



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Costo de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje  
del Cusco, 2023**

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

Contador Público

**AUTORA:**

Ccori Villavicencio, Judith Maruja (orcid.org/0000-0002-7954-3045)

**ASESOR:**

Dr. Villafuerte de la Cruz, Avelino Sebastian (orcid.org/0000-0002-9447-8683)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

La presente tesis dedico a Dios y a mis padres por haberme apoyado incondicionalmente en todo este tiempo, hasta la culminación de mi carrera. Quienes me inculcaron buenos valores, ser perseverantes en todo lo que me proponga, y conseguir mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco haber concluido mi tesis, con la venia de Dios y colaboración de mi asesor de tesis; quien me asistió con la elaboración de este proyecto y haberme impartido con constancia y dedicación su conocimiento. Así mismo agradezco a mis padres y a mi hija quienes fueron la fuente de inspiración y motivo de concretizar este sueño anhelado. Gracias a todas mis amigas(os) que estuvieron ahí con un aliento en decirme tu puedes.



**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, VILLAFUERTE DE LA CRUZ AVELINO SEBASTIAN, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Costo de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023", cuyo autor es CCORI VILLAVICENCIO JUDITH MARUJA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13%, 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, 07 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
VILLAFUERTE DE LA CRUZ AVELINO SEBASTIAN <b>DNI:</b> 25729654 <b>ORCID:</b> 0000-0002-9447-8683	Firmado electrónicamente por: AVILLAFUERTE el 22-11-2023 22:17:36

Código documento Trilce: TRI - 0653230



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, CCORI VILLAVICENCIO JUDITH MARUJA estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Costo de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
JUDITH MARUJA CCORI VILLAVICENCIO <b>DNI:</b> 45753986 <b>ORCID:</b> 0000-0002-7954-3045	Firmado electrónicamente por: JMCCORI el 07-11- 2023 12:26:57

Código documento Trilce: TRI - 0653248

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO: .....	5
III. METODOLOGÍA:.....	10
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	10
3.2. Variables y Operacionalización:.....	10
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	12
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: .....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos .....	15
3.7. Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS .....	17
V. DISCUSIÓN .....	24
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES .....	29
REFERENCIAS .....	30
ANEXOS .....	35

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje del Cusco .....	17
<b>Tabla 2</b> Nivel de rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco.....	18
<b>Tabla 3</b> Tabla cruzada Costos de servicios*Rentabilidad .....	19
<b>Tabla 4</b> Prueba de normalidad de las variables .....	20
<b>Tabla 5</b> Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad	21
<b>Tabla 6</b> Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica.....	22
<b>Tabla 7</b> Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera.....	23

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b>	Nivel del control de costos de servicios turísticos, agencias de viaje ..	17
<b>Figura 2</b>	Nivel de rentabilidad en las agencias de viaje .....	18
<b>Figura 3</b>	Tabla cruzada Costos de servicios*Rentabilidad .....	19

## RESUMEN

El estudio tuvo como propósito el determinar la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, estudio de tipo aplicada, con un diseño de no experimental, puesto que las variables se estudiaron tal cual, la muestra fue de 30 empresas, en el que se aplicó el cuestionario como instrumento para poder recoger los datos, validados por expertos, con opinión de aplicable, la confiabilidad de acuerdo con el Alfa de Cronbach, de 0.751, confiabilidad aceptable, los resultados muestran que la significancia fue de .001, menor a .05, también, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante fue .594, además, el 46.7% considera que tiene un nivel bajo sobre el control de costos de los servicios turísticos y el 53.3% consideran que se tiene un nivel regular sobre la rentabilidad de la empresa. Se puede concluir, en lo que respecta al objetivo general, existe incidencia del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, siendo este una correlación directa moderada, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, el rendimiento va a mejorar.

**Palabras Clave:** costos de servicios, rentabilidad, costos directos, costos indirectos

## ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the incidence of cost control of tourism services in the profitability of travel agencies in Cusco, 2023, applied type study, with a non-experimental design, since the variables were studied as they were, the sample was 30 companies, in which the questionnaire was applied as an instrument to collect data, validated by experts, with applicable opinion, the reliability according to Cronbach's Alpha, of 0.751, acceptable reliability, the results show that the significance was .001, less than .05, also, according to Pearson, the resulting value was 0.594, in addition, 46.7% consider that they have a low level on the cost control of tourism services and 53.3% consider that they have a regular level on the profitability of the company. It can be concluded, with regard to the general objective, that there is an incidence of the control of the costs of tourism services with the profitability of travel agencies in Cusco, 2023, being this a moderate direct correlation, by having a greater control over the costs of services in travel agencies, the performance will improve.

**Keywords:** service costs, profitability, direct costs, indirect costs.

## I. INTRODUCCIÓN

Uno de los sectores con mayor demanda en los últimos tiempos, es el sector turismo, un estudio en Cuba, muestra lo fundamental que es el turismo para la economía de un país, por lo que es importante manejar herramientas que permitan gestionar la parte financiera, la determinación de costos, puesto que ello permitirá tener un control sobre los precios, teniendo en cuenta que los costos de los servicios turísticos, tiene sus peculiaridades, por lo que muchas de las empresas no realizan de manera correcta los cálculos. Por otra parte, el sector turismo, no tiene un permanente flujo de atenciones o prestación de servicios, puesto que en muchos casos estos son estacionales, y dependen muchos de las estaciones y aspectos sociales de la zona, por lo que se necesita realizar estudios que ayuden a tener una mayor certeza de los flujos de turistas, como también tener un mayor control sobre sus costos, por lo tanto se tiene que tener en cuenta las expectativas de los turistas y el precio probable que están dispuesto a pagar por el servicio, además de considerar las temporadas altas y bajas para poder intensificar y focalizar su promoción (Herrera & López, 2021). En la actualidad estudios en Colombia, muestran que es necesario que las empresas tengan sistemas que puedan determinar los costos con mayor detalle, para que se puedan plantear estrategias y tener un rendimiento mayor (Morillo-Moreno & Cardozo, 2017).

Un estudio en Colombia, relacionado con la calidad de los servicios turísticos, considera de suma importancia la medición de la calidad en el servicios de uno de los sectores más importantes para un país, donde se acentúa en algunas regiones por sus atractivos turísticos, sin embargo el movimiento de la economía sobre este sector es muy significativo, por lo se necesita establecer nuevas estrategias que ayuden a mejorar cada vez más la calidad en los servicios, uno de ellos es gestionar de manera eficiente los costos, ya que la reducción de estos ayudará a incrementar la rentabilidad de las empresas, puesto que al optimizar los costos, sientos estos cada vez más bajos, sin disminuir la calidad del servicio, la utilidad del ejercicio mejorará significativamente, por lo que se pueden hacer nuevas inversiones y mejoras en los servicios prestados (Contreras, 2021). Por otra parte, un estudio en Brasil muestra que el avance tecnológico ha hecho que muchos

de las empresas puedan tener una reducción en los costos, sobre todo el rubro de servicios, puesto que estos realizan procesos innovadores y servicios en tiempo real, o en menor tiempo (Bolzán & Fernandes, 2020). En Chile, un estudio muestra que la determinación de los costos puede ser un factor diferenciador para lograr mayor rendimiento, ya que se tendría mayor control sobre los recursos, algo que muchas empresas carecen, por lo que los precios son cada vez mayores (Mendoza & Lengerke, 2018).

En el entorno nacional, un estudio realizado sobre la valoración económica de Kuélap-Amazonas, como un destino turístico importante en el Perú, considera muy importantes el análisis económico sobre los costos en el que incurren las empresas del servicio turístico, puesto que para poder incrementar la demanda y satisfacer la ya existente, es necesario que se tengan alternativas viables y atractivas para los potenciales turistas, en este sentido, es necesario realizar un estudio de demanda, donde se pueda valorar los bienes y servicios involucrados en una jornada turística, otro aspecto muy importante es el tema de los costos, pues de estos depende con cuanto es que se va a ofertar un paquete turístico o de manera individual cada uno de los servicios involucrados en un viaje de turismo, por ejemplo el método de costo de viaje (MCV) en el que se valora principalmente la declaratoria de los usuarios de los servicios turísticos (Torre et al., 2023). Por otra parte, para el Perú, uno de los sectores con mayor demanda y por ende que aporta a la economía del país, es el sector turismo, puesto que la demanda de turistas internacionales y nacionales es cada vez mayor, estudios realizados sobre Puno como destino turístico, muestran que lo que se invierte en este tipo de empresas es cada vez mayor, por lo que se considera necesario analizar cada uno de los elementos que la componen, para poder atender a la demanda y brindar un buen servicio (Cayo & Apaza, 2017).

