilidad de la agencia de viajes y turismo Kontiki Tours EIRL. periodos 2012 y 2013”, Tesis para optar el grado de Contador Público presentado ante Universidad Nacional Del Altiplano, Perú, tuvo como *objetivo* analizar la incidencia de los costos de servicio en la rentabilidad de la Agencia de Viajes, a partir de *métodos de investigación* de carácter descriptivo, no experimental, analítico y deductivo. El muestreo estuvo comprendido por la agencia de viaje Kontiki Tours EIRL. Se utilizó la revisión documental como herramienta para la recolección de datos. *Los resultados* muestran una utilidad bruta esperada del 29% en 2019, lo que significa que por cada \$1 invertido ganarás 0.29 centavos por cada servicio prestado. *En conclusión*, la empresa no realizaba un seguimiento de los costos y al evaluar los indicadores de rentabilidad se encontró que la rentabilidad de la empresa estaba mal administrada, ya que el análisis longitudinal dio como resultado una calificación de MALA, como fue diagnosticado en una intersección y el análisis de secciones.

Curo (2018) en su investigación titulada “Diseño de un sistema de costos estándar para la vía Chiclayo-Lima-Chiclayo aplicados a transportes Pakatnamu SAC con la finalidad de optimizar su rentabilidad, ciudad de Chiclayo, período 2017”, tesis presentada para obtener el grado de contador público, presentado ante la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tuvo como *objetivo* diseñar un sistema de costos uniforme para la vía Chiclayo-Lima-Chiclayo a Transportes para aumentar su rentabilidad, en cuanto a la *metodología* de investigación es mixta, cuantitativa-cualitativa, no experimental, descriptiva, dependiente. Se empleó las entrevistas y la observación como métodos de recolección de datos. Como *resultado* los costos fijos y variables del servicio de transporte son 42.03% y

57.97% respectivamente, el viaje redondo es S/5080.67, el ingreso por viaje es S/5500.00, y cada viaje da una utilidad de S/419.33, *concluyó* que esto produjo un retorno del 8%. La rentabilidad de servicio es del 8%, frente al 9% que maneja actualmente la empresa, hay una variación del -1%, que corresponde a los costos que no son considerados por la empresa en la variable de costo de los servicios.

Raraz (2018) en su investigación titulada “Sistema de costos para aumentar la rentabilidad en una compañía de Construcción”, para optar el título de ingeniero civil presentado ante la Universidad Norbert Wienes, tuvo como *objetivo*, plantear un sistema de costos para de esta manera maximizar la rentabilidad en una empresa del área inmobiliaria en el sector construcción, *la metodología* de investigación, es un enfoque híbrido e integrado. Las entrevistas se utilizaron como métodos de análisis de documentos y herramientas para la recolección de datos. *Como resultado*, se observó una tendencia positiva en el Cost Performance Index (CPI) con un CPI de 1.19 al término del proyecto y una utilidad operativa de \$132,717.62 o 15.75% del valor total. En *conclusión*, la rentabilidad cambia constantemente porque las empresas no asignan bien sus gastos operativos y costos de producción. Por otro lado, la diferencia en el análisis económico es la falta de control durante la preparación del producto

Goñaz y Zevallos (2018) en su trabajo titulado “Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar el crecimiento de rentabilidad en la entidad Panadería Oriental S.R.L. Iquitos, 2016” presentado ante la Universidad Científica Del Perú. Para obtener el título profesional de Contador Público. tuvo como *objetivo* determinar de esa manera un sistema de costos por procesos permite mejorar la rentabilidad en la entidad, *la metodología* de investigación es causal y descriptiva. El número de habitantes se basa en la información contable de la panadería. Se utilizaron entrevistas y observaciones como herramientas para la compilación de datos. En cuanto a *los resultados* nos muestra que el costo de producción y comercialización en el año 2016 representó el 74,08% de los ingresos totales, no se utilizó el sistema de costeo por procesos y el sistema de costeo por procesos utilizado fue el 29,13%. *Se concluyó* que, luego de estudiar los elementos del sistema de costeo por procesos, se encontró que la empresa no aplicaba procedimientos, ni políticas o documentos de control que permitieran un control real

de sus propios recursos; el sistema de costeo empleado no era específico de la empresa y no cubría sus necesidades de información.

Paico (2017) en su investigación titulada “Evaluación de los costos y propuesta de un sistema de costos por órdenes para la empresa “Grupo ULLOA S.A.C.”; SANTA 2017”, tesis de pregrado para optar el grado de contador público, presentado ante la Universidad Cesar Vallejo, tuvo como *objetivo* describir la estructura de los costos de la empresa. *Metodológicamente*, el total está compuesto por aquellas operaciones que incluyen todos los costos realizados por la empresa al inicio de sus actividades. Ejemplo: consiste en los costos estimados de la empresa en los primeros 6 meses del 2017. La recolección de datos se realizó a través la observación guiada y entrevistas. Se ha establecido que la contabilidad de costos de la empresa no está organizada y se los *resultados* indican que se han encontrado errores en la distribución de costos en las operaciones. *En conclusión*, las empresas desarrollan el costeo de forma tradicional y empírica, con base en la experiencia diaria del gerente, pero con limitaciones, pues calculan según sus propios estándares y por la naturaleza de la actividad.

Dentro de la revisión teórica se tiene el *Sistemas de costos*, esta conceptualizada como: determinar el costo de una unidad de producto terminado, además de otras órdenes administrativas, como planificar y controlar los costos de producción y tomar decisiones específicas, como la fijación de precios de venta. (Viaña, 2017). Este sistema de costeo incluye diversos procedimientos, métodos y técnicas, y esta combinación depende, entre otras cosas, del negocio, tamaño, sistema de gestión y nivel de control de cada empresa (Rojas, 2020). El sistema de costeo se define como el método de asignación y acumulación de costos que son utilizados en empresas que fabrican y elaboran productos según los requerimientos del cliente y desde luego los precios cotizados para pequeños lotes de los mismos. (Lucio et al.2018, p.11).

Respecto a las dimensiones: Los elementos del costo de servicios, son aquellos que interfieren en el sistema de costos de una empresa de servicio los cuales son (Choy, 2012); los costos indirectos, costos directos y costos operacionales (Castelblanco, 2019, p.70): **(a) Costos directos:** costos que se pueden especificar en unidades (Choy, 2012). Son los directamente implicados en

el procesamiento del producto, como son la mano de obra y materia prima directas (López, 2018). Se definen como costos de producción representativos que pueden atribuirse fácilmente a productos, materia prima directa o los materiales, servicios directos y mano de obra directa (Rincón y Villareal, 2017, p.25). Servicio directo, trabajo directo. (b) *costos indirectos*: No se pueden identificar ni observar dentro de la empresa (Choy, 2012). Estos son los que indirectamente intervienen en la producción, son los costos indirectos de producción y los costos indirectos de operación (López, 2018). Se define como todos los costos relacionados a la producción de un producto, excluyendo mano de obra directa, materias primas directas y servicios directos (Rincón y Villareal, 2017, p.25). Amortización, costes fijos, gestión de instalaciones. (c) *costos operacionales*: Son costos en los que incurre un sistema instalado o comprado durante el proceso de producción durante su vida útil se denominan costos operativos, incluidos los costos necesarios para mantener el sistema. Los principales costos operativos incluyen: honorarios técnicos, alquiler, seguros, capacitación, consumibles (Choy, 2012). Son inversiones destinadas a crear el proceso de socialización de la empresa, y los productos se reconocen como gastos generales y de venta (Augusto et al. 2019, p.40). Son los derivados de la ejecución del trabajo, como el coste de impresión de publicaciones o materiales. Las cantidades pueden localizar las materias primas en el producto final, la mano de obra directa está directamente relacionada en la transformación de las materias primas en productos finales (Quilly, 2014, p.51) Gastos técnicos, Alquileres, Capacitaciones, Materiales de consumo.

Respecto a la *variable rentabilidad*, es el resultado de dividir la ganancia realizada por el capital requerido para lograr esa ganancia. Además, tratan de rentabilizar las ventas en el corto plazo asegurando un retorno del capital en el largo plazo (Rojas & Cerda, 2017). “La actividad económica y su eficiencia es medida en función a las ganancias q provienen del tipo de actividad es decir la rentabilidad, ya sea de intercambio, producción o transformación, dado que el sobrante y/o excedente se genera al final del intercambio” (Daza, 2016, p.268). Mide el desempeño del capital utilizado en la producción misma durante un período determinado en el que se asume el ingreso obtenido frente a los medios utilizados para obtenerlo (Gutiérrez y Tapia, 2016, p.14).

*Las dimensiones de rentabilidad para el estudio;* Para poder medir el rendimiento financiero de una empresa, controlar costos o gastos y poder traducir ventas en ganancias, se utilizan los indicadores de rentabilidad, retorno sobre los activos (ROA) y retorno sobre el patrimonio (ROE) (Aguirre et al. 2020) se utilizan para medir el desempeño del negocio, controlar los costos o gastos y traducir las ventas en utilidades. La relación de control tiene por objeto analizar la situación financiera y económica de la empresa para responder a los pagos y garantizar la continuidad de un negocio económica y financieramente rentable (Sánchez, 2014, p.16). (a) *Rentabilidad económica (ROA):* La rentabilidad económica representa la eficiencia en el uso de los activos y se obtiene dividiendo la utilidad de operación después de impuestos entre los activos netos promedio. La rentabilidad económica evidencia el valor de utilizar los activos de la empresa, indicador que señala los resultados de la contabilización de los activos netos, sin tomar en consideración la existencia de estructuras financieras (Contreras, 2015). Será un indicador que caracterice el nivel de eficiencia generado por unidad de dinero invertido en todos los activos utilizados por las actividades promedio de la empresa con activos (Aguirre et al., 2020). Se calcula sumando los resultados de las operaciones del día a día a los gastos financieros y dividiendo esta suma por los activos físicos, definidos como activos totales menos los gastos de puesta en marcha, gastos y reservas para riesgos repartidos en varios años, y gastos (Sánchez, 2014, p.16). 
$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$
 (b) *Rentabilidad financiera (ROE):* La rentabilidad financiera establece la rentabilidad relativa al patrimonio. Se obtiene mediante la división del dato de la utilidad neta entre el patrimonio, lo que resulta en un retorno para los accionistas comunes y preferentes, para invertidos en las unidades (Contreras, 2015). Una medida del rendimiento del capital durante un período determinado es el rendimiento obtenido del capital social que es independiente de la generación de ingresos (Aguirre et al., 2020). Es una relación que conecta los intereses económicos con los recursos necesarios para alcanzarlos. Definiendo el proceso de inversión para generar utilidades a través de los ingresos, la rentabilidad financiera se calcula utilizando la utilidad neta (Sánchez, 2014, p.17). 
$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto}}$$

### III. METODOLOGÍA

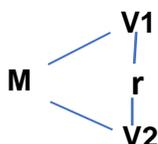
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### 3.1.1. Tipo de investigación

El presente estudio fue de tipo Aplicada; para Hernández & Mendoza, (2018) tiene como objetivo la solución de un problema o método específico, enfatizando la búsqueda del conocimiento y fortaleciéndolo para su aplicación.

##### 3.1.2. Diseño de investigación

Se tiene diseño correlacional, no experimental de corte transversal, para Hernández & Mendoza, (2018) En este diseño de investigación, las variables no se manipularán y los datos se recopilarán en un momento dado o durante el transcurso del estudio.



Dónde:

M = Agencias de viaje Cusco

V1 = Sistema de costos

V2 = Rentabilidad

r = Correlación existente entre las variables en estudio.

#### 3.2. Variables y operacionalización

##### Variable 1: Sistemas de Costos

- **Definición Conceptual**

Los sistemas de costos combinan diferentes procedimientos, métodos y tecnologías, esta combinación depende de la empresa, tamaño, sistema de gestión y nivel de control de cada empresa, en especial los sistemas industriales o comerciales, de producción o de comercialización (Rojas M., 2020).

- **Definición Operacional**

Esta variable sistema de costo se obtuvo en base a las dimensiones: costos directos, costos indirectos y costos operacionales; para lo cual se aplicó como instrumento el cuestionario destinado a 156 Agencias de

viajes del distrito de Cusco. La medición para la variable de estudio es de escala ordinal.