Del contexto local, la ciudad del Cusco tiene como principal movimiento económico al sector turismo, ya que el Cusco, tiene a la ciudadela de Machupicchu, como una de las maravillas del mundo, por lo que la afluencia de turistas internacionales y nacionales es muy significativa, sin embargo los problemas como la falta de estrategias para mejorar las ofertas, como son el precio, costo, calidad del servicio, hacen que esta demanda se pueda incrementar, por otra parte el factor

social, como son la minería ilegal, las protestas hacen que los turistas no puedan tomar la decisión de venir al Cusco para hacer turismo, lo que de alguna manera también generan pérdidas, puesto que muchos de los costos en el que se incurre en este sector ya están incurridos, por lo que se generan pérdidas o una disminución importante en las utilidades de las empresas relacionadas a este sector, por eso se considera importante realizar el estudio sobre los costos de servicios turísticos y como los costos que se tiene de los servicios tienen un nivel de relación con la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco.

Se consideró, tomando como referencia la descripción de la realidad en un contexto del problema que aqueja, como problema del punto de vista general: ¿Cómo es el nivel de incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023? También, se propusieron como problemas de la parte específica ¿Cómo son el nivel de las variables?, y ¿Cómo es que inciden el control de costos de servicios sobre la rentabilidad económica y financiera en la empresa en mención?

La investigación se justifica socialmente, puesto que, sobre este tipo de sector, es lo que se mueve la economía de la región del Cusco, por otra parte, la mejora en las empresas del sector turismo, hacen que se puedan mejorar la economía de las personas que están involucradas, directa e indirectamente, también tiene una justificación práctica, puesto que el estudio sobre los costos de los servicios turísticos, ayudará a que las empresas de este sector en Cusco, puedan tener mayor control y cuidado en los costos, que generalmente no son tomados en cuenta o no se tiene el cuidado para poder minimizarlo, además se justifica teóricamente, puesto que se genera nuevo conocimiento, ya que se muestra la situación de los costos de servicios turísticos en las agencias de viajes, del cual no se tiene mucha información, finalmente se justifica metodológicamente, en el sentido que el estudio hace uso del método científico y además para el recojo de los datos se utilizó el cuestionario, instrumento utilizado por muchos investigadores.

De los problemas planteados se consideró como objetivo en lo general: Determinar el nivel de incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Además, como objetivos

específicos: Analizar el nivel del control de costos de servicios turísticos en empresas tipo agencia de viaje, Cusco, 2023. Analizar el nivel de rentabilidad, empresas tipo agencia de viaje, Cusco, 2023. Determinar el nivel de incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Determinar el nivel de incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023.

Por otra parte, la hipótesis general del estudio fue: Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Y como hipótesis específicas: El nivel del control de costos de servicios turísticos es medio en las agencias de viaje del Cusco, 2023. El nivel de rentabilidad es bajo en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO:

La investigación consideró los antecedentes nacionales e internacionales, considerando las variables de estudio, como también la base teórica de las dimensiones y variables, los que permiten tener un mayor criterio para el análisis de los resultados y también ayudarán a poder realizar la discusión con los resultados de otros autores.

De la parte internacional, en México, según Solís-Radilla et al. (2016), en su artículo sobre Valor que percibe el turista en relación al destino turístico en Acapulco. Se consideró de enfoque cuantitativo, en el que se aplicó la encuesta a los usuarios, que son los turistas para poder tener los datos necesarios para el desarrollo, se aplicó el análisis factorial, como el ANOVA con el objeto de la prueba de hipótesis. Según los resultados determinados, el valor que percibe el consumidor, el turista, son varios elementos que generan satisfacción de manera integral y no solo la utilidad económica, sino el emocional, además, se llega a determinar que es significativo la relación que existe entre la promoción de los destinos turísticos con la segmentación que se tiene del mercado, lo que hace que exista diferencia en los costos, para poder maximizar las ventas, también se tiene que el factor más apreciado es la atención personalizada. Se concluye que el análisis de los diversos factores que percibe el turista, genera un aspecto diferenciador sobre los precios, lo que hace que se tengan estrategias más específicas para mejorar el rendimiento económico de las empresas.

Por otra parte, Herrera & López (2021), en su estudio publicado en un artículo, respecto al turismo y como es la relación de la gestión de la calidad con los costos, en lo que se refiere a la metodología multidisciplinaria, con análisis de documentos y estadísticos. Resultados: el 76% de los que fueron encuestados, que son las empresas, no consideran los costos intangibles en el cálculo de sus costos, según sus sistemas utilizados, además, el 92% de las empresas encuestadas que no realizan el cálculo de estos costos, consideran que afecta al nivel de las ventas, además los costos indirectos, en algunas ocasiones no son tomados en cuenta para los informes, lo que hace que el informe no es el más preciso, además, los costos intangibles son mayores a los otros tipos de costos, por lo que la percepción de

satisfacción se encuentra en la parte de atención y servicio. Se llega a concluir que el modelo que determina los costos de calidad, permite gestionar de manera más eficiente los costos, por lo que se ve reflejado en los resultados financieros

Estudio en México, de Sánchez et al. (2017), estudio sobre la rentabilidad de hoteles boutique como parte de los servicios turísticos diferenciados, se entiende que son hoteles diferenciados, en el que se busca la exclusividad, por lo que sus costos son con valor agregado, siendo estos lugares que no tienen un gran tamaño, pues son manejados hasta por familias, sin embargo, la rentabilidad es significativa, este estudio es de carácter bibliográfico, de revisión documental, el objetivo fue identificar los factores dentro de los costos que son importantes para la rentabilidad, los resultados muestran que existen variantes importantes dentro de los servicios que hacen que los turistas están dispuestos a pagar un precio adicional, por lo que los costos indirectos que son los servicios que generan satisfacción, son los que le dan mayor valor agregado.

Desde el contexto nacional, de acuerdo con Quintana y Paredes (2020), en su estudio sobre costos de servicios y cómo estos impactan a la rentabilidad, Ucayali periodo 2019, el estudio es cualitativo, de no experimento, de nivel descriptivo, puesto que se detallarán los resultados obtenidos de los documentos contables, como son los estados financieros, como la muestra se tiene a los documentos contables, los instrumentos que fueron necesarios para el desarrollo, fueron la guía para entrevistar y la ficha de registro, donde se pueden observar cómo los resultados que los costos directos fueron muy significativos, puesto que el margen bruto de rentabilidad fue de 68%, el de rentabilidad financiera fue de 9.4% y la rentabilidad económica fue de 7.6%. En tal sentido, se concluye que los costos indirectos tienen un impacto muy significativo sobre la rentabilidad, puesto que el margen bruto es muy alto, del 68%.

De otra parte, Vargas (2018), en su estudio sobre costos de servicios y su afectación sobre la rentabilidad financiera, caso de una empresa de transporte, Cusco, 2017. El estudio se califica de tipo básica, puesto que hay como objetivo aplicarla a alguna empresa en particular, ya que el propósito principal es poder ampliar el conocimiento, y poder tener una mayor profundidad de análisis sobre las variables tratadas, también se considera de enfoque cuantitativo, puesto que se

recolectaron datos para poder procesarlos y obtener los resultados según los objetivos, con diseño donde no hay experimento, transversal, puesto que el análisis se basa en un solo periodo, descriptivo como nivel. Se llegó a las conclusiones siguientes: no se aplican de manera correcta los costos de servicios, por otra parte, los costos de suministros, tampoco son tomados en cuenta, puesto que estos son asumidos por los dueños de los vehículos, los costos del personal, si afectan a la rentabilidad, pero solo como costos indirectos, puesto que son los de personal permanente, pero no se considera los costos directos, puesto que son los mismos dueños, en tal sentido el análisis queda sesgado, los costos indirectos por otra partes, son considerados por los mismos dueños de los vehículos, por lo que estos no son llevados de manera correcta, por lo tanto la rentabilidad no refleja correctamente la realidad de la empresa.

Según González y Ortega (2021), en su investigación sobre costos de servicios y cómo estos inciden sobre la rentabilidad, San Borja 2018. Se realizó una investigación aplicada, con un nivel descriptivo correlacional, un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, respecto a la recolección de datos, fue mediante un cuestionario de 21 preguntas, validado por expertos, que aplicamos a contadores, administradores, gerentes de administración y finanzas, gerentes de costos y empleados del área de contabilidad. Ellos nos dieron sus opiniones sobre la problemática de que no manejan adecuadamente los costos de servicios y esto repercute en la rentabilidad de la empresa. Luego analizamos los datos con SPSS Vs25 y los presentamos en gráficos estadísticos con sus respectivas interpretaciones. Así, se demostró la hipótesis planteada, se concluye que los costos de servicios afectan la rentabilidad de manera importante, puesto que el valor (sig.) fue 0.030, menor a 0.05.

En lo que respecta a las bases teóricas, respecto a los costos de servicios, se entiende por control de costos de servicios, al proceso, política de vital importancia para las empresas donde no hay mercaderías ni materia prima, sino, básicamente son los servicios, atención, el trabajo humano, además, este tipo de costo considera a los gastos reales, pudiendo ser estos directos e indirectos, donde se considera un margen de beneficio deseado, de modo que esto permite establecer el precio de los servicios brindados por las empresas según sea su

naturaleza (Zambrano et al., 2018). Además, los costos que se tiene de los servicios son aquellos costos que se asocian a los insumos, materiales que se utilizan para poder prestar el servicio de manera eficiente y de calidad, teniendo en cuenta los costos indirectos y directos en el que se incurren (AsesoraPYME, 2017).

Sobre los *costos directos de servicios*, estos hacen referencia a aquellos costos que son necesarios para que se produzca el servicio, son los que están directamente relacionado con lo que se ofrece como servicio, además que es un elemento importante para poder determinar el precio de venta (González Delgado, 2017). En lo que respecta a los *costos indirectos de servicios*, son los que intervienen dentro del proceso de prestación de los servicios, que, por su naturaleza, no se puede determinar su medición de manera unitaria, como tampoco es fácil la asignación de forma directa del mismo, como puede ser el caso de las depreciaciones, honorarios, entre otros. (Ulloa-Rodríguez y Padilla-Aguilar, 2022).

Referente a la variable rentabilidad, Se entiende por rentabilidad dentro de toda organización, como el objetivo principal, la meta final, que determina el nivel de beneficio real o ganancia obtenida dentro de un periodo determinado, donde principalmente se calcula de forma anual, pudiendo ser también en perdidos menores para la toma de decisiones, (De La Hoz et al., 2008).

También se tiene entre las dimensiones de la variable segunda, a la *rentabilidad económica*, esta corresponde a una razón, una medida, dentro de un tiempo determinado o periodo definido, en el que se determina cuanto de rendimiento producen los activos de una organización, sin tener en cuenta el elemento de financiación, además, se considera al indicador financiero que puede medir o calcular cual es el beneficio que tendría que recibir el inversionista o capitalista con lo que dio como inversión dentro de un periodo, este se calcula dividiendo el resultado de la operación antes de impuesto y participaciones con el total de activos (Zambrano-Farías et al., 2021). Por otra parte, se tiene a la *rentabilidad financiera*, en un indicador que determina cual es el beneficio que se tiene sobre los propietarios o accionistas, este tipo de rentabilidad es la que los directivos de las organizaciones buscan que se pueda maximizar, puesto que es lo que muestra como o que tan rentable es una empresa para los accionistas o inversionistas (Huacchillo et al., 2020).

### **III. METODOLOGÍA:**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de estudio:**

La investigación fue desarrollada sobre el tipo de estudio aplicado, este tipo de investigaciones son lo que buscan solucionar problemas, abordando la problemática y utilizando medios para poder contribuir a la solución de los problemas planteados (Ñaupas et al., 2018). Una parte importante en este tipo de estudios es el uso de las teorías existentes para poder explicar, resolver el problema y brindar el soporte teórico necesario (Otero-Ortega, 2018).

##### **Diseño de investigación:**

Es no experimental, este diseño no considera el manipular las variables estudiadas, para poder recoger la información necesaria para el desarrollo, se tiene en consideración la observación del sujeto de estudio, para poder tener la información y posteriormente, luego del procesamiento llegar a la conclusión (Cadena et al., 2017). Por otra parte, es de corte transversal, puesto que observa los elementos del objeto de estudio en un momento dado, tal como se encuentran en ese momento (Hernández & Mendoza, 2018).

#### **3.2. Variables y Operacionalización:**

##### **Variable 1: Costos de Servicios**

##### **Definición conceptual**

Se entiende por control de costos de servicios, al proceso, política de vital importancia para las empresas donde no hay mercaderías ni materia prima, sino, básicamente son los servicios, atención, el trabajo humano, además, este tipo de costo considera a los gastos reales, pudiendo ser estos directos e indirectos, donde se considera un margen de beneficio deseado, de modo que esto permite establecer el precio de los servicios brindados por las empresas según sea su

naturaleza (Zambrano et al., 2018).

### **Definición operacional**

Para poder realizar el análisis de la variable control de costos de servicios y las dimensiones de costos directos, como también los costos indirectos de los servicios, se realizó con un cuestionario con una escala Likert, que va del nivel inferior, nunca, al nivel mayor que es siempre, de los que se obtuvo los resultados y conclusiones

### **Indicadores**

Los indicadores que corresponden a la variable costos de servicios, que corresponden a las definiciones de las dimensiones son: el costo de los trabajadores por comisión, el costo de los servicios de transporte por usuario, costos del ingreso a lugares turísticos por usuario, servicio de publicidad por clic, los gastos por recibo de agua y luz, los gastos de personal, los gastos financieros y administrativos, la depreciación de los muebles y equipos, los gastos por alquileres.

**Escala:** Ordinal

### **Variable 2: Rentabilidad**

#### **Definición conceptual**

Se entiende por rentabilidad dentro de toda organización, como el objetivo principal, la meta final, que determina el nivel de beneficio real o ganancia obtenida dentro de un periodo determinado, donde principalmente se calcula de forma anual, pudiendo ser también en perdidos menores para la toma de decisiones, además se entiende que es el resultados de las decisiones o inversiones realizadas por los dueños o accionistas, estas pueden ser también, como la rentabilidad sobre los activos y el

patrimonio (De La Hoz et al., 2008).

### **Definición operacional**

Para poder realizar el análisis de la variable rentabilidad y las dimensiones de rentabilidad económica, como también la rentabilidad financiera de las empresas, se realizó con un cuestionario con una escala Likert, que va del nivel inferior, nunca, al nivel mayor que es siempre, de los que se obtuvo los resultados y conclusiones

### **Indicadores**

Los indicadores que corresponden a la variable rentabilidad, que corresponden a las definiciones de las dimensiones son: los activos corrientes, los activos no corrientes, los recursos propios empresariales, como también los recursos ajenos o de terceros con los que la empresa tiene deuda.

**Escala:** Ordinal

### **3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis**

#### **Población:**

La población está conformada por las agencias de viajes en la ciudad del Cusco, según la Cámara de Comercio del Cusco, 450 agencias de viaje. La población está compuesta por todos los elementos del cual son objetos de estudio, es el foco de la investigación, los cuales van a ser medidos sus características y son accesibles para obtener la información (Salatino, 2019). Son el objeto central del estudio, del mismo que se harán referencia las conclusiones y recomendaciones (Casteel & Bridier, 2021).

- **Criterios de inclusión:**

Son las empresas de servicio turístico, en este caso las agencias de viajes, que se encuentran en la ciudad de Cusco, con un año o más años de funcionamiento en el mercado.

- **Criterios de exclusión:**

Son las empresas de servicio turístico, en este caso las agencias de viajes, que se encuentran en la ciudad de Cusco, con menos de un año de funcionamiento en el mercado.

### **Muestra:**

La muestra para el estudio fue de 50 agencias de viaje de la ciudad del Cusco, la muestra es la parte que representa a una población, son de quienes se van a extraer las conclusiones que corresponden a la población, estas tienen que ser accesibles a la información, para poder aplicar el instrumento determinado por los investigadores (Arispe-Alburquerque et al., 2020). Es un subconjunto, parte de la población, determinada por métodos matemáticos o por criterio del que investiga (Vara, 2015).