- **Indicadores**
  - **Costo directo** (mano de obra directa, Servicio directo)
  - **Costo indirecto** (Costo de gestión, administración de planta)
  - **Costos operacionales** (Gastos técnicos, alquileres, capacitaciones, Materiales de consumo)
- **Escala de Medición:** Ordinal

### **Variable 2: Rentabilidad**

- **Definición Conceptual**

Es el resultado de dividir la ganancia obtenida por el capital requerido para lograr esa ganancia. Además, tratan de rentabilizar las ventas en el corto plazo asegurando un retorno del capital en el largo plazo (Rojas & Cerda, 2017).
- **Definición Operacional**

Esta variable rentabilidad costo se midió conforme a las dimensiones: Rentabilidad económica y Rentabilidad financiera, para lo cual se utilizó como instrumento de recolección el cuestionario orientado a las 156 Agencias de viaje del distrito de Cusco. La medición para la variable de estudio es de escala ordinal.
- **Indicadores**
  - **Rentabilidad financiera** (Patrimonio neto, Utilidad neta)
  - **Rentabilidad económica** (Activo total, Utilidad neta)
- **Escala de Medición:** Ordinal

## **3.3. Población, muestra y muestreo**

### **3.3.1. Población**

Es un grupo o el número total de unidades de investigación que contienen características en común basadas en la investigación, los cuáles pueden ser objetos, fenómenos, hechos, personas, objetos y demás cosas (Ñaupas et al., 2018). Sobre las agencias de viaje: En conformidad con el listado de

agencias de viaje obtenido mediante el documento solicitado a la Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (GERCETUR), existen 2,338 agencias de viaje en la zona del Cusco.

**Criterios de inclusión:**

- Agencias que aceptaron a la solicitud de encuesta
- Agencias que se encontraban disponibles al momento de realizar encuestas.
- Agencias que realizaban sus funciones de forma normal.

**Criterios de exclusión:**

- Agencias que se encontraban cerradas debido a la pandemia.
- Agencias que no respondieron a la solicitud de encuesta.
- Agencias que no se encontraban disponibles al momento de realizar la encuesta.

**3.3.2. Muestra**

Representa una población con los mismos rasgos y características, lo que permite es incorporar los resultados conseguidos de la misma a toda la población (Ñaupas et al., 2018). En cuanto a las Agencias de viaje: La muestra de este estudio se obtiene aplicando la fórmula para poblaciones finitas o conocidas:

$$n = \frac{N * z_a^2 * p * q}{e^2(N - 1) + z_a^2 * p * q}$$

Dónde:

z = Nivel de confianza

N = Población

n = Muestra

p = Probabilidad de logro o proporción esperada

q = Probabilidad de fracaso

e= Error (error de escala posible permitido). La dimensión de la muestra de la población afecta el tamaño del error de muestreo. Pero el tamaño de la muestra también puede afectar el presupuesto de investigación. Existe un equilibrio óptimo entre la dimensión de la muestra, el error de muestreo y el propósito del análisis (el nivel de separación y el análisis de datos que debemos realizar).(Consultoría Estratégica de Investigación de Mercados [Cimec], 2022)

$$n = \frac{2338 * 1.81^2 * 0.5^2}{0.07^2 * (2338 - 1) + 1.81^2 * 0.5^2}$$

n=156

Se tienen 156 Agencias de viajes del distrito de Cusco.

### **3.3.3. Muestreo**

El muestreo probabilístico es un sistema de muestreo que se utiliza en una clase de selección aleatoria (el muestreo nos hace referencia al análisis o estudio de un menor grupo de la población). La exigencia más relevante en el muestreo probabilístico es que todos los miembros de la población tengan las mismas posibilidades de ser elegidos o seleccionados (Ñaupas et al., 2018).

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.4.1. Técnica**

Según Hernández y Mendoza (2018) los métodos de la investigación son procedimientos utilizados por todos los investigadores para elaborar la información necesaria para abordar tema de investigación.

En el caso de las encuestas, se considerará encuesta una técnica caracterizada por una serie de procesos estandarizados para recaudar, analizar y procesar un conjunto de datos de la muestra que calcula la representación de una población superior o del mundo, se deducirá el resultado obtenido de allí.

### **3.4.2. Instrumentos**

La investigación puede ser descriptiva o explicativa. Para los fines de

este estudio se utilizó un estudio descriptivo. Este tipo de investigación tiene como propósito de es mostrar la prevalencia del fenómeno o fenómenos en estudio en una determinada población y/o sus subgrupos. Según Hernández y Mendoza (2018), una herramienta es un sistema para introducir datos que en realidad representan una idea o variable de un estudio de investigación.

El cuestionario se identifica como una herramienta del estudio de investigación que involucra realizar una gama de preguntas u otros tipos de indagación para recibir información de los encuestados. En general suelen ser un conjunto de preguntas cerradas y abiertas. Suele utilizarse este instrumento tanto para la investigación cualitativa como para la investigación cuantitativa. La herramienta a utilizar será un cuestionario, que es una herramienta utilizada para recopilar información con fines de investigación o evaluación.

Esta herramienta será comprobada utilizando la metodología de investigación y la opinión de expertos en el ámbito de estudio, quienes serán los que determinarán que si una herramienta es apropiada para medir o evaluar las variables del estudio investigación.

### **3.4.3. Validez**

La validación de los documentos de trabajo será realizada por especialistas del tema investigado, es decir, profesores que se especializan en investigación y firman documentos de validación calificados.

Los instrumentos fueron evaluados y validados por 3 expertos.

**Tabla 1**

*Validadores - Juicio de Expertos*

Nombre de validador	Opinión final
Mgt. Juan Carlos Medina Delgado	Procede para aplicar
Mgt. Sócrates Dueñas Cabrera	Procede para aplicar
Mgt. Joaquín Ronald Phuño Quispe	Procede para aplicar

### 3.4.4. Confiabilidad

Respecto a la confiabilidad de la herramienta que se utilizó para dicha recaudación de información, el coeficiente de Alfa de Cronbach el cual fue decisivo para tal fiabilidad, el cual mide la relación de las variables, dimensiones, indicadores e ítems. Para ello, la interpretación se manejará de la siguiente manera:

$\alpha > 0.8$  Instrumento confiable

$\alpha < 0.8$  Instrumento no confiable

**Tabla 2**

*Índice de Nivel de Confiabilidad de instrumentos*

VARIABLES	Estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach	N de elementos
Sistema de Costos	0,901	10
Rentabilidad	0,890	10

En la tabla 2, podemos señalar que las variables indicadas tienen un índice de fiabilidad alto cuyos valores es 0,901 y 0,890, los cuales indican que la aplicación del instrumento es correcta.

### 3.5. Procedimientos

La recolección de datos se realizarán de la siguiente forma: Primero, se solicitará la autorización de la agencia de viajes y se informará al gerente de la agencia de viajes sobre la naturaleza y requisitos de la encuesta; en segundo lugar, se desarrollarán y validarán las herramientas de investigación, teniendo en cuenta el uso futuro, en tercer lugar, las herramientas se utilizarán en la agencia de turismo en Cusco para finalmente procesar y sistematizar los datos recopilados en el software SPSS - Microsoft Excel.

### 3.6. Método de análisis de datos

Los datos que se obtuvieron en este estudio serán procesados en el programa SPSS-24, donde se diseñará adecuadamente el estudio para su siguiente elaboración de las tablas. La estadística descriptiva se utiliza para poder medir el comportamiento y/o conducta de las variables de estudio en términos de

frecuencia y porcentaje. Además, se registraron estadísticos inferenciales para hipótesis de respuesta (tanto generales como específicas) con valores de  $p$  inferiores al 5%, hipótesis alternativas aceptadas, y coeficientes de correlación de Spearman cercanos a 1 o -1, correlaciones positivas.

Cabe recalcar que los datos pasaron por la prueba de normalidad de Kolmogorow Smirnov, antes de elegir la prueba de correlación donde, con un nivel de significancia  $< 0.05$  se aceptó que los datos son no paramétricos.

### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación se ha realizado de acuerdo con los principios establecidos de acuerdo al Código de Ética del Investigador de la Universidad "César Vallejo", aprobado por Acuerdo del Consejo Universitario N° 0340-2021-UCV, por ejemplo: Respeto, Beneficencia, Respeto y Justicia. Rigor científico, práctica ética, así como anonimato, confidencialidad, caridad e ingenio. En lo que respecta al anonimato sobre las encuestas se realizaron de manera anónima y con el consentimiento autorizado previo de cada individuo. Con referencia a la confidencialidad de la información o dato obtenido mediante su aplicación de la herramienta a la unidad de análisis está disponible mera y únicamente para las autoras de la investigación y solamente para el presente estudio de investigación, evitando así, su distribución o uso inadecuado por parte de terceros; de otra manera, los datos se basan en resultados genéricos procesados de manera anónima. La investigación se realizó de acuerdo con la normativa de transparencia de la institución correspondiente, lo que permitió estudiar el sistema de cálculo de costo y su relación con la rentabilidad de las agencias de viaje. Su originalidad. En el presente estudio de investigación se respetó los derechos de autor según el artículo 9 de la Resolución de Consejo Universitario N° 0340-2021-UCV, por consiguiente no existe plagio, y el presente informe es el resultado de una investigación original.

#### IV. RESULTADOS

En la presente sección se observan los resultados inferenciales y descriptivos que se obtuvieron luego de procesar estadísticamente los datos recolectados mediante los cuestionarios aplicados a las 156 Agencias de viajes del Distrito de Cusco - 2022.

##### Resultados Descriptivos

##### Objetivo General:

Determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**Tabla 3**

*Sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

		Rentabilidad				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Sistema de costos	Malo	Recuento	0	1	0	0	1
		% del total	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.6%
	Regular	Recuento	11	26	9	1	47
		% del total	7.1%	16.7%	5.8%	0.6%	30.1%
	Bueno	Recuento	10	15	47	16	88
		% del total	6.4%	9.6%	30.1%	10.3%	56.4%
	Muy bueno	Recuento	0	0	10	10	20
		% del total	0.0%	0.0%	6.4%	6.4%	12.8%
	Total	Recuento	21	42	66	27	156
		% del total	13.5%	26.9%	42.3%	17.3%	100.0%

##### Interpretación

Según cada resultado que se exhibe en la tabla 3, se puede mostrar que el sistema de costos alcanza un nivel bueno de 56.4%, la variable rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 42.3%; cuando el sistema de costos alcanza un nivel bueno, la rentabilidad logra alcanzar un nivel bueno representado por un 30.1% y cuando el sistema de costos alcanza un nivel regular, la rentabilidad alcanza un nivel regular representado con un 16.7%. A partir de lo expuesto en la previa tabla se deduce que mientras más alto sean los valores que logre alcanzar un sistema de costos dentro de las Agencias de viaje cuzco-2022, el nivel de la rentabilidad también alcanzar a un nivel alto, el cual será proporcional al crecimiento de la variable previa.

### Objetivo Específico 1:

Identificar la relación existente entre los Costos Directos y Rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**Tabla 4**

*Costos directos y Rentabilidad de las Agencias de Viaje Cusco-2022*

		Rentabilidad				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Costos Directos	Malo	Recuento	1	1	0	0	2
		% del total	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%	1.3%
	Regular	Recuento	7	28	22	1	58
		% del total	4.5%	17.9%	14.1%	0.6%	37.2%
	Bueno	Recuento	6	10	28	15	59
		% del total	3.8%	6.4%	17.9%	9.6%	37.8%
	Muy bueno	Recuento	7	3	16	11	37
		% del total	4.5%	1.9%	10.3%	7.1%	23.7%
	Total	Recuento	21	42	66	27	156
		% del total	13.5%	26.9%	42.3%	17.3%	100.0%

### Interpretación

Según los resultados que se exhibe en la tabla 4 se observa que la dimensión costos directos alcanza un nivel bueno de 37.8%, la rentabilidad logró alcanzar un nivel bueno representado por un 42.3%; seguidamente cuando la dimensión costos directos logra alcanzar un nivel bueno se tiene que la rentabilidad logró alcanzar un nivel bueno representado por un 17.9%; cuando la dimensión sistema de costos logra alcanzar un nivel regular, la rentabilidad alcanza un regular representado por un 17.9%; cuando la dimensión costos directos logra alcanzar un nivel regular de la rentabilidad también alcanza un nivel malo representado por un 17.9%. A partir de los resultados expuestos evidencia que mientras más elevado sea el nivel de la dimensión costos directos también más alto será el nivel que alcance la rentabilidad de las Agencia de viaje Cusco 2022.

## Objetivo Específico 2:

Establecer la relación existente entre los costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022

**Tabla 5**

*Costos Indirectos y Rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

		Rentabilidad				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Costos Indirectos	Malo	Recuento	1	0	1	0	2
		% del total	0.6%	0.0%	0.6%	0.0%	1.3%
	Regular	Recuento	5	26	9	4	44
		% del total	3.2%	16.7%	5.8%	2.6%	28.2%
	Bueno	Recuento	15	15	46	12	88
		% del total	9.6%	9.6%	29.5%	7.7%	56.4%
	Muy bueno	Recuento	0	1	10	11	22
		% del total	0.0%	0.6%	6.4%	7.1%	14.1%
	Total	Recuento	21	42	66	27	156
		% del total	13.5%	26.9%	42.3%	17.3%	100.0%

## Interpretación

Según cada resultado que se exhiben en la tabla número 5 se tiene que la dimensión costos indirectos logra alcanzar un nivel bueno de 56.4%, también la rentabilidad alcanzó un nivel bueno representado por un 42.3%; cuando la dimensión costos indirectos logra alcanzar un bueno, la rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 29.5%; cuando la dimensión costos indirectos alcanza un nivel regular, la rentabilidad logró alcanzar un nivel regular al mismo tiempo con un 16.7%. A partir de los resultados expuestos evidencia que mientras más elevado sea el nivel de la dimensión costos indirectos también más alto será el nivel que alcance la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco 2022.