### **Muestreo:**

No probabilístico, puesto que fue determinado por el investigador, ya que el acceso a poder recoger la información, no es la más adecuada, este tipo de muestreo no considera que todos los que lo componen como muestra, son porque el investigador tiene la posibilidad de poder seleccionar a los elementos, la selección es hecha por el investigador en base a un método subjetivo, puesto que existe dificultad para poder realizar un muestreo aleatorio (Hernández y Ávila, 2020). Este concepto hace referencia a la forma de cálculo del número de elementos para el que se va a aplicar un determinado instrumento (Maravelakis, 2019).

### **Unidad de análisis:**

Son las empresas de agencias de viaje del Cusco, se entiende que la unidad de análisis es el elemento principal dentro de un estudio, puesto que sobre él van

dirigidos todos los propósitos, es decir, se ve el “que” es lo que se está investigando y a “quien” se pretende hacer el estudio, estas pueden ser personas, informes, entes, documentos, entre otros elementos del cual se tiene interés (Pimienta & De La Orden, 2017).

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

##### **Técnica:**

Es la encuesta, es apropiado para el tipo de estudio que se realiza, es una técnica que se usa con frecuencia en estudios cuantitativos, por el uso de métodos estadísticos con datos numéricos, permite recoger información de hechos dentro de un entorno o contexto en el que se circunscribe una investigación (Feria et al., 2020).

##### **Instrumento:**

El cuestionario, es el instrumento aplicado en la investigación para tener la información necesaria para el desarrollo, este tipo de instrumentos permite al investigador, levantar la información de manera organizada por medio de preguntas que se desprenden de los indicadores de las variables, los que son elaborados de manera coherente y ordenada (Kaur, 2019).

##### **Validez;**

La validez del instrumento se realiza por medio del juicio de expertos, el mismo que por la experiencia y dominio del tema, dan la opinión de que se aplique el instrumento por tener un nivel aceptable de coherencia, relevancia y claridad de cada uno de los ítems del instrumento (Reiter, 2013).

##### **Confiabilidad**

Por parte de la confiabilidad del instrumento, se tomó en consideración el análisis

de acuerdo al Alfa de Cronbach, el mismo que tiene una valoración de 0.7 a más, con lo que se puede decir que es aceptable a más. Por tanto, se entiende que la fiabilidad indica el grado o nivel que permite decir que al aplicar un mismo instrumento varias veces al mismo sujeto, los resultados vendrían a ser los mismos (Ibarra-Piza et al., 2018).

### **3.5. Procedimientos**

Se inició el estudio con la determinación de la hipótesis o planteamiento del problema a desarrollar, considerando las variables a estudiar, los que fueron necesarios para poder dimensionarlas y encontrar los indicadores, con los que se elaboraron las preguntas para el cuestionario, posteriormente, se identificaron los participantes para poder aplicar el instrumento, luego se tabularon las respuestas en una hoja de cálculo, los que fueron procesados por medio del SPSS, con el que se resolvieron los objetivos por medio de tablas y figuras, probando la hipótesis del estudio, para llegar a la conclusión de acuerdo a los objetivos.

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

El método de estudio es deductivo analítico, se tomó en consideración las respuestas tabuladas para el proceso de los datos en el sistema estadístico SPSS v.28, considerando para el análisis descriptivo, la frecuencia de las preguntas más representativas por dimensión, por la parte de las inferencias, se realizó la prueba de normalidad de datos, para determinar si son paramétricas o no paramétricas, con el que se pudo utilizar el estadístico apropiado y realizar la prueba de hipótesis del estudio, llegando así a concluir en el estudio.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se tomó en consideración las normas y reglamentos que establecen las unidades de investigación de la universidad correspondientes al desarrollo de una tesis, como principios éticos, como son el de la autonomía, que considera la participación de manera voluntaria, sin tener ningún tipo de presión o condicionamiento, por lo que

se aceptó la participación voluntaria por medio de una pregunta sobre el consentimiento informado en el cuestionario desarrollado, por otra parte, el principio de la justicia, puesto que se la data obtenida de los participantes son confidenciales, el fin es puramente académico del estudio, por otra parte se tiene también, el principio de beneficencia, puesto que los resultados serán ofrecidos para su uso a los interesados, entendiendo que del estudio no se tendrá ningún beneficio económico..

## IV. RESULTADOS

### Análisis descriptivo

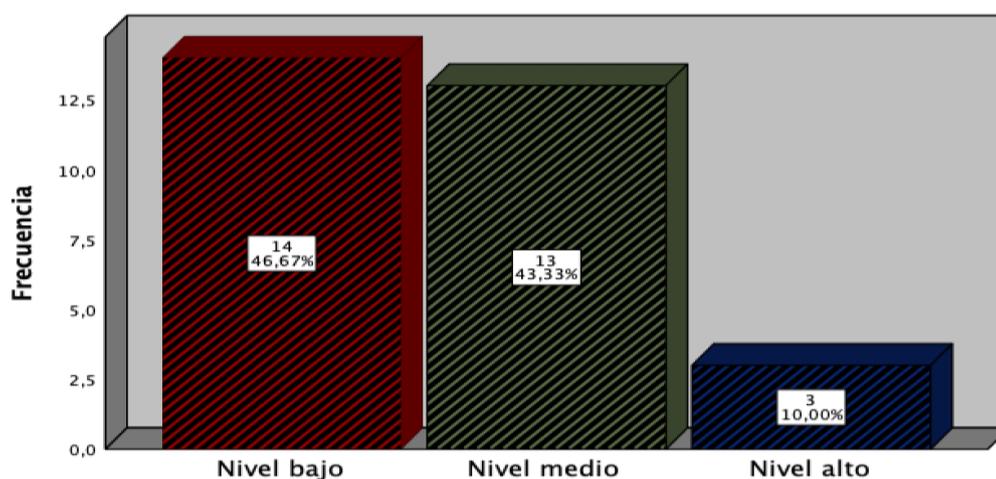
Esta parte del capítulo de los resultados, se describen cuales son los niveles que tienen las variables estudiadas, lo que demuestra en qué situación se encuentran y que es lo que tiene que mejorar.

### Análisis del nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje del Cusco, 2023

**Tabla 1** Nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje del Cusco

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá- lido	Porcentaje acumulado
Nivel bajo	14	46,7	46,7	46,7
Nivel medio	13	43,3	43,3	90,0
Nivel alto	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Figura 1** Nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje



**Interpretación:** De la tabla y figura, se tiene que el 46.7% consideran que se tiene un nivel bajo sobre el control de costos de los servicios turísticos, de acuerdo a la apreciación de los encuestados que son las agencias de viaje, además, el 43.3% está en un nivel medio y solo el 10% considera que, si se realizan el control de los costos de los servicios turísticos, es decir que

### Análisis del nivel de rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023.

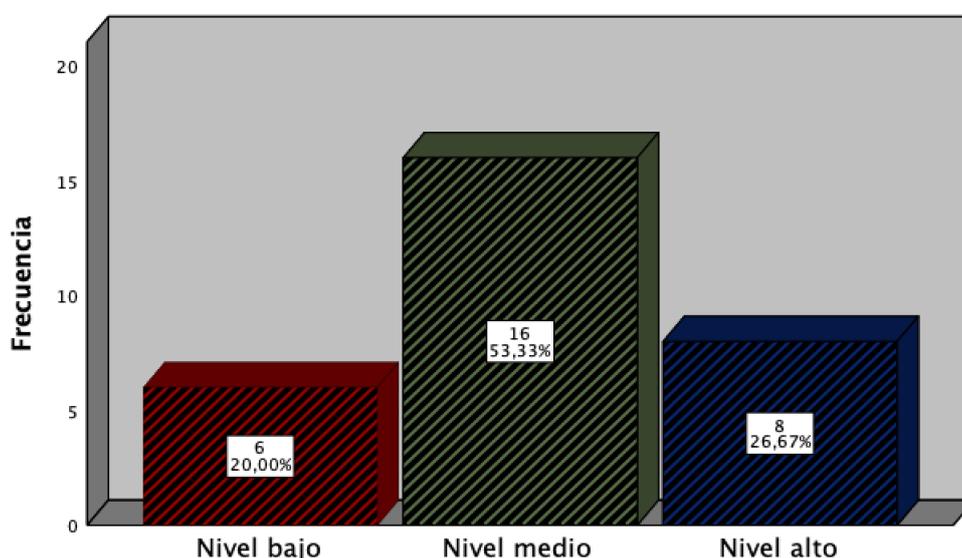
**Tabla 2**

*Nivel de rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nivel bajo	6	20,0	20,0	20,0
Nivel medio	16	53,3	53,3	73,3
Nivel alto	8	26,7	26,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

**Figura 2**

*Nivel de rentabilidad en las agencias de viaje*



**Interpretación:**

Conforme se muestran los resultados que describen a la variable en la tabla y figura 2, el 53.3% de las agencias de turismo que formaron parte de la muestra, consideran que se tiene un nivel regular sobre la rentabilidad de la empresa, mientras que el 20% considera que la rentabilidad es baja, sólo el 26.7% considera que si tienen los resultados esperados, que son buenos, por lo tanto, se considera que el 73.3% de las empresas estudiadas consideran que no lograron los objetivos previstos sobre la rentabilidad, que en este caso lo conforman, la rentabilidad sobre los activos, sobre el patrimonio, por lo que se debe de tomar acciones para mejorar los resultados, como es tener un mejor control de los costos de los servicios turísticos.

**Análisis de tabla cruzada entre los costos de servicios y la rentabilidad**

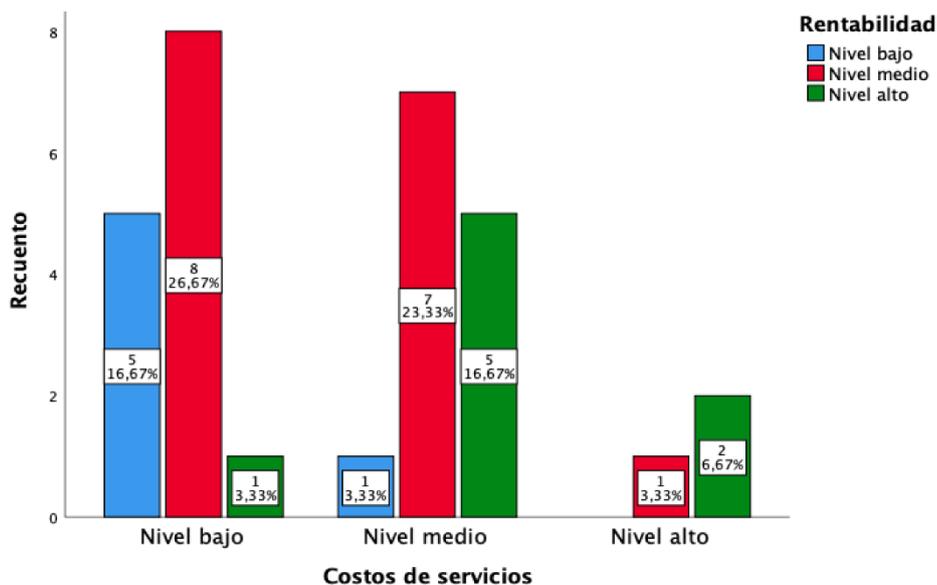
**Tabla 3**

*Tabla cruzada Costos de servicios\*Rentabilidad*

		Rentabilidad			Total	
		Nivel bajo	Nivel medio	Nivel alto		
Costos de servicios	Nivel bajo	Recuento_	5	8	1	14
		%_total	16,7%	26,7%	3,3%	46,7%
	Nivel medio	Recuento_	1	7	5	13
		%_total	3,3%	23,3%	16,7%	43,3%
	Nivel alto	Recuento_	0	1	2	3
		%_total	0,0%	3,3%	6,7%	10,0%
Total		Recuento_	6	16	8	30
		%_total	20,0%	53,3%	26,7%	100,0%

**Figura 3**

**Figura 3** Tabla cruzada Costos de servicios\*Rentabilidad



**Interpretación:** De la figura y tabla, se muestra que el 23.3% de las agencias turísticas encuestadas, considera que la rentabilidad es media y que el control de los costos de los servicios también se encuentran en el nivel medio al mismo tiempo, también se muestra que el 26.7% considera que está en un nivel medio de rentabilidad pero en un nivel bajo sobre el control de costos al mismo tiempo, por lo que se puede decir que existe asociaciones entre las variables, por tanto, para mejorar la rentabilidad se debe de mejorar el control de los costos de servicios turísticos.

### **Análisis inferencial**

Los resultados correspondientes a la parte inferencial, se inicia con la determinación de la normalidad que se tiene sobre la información de la muestra, lo que demuestra si se tiene o no una distribución normal, con el que se determina el estadístico que corresponde en el análisis de correlación e incidencia entre variables y dimensiones, los que permiten dar respuesta al objetivo general como los específicos.

### Prueba de normalidad de datos

**Tabla 4**

*Prueba para evaluar la normalidad de los datos*

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Costos de servicios	,187	30	,009	,952	30	,190
Rentabilidad	,111	30	,200*	,982	30	,875

### Interpretación:

De la tabla 4, se considera, en este caso, por ser una muestra con 30 elementos, el análisis según el estadístico de Shapiro, puesto que es inferior a 50, se puede observar el valor que tiene p para la variable costos de servicios es de .190, mayor a 0.05 y para el caso de la variable rentabilidad, es de .875, por lo tanto, se puede interpretar que la muestra tiene una distribución normal, en este caso, para que se pueda analizar la parte inferencial, se considera al estadístico de Pearson, el mismo que contribuye para poder determinar la prueba de hipótesis, como también para poder obtener el nivel de asociación entre variables y dimensiones, como es el caso de la investigación.

**Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023.**

**Tabla 5** Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad

		Costos de servicios	Rentabilidad
Costos de servicios	Correlac. de Pearson	1	,594**
	Sig.(bilater)		,001
	N	30	30
Rentabilidad	Correlac. de Pearson	,594**	1
	Sig.(bilater)	,001	
	N	30	30

\*\*Correlación significativa del nivel ,01 (bilat\_).

**Interpretación:**

Conforme se puede observar en los resultados de la tabla 5, el valor determinado para la significancia es de .001, siendo este menor a .05, por tanto, se acepta la hipótesis investigativa, que indica que, existe incidencia importante del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023. En lo que respecta al nivel de correlación existente entre las variables, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .594, siendo este una correlación directa moderada, por lo tanto, se puede interpretar contablemente, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento este tipo de empresas va a mejorar, la rentabilidad que se tiene sobre los activos, la rentabilidad que se puede dar sobre el patrimonio de la empresa, también mejoraría, puesto que los gastos, al ser más controlados, sabiendo su origen y donde es que se pueden reducir, la rentabilidad se puede ver mejorada.

**Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023.**

**Tabla 6** Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica

		Costos de servicios	Rentabilidad económica
Costos de servicios	Correlac. de Pearson	1	,639**
	Sig.(bilater)		,000
	N	30	30
Rentabilidad económica	Correlac. de Pearson	,639**	1
	Sig.(bilater)	,000	
	N	30	30

\*\*Correlación significativa del nivel ,01 (bilat\_).

**Interpretación:**

De la tabla, se observa que el valor determinado para la significancia es de .000, siendo este menor a .05, por tanto, se acepta la hipótesis investigativa, que existe incidencia importante del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023. En lo que respecta al nivel de correlación existente entre las variable y dimensión, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .639, siendo este una correlación directa moderada, por lo tanto, se puede interpretar desde el punto de vista contable, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento económico en tipo de empresas va a mejorar, también mejoraría, ya que se tendría un mayor manejo sobre los activos corrientes, para hacer los más eficientes, como también los activos no corrientes, en el que generen el menor gasto posible, por lo tanto, al ser más controlados estos activos y gastos, la rentabilidad mejoraría.

**Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023.**

**Tabla 7** Incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera

		Costos de servicios	Rentabilidad financiera
Costos de servicios	Correlac. de Pearson	1	,304**
	Sig.(bilater)		,102
	N	30	30
Rentabilidad financiera	Correlac. de Pearson	,304**	1
	Sig.(bilater)	,102	
	N	30	30

\*\*Correlación significativa del nivel ,01 (bilat\_).