### Objetivo Específico 3:

Conocer la relación existente entre los costos operacionales y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022

**Tabla 6**

*Costos operacionales y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

		Rentabilidad				Total	
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno		
Costos Operacionales	Malo	Recuento	1	5	1	0	7
		% del total	0.6%	3.2%	0.6%	0.0%	4.5%
	Regular	Recuento	17	29	13	3	62
		% del total	10.9%	18.6%	8.3%	1.9%	39.7%
	Bueno	Recuento	3	7	47	9	66
		% del total	1.9%	4.5%	30.1%	5.8%	42.3%
	Muy bueno	Recuento	0	1	5	15	21
		% del total	0.0%	0.6%	3.2%	9.6%	13.5%
	Total	Recuento	21	42	66	27	156
		% del total	13.5%	26.9%	42.3%	17.3%	100.0%

### Interpretación

Según cada resultado que se exhiben en la tabla número 6 se tiene que la dimensión costos operacionales logró alcanzar un nivel bueno de 42.3%, la rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 42.3%; cuando los costos operacionales alcanza un nivel bueno, se tiene una rentabilidad que también alcanza un nivel bueno representado por un 30.1%; cuando la dimensión y costos operacionales alcanza un nivel regular, la rentabilidad se alcanza también un nivel regular representado por un 18.6%; A partir de los resultados expuestos evidencia que mientras más elevado sea el nivel de la dimensión costos operacionales también más alto será el nivel que alcance la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco 2022.

## Resultados Inferenciales

### Prueba de normalidad

Para determinar la idoneidad de una prueba estadística, la normalidad de la distribución de datos debe determinarse utilizando la prueba de Kolmogorov - Smirnova, K-S, sujeto a las siguientes hipótesis:

**H0:** Los datos de las dimensiones de la variable de sistemas de costos y de la variable rentabilidad y sus dimensiones se distribuyen de manera normal (simétrica).

**H1:** Los datos de las dimensiones de la variable sistemas de costos y de la variable rentabilidad y sus dimensiones no se distribuyen de manera normal (asimétrica).

**Tabla 7**

*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Costos directo	0.207	156	0.000
Costos indirectos	0.350	156	0.000
Costos operacionales	0.228	156	0.000
SISTEMAS DE COSTOS	0.307	156	0.000
Rentabilidad económica	0.228	156	0.000
Rentabilidad financiera	0.231	156	0.000
RENTABILIDAD	0.224	156	0.000

### Interpretación:

Dado que el p-valor es  $<0.05$ , se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, indicando que los datos y dimensiones de las variables del sistema de costos y las variables de rentabilidad no siguen una distribución normal, en consecuencia, la investigación debe utilizar estadísticas no paramétricas. Utilizamos el estadístico Rho de Spearman para mostrar las correlaciones obtenidas, de modo que el estadístico proporcione dirección relacionada con cambios positivos o negativos (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 367-368).

## Prueba de Hipótesis

### Hipótesis general

**H1:** El sistema de costos se relaciona significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**H0:** El sistema de costos no se relaciona significativamente con la rentabilidad de las Agencias de Viaje Cusco-2022.

### Tabla 8

*Relación del sistema de costos y la rentabilidad de las Agencias de Viaje Cusco-2022*

		Sistemas de Costos	Rentabilidad
Rho de Spearman	Sistemas de Costos	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,542**
	Rentabilidad	N	156
		Coeficiente de correlación	0,542**
		Sig. (bilateral)	0,005
		N	156

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

### Interpretación:

En la tabla se observa la correlación entre el sistema de costos y la rentabilidad en las Agencias de viajes del Distrito de Cusco - 2022, el resultado muestra un nivel de significancia de 0.005 menor a 0.05, por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna, dicho con otras palabras que si existe relación considerable y significativa entre ambas variables; asimismo, el coeficiente de correlación es 0.542, en donde se ve reflejada una relación positiva moderada, por lo tanto, un mayor nivel del sistema de costos implica mayor nivel en la rentabilidad en la Agencias de viajes y viceversa.

## Hipótesis Específica 1

**H1:** Los costos directos se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**H0:** Los costos directos no se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**Tabla 9**

*Relación entre la dimensión costos directos y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

			Costos Directos	Variable 2
Rho de Spearman	Dimensión 1	Coeficiente de correlación	1,000	0,609**
		Sig. (bilateral)	.	0,001
	Variable 2	N	156	156
		Coeficiente de correlación	0,609**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,001	.
		N	156	156

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

### Interpretación:

En la tabla precedente, se expone la correlación entre la dimensión costos directos y la variable rentabilidad en las Agencias de viajes del Distrito de Cusco - 2022, esta expresa un nivel de significancia del 0.001, que es menor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna, dicho con otras palabras que si existe relación considerable y significativa entre ambas variables; por otro lado, el coeficiente de correlación es 0.609, , en donde se ve reflejada una relación positiva moderada, por ende, un mayor nivel de los costos directos implica mayor nivel en la rentabilidad en la Agencias de viajes y viceversa.

## Hipótesis específica 2

**H1:** Los costos indirectos se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**H0:** Los costos indirectos no se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**Tabla 10**

*Relación entre la dimensión costos indirectos y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

		Costos indirectos	Rentabilidad
Rho de Spearman	Costos indirectos	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	0,282**
	Rentabilidad	N	.
			0,001
		156	156

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

### Interpretación:

En la tabla precedente, se expone la correlación entre la dimensión costos indirectos y la variable rentabilidad en las Agencias de viajes del Distrito de Cusco - 2022, esta expresa un nivel de significancia de 0.001 menor a 0.05, entonces por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna, dicho con otras palabras que si existe relación significativa y considerable entre ambas variables; asimismo, el coeficiente de correlación es 0.282, en donde se ve reflejada una positiva débil, por ende, un mayor nivel de los costos indirectos implica mayor nivel en la rentabilidad en la Agencias de viaje y viceversa.

### Hipótesis específica 3

**H1:** Los costos operacionales se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**H0:** Los costos operacionales no se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

**Tabla 11**

*Relación entre la dimensión costos operacionales y la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022*

		Costos operacionales	Rentabilidad	
Rho de Spearman	Costos operacionales	Coefficiente de correlación	1,000	0,687**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
	Rentabilidad	N	156	156
		Coefficiente de correlación	0,687**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	156	156

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

### Interpretación:

En la tabla precedente, se expone la correlación entre la dimensión costos operacionales y la variable rentabilidad en las Agencias de viajes del Distrito de Cusco - 2022, esta expresa un nivel de significancia de 0.000 y que menor a 0.05, por consiguiente, se acepta la hipótesis alterna, dicho con otras palabras que si existe relación considerable y significativa entre ambas variables; además, el coeficiente de correlación es 0.687, en donde se ve reflejada una relación positiva moderada y fuerte, es decir, un mayor nivel de los costos operacionales implica mayor nivel en la rentabilidad en la Agencias de viajes y viceversa.

## V. DISCUSIÓN

Hablando del objetivo 1: Determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. En teoría, existe un sistema de costeo en el que uno de los objetivos es determinar el costo de una unidad de producto terminado además de otras órdenes administrativas, como planificar y controlar los costos de producción y tomar decisiones especiales. en cuanto a la determinación del precio de venta (Viaña, 2017). Es el resultado de dividir la ganancia obtenida por el capital requerido para lograr esa ganancia. Además, busca rentabilizar las ventas a corto plazo y la rentabilidad del capital a largo plazo (Rojas Martinez & Cerda Palos, 2017). En concordancia a los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación se tiene que cuando el sistema de costos alcanza un nivel bueno, la variable rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 30.1%; se tiene que la variable sistemas de costos incide significativa y directamente en la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,005 y un coeficiente de correlación de 0.542, reflejando una relación positiva moderada.

Los resultados mostrados se correlacionan con un estudio previo realizado por González (2017), quien indicó que el procedimiento planteado nos permite conocer los costos reales de los servicios que brindan, facilitando de esta forma la toma de decisiones que maximicen el rendimiento de la empresa. También aporta información necesaria y útil para la contabilidad de gastos, análisis de costos y control. Centeno (2017) planteó que la entidad no lleva contabilidad de costos, con respecto al estudio de los indicadores de rentabilidad, en los resultados podemos observar que la rentabilidad de la empresa está mal administrada, ya que el análisis longitudinal calificó como MALA, al igual que en el análisis transversal. Curo (2018) muestra una utilidad (ganancia) de S/419.33 por viaje, dando como resultado una rentabilidad del 8%. La rentabilidad del servicio es del 8%, frente al 9% que maneja actualmente la empresa, hay una variación del -1%, que corresponde a costos que la empresa no tiene en cuenta el costo de los servicios. En resumen, el sistema de costeo por órdenes de producción tiene un efecto en la empresa “Cuzco II Ventures LTD S.A.” De acuerdo a la teoría expuesta es evidente que los costos tienen que estar determinados acorde la producción que se va a realizar mientras tanto la

rentabilidad va a ser influenciada por estos costos tal como lo demuestran los resultados que obtuvimos en el presente trabajo investigación asimismo y las diferentes investigaciones previas sustentan la importancia de tener un control estricto con los costos para el proceso de producción ya que de este dependerá en un futuro el nivel de rentabilidad que se pueda obtener en un determinado período. El crecimiento y la rentabilidad van de la mano a la par cuando se trata de prosperar y lograr el éxito en los negocios. Las ganancias son la clave básica para poder lograr la supervivencia financiera básica como empresa, así como también el crecimiento es clave para el éxito a largo plazo y en un futuro lograr mejoras en las ganancias.

En lo que respecta al objetivo específico 1: Identificar la relación existente entre los costos directos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022 Teóricamente los Costos directos: se definen como los costos que se pueden identificar específicamente en unidades (Choy, 2012). Son los directamente involucrados en el procesamiento del producto, de hecho materias primas directas y mano de obra directa (López, 2018). Según los resultados de la investigación, cuando la dimensión de costos directos alcanza un buen nivel, la rentabilidad puede llegar a un buen nivel, que es del 17,9%; la dimensión de costos directos afecta significativamente la rentabilidad de las agencias de viajes en Cusco-2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,001 y un coeficiente de correlación de 0.609, reflejando una relación positiva moderada. Los resultados mostrados tienen relación directa con anteriores investigaciones de San Martín (2019) manifestó que la empresa no contaba con un modelo de costos para estimar adecuadamente el costo de cada servicio, por lo que no contabilizaba adecuadamente los costos de los elementos utilizados, tales como costos de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos. Raraz (2018) afirma que se ha diagnosticado la principal causa de las constantes fluctuaciones en la rentabilidad, la cual se debe a que las empresas no han asignado adecuadamente sus costos operativos y de producción. Acorde a la teoría expuesta los costos directos son fáciles de identificar debido a que se manejan por cantidades de unidad, los resultados muestran que estos costos influyen considerablemente en la utilidad de la empresa asimismo las investigaciones previas muestran qué es indispensable mantener un registro adecuado de los costos directos para poder manejar de mejor manera el nivel de

rentabilidad en la empresa solo así se podrá mantener en el mercado durante un largo periodo de tiempo. Donde el análisis de rentabilidad más amplio analiza las cosas en un ámbito mucho más amplio, el análisis de rentabilidad del cliente analiza los perfiles de rentabilidad de los clientes individuales.