**Interpretación:**

Según se aprecian los resultados en la tabla 6, se tiene que el valor determinado para la significancia es de .102, siendo este mayor a .05, por tanto, se rechaza acepta la hipótesis planteada por el estudio, por lo tanto, no existe incidencia del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Sobre el nivel de correlación existente entre las variable y dimensión, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .304, siendo este una correlación directa baja, por lo tanto, se puede interpretar desde el punto de vista contable, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento financiero en tipo de empresas va a mejorar, puesto que, se tendría un mayor manejo sobre el patrimonio, mejor manejo sobre el capital aportado, por lo tanto, al ser más controlados y hacerlos más eficientes las cuentas patrimoniales, la rentabilidad mejoraría, pero en el nivel de la correlación determinada en el estudio.

## V. DISCUSIÓN

Del objetivo general, incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, de acuerdo a los resultados encontrados, el valor determinado para la significancia es de .001, siendo este menor a .05, por tanto, se acepta la hipótesis investigativa, que existe incidencia importante del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, en lo que respecta al nivel de correlación existente entre las variables, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .594, siendo este una correlación directa moderada, por lo tanto, se puede interpretar contablemente, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento este tipo de empresas va a mejorar, la rentabilidad que se tiene sobre los activos, la rentabilidad que se puede dar sobre el patrimonio de la empresa, también mejoraría, puesto que los gastos, al ser más controlados, sabiendo su origen y donde es que se pueden reducir, la rentabilidad se puede ver mejorada, este resultado concuerda con los que determinó el estudio en México, de Sánchez et al. (2017), estudio sobre la rentabilidad de hoteles boutique como parte de los servicios turísticos diferenciados, se entiende que son hoteles diferenciados, en el que se busca la exclusividad, por lo que sus costos son con valor agregado, siendo estos lugares que no tienen un gran tamaño, pues son manejados hasta por familias, sin embargo, la rentabilidad es significativa, este estudio es de carácter bibliográfico, de revisión documental, el objetivo fue identificar los factores dentro de los costos que son importantes para la rentabilidad, los resultados muestran que existen variantes importantes dentro de los servicios que hacen que los turistas están dispuestos a pagar un precio adicional, por lo que los costos indirectos que son los servicios que generan satisfacen, son los que le dan mayor valor agregado, por otra parte, de acuerdo con Quintana y Paredes (2020), en su estudio sobre costos de servicios y cómo estos impactan a la rentabilidad, Ucayali periodo 2019, el estudio es cualitativo, de no experimento, de nivel descriptivo, puesto que se detallarán los resultados obtenidos

de los documentos contables, como son los estados financieros, como la muestra se tiene a los documentos contables, los instrumentos que fueron necesarios para el desarrollo, fueron una guía de entrevista, como también una ficha de registro, donde se pueden observar cómo resultaron los costos directos fueron muy significativos, puesto que el margen bruto de rentabilidad fue de 68%, el de rentabilidad financiera fue de 9.4% y la rentabilidad económica fue de 7.6%, en tal sentido, se concluye que los costos indirectos tienen un impacto muy significativo sobre la rentabilidad, puesto que el margen bruto es muy alto, del 68%, por lo tanto, estos estudios, corroboran un eficiente control sobre los costos de los servicios turísticos mejorarán de manera importante la rentabilidad de la empresa.

Del objetivo específico uno, incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023, de los resultados que se encontraron, se tiene que el valor determinado para la significancia es de .000, siendo este menor a .05, por tanto, se acepta la hipótesis investigativa, que existe incidencia importante del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023, en lo que respecta al nivel de correlación existente entre las variables y dimensión, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .639, siendo este una correlación directa moderada, por lo tanto, se puede interpretar desde el punto de vista contable, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento económico en tipo de empresas va a mejorar, también mejoraría, ya que se tendría un mayor manejo sobre los activos corrientes, para hacerlos más eficientes, como también los activos no corrientes, en el que generen el menor gasto posible, por lo tanto, al ser más controlados estos activos y gastos, la rentabilidad económica mejoraría, los resultados mostrados se relacionan con el de González y Ortega (2021), en su investigación sobre costos de servicios y cómo estos inciden sobre la rentabilidad, San Borja 2018, siendo esta una investigación aplicada, con un nivel descriptivo correlacional, un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, respecto a la recolección de datos, fue mediante un cuestionario de 21 preguntas, validado por expertos, que aplicamos a contadores, administradores, gerentes de administración

y finanzas, gerentes de costos y empleados del área de contabilidad. Ellos nos dieron sus opiniones sobre la problemática de que no manejan adecuadamente los costos de servicios y esto repercute en la rentabilidad de la empresa. Luego analizamos los datos con SPSS Vs25 y los presentamos en gráficos estadísticos con sus respectivas interpretaciones. Así, se demostró la hipótesis planteada, se concluye que los costos de servicios afectan la rentabilidad de manera importante, puesto que el valor (sig.) fue 0.030, menor a 0.05.

Del objetivo específico dos, incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023, según los resultados que se encontraron, se tiene que el valor determinado para la significancia es de .102, siendo este mayor a .05, por tanto, se rechaza acepta la hipótesis planteada por el estudio, por lo tanto, no existe incidencia del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Sobre el nivel de correlación existente entre las variable y dimensión, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante es de .304, siendo este una correlación directa baja, por lo tanto, se puede interpretar desde el punto de vista contable, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos de los servicios, también los costos indirectos respecto a los servicios turísticos, entonces, el rendimiento financiero en tipo de empresas va a mejorar, puesto que, se tendría un mayor manejo sobre el patrimonio, mejor manejo sobre el capital aportado, por lo tanto, al ser más controlados y hacerlos más eficientes las cuentas patrimoniales, la rentabilidad mejoraría, pero en el nivel de la correlación determinada en el estudio, existe coincidencia entre los resultados, al comparar con lo estudiado por Vargas (2018), estudió sobre costos de servicios y como es que se relaciona con la rentabilidad financiera, caso de una empresa de transporte público, Cusco, 2017, el estudio se califica de tipo básica, puesto que hay como objetivo aplicarla a alguna empresa en particular, ya que el propósito principal es poder ampliar el conocimiento, y poder tener una mayor profundidad de análisis sobre las variables tratadas, también se considera de enfoque cuantitativo, puesto que se recolectaron datos para poder procesarlos y obtener los resultados según los objetivos, con diseño de no experimento, transversal, puesto que el análisis se basa en un solo periodo, descriptivo como nivel. Se llegó a las conclusiones siguientes: no se aplican de manera correcta los costos de servicios,

por otra parte, los costos de suministros, tampoco son tomados en cuenta, puesto que estos son asumidos por los dueños de los vehículos, los costos del personal, si afectan a la rentabilidad, pero solo como costos indirectos, puesto que son los de personal permanente, pero no se considera los costos directos, puesto que son los mismos dueños, en tal sentido el análisis queda sesgado, los costos indirectos por otra partes, son considerados por los mismos dueños de los vehículos, por lo que estos no son llevados de manera correcta, por lo tanto la rentabilidad no refleja correctamente la realizad de la empresa.

## VI. CONCLUSIONES

**6.1.** Se puede concluir, en lo que respecta al objetivo general, existe incidencia del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, siendo este una correlación directa moderada, ya que la significancia es fue de .001, siendo este menor a .05, también, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante fue .594, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos, costos indirectos, entonces, el rendimiento va a mejorar, puesto que los gastos, al ser más controlados, sabiendo su origen y donde es que se pueden reducir, la rentabilidad se puede ver mejorada.

**6.2.** Se llegó a concluir, del objetivo específico primero, existe incidencia importante del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023, siendo este una correlación directa moderada, ya que la significancia es fue de .000, siendo este menor a .05, también, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante fue .639, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos, costos indirectos, entonces, el rendimiento económico en este tipo de empresas va a mejorar, también mejoraría, ya que se tendría un mayor manejo sobre los activos corrientes, como también los activos no corrientes, en el que generen el menor gasto posible, por lo tanto, al ser más controlados estos activos y gastos, la rentabilidad mejoraría.

**6.3.** Se tiene como conclusión, del objetivo específico segundo, no existe incidencia significativa del control de costos de servicios turísticos con la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023, siendo este una correlación directa baja, ya que la significancia es fue de .102, siendo este mayor a .05, también, conforme a Pearson, se tiene que el valor resultante fue .304, al tener un mayor control sobre los costos de servicios en las agencias de viaje, como son los costos directos, costos indirectos, entonces, el rendimiento financiero va a mejorar, pues, se tendría un mayor manejo sobre el patrimonio, mejor manejo sobre el capital aportado, al ser más controlados y hacerlos más eficientes las cuentas patrimoniales, la rentabilidad mejoraría, en el nivel de la correlación del estudio.

## **VII. RECOMENDACIONES**

**7.1.** Se recomienda a los directivos o administradores de las empresas, agencias de viaje de Cusco, considerar la contratación de un personal especialista para que pueda encargarse de realizar un estudio de análisis de costos, identificando el costo unitario por servicio y los costos fijos que puedan ser controlados y por lo tanto hacerlos que sean lo menos posibles, lo que ayudará a las empresas reducir el costo que no generan valor y otros que puedan ser disminuidos por medio de mejores proveedores, con costos más competitivos.

**7.2.** Se recomienda a quienes tienen a su cargo el área financiera contable, poder evaluar el consumo de los suministros, los contratos por comisiones y servicios de transporte, considerando una renegociación para poder tener costos mas accesibles, haciendo un estudio de la competencia de los servicios contratados, considerar la evaluación de adquirir algún activo fijo que le genere mayor rendimiento o disminuir el pago de servicios con el que se puede pagar un vehículo, por ejemplo.

**7.3.** Se recomienda a quienes tienen a su cargo el área financiera contable, evaluar la posibilidad de poder aumentar el capital propio, por medio de aportes de los socios o el ingreso de algún socio más, para poder incrementar la inversión en la empresa y poder brindar nuevos servicios, ampliar la zona de acción del servicio prestado, con el objetivo de poder incrementar las ventas, tener mayor cantidad de clientes, con precios más competitivo o con precios diferenciados de acuerdo a los productos ofrecidos.

## REFERENCIAS

- Arispe Alburqueque, et al., (2020). La investigación científica. [https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/la\\_investigacióncientífica.pdf](https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/4310/1/la_investigacióncientífica.pdf)
- Asesora PYME. (2017). Costos de servicios - Proceso para su determinación. Recuperado de <https://www.asesorapyme.org/2017/08/05/costos-de-servicios/>
- Bolzán, R., & Fernandes, L. (2020). Co-creación de calidad en servicios turísticos en comunidades virtuales: Un estudio a partir de interacciones vía web entre huéspedes y hoteles en Natal - Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(1), 154-172. [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322020000100009&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000100009&lng=es&tlng=es).
- Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., De la Cruz, F. y Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 8(7), 1603-1617. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=263153520009>
- Casteel, A., & Bridier, N. L. (2021). Describing populations and samples in doctoral student research. *International Journal of Doctoral Studies*, 16, 339-362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Cayo, N., & Apaza, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico - Perú. *Comuni@cción*, 8(2), 116-124. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2219-71682017000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682017000200005&lng=es&tlng=es).
- Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Innovar*, 31(81), 35-48. Epub August 03, 2021. <https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- De La Hoz, B., Ferrer, M. & De La Hoz, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría

media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, 14(1), 88-109.  
[http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008&lng=es&tlng=es)

Feria, Matilla & Mantecón (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didasc@lia: Didáctica y educación*. 11(3), 62–79. ISSN 2224-2643.

González Delgado, Nora de las Mercedes. (2017). Procedimiento de un sistema de costo. *Cofin Habana*, 11(2), 91-101. Recuperado en 18 de noviembre de 2023, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612017000200007&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200007&lng=es&tlng=es).

González, M. y Ortega, J. (2021). Costos de servicios y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Master SIG Consultores E.I.R.L. San Borja 2018. [Tesis de pre grado, Universidad Peruana de Las Américas]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1538>

Herrera, P., & López, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *Cofin Habana*, 15(2), e09. Epub 28 de julio de 2021. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612021000200009&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612021000200009&lng=es&tlng=es).

Hernández, S. y Avila, D. (2020). Técnicas e instrumentos de recolección de datos Data collection techniques and instruments. *Boletín Científico de Las Ciencias Económico Administrativas Del ICEA*, 9(17), 51–53. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/6019/7678%0A%0A>

Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Universidad de Celaya. McGraw Hill, México. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf)

Huacchillo Pardo, Letty Angélica, Ramos Farroñan, Emma Verónica, & Pulache Lozada, Jorge Leonado. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-

362. Epub 02 de abril de 2020. Recuperado en 18 de noviembre de 2023, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000200356&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356&lng=es&tlng=es).

- Ibarra-Piza, S., Segredo-Santamaría, S., Juárez-Hernández, L. & Tobón, S. (2018). Estudio de validez de contenido y confiabilidad de un instrumento para evaluar la metodología socioformativa en el diseño de cursos. *Revista Espacios*, 39(53). <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-24.pdf>
- Kaur, V. (2019). Research Methodology. En *Knowledge-Based Dynamic Capabilities* (pp. 77–112). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-21649-8\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-21649-8_3)
- Maravelakis, P. (2019). The use of statistics in social sciences. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 1(2), 87–97. <https://doi.org/10.1108/JHASS-08-2019-0038>
- Mendoza, Javier Mauricio, & Lengerke, Omar. (2018). Posibilidades competitivas para la industria del turismo en Colombia: Un estudio exploratorio. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), 114-121. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000200114>
- Morillo Moreno, M. C., & Cardozo, C. del C. (2017). Sistema de costos basado en actividades en hoteles cuatro estrellas del estado Mérida, Venezuela. *Innovar*, 27(64), 91-114. doi: 10.15446/innovar.v27n64.62371.
- Ñaupas, P., Valdivia, M., Palacios, J. & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Ediciones de la U. Colombia. ISBN. 978-958-762-876-0. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf)
- López Romo Heriberto (2018). Metodología de la Encuesta. Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Ed. Addison Wesley Longman. México. ISBN: 968-444-262-9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=2049>

- Otero-Ortega, Alfredo. (2018). Enfoques de investigación. [https://www.researchgate.net/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INV\\_ESTIGACION/citation/download](https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INV_ESTIGACION/citation/download)
- Pimienta, J. & De La Orden, A. (2017). Metodología de la investigación. Pearson. ~ ISBN: 9780607-3131125. México. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1268>
- Pozzo, M. I., Borgobello, A., & Pierella, M. P. (2018). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad; análisis de experiencias desde una perspectiva situada. *Revista latinoamericana de metodología de las ciencias sociales*, 8(2), e046. <https://doi.org/10.24215/18537863e046>
- Quintana, K. & Paredes, R. (2020) . [Tesis de pre grado, Universidad Peruana Unión]. <http://hdl.handle.net/20.500.12840/3066>
- Reiter, Bernd (2013). The Epistemology and Methodology of Exploratory Social Science Research: Crossing Popper with Marcuse. *Government and International Affairs Faculty Publications*. 99(1). 1-17. [http://scholarcommons.usf.edu/gia\\_facpub/99](http://scholarcommons.usf.edu/gia_facpub/99)
- Salatino, D. R. (2019). Fundamentals of a new research method. *International journal of research and methodology in social science*. 5(1). 52-73. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.2667469>
- Sánchez, D., Candelaria, M., Martínez, L., & Lara, G. (2017). Rentabilidad de hoteles boutique explicada desde la experiencia memorable. *Revista el Periplo sustentable*, 33(2) 81-104. <https://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n33/1870-9036-eps-33-81.pdf>
- Solís-Radilla, María Magdalena, Hernández-Lobato, Lucio, & Villagómez-Méndez, Juan. (2016). El Valor Percibido del Destino Turístico en Relación con el Perfil del Turista en Acapulco, Guerrero-México. *Investigación administrativa*, 45(118) Recuperado en 16 de abril de 2023, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782016000200002&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782016000200002&lng=es&tlng=es).
- Torre, M., Gonzales-Castillo, J., Varona-Castillo, L., & García-Rivero, A. (2023). Valoración económica del Complejo Arqueológico de Kuélap, Amazonas,

Perú. Revista de Economía e Sociología Rural, 61(2).  
<https://doi.org/10.1590/1806-9479.2022.260121>

Ulloa-Rodríguez, Lisbeth, & Padilla-Aguiar, Daimeé. (2022). Procedimiento para el cálculo de los costos en los servicios de apoyo. *Ingeniería Industrial*, 43(Supl. 1), 149-168. Epub 18 de diciembre de 2022.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362022000400149&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362022000400149&lng=es&tlng=es).