En lo que respecta al objetivo específico 2: Establecer la relación existente entre los costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Teóricamente los costos indirectos: No puede identificarse en la unidad (Choy, 2012). Estos son los que indirectamente intervienen en la producción, son los costos indirectos de producción y los costos indirectos de operación (López, 2018). Conforme a los resultados alcanzados en la investigación se tiene que la dimensión costos indirectos logra alcanzar un nivel bueno, la rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 29.5%; la dimensión costos indirectos incide significativamente en la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco - 2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,01 y un coeficiente de correlación de 0.282, la correlación es positiva y débil. Los resultados mostrados tienen relación directa con las investigaciones precedentes de Chacón (2017) quien señaló que las prácticas contables, al igual que las políticas administrativas, no se aplicaron porque la contabilidad fiscal de gravámenes difiere de la economía de gravámenes y la contabilidad de costos. Paico (2017) El costeo se desarrolló de forma tradicional y empírica, con base en la experiencia diaria del gerente, aunque con ciertas limitaciones, puesto que ellos costean de acuerdo a sus propios estándares, debido a que las operaciones tienen que pagar por productos diferentes. Acorde la teoría expuesta acerca de los costos indirectos los cuales también tienen que ser identificados en base a la unidad de producción, los resultados obtenidos muestran que estos costos influyen de forma directa y significativa en la rentabilidad de la empresa asimismo las investigaciones previas muestran qué es importante mantener una contabilidad adecuada dentro de la empresa para poder manejar y proyectar adecuadamente la rentabilidad. El análisis de rentabilidad le permite a una empresa maximizar sus ganancias y, por lo tanto, las oportunidades que puede explotar para seguir siendo exitosa y relevante en un mercado altamente dinámico.

En lo que respecta al objetivo específico 3: Conocer la relación existente entre los costos operacionales y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.

Teóricamente los costos operacionales: Los costos incurridos durante la operación de un sistema instalado o comprado para llevar a cabo un proceso de producción se denominan costos operativos, incluidos los costos necesarios para mantener el sistema. Los principales costos operativos incluyen: honorarios técnicos, alquiler, seguros, capacitación, consumibles (Choy, 2012). Conforme a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación se tiene que la dimensión costos operacionales logré alcanzar un nivel bueno, la rentabilidad alcanza un nivel bueno representado por un 30.1%; la dimensión Costos operacionales influye de forma significativa en la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Obteniendo un nivel de significancia bilateral de 0,00 y un coeficiente de correlación de 0.687, la correlación es positiva y moderada. Los resultados mostrados se relacionan con las investigaciones previas de Sanmartín (2019) afirmó que las empresas carecen del conocimiento para medir la rentabilidad porque no utilizan indicadores financieros que ayuden a confirmar la utilidad obtenida y no tienen un control de rentabilidad sobre sus ingresos, activos y patrimonio. Goñaz & Zevallos (2018) quienes indicaron que se puede establecer que la empresa no ha aplicado procedimientos, políticas, o documentos de control que no permiten un control efectivo ni eficaz de sus recursos y que el sistema de contabilidad de costos utilizado no es específico de la empresa ya que no cubre sus necesidades de información, lo cual se traduce en una mala gestión. Acorde a la teoría acerca de los costos operacionales ya que de estos dependen de qué manera se vaya a manejar el proceso de producción y también acorde a los resultados obtenidos estos costos tienen un impacto directamente significativo en la rentabilidad y utilidades de la empresa asimismo las investigaciones previas muestran qué es indispensable tener un registro adecuado de los costos operacionales y ya que solo así se puede realizar un análisis adecuado de la rentabilidad. También puede ayudar a determinar qué productos o servicios generan menos ingresos, identificar fuentes confiables de datos e información, desarrollar estrategias efectivas y eficientes para de esta manera poder responder a las necesidades volubles de los usuarios y ayudar a desarrollar mejores productos nuevos para mantenerse relevantes.

## VI. CONCLUSIONES

- Primero.** El sistema de costos tiene una relación altamente significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco - 2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,005 y un coeficiente de correlación de 0.542, la correlación es moderada y positiva. De esta manera se demuestra la importancia de hacer énfasis en el sistema de costos para obtener una rentabilidad adecuada dentro de la empresa.
- Segundo.** Los costos directos tienen una relación altamente significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,001 y un coeficiente de correlación de 0.609, la correlación es positiva y moderada. De esta manera queda demostrada cuán importante es una adecuada gestión de los costos directos ya que de esta manera se podrá controlar el impacto directo que tiene en la rentabilidad de las Agencias de viajes.
- Tercero.** Los costos indirectos tienen una relación altamente significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Con un el nivel de significancia bilateral es 0,01 y un coeficiente de correlación de 0.282, la correlación es positiva y débil. De esa manera se demuestra que una ejecución adecuada de los costos indirectos genera una adecuada rentabilidad dentro de la empresa
- Cuarto.** Los costos operacionales tienen una relación altamente significativa con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022. Con un nivel de significancia bilateral es 0,00 y un coeficiente de correlación de 0.687, la correlación es moderada y positiva. De esta manera se demuestra que el manejo correcto de los costos operacionales dentro de la empresa refleja una rentabilidad positiva con la cual se puede trabajar dentro del mercado actual.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda a las Agencias de viajes mejorar el sistema de costos y la rentabilidad, mediante un plan financiero, sobre todo para un manejo adecuado de gastos y costos, que permita ajustarse a las características de la empresa, teniendo en cuenta las épocas de mayor afluencia de venta de paquetes turísticos y así poder obtener una rentabilidad satisfactoria y alta permita a la empresa mantenerse competitiva y al nivel de la competencia actual y mantenerse a flote y vigente por un largo periodo de tiempo.

Se recomienda a las Agencias de viajes mejorar los costos directos y la rentabilidad, contratando profesionales especializados en contabilidad de costos para implementar un sistema de costeo por procesos adecuado para determinar los costos reales en los que incurre la empresa para realizar cada actividad de servicio de viajes y calcular y lograr buenas decisiones de inversión.

Se recomienda a las Agencias de viajes mejorar los costos indirectos y la rentabilidad, a través de un plan de acción para reducir los gastos generales, una evaluación exhaustiva de quiénes son y qué parte del negocio representan, y reuniones periódicas con los auditores y la gerencia.

Se recomienda a las Agencias de viajes mejorar los costos operacionales y la rentabilidad, de acuerdo con el plan de acción para identificar, mejorar y analizar todos los costos operativos para desarrollar estrategias que puedan reducir estos costos e invertir en logística y servicio al cliente en una cantidad suficiente para administrarlos; De esta manera, se lograrán costos de producción y una rentabilidad óptima junto con un plan de acción de prevención de pérdidas para identificar estos puntos y desarrollar estrategias para reducir o incluso eliminar dichas pérdidas

## REFERENCIAS

- Aguirre, C., Barona, C., & Davila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una. *Revista Valor Contable*, 1-15. Obtenido de <file:///C:/Users/rouse/Downloads/1396-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2334-1-10-20201214.pdf>
- Augusto, C., Molina, F., & Villarreal, F. (2019). Contabilidad de costos I: componentes del costo con aproximaciones a las NIC02 Y NIIF 08. Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=OJgZEAAQBAJ&pg=PA42&dq=costos+de+servicios+costos+directos,+costos+indirectos+y+costos+operacionales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjvsrWDv8X8AhVMILkGHVlqCAYQ6AF6BAgMEAl#v=onepage&q=costos%20de%20servicios%20costos%20directos%20>
- APAVIT. (2022). Discurso por aniversario. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://apavit.org/galeria-60%20aniversario%20apavit.html>
- Castelblanco, O. (2019). Costos empresariales: manejo financiero y gerencial. Colombia: Ecoe ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ZVYkEAAAQBAJ&pg=PT155&dq=costos+directos,+costos+indirectos+y+costos+operacionales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7qKWMycX8AhVGK7kGHeDjDbcQ6AF6BAgEEAl#v=onepage&q=costos%20directos%20C%20costos%20indirectos%20y%20costos%20opera>
- Castro, H. (2017). Proyectos de inversión 1, 2, 3: de *la teoría a la práctica: Una guía para los no expertos*. Colombia: Autoreseditores S.A.S.
- Centeno , J. (2017). Los costos de servicio y su influencia en la rentabilidad de la agencia de viajes y turismo Kontiki Tours EIRL. periodos 2012 y 2013. *Tesis pregrado*. Universidad Nacional Del Altiplano, Perú. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/4632>
- Chacon , N. (2017). Determinación de costos y análisis de la rentabilidad de una empresa de alimentos, caso: Casa de la Humita y Tamal Lojano. *Tesis*

- pregrado. Pontifica Universidad Católica Del Ecuador -Matriz, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14521/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n%20PUCE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Choy, E. (2012). El dilema de los costos en las empresas de servicios. QUIPUKAMAYOC, 1-8. Obtenido de <https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2012/V20n35-l/pdf/a02v35n1.pdf>
- Contreras, N. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. Revista Valor contable, 35-44.
- Consultoría Estratégica de Investigación de Mercados [Cimec]. (13 de Enero de 2022). Error muestral: qué es, características y tipos. Obtenido de <https://www.cimec.es/error-muestral-que-es-caracteristicas-tipos/>
- Curo , S. (2018). Diseño de un sistema de costos estándar para la ruta Chiclayo-Lima-Chiclayo aplicados a transportes Pakatnamu SAC para mejorar su rentabilidad, ciudad de Chiclayo, período 2017. Tesis pregrado. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo, Perú. Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1378/1/TL\\_FiestasCurodeGonzalesSonia.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1378/1/TL_FiestasCurodeGonzalesSonia.pdf)
- Gonzalez, N. (2017). Procedimiento de un sistema de costo. Cofin Habana, 91-101. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v11n2/cofin07217.pdf>
- Goñaz , E., & Zevallos , W. (2018). Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L.", de la ciudad de Iquitos, 2016. Tesis pregrado. Universidad Científica Del Peru, Peru . Obtenido de <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/470/GO%C3%91AZZEV ALLOS-1-Trabajo-Determinaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Gutierrez, J., & Tapia, J. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. Revista valor contable, 1-22. Obtenido de

file:///C:/Users/rouse/Downloads/1229-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2083-1-10-20200303.pdf

Hernandez , J. (2016). Sistema de costos de producción y su influencia en la determinación del costo y precio de las comidas de la empresa El Paisa E.I.R.L., Distrito de Cusco, período Agosto-Octubre del 2016. Tesis pregrado. Universidad Privada Antenor Orrego, Perú. Obtenido de [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2349/1/RE\\_CONT\\_JEFFERSON.HERNANDEZ\\_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO\\_DATOS.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2349/1/RE_CONT_JEFFERSON.HERNANDEZ_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO_DATOS.pdf)

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V.

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2014). Agencias de viaje y operadores de turismo se concentran en Miraflores y Breña. Lima. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-n-103-2014-inei.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2022). Sector servicios prestados a empresas se incrementó 1,76%, en abril 2022. Lima. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-107-2022-inei.pdf>

Lavalle, A. (2016). Análisis financiero. Madrid: UNID.

López, M. (2018). Gestión de costos y precios. México: Patria educacion. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=cUJqDwAAQBAJ&pg=PA19&dq=costos+directos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjO5ZDvzbr6AhUhq5UCHQ5GB38Q6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=costos%20directos&f=false>

Lucio, A., Ponce, O., Merino, J., & Garcia, T. (2018). Sistema de costo. Madrid: Ciencias. Obtenido de

<https://books.google.com.pe/books?id=bY9ZDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=SISTEMA+DE+COSTOS&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjX3PKR1MX8AhXwlrkGHZRABKwQ6AF6BAgFEAI#v=onepage&q=SISTEMA%20DE%20COSTOS&f=false>

Muller, L. (2020). Análisis definitivo de la información financiera de la empresa: Una guía. España: Punto Rojo.

Neyra, Migue, El Comercio. (05 de Febrero de 2018). Cusco: 37% de Agencias turísticas en la región son informales. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://elcomercio.pe/peru/cusco/cusco-37-Agencias-turisticas-region-son-informales-noticia-494705-noticia/#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20de%20la%20Direcci%C3%B3n,%2C%20el%2037%25%20son%20informales.>

NEXOTUR. (27 de Diciembre de 2019). Las Agencias de viajes que se especializan son más rentables que las generalistas. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://www.nexotur.com/noticia/105607/nexotur/las-Agencias-de-viajes-que-se-especializan-son-mas-rentables-que-las-generalistas.html>

Paico, O. (2017). Evaluación de los costos y propuesta de un sistema de costos por órdenes para la empresa “grupo ULLOA S.A.C.”; SANTA 2017. Tesis pregrado. Universidad Cesar Vallejo, Lima . Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12391/paico\\_mo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12391/paico_mo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Pfuro, E., & Phatti , S. (2019). Sistema de costos para la industria gráfica, una aproximación teórica. Tesis pregrado. Universidad Peruana Unión, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2662>

Pila , G. (2021). Sistema de costos por órdenes de producción y rentabilidad en la empresa Cuzco II Ventures LTD S. A. de la ciudad de Cusco 2019 - 2020. Tesis pregrado. Universidad Continental, Cusco. Obtenido de [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11324/1/IV\\_FCE\\_310\\_TE\\_Pila\\_Carlos\\_2021.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11324/1/IV_FCE_310_TE_Pila_Carlos_2021.pdf)

- Quilly, M. (2014). Preparación de proyectos de diseño gráfico. Málaga: Ic editorial. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=804pEAAAQBAJ&pg=PT212&dq=costos+operacionales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj5-qSzx8X8AhVaHbkGHc-DAU84FBD0AXoECAYQAg#v=onepage&q=costos%20operacionales&f=false>
- Ramirez, C., Garcia, M., & Pantoja, C. (2012). Fundamentos y técnicas de costos. Cartagena: Universidad Libre. Obtenido de [https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS\\_Y\\_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf](https://www.unilibre.edu.co/cartagena/pdf/investigacion/libros/ceac/FUNDAMENTOS_Y_TECNICAS%20DE%20COSTO.pdf)
- Raraz, L. (2018). Sistema de costos para incrementar la rentabilidad en una Empresa Construcción. Tesis pregrado. Universidad Norbert Wienes, Lima. Obtenido de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2356/TITULO%20-%20Lizet%20Fiama%20Raraz%20Atachagua.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rico, M., & Sacristán, M. (2017). Fundamentos empresariales. Madrid: ESIC.
- Rincón, C., & Villareal, F. (2017). Costos: decisiones empresariales. Colombia: Ecoe ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=06lwDgAAQBAJ&pg=PT45&dq=costos+directos,+costos+indirectos+y+costos+operacionales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwio5zWvMX8AhUAILkGHAs9AdUQ6AF6BAglEAI#v=onepage&q=costos%20directos%20C%20costos%20indirectos%20y%20costos%20operac>
- Rojas Martinez, M. A., & Cerda Palos, G. C. (2017). Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en San Luis Potosí. Revista Escuela de administración de negocios, 91-118.

- Rojas, M. (2020). Contabilidad de costos en industrias de Transformación: Manual teórico-práctico. México: Imcp. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=UzTfDwAAQBAJ&pg=PT16&dq=sistema+de+costos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj24IDt-rf6AhVDF7kGHV3IAR04ChDoAXoECAoQAg#v=onepage&q=sistema%20de%20costos&f=false>
- Rojas, M. A., & Cerda, G. C. (2017). Entrenamiento, capacitación y financiamiento con crecimiento sostenido en las pequeñas empresas del sector industrial en San Luis Potosí. *Revista Escuela de administración de negocios*, 91-118.
- Sánchez, P. (2014). Gestión administrativa de la actividad comercial. Madrid: Editorial Cep. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=mupCDwAAQBAJ&pg=PA53&dq=rentabilidad+economica+rentabilidad+financiera&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjGis270MX8AhXtlbkGHS9UASk4MhDoAXoECAQQAg#v=onepage&q=rentabilidad%20economica%20rentabilidad%20financiera&f=false>
- San martin , N. (2019). Costos por servicios y la rentabilidad de la lavadora y lubricadora Adelita del Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena, año 2017. Tesis pregrado. Universidad Estatal Peninsula De Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4958/1/UPSE-TCA-2019-0050.pdf>
- Sevilla, A. (15 de Julio de 2014). Tasa interna de retorno. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Sinchi , M., Narvaez , C., & Ormaza , J. (2020). Sistema de costos como instrumento de control en la industria textil del Ecuador. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 617-641. Obtenido de <https://cienciamatriarevista.org.ve/index.php/cm/article/view/399/530>
- Statista Research Department. (01 de diciembre de 2021). Gasto de los turistas extranjeros en el mundo 2013-2020. Recuperado el 01 de Octubre de 2022,

de <https://es.statista.com/estadisticas/640072/gasto-de-turistas-extranjeros-en-el-mundo/>

Statista Research Department. (22 de Octubre de 2021). Principales países receptores de turistas internacionales en América en 2020. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/639408/principales-paises-receptores-de-turistas-internacionales-en-america/>

Statista Research Department. (02 de Julio de 2021). Ranking de ciudades más visitadas por turistas extranjeros Latinoamérica 2017. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/643062/ranking-de-ciudades-mas-visitadas-por-turistas-extranjeros-latinoamerica/>

Statista Research Department. (11 de Marzo de 2022). América Latina: participación de mercado de las principales Agencias de viajes online. Recuperado el 01 de Octubre de 2022, de <https://es.statista.com/estadisticas/1296022/america-latina-participacion-de-mercado-de-las-principales-Agencias-de-viajes-en-linea/>

Statista Research Department. (23 de Agosto de 2022). El turismo en el mundo - Datos estadísticos. Recuperado el 08 de Octubre de 2022, de [https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader\\_\\_wrapper](https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/#topicHeader__wrapper)

Velayos, V. (15 de Junio de 2014). Valor actual. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Viaña, L. (2017). Manual de costos y presupuestos. Colombia: Itsa. Obtenido de <https://www.itsa.edu.co/docs/3-L-Viana-Manual-de-Costos-y-Presupuestos.pdf>

Yanchaliquín, E. (2017). Proyecto De Examen Complexivo Previo A La Obtención Del Título De Ingeniero En Contabilidad Superior, Auditoría Y Finanzas, C. P. A. (Tesis Pregrado). Universidad Regional Autónoma De Los Andes, Ambato, Ecuador.

## ANEXOS

### Anexo 1. Matriz de operacionalización

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN
SISTEMAS DE COSTOS	Costos directo	Servicio directo	El sistema de costos combina diferentes procedimientos, métodos y técnicas, dicha combinación depende del giro, tamaño, sistema administrativo y nivel de control de cada ente en particular, si es industria o comercio, sistema de producción o comercialización (Rojas M., 2020).	Los elementos del sistema de costo son aquellos que interfieren en el sistema de costos de una empresa de servicio los cuales son: costos directos, costos indirectos y costos operacionales (Choy, 2012).	Ordinal
		Mano de obra directa			
	Costos indirectos	Depreciación			
		Costo de gestión			
		Administración de planta			
	Costos operacionales	Gastos técnicos			
		Alquileres			
		Capacitaciones			
		Materiales de consumo			
	RENTABILIDAD	Rentabilidad economía			
Activo total					
Rentabilidad financiera		Utilidad neta			
		Patrimonio neto			

## Anexo 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	MARCO TEÓRICO	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cómo el Sistema de costos se relaciona con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p><b>Hipótesis General:</b></p> <p>El sistema de costos se relaciona significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p>Sistemas de costos</p> <p>Clases de sistemas</p> <p>A. Sistema de costos por órdenes de producción</p> <p>B. Sistema de costos por procesos</p> <p>Bases de costos</p> <p>Base histórica</p> <p>Base predeterminada</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b></p> <p>Aplicada</p> <p><b>Nivel de investigación:</b></p> <p>Correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b></p> <p>No experimental</p>
<p><b>Problemas específicos:</b></p>	<p><b>Objetivos específicos:</b></p>	<p><b>Hipótesis Específicas</b></p>	<p>Hoja de costos</p> <p>Estado de costo producto vendido</p> <p>Componente de los sistemas de costos</p> <p>Elementos del costo de servicios</p> <p>a) Costos directos</p> <p>b) Costos indirectos</p> <p>c) Costos operacionales</p> <p>Rentabilidad</p> <p>Análisis de rentabilidad</p> <p>Margen bruto</p>	<p><b>Esquema:</b></p> <pre> graph LR     M --- O1     M --- O2     O1 --- r     r --- O2     </pre> <p>Dónde:</p> <p>M = Agencias de viaje Cusco</p> <p>O1 = Sistema de costos</p> <p>O2 = Rentabilidad</p> <p>r = Correlación existente entre las variables en estudio.</p>
<p>¿Cómo los costos directos se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022??</p>	<p>Identificar la relación existente entre los costos directos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p>Los costos directos se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>		
<p>¿Cómo los costos indirectos se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022?</p>	<p>Establecer la relación existente entre los costos indirectos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p>Los costos indirectos se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>		

<p>¿Cómo los costos operacionales se relacionan con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022?</p>	<p>Conocer la relación existente entre los costos operacionales y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p>Los costos operacionales se relacionan significativamente con la rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022.</p>	<p>Margen de operación</p> <p>En los rendimientos sobre los activos</p> <p>Indicadores de rentabilidad</p> <p>a) Rentabilidad económica (ROA) b) Rentabilidad financiera (ROE)</p> <p>Índices de rentabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● VAN</li> <li>● TIR</li> <li>● Margen de beneficio neto</li> <li>● Ratio beneficio costo</li> </ul> <p>Medición de la rentabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Rentabilidad económica</li> <li>● Rentabilidad financiera</li> </ul>	<p><b>Población y muestra</b></p> <p>2338 Agencias de viaje Cusco</p> <p>156 Agencias de viaje Cusco</p> <p><b>Técnicas e Instrumentos de recolección de datos</b></p> <p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p> <p><b>Técnicas de procesamiento y análisis de datos</b></p> <p>Análisis descriptivo</p> <p>Análisis inferencial</p>
--	---	---	--	--

### Anexo 3. Matriz de Instrumento

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ITEMS	
SISTEMAS DE COSTOS	Costos directo	Servicio directo	En la empresa los costos con los cuales se incurre son para servicio directo	Escala likert:  Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	
			En la empresa los gastos y costos son identificados correctamente		
			En la empresa el control de Servicio esta actualizado		
			En la empresa la estructura de costos es adecuada		
	Costos indirectos	Mano de obra directa	Mano de obra directa		En la empresa los costos reales de la mano de obra en la que se incurre para atender un servicio
					Depreciación
		Costo de gestión	Costo de gestión		La empresa requiere la existencia de un área de costos dentro del departamento de contabilidad
					El sistema de costos por procesos de la empresa proporciona información detallada de los elementos de su costo que permitan hacer un análisis exhaustivo de su comportamiento
					En la empresa los costos se acumulan por departamento o centros de costos
					En la empresa se efectúa un control permanente sobre los consumos de materia prima y suministro, evitando las perdidas
					En la empresa se utiliza controles y documentos para tener una evaluación permanente de la producción.
					En la empresa se considera al sistema de costos como un factor importante para mejorar su rentabilidad

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ITEMS		
		Administración de planta	En la empresa la Información de costos oportunos			
			En la empresa asume los costos de la administración empresarial			
	Costos operacionales		Gastos técnicos		En la empresa asume los costos para adquisiciones externas	
					Alquileres	En la empresa se realiza los pagos correspondientes al alquiler puntualmente
						Capacitaciones
					En la empresa se costea las capacitaciones para los trabajadores	
					Materiales de consumo	En la empresa Existe formatos para el control de la compra de materiales para cada servicio
						En la empresa asume los costos para materiales de consumo
	RENTABILIDAD	Rentabilidad economía	Utilidad neta		En la empresa se examina la rentabilidad por cada producto vendido	
					En la empresa se verifica periódicamente a cuánto asciende el porcentaje de rentabilidad de ventas	
En la empresa se examina el margen comercial de la empresa						
En la empresa se Maneja indicadores cuando la empresa está siendo rentable de acuerdo a su sector económico						
Activo total			En la empresa el sistema de costos incide en la rentabilidad operativa del activo			
			En la empresa se evalúa la rentabilidad que genera los activos totales			

<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS</b>	<b>ITEMS</b>
	Rentabilidad financiera	Utilidad neta	En la empresa se conoce el nivel de ganancia según su inversión inicial	
			En la empresa se toma en cuenta cuáles son los factores que determinan la rentabilidad sobre el capital propio de los accionistas	
			En la empresa se actualiza la información sobre la rentabilidad de la producción	
		Patrimonio neto	En la empresa se evalúa mensualmente el rendimiento de su capital invertido	

## Anexo 4. Instrumento de Recolección de Datos

### CUESTIONARIO DE SISTEMA DE COSTOS Y RENTABILIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJE DEL DISTRITO DE Cusco, 2022

El presente cuestionario tiene por finalidad determinar la relación existente entre el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022

Estimado(a) , el cuestionario es anónimo y presenta enunciados para calificar la el sistema de costos y rentabilidad de las Agencias de viaje Cusco-2022, con el objetivo de ayudarnos a desarrollar estrategias de mejora, por ello no hay respuesta correcta ni incorrecta. Marca una sola respuesta de acuerdo a la siguiente escala:

1	2	3	4	5
<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>

<b>Variable: SISTEMAS DE COSTOS</b>									
<b>Dimensión: Costos directo</b>					1	2	3	4	5
N°	ITEMS								
1	En la empresa los costos con los cuales se incurre son para servicio directo								
2	En la empresa los gastos y costos son identificados correctamente								
3	En la empresa el control de Servicio esta actualizado								
4	En la empresa la estructura de costos es adecuada								
5	En la empresa los costos reales de la mano de obra en la que se incurre para atender un servicio								
<b>Dimensión: Costos indirectos</b>									
6	En la empresa asume los costos de depreciación								
7	La empresa requiere la existencia de un área de costos dentro del departamento de contabilidad								
8	El sistema de costos por procesos de la empresa proporciona información detallada de los elementos de su costo que permitan hacer un análisis exhaustivo de su comportamiento								
9	En la empresa los costos se acumulan por departamento o centros de costos								
10	En la empresa se efectúa un control permanente sobre los consumos de materia prima y suministro, evitando las perdidas								
11	En la empresa se utiliza controles y documentos para tener una evaluación permanente de la producción.								
12	En la empresa se considera al sistema de costos como un factor importante para mejorar su rentabilidad								
13	En la empresa la Información de costos oportunos								
14	En la empresa asume los costos de la administración empresarial								

<b>Dimensión: Costos operacionales</b>						
15	En la empresa asume los costos para adquisiciones externas					
16	En la empresa se realiza los pagos correspondientes al alquiler puntualmente					
17	En la empresa el personal está capacitado para elaborar informes de costos					
18	En la empresa se costea las capacitaciones para los trabajadores					
19	En la empresa Existe formatos para el control de la compra de materiales para cada servicio					
20	En la empresa asume los costos para materiales de consumo					
<b>Variable: RENTABILIDAD</b>						
<b>Dimensión: Rentabilidad economía</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>N°</b>	<b>ITEMS</b>					
21	En la empresa se examina la rentabilidad por cada producto vendido					
22	En la empresa se verifica periódicamente a cuánto asciende el porcentaje de rentabilidad de ventas					
23	En la empresa se examina el margen comercial de la empresa					
24	En la empresa se Maneja indicadores cuando la empresa está siendo rentable de acuerdo a su sector económico					
25	En la empresa el sistema de costos incide en la rentabilidad operativa del activo					
26	En la empresa se evalúa la rentabilidad que genera los activos totales					
<b>Dimensión: Rentabilidad financiera</b>						
27	En la empresa se conoce el nivel de ganancia según su inversión inicial					
28	En la empresa se toma en cuenta cuáles son los factores que determinan la rentabilidad sobre el capital propio de los accionistas					
29	En la empresa se actualiza la información sobre la rentabilidad de la producción					
30	En la empresa se evalúa mensualmente el rendimiento de su capital invertido					

## Anexo 5. Carta de validación



### CARTA DE PRESENTACIÓN

**Señor:** Mg. CPC Joaquin Ronald Phuño Quispe

**Presente**

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

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.

El título o nombre del Informe de investigación es: "**Sistema de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurso y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Cuestionario de encuesta.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,

  
Sacsí Ccahuana, Dayana Katherin  
DNI N° 73061698

  
Auccapuma Callañaupa, Yessica  
DNI N° 46694873



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**

**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. CPC Joaquin Ronald Phuño Quispe
- I.2. Especialidad del Validador: Contador Público Colegiado
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta
- I.5. Autor del instrumento: Br. Sacsi Ccahuana, Dayana Katherin  
Br. Auccapuma Callañaupa, Yessica

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						X

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 17 de Diciembre de 2022

  
 Mg. CPC JOAQUIN RONALD PHUÑO QUISPE  
 DOCENTE  
 Firma de experto informante

**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**
**Variable 1: Sistema de costos**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		



Variable 2: Rentabilidad

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

Lima, 17 de Diciembre de 2022

  
.....  
Mg. DR. JOAQUÍN DONALD PÉREZ QUISPE  
Firma de experto informante

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mg. CPC Socrates Dueñas Cahua

### Presente

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

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.

El título o nombre del Informe de investigación es: "**Sistema de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Cuestionario de encuesta.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



---

Saəsi Ccahuana, Dayana Katherin  
DNI N° 73061698



---

Auccapuma Callañaupa, Yessica  
DNI N° 46694873

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- I.1. Apellidos y nombres del Informante: Dueñas Cahua, Sócrates  
 I.2. Especialidad del Validador: Contador Público Colegiado  
 I.3. Cargo e Institución donde labora: Director de la Escuela Profesional de Ciencias Contables y Finanzas  
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta  
 I.5. Autor del Instrumento: Br. Sacsi Ccahuana, Dayana Katherin  
 Br. Auccapuma Callañaupa, Yessica

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						X

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, 07 de Diciembre de 2022



Sócrates Dueñas Cahua  
 Contador Público Colegiado  
 No. 2. 85. 20721

Firma de experto informante



V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Sistema de costos

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		

**Variable 2: Rentabilidad**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

Lima, 07 de Diciembre de 2022



Socrales Ducha Cahua

CONTADOR PÚBLICO EN EJERCICIO

M.P. N.º 17713

Firma de experto informante

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgt. Juan Carlos Medina Delgado

### Presente

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

Por medio del presente nos dirigimos a usted para expresarle nuestros saludos y así mismo hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes del Taller de Elaboración de Tesis, de la EP de Contabilidad promoción 2022, requerimos validar los instrumentos con los cuales debemos recoger la información necesaria para poder desarrollar la investigación y posteriormente optar el Título Profesional de Contador Público.

El título o nombre del Informe de investigación es: "**Sistema de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022**" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos, recurro y apelo a su connotada experiencia a efecto que se sirva aprobar el instrumento aludido.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables, dimensiones e indicadores.
- Matriz de Operacionalización.
- Matriz de consistencia.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.
- Cuestionario de encuesta.

Expresándole mi sentimiento de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Sacsí Ccahuana, Dayana Katherin

DNI N° 73061698



Auccapuma Callañaupa, Yessica

DNI N° 46694873

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO**
**INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**
**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Mgt. Juan Carlos Medina Delgado  
 1.2. Especialidad del Validador: Maestro en Auditoría  
 1.3. Cargo e institución donde labora: Docente - UNSAAC  
 1.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta  
 1.5. Autor del instrumento: Br. Sacsi Ccahuana, Dayana Katherin  
 Br. Auccapuma Callañaupa, Yessica

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:**

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					81 %
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					81 %
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					81 %
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					81 %
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					81 %
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					81 %
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					81 %
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					81 %
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					81 %
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					81 %
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						81 %

**III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:**

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

**IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

Lima, de Diciembre de 2022



.....  
 Firma de experto informante

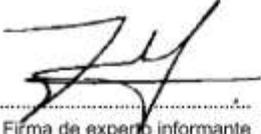
**V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:**
**Variable 1: Sistema de costos**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		

**Variable 2: Rentabilidad**

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

Lima, de Diciembre de 2022

  
.....  
Firma de experto informante

## Anexo 6. Confiabilidad y prueba de normalidad

### CONFIABILIDAD INSTRUMENTO SISTEMAS DE COSTOS

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	156	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	156	100.0

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.901	10

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

### CONFIABILIDAD INSTRUMENTO RENTABILIDAD

#### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	156	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	156	100.0

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.890	10

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

### ÍNDICE DE NIVEL DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS

Variables	Estadístico de fiabilidad Alfa de Cronbach	N de elementos
Sistema de Costos	0,901	10
Rentabilidad	0,890	10

## Anexo 7. Base de Datos Prueba Piloto

### VARIABLE SISTEMA DE COSTOS

ITEM	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Suma de Items	
AGENTE																						
PERSONA1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	44									
PERSONA2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	42									
PERSONA3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	41									
PERSONA4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45									
PERSONA5	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	26									
PERSONA7	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42									
PERSONA8	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	32									
PERSONA9	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	34									
PERSONA10	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44									
PERSONA11	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	33									
PERSONA12	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	25									
PERSONA13	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	26									
PERSONA14	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32									
PERSONA15	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	34									
PERSONA16	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32									
PERSONA17	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	2	44									
PERSONA18	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	24									
PERSONA19	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	35									
PERSONA20	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	45									
VAR	1.01	0.97	0.43	0.66	0.95	1.29	0.64	0.43	0.66	0.83	0.56	0.77	0.66	0.64	1.57	0.99	1.57	1.61	2.36	0.64	ST: 61.91	
SI^2	19.58																					ST: 61.91
ALFA DE CRONBACH	0.66																					

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: El número de Items  
 SI^2: Sumatoria de Varianzas de los Items  
 ST^2: Varianza de la suma de los Items  
 α: Coeficiente de Alfa de Cronbach

### RENTABILIDAD

Items	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Suma de Items		
AGENTE													
PERSONA1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	2	44	
PERSONA2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	42	
PERSONA3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	41
PERSONA4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
PERSONA5	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	26
PERSONA7	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
PERSONA8	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	32
PERSONA9	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	34
PERSONA10	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
PERSONA11	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	33
PERSONA12	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	25
PERSONA13	3	2	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	26
PERSONA14	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
PERSONA15	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	34
PERSONA16	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
PERSONA17	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	2	44
PERSONA18	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	24
PERSONA19	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	35
PERSONA20	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	45
VAR	1.10	1.21	0.75	1.02	0.69	0.79	1.06	0.87	0.89	0.83	53.32		
SI^2	9.22										ST: 53.32		
ALFA DE CRONBACH	0.96												

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

K: El número de Items  
 SI^2: Sumatoria de Varianzas de los Items  
 ST^2: Varianza de la suma de los Items  
 α: Coeficiente de Alfa de Cronbach

Para determinar la aplicación adecuada de las pruebas estadísticas, es necesario determinar la normalidad de la distribución de datos utilizando la prueba de Kolmogorov - Smirnova, K-S, con base en las siguientes hipótesis:

H0: los datos de las dimensiones de la variable sistemas de costos y de la variable rentabilidad y sus dimensiones se distribuyen de manera normal (simétrica).

H1: los datos de las dimensiones de la variable sistemas de costos y de la variable rentabilidad y sus dimensiones no se distribuyen de manera normal (asimétrica).

**Tabla 8**  
*Prueba de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Costos directo	0.207	156	0.000
Costos indirectos	0.350	156	0.000
Costos operacionales	0.228	156	0.000
SISTEMAS DE COSTOS	0.307	156	0.000
Rentabilidad económica	0.228	156	0.000
Rentabilidad financiera	0.231	156	0.000
RENTABILIDAD	0.224	156	0.000

Debido a que el valor  $p < 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indicando que los datos de la variable sistemas de costos y de la variable rentabilidad y sus dimensiones no se distribuyen de manera normal.

Por lo tanto, debe utilizar estadísticas no paramétricas para su investigación. Se usó el estadístico Rho de Spearman para mostrar la relevancia obtenida, por lo que este estadístico proporciona una dirección de correlación con variaciones positivas o negativas (Hernández y Mendoza, 2018, pp. 367-368).

## Anexo 8. Solicitud a GERCETUR

SOLICITO: RELACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES DEL  
DISTRITO DE CUSCO PARA REALIZAR  
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Lic. WERNER SALCEDO ÁLVAREZ  
GERENTE GERCETUR



Nosotras, Bach. Yessica Auccapuma Ccallañaupa identificada con DNI N° 46694873 y Bach. Dayana Katherin Sacsí Ccahuana, identificada con DNI N° 73061698, estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo, con el debido respeto nos presente ante Ud. para exponerlo siguiente:

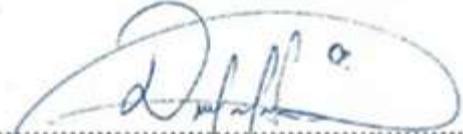
Que, se presenta el proyecto de investigación titulado "Sistema de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022", en tal sentido, solicitamos se nos brinde la Relación de agencias de viajes del Distrito de Cusco para realizar trabajo de investigación para ejecución del proyecto de investigación. Así mismo nos comprometemos a cumplir con las buenas prácticas de investigación, las recomendaciones de los comités revisores según corresponda.

**POR LO EXPUESTO:**

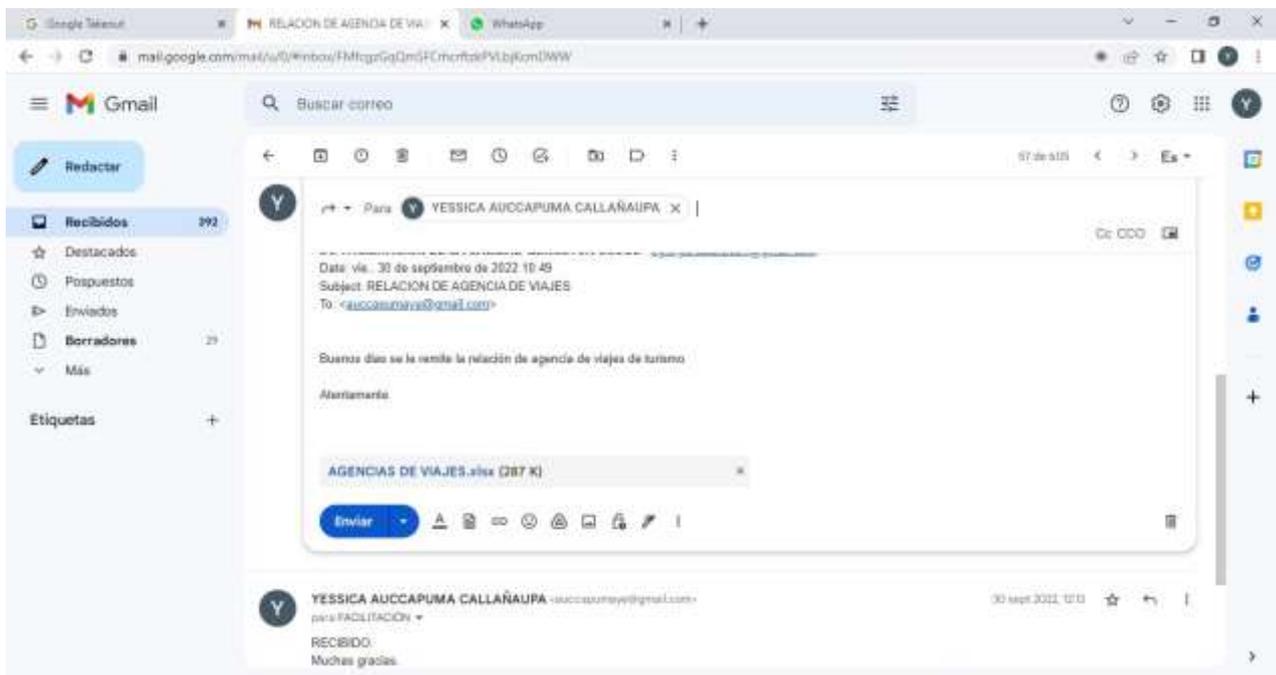
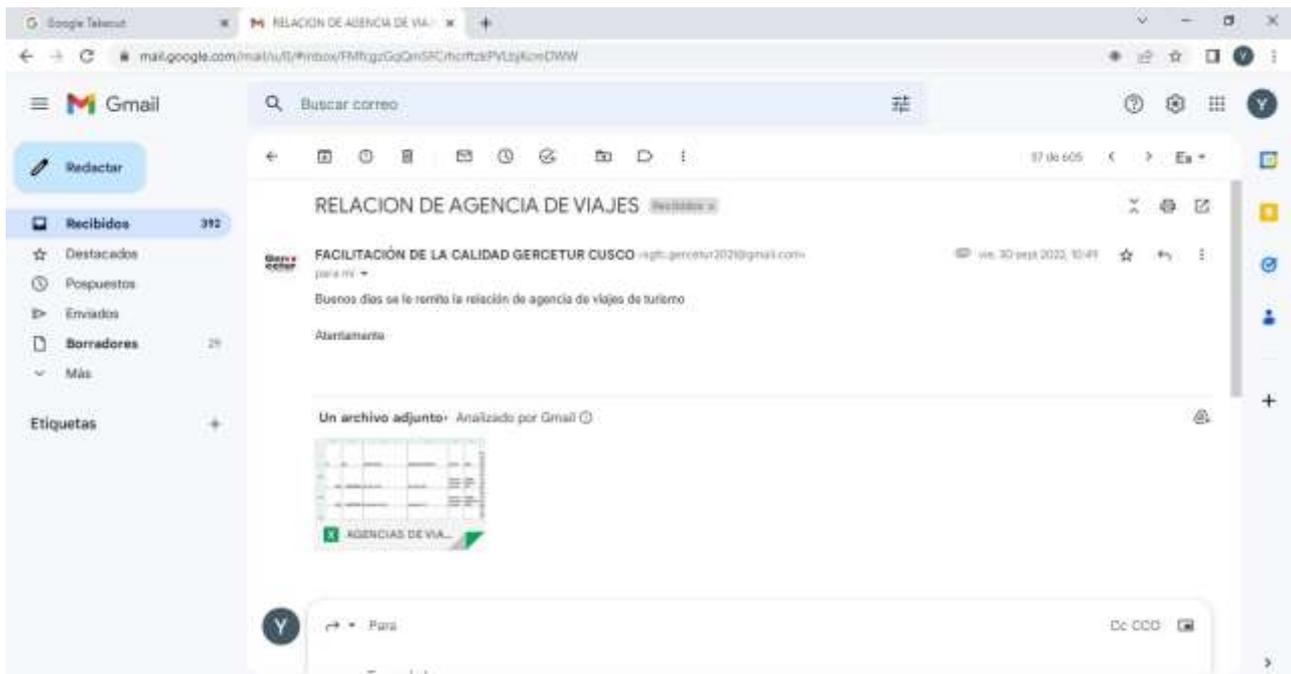
Ruego a Ud. Señor Gerente atender nuestra solicitud con prontitud posible.

Cusco, 28 de Setiembre del 2022

  
.....  
Bach. Yessica Auccapuma Ccallañaupa  
DNI N° 46694873

  
.....  
Bach. Dayana Katherin Sacsí Ccahuana  
DNI N° 73061698

## Anexo 9. Respuesta de GERCETUR



## Anexo 10 Panel Fotográfico





## Anexo 11. Lista de EXCEL de Agencias de Viaje

R#	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	GRUPO	WEB	DIRECCIÓN	
1	3	1.8060E-10	Colderos Diaz Victor Manuel	Orient Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	www.orienttoursperu.com	C/De Santa Catalina Augusta Nro. 175 -
13	12	1.0107E-10	Collantes Arias, Elizabeth Susana	El Imperio Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.ELIMPERIOHOSTEL.COM	C/De Arco Iris Nro. 421 -
16	15	1.0238E-10	Guesano Yabar, Martin Siches	Veronica Tour	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.VERONICATOURS.COM	C/De Caesita Santa Ana Nro. 684 - Bv. Santa Ana
18	17	1.0238E-10	Toledo Huaman Juan De La Cruz	Ecoamazona Lodge	Agencias De Viajes Y Turismo	www.ecoamazona.com.pe	C/De Garcilaso Nro. 239 Int. 206 -
19	18	1.0238E-10	Paredo Soto, Luz	Vilcanota Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Almagro Nro. 50 -
21	36	1.0238E-10	Huayhua Salas Guillermo	Sven Tours Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	www.sventoursperu.com	Nro. K-9 - Urb. Manuel Prado (Plazoleta De Manuel Prado)
22	21	1.0238E-10	Miranda Villena, Hilda Nazaria	Peru Travel	Agencias De Viajes Y Turismo		Jr. Varaspenco N° Nro. 63 - Urb. Tulumayo
23	22	1.0238E-10	Sulicacari Flores, Carmen	Sulicacari	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Chocanchaca 278 Nro. 278 Int. C - Cl. Centro Historico
25	24	1.0238E-10	Carlotto Figueroa Maria	Work Planet Adventures	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Sancia Nro. 300 -
26	25	1.0238E-10	Agaza Paredes Rotondo Camilo	Inka S Peru Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INKASPERUTOURS.COM	Av. Pardo Nro. 1024 - Cl.
27	26	1.0239E-10	Huaybal Sazo Fidel Marcos	Peruvian Trek	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Santa Catalina Augusta Nro. 127 -
30	28	1.0239E-10	Quispe Pardo Walter Santiago	Quispe Pardo Walter Santiago	Agencias De Viajes Y Turismo		Pa. Portal De Pares Nro. 123 Int. 1-A
32	31	1.0239E-10	Huancabache Somo, Lebo		Agencias De Viajes Y Turismo		Nro. A-3 - P.J. Independencia
34	33	1.0239E-10	Rivera Awarata Iratrides O	Multiservicio Trazy Travel Peru	Agencias De Viajes Y Turismo		Av. Sol Nro. 814 Int. 118 - Cl.
37	38	1.0239E-10	Mansani	Mansani	Agencias De Viajes Y Turismo		Av. La Haza Nro. 1123
39	38	1.0239E-10	Hancock Gaispe, Selvia	Hancock Gaispe Selvia	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Almagro Nro. 139 Int. 62
42	43	1.0239E-10	Vallenas Soto, Fabian	Agencia De Viajes Y Turismo Friends Of The Nature	Agencias De Viajes Y Turismo		Pa. Comercio Nro. 341 Int. 2 - Cl.
43	42	1.0239E-10	Pezo Villena Jorge Washington	Pezo Villena Jorge Washington	Agencias De Viajes Y Turismo		Nro. A-1 Int. 4 - Urb. Merical Garama
50	49	1.0239E-10	Estanislao	Inkapal Intertour	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Santa Catalina Areche Nro. 351 Int. 363 -
51	58	1.0239E-10	Almora Molina, Hernan	Machapicho For The World	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Procuradores Nro. 351 -
52	53	1.0239E-10	Caballero Perez Jaime Alberto	J & R Serv Turist Guides	Agencias De Viajes Y Turismo		Nro. D-35 - Urb. Zaguas Del Cielo
54	53	1.0239E-10	Vargas Oros Manjia	Secret Land Adventures	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Platensis N° 314 Nro. 314 -
58	57	1.0239E-10	Ochoa Osmi Maricela	Garijana Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Procuradores Nro. 341 - Urb. Centro Historico (Oficina 1)
62	63	1.0239E-10	Rivas Sivo Gloria Maria	Mesa Amazon Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Procuradores Nro. 366 Int. 105
64	63	1.0239E-10	Perez Tabeada Victor Hugo	Perez Tabeada Victor Hugo	Agencias De Viajes Y Turismo		Nro. U-8 - Urb. Guadalupe Inca
65	64	1.0239E-10	Tupayachi Garrido Miluska	Cuzivasi Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Tierra Nro. 584 - Urb. Centro Historico (Esquina Con Acogata N)
67	66	1.0239E-10	Cabrera Huaman Adelma	Tunki Expeditions	Agencias De Viajes Y Turismo		Av. Pardo Nro. 915 - Urb. Centro Historico (Frente Al Colegio Alder
68	67	1.0239E-10	Conte Aparicio, Henry	Conte	Agencias De Viajes Y Turismo		Av. Tulumayo Nro. 684 Int. 201 -
69	68	1.0239E-10	Agaza Manzanilla Uriel		Agencias De Viajes Y Turismo		Jr. Garmenia Nro. C-3 - Urb. Santa Ana Esquinas Det Templo Santa
70	68	1.0239E-10	Ruedez Canella, Miriam	Cusco Classic Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.CUSCOCLASSICTOURS.COM	Jr. 21 De Mayo K-4 Nro. 4 Ms. K.L1. 4 - Bolempampa

R#	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	GRUPO	WEB	DIRECCIÓN	
85	64	1.0239E-10	Tupayachi Garrido Miluska	Cuzivasi Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	C/De Tierra Nro. 584 - Urb. Centro Histor	
67	66	1.0239E-10	Cabrera Huaman Adelma	Tunki Expeditions	Agencias De Viajes Y Turismo	Av. Pardo Nro. 915 - Urb. Centro Histor	
68	67	1.0239E-10	Conte Aparicio, Henry	Conte	Agencias De Viajes Y Turismo	Av. Tulumayo Nro. 684 Int. 201 -	
69	68	1.0239E-10	Agaza Manzanilla Uriel		Agencias De Viajes Y Turismo	Jr. Garmenia Nro. C-3 - Urb. Santa Ana E	
70	69	1.0239E-10	Ruedez Canella, Miriam	Cusco Classic Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.CUSCOCLASSICTOURS.COM	Jr. 21 De Mayo K-4 Nro. 4 Ms. K.L1. 4 - B
73	72	1.024E-10	Cosio Shiquito, James Lionel	James Travel Agency	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Calle Del Medio N° 135 Nro. 135 -
76	75	1.024E-10	Azzubialde Palomino, Karina	V&Rtours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Shagi Nro. 782
77	76	1.024E-10	Abarca Rabines, Karina	Abarca Rabines Karina	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Triunfo Nro. 392 Int. 220
79	78	1.024E-10	Cama Jara, Luis Camilo	Machapicho Deer Mountain	Agencias De Viajes Y Turismo		Jr. Pumahuasi 433 Tulumayo -
80	79	1.024E-10	Aucapari Ramos Monica	Peruvian Mystical	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Portal Belen Nro. 103
81	80	1.024E-10	Vilavencendo Bernuendez Marco		Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Platensis Nro. 388 Int. 5
82	81	1.024E-10	Parkashua Figueroa Guido Cesar	Party Bike Travel	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Carmen Alto Nro. 246 - Ag. San Blas
83	82	1.024E-10	Enriquez Obillas Anurio Leonidas	Leonidas	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Platensis Nro. 358 Int. A -
85	84	1.024E-10	Llerena Cajigas Betzy Zeynel	S.T.E. Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Chaparro Nro. 207
86	85	1.024E-10	Goyzueta Bayona, Sonia	Goyzueta	Agencias De Viajes Y Turismo		Av. Sol n° 617-B Nro. 671 -
87	86	1.024E-10	Lertona Quintanilla Yeanetti	Urgin Travel	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Portal Conforturias Nro. 205
88	87	1.024E-10	Cardenas Flores Monica Indira	IntiMilla Tours	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De San Agustín Nro. 208
90	89	1.024E-10	Mansilla Vizcarra, Erika	Orion Travel Services	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Micaelano C-6 Apr Los Sicondiados
94	93	1.024E-10	Heras Garcia Marlene		Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Quencha Nro. 280 Int. 2
95	94	1.024E-10	Chambes Catalan Claudio German	Machapicho Green Land	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MACHUPICHUGREENLAND	Av. Arizayo 1 - 1 Nro. 1 -
99	98	1.024E-10	Selazar Zuniga Jorge Alfonso	Rhigas Peru Tour Operator	Agencias De Viajes Y Turismo		Nro. F-1 - A.H. El Mirador D
102	101	1.024E-10	Cruz Alvarez Americano	Swear Queste Travel Agency	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Portal De Pares Nro. 123 Int. 103
103	102	1.024E-10	Corimalla Cuba, Edwin	Artours Cusco Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	www.artourscusoperu.com.pe	Nro. 552
104	103	1.024E-10	Inaullari Sorno, Maria Felicia	Adv. Gregory Cusco Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.GREGORYTOURSPERU.COM	C/De Siete Cuartones Nro. 284 -
106	105	1.0244E-10	Farfan Kohsaruche, Nadiazhda	Machu - Pichu Safe Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.PACHU-PICHU-SAFE-TRAVEL.COM	Jr. Jaquijahuana Nro. 410 - Zn. Icahuaca
111	110	1.0247E-10	Puena Calle, Vicky	Peru Planet Travel Service	Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Sueria Nro. 118
112	111	1.025E-10	Vela Migueroles, Maria Azucena	Latin Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.LATINTRAVELPERU.COM	C/De San Agustín N° 212-208 Nro. 212 In
113	113	1.025E-10	Marlaza Mar Johani		Agencias De Viajes Y Turismo		Jr. Obstantayambo Mos. I Lote. 8 - Urb. M
120	119	1.0253E-10	Jareel Tito Celinio Gilberto		Agencias De Viajes Y Turismo		C/De Tuzcocha Nro. 171
124	123	1.0259E-10	Condori Ramon, Edgar	Manajungtrips	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MANAJUNGTRIPS.COM	C/De Platensis Nro. 319 -

A	B	C	D	E	F
894	2.05275-10	Crystal Travel Service E.I.R.L.	Crystal Travel Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	Cde Calkinayco No. 289 No. 1 - CL
895	2.05275-10	Origenes International Travel & Tours E.I.R.L.	OR. Origenes Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	Ao. El Sol No. 120 No. 7 - CL. Centro Histórico
896	2.05275-10	Go's Tourism S.R.L.	Go's Tourism	Agencias De Viajes Y Turismo	Cde Santa Helena No. 06 No. 8, Of. 3
897	2.05275-10	Int. Sur Travel Agency De Viajes Y Tur.	Int. Sur Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INTOURS.COM
898	2.05275-10	Organización Artisanal Perú Empresa Individual De Responsabilidad Limitada	Agencia	Agencias De Viajes Y Turismo	Av. Los Rios No. 18-E Cde. Miraflores Barrera, 18A 17044-02
899	2.05275-10	Super Tour Turismo Empresa Individual De R.	Super Tour Turismo	Agencias De Viajes Y Turismo	Av. San No. 948 Int. 312 - Ag. CC. Cuzco San Pedro Tenen Puz.
900	2.05275-10	Making It Great Adventure Company De Res.	Making It Great	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.SUPERTOURISMO.COM
901	2.05275-10	Viajes Y Servicios Sur Andes Tours De	Sur Andes Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.SURANDESTOURS.COM
902	2.05275-10	Tours Herman Ganga S. R.L.	Tours Herman Ganga S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	CA. 310200 PUEBLO NO. 212 URB. INDUSTRIAL CAR. CREMA P. No. 001. ACOBATA NO. 46-B JERONIMA DE GRUPO CHAFU. CUSCO
903	2.05275-10	MAJASU Representaciones Empresa Individual	MAJASU	Agencias De Viajes Y Turismo	CA. SANTA CATALINA ANCHA NO. 188 INT. 2 CENTRO HISTORICO
904	2.05275-10	Peruvian S. R.L.	Peruvian S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	Cde Nueva Era No. 404 Int. 112
905	2.05275-10	Alma Tours E.I.R.L.		Agencias De Viajes Y Turismo	CA. PUNAJUNCO NO. 423 JA 1 TORRE DE CONCRETO MARIA ANTONIO
906	2.05275-10	Peruans Tours Empresa Individual De Responsabilidad Limitada	American Journeys	Agencias De Viajes Y Turismo	NOVA 4 OFIC. 14 URB. RENOVADA 1 TORRE DE PUNO PUEBLAYCHEN
907	2.05275-10	Travel Group S. R.L.	Travel Group Travel Agency Inc	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WAGROUP.COM
908	2.05275-10	Travel Services Ancestral Agency		Agencias De Viajes Y Turismo	CA. TRINIDAD NO. 175 CONTACTO DEL COLEGIO EDUCACIONAL SUB. No. 206 SANABE CUSCO NO. 4-2 URB. INDUSTRIAL
909	2.05275-10	Agencia De Viajes Y Turismo CuzcoA T Tours S.R.L.	Agencia De Viajes Y Turismo CuzcoA T Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	Cde Poma Comercio No. 128 Int. 06
910	2.05275-10	World 3 Travel Adventure S. R.L.	World 3 Travel Adventure	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WORLD3TRAVELPERU.COM
911	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	CA. PLATONOS NO. 128 LA MEDIA CAJADA DE PLAZA DE ARMAS
912	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	CA. PROCLAMACIONES NO. 300 ANATOLIO PTE REST. WASH. GALLIN
913	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
914	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
915	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
916	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
917	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
918	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
919	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM
920	2.05275-10	Wuzangara Mountain And Jungle Expeditions Empresa Individual De	Tours Wuzangara S. R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WUZANGARATOURS.COM

AGENCIAS DE VIAJES 1 - Excel

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Mostrar: Laura Barrios H

Compartir

A	B	C	D	E	F
2278	2.06090-10	Machupiccho Magic Peru S.A.C	Machupiccho Magic Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MACHUPICCHUMAGICPERU.COM
2279	2.06090-10	Mantilla Expeditions E.I.R.L.	Mantilla Expeditions	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MANTILLAXPEDITIONS.COM
2280	2.06090-10	Sanja Inka Travel Agency E.I.R.L.	Sanja Inka Travel Agency E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	SanjaInka.com
2281	2.06090-10	E.I.R.L.	Hikers Latin Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.HIKERSLATINPERU.COM
2282	2.06090-10	E.I.R.L.	Cusco Cat Machupiccho Viajes Y Turismo E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.CUSCOCATMACHUPICCHU.COM
2283	2.06090-10	Integrales TRL	Peru Travel Advisor	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.PERUTRAVELADVISOR
2284	2.06090-10	Cusco Wafra Tours E.I.R.L.	Cusco Wafra Tours	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.WAFRATOURS.COM
2285	2.06090-10	Go Andes Expeditions S.A.C.	Go Andes Expeditions S.A.C.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.GOANDESPEXEDITIONS.COM
2286	2.06090-10	Peru Best Experience S.C.R.L.	Peru Best Experience S.C.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.PERUBESTEXPERIENCE.COM
2287	2.06090-10	Moos Dance Travel E.I.R.L.	Moos Dance Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MOOSDANCEPERU.COM
2288	2.06090-10	Insight Peru Tour E.I.R.L.	Insight Peru Tour	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INSIGHTPERUTOUR.COM
2289	2.06090-10	Viajes Latam E.I.R.L.	Viajes Latam E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.FACEBOOK.COM/VAJESLATAM
2290	2.06090-10	Machupiccho Cusco A.J S.R.L.	Machupiccho Cusco A.J S.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MACHUPICCHUCUSCOAJ.COM
2291	2.06090-10	Univerw Machu Picchu SRL	Univerw Machupiccho	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.UNIVERWMACHUPICCHU.COM
2292	2.06090-10	Stav Inverwos Turismo S.A.C	The Peru Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.THEPERUTRAVEL.COM
2293	2.06090-10	May Group E.I.R.L.	Spixit Adventures Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.SPIXITADVENTURESPERU.COM
2294	2.06090-10	Tap Inka Travel E.I.R.L.	Tap Inka Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.TOPINKATRIVEL.COM
2295	2.06090-10	Yaku Expeditions And Travel S.R.L.	Yaku Travel Peru S.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.YAKU.TRAVEL.PE
2296	2.06090-10	Grupo Cusco Turismo S.A.C.	Cusco Turismo	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.BEACONS.AUTOCOTURISTICO
2297	2.06090-10	Viajes Cusco Peru Tours E.I.R.L.	Viajes Cusco Peru Tours E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.VIAJESCUSCOPERU.COM
2298	2.06090-10	Indigo Travel S.A.C.	Indigo Travel S.A.C.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INDIGOTRAVEL.COM
2299	2.06090-10	Grupo Conde Travel S.A.C.	Grupo Conde Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.CONDE.TRAVEL
2300	2.06090-10	Machupiccho Amazon Peru E.I.R.L.	Machupiccho Amazon Peru	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MACHUPICCHUAMAZONPERU.COM
2301	2.06090-10	Swifts Group Peru S.A.C.	Swifts Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.SWIFTSGROUP.COM
2302	2.06090-10	Alta Outdoor Experiences E.I.R.L.	Alta Outdoor Experiences	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.ALTAAUTOUR.COM
2303	2.06090-10	Turismo Inca E.I.R.L.	Turismo Inca E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INCATOUR.COM
2304	2.06090-10	Inka Horizon Adventures S.R.L.	Inka Horizon Adventures	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INKAHORIZONADVENTURES.COM
2305	2.06090-10	Misaki Peru Travel E.I.R.L.	Misaki Peru Travel	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.MISAKIPERU.COM
2306	2.06090-10	Inca Vision Tours S.A.C.	Inca Vision Tours S.A.C.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.INCAVISIONTOURS.COM
2307	2.06090-10	Travel Peru E.I.R.L.	Travel Peru E.I.R.L.	Agencias De Viajes Y Turismo	WWW.CUSCOPERU TOURS.COM

Mojarl

## Anexo 12. Base de datos

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14
1	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	2.00	1.00	4.00	1.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00
2	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00
3	5.00	5.00	3.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00
4	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	1.00	2.00	4.00
5	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	5.00	5.00	3.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00
6	5.00	5.00	3.00	1.00	3.00	1.00	5.00	5.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00	3.00
7	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	1.00	1.00	1.00	1.00
8	3.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	1.00	2.00	2.00	2.00
9	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	2.00	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00
10	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	2.00	5.00	4.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00
11	5.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	5.00	3.00	4.00	1.00	3.00	2.00	5.00
12	3.00	3.00	4.00	2.00	2.00	3.00	3.00	2.00	4.00	2.00	1.00	2.00	1.00	1.00
13	5.00	3.00	3.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	1.00	1.00	3.00
14	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00
15	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
16	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	4.00	2.00	1.00	1.00	2.00
17	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
18	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	2.00	1.00
19	5.00	5.00	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00
20	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00
21	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
22	1.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	5.00	4.00	3.00	5.00	1.00	3.00	2.00	1.00
23	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00
24	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	2.00
25	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00	2.00	5.00	3.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30
1	4.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	2.00	5.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00
2	1.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
3	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00
4	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00
5	1.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	3.00	5.00	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00
6	1.00	4.00	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	3.00	5.00	2.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
7	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00
8	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00
9	4.00	3.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
10	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00
11	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	5.00
12	1.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00
13	1.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	5.00
14	3.00	4.00	1.00	3.00	2.00	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	4.00	4.00
15	1.00	2.00	3.00	2.00	4.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00
16	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00
17	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00
18	1.00	2.00	1.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
19	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
20	5.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	3.00	2.00	5.00	4.00
21	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
22	1.00	4.00	4.00	3.00	2.00	1.00	4.00	1.00	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	2.00	5.00
23	1.00	2.00	3.00	2.00	4.00	2.00	3.00	3.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00
24	1.00	1.00	3.00	2.00	2.00	5.00	2.00	2.00	2.00	2.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00
25	1.00	2.00	3.00	3.00	4.00	2.00	3.00	4.00	3.00	2.00	4.00	4.00	3.00	2.00	4.00



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, HUARANGA RIVERA HERBERT VICTOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Sistemas de Costos y Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Distrito de Cusco, 2022", cuyos autores son SACSI CCAHUANA DAYANA KATHERIN, AUCCAPUMA CALLAÑAUPA YESSICA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 23.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 06 de Febrero del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
HUARANGA RIVERA HERBERT VICTOR <b>DNI:</b> 21124084 <b>ORCID:</b> 0000-0002-8054-4213	Firmado electrónicamente por: HRIVERAH el 12-02- 2023 09:38:52

Código documento Trilce: TRI - 0531269