Vara, A. (2015). 7 pasos para elaborar tesis. Cómo elaborar y asesorar una tesis para Ciencias Administrativas, Finanzas, Ciencias Sociales y Humanidades. Lima: Empresa Editora Macro EIRL. ISBN N." 978-612-304-311-7

Vargas, R. (2018). Costos de servicios y rentabilidad financiera en la empresa de transporte público urbano "Imperial S.A.", ciudad del Cusco, periodo – 2017. [Tesis de pre grado, Universidad Andina del Cusco].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12557/3138>

Zambrano-Farías, Fernando José, Sánchez-Pacheco, María Estefanía, & Correa-Soto, Sara Rocío. (2021). Análisis de rentabilidad, endeudamiento y liquidez de microempresas en Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 235-249.  
<https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.03>

Zambrano, M., Véliz, V., Armada, E. & López, M. (2018). Los costos de calidad: su relación con el sistema de costeo ABC. *Cofin Habana*, 12(2), 179-189.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612018000200012&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612018000200012&lng=es&tlng=es)

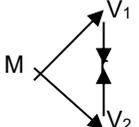
# **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Costos de Servicios	Se entiende por control de costos de servicios, al proceso, política de vital importancia para las empresas donde no hay mercaderías ni materia prima, sino, básicamente son los servicios, atención, el trabajo humano, además, este tipo de consto considera a los gastos reales, pudiendo ser estos directos e indirectos, donde se considera un margen de beneficio deseado, de modo que esto permite establecer el precio de los servicios brindados por las empresas según sea su naturaleza (Zambrano et al., 2018).	Para poder realizar el análisis de la variable control de costos de servicios y las dimensiones de costos directos, como también los costos indirectos de los servicios, se realizó con un cuestionarios con una escala Likert, 1.Nunca, 2.Casi nunca, 3.A veces, 4.Casi siempre y 5.Siempre, de los que se obtuvo los resultados y conclusiones	Costos Directos de Servicios	Trabajadores por comisión Servicio de transporte por usuario Cosos de ingresos a lugares turísticos por usuario Servicio de publicidad por clic	Ordinal
			Costos Indirectos de Servicios	Recibo de Agua y luz Gastos de personal Gastos financieros y administrativos Depreciación Alquileres	
Rentabilidad	Se entiende por rentabilidad dentro de toda organización, como el objetivo principal, la meta final, que determina el nivel de beneficio real o ganancia obtenida dentro de un periodo determinado, donde principalmente se calcula de forma anual, pudiendo ser también en perdidos menores para la toma de decisiones, además se entiende que es el resultados de las decisiones o inversiones realizadas por los dueños o accionistas, etas pueden ser también, como la rentabilidad sobre los activos y el patrimonio (De La Hoz et al., 2008).	Para poder realizar el análisis de la variable rentabilidad y las dimensiones de rentabilidad económica, como también la rentabilidad financiera de las empresas, se realizó con un cuestionarios con una escala Likert, 1.Nunca, 2.Casi nunca, 3.A veces, 4.Casi siempre y 5.Siempre, de los que se obtuvo los resultados y conclusiones	Rentabilidad Económica ROI	Activos corrientes Activos no corrientes	Ordinal
			Rentabilidad Financiera ROE	Recursos propios Recursos ajenos	

## Anexo 2: Matriz de consistencia

Título: “Costo de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023”.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos								
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es el nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje del Cusco, 2023? ¿Cuál es el nivel de rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023? ¿Cuál es la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica de las agencias de viaje del Cusco, 2023? ¿Cuál es la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera de las agencias de viaje del Cusco, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Analizar el nivel del control de costos de servicios turísticos en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Analizar el nivel de rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Determinar la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Determinar la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general:</b> Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b> El nivel del control de costos de servicios turísticos es medio en las agencias de viaje del Cusco, 2023. El nivel de rentabilidad es bajo en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad económica en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Existe una incidencia significativa entre el control de costos de servicios turísticos y la rentabilidad financiera en las agencias de viaje del Cusco, 2023.</p>	Técnica Encuesta								
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones									
<p>Diseño de investigación. no experimental de corte transaccional</p>  <p>Donde: M = Muestra V1= Costos de servicios V2= Rentabilidad i = Incidencia entre variables</p>	<p><b>Población</b> La población está conformada por las agencias de viajes en la ciudad del Cusco, según la Cámara de Comercio del Cusco, 450 agencias de viaje</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra para el estudio fue de 50 agencias de viaje de la ciudad del Cusco</p> <p><b>Muestreo:</b> El muestreo fue no probabilístico, puesto que fue determinado por el investigados, ya que el acceso a la información no es la más adecuada.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Costos de servicios</td> <td>Costos Directos de Servicios</td> </tr> <tr> <td>Costos Indirectos de Servicios</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Rentabilidad</td> <td>Rentabilidad Económica ROI</td> </tr> <tr> <td>Rentabilidad Financiera ROE</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Costos de servicios	Costos Directos de Servicios	Costos Indirectos de Servicios	Rentabilidad	Rentabilidad Económica ROI	Rentabilidad Financiera ROE	Instrumentos Cuestionario
Variables	Dimensiones										
Costos de servicios	Costos Directos de Servicios										
	Costos Indirectos de Servicios										
Rentabilidad	Rentabilidad Económica ROI										
	Rentabilidad Financiera ROE										

## Anexo 3: Instrumento de recolección de dato

### Cuestionario

Estimado(a) participante, el presente cuestionario tiene por objetivo describir los costos de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023, por lo que pedimos pueda contestar de manera sincera a cada una de las preguntas, la encuesta le tomará unos 8 minutos, una vez empiece a contestar las preguntas, consideraremos que está de acuerdo con participar voluntariamente en el estudio.

Muchas gracias por su colaboración.

Afirmaciones para las preguntas.

- (1) Totalmente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (4) En acuerdo
- (5) Totalmente de acuerdo

	<b>V1 Costos de servicios</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>D1: Costos Directos de Servicios</b>					
1	¿Considera usted que los costos del personal de ventas, como el guía, operador turístico están planificados en el presupuesto de costos de la empresa?					
2	¿considera usted que el pago del personal de ventas, del guía y del operario son costos directos de la empresa?					
3	¿Cree usted que los costos de transporte se deben identificar a través de un sistema de costeo en la empresa?					
4	¿Considera usted que de acuerdo a una clasificación de costos e identificación el transporte debe estar considerados en el presupuesto anual de la empresa?					

5	¿Cree usted que los servicios de publicidad están plenamente identificados en un sistema de costeo de una agencia de viajes?					
6	¿Considera usted que es importante contratar los servicios de redes sociales para una buena publicidad en los servicios de la empresa acorde al avance de la tecnología?					
<b>D2: Costos Indirectos de Servicios</b>						
7	¿Considera usted que los recibos de agua y luz se deben de considerar como gastos indirectos de servicios mediante un sistema de costeo?					
8	¿Cree usted que los recibos de agua y luz son costos indirectos de los servicios que brinda la empresa?					
9	¿Considera usted los gastos del personal administrativo que deben formar parte del costo directo o indirecto para la elaboración del presupuesto anual de la empresa?					
10	¿Cree usted que los gastos financieros deben calcularse a través de un sistema de costeo para los costos indirectos de servicios?					
11	¿Considera usted que los gastos financieros son planificados mediante los costos de servicios de la empresa?					
12	¿Considera usted que la depreciación de activos son los costos indirectos de la empresa?					
13	¿Cree usted que los alquileres de local forman parte de los costos indirectos de la empresa?					

	<b>V2: Rentabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>D1: Rentabilidad Económica ROE</b>					
1	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con el beneficio de los activos corrientes de la empresa?					

2	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años en la empresa?					
3	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide el beneficio de los activos no corrientes de la empresa?					
4	¿Considera que la empresa ha sido rentable gracias a la buena gestión de los activos de la empresa?					
<b>D2: Rentabilidad Financiera ROE</b>						
5	¿Considera usted que la rentabilidad financiera se obtiene mediante recursos propios de la empresa?					
6	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener en la empresa por el patrimonio?					
7	¿Considera usted que la rentabilidad de la empresa es gracias a los aportes o capital de la empresa?					
8	¿Cree usted que trabajar con recursos propios es más beneficioso para la empresa?					



**Tercera dimensión: Rentabilidad Económica ROI**

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Económica ROI en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Activos corrientes Activos no corrientes	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con el beneficio de los activos corrientes de la empresa?				X					X				X
	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años en la empresa?				X					X				X
	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide el beneficio de los activos no corrientes de la empresa?				X					X				X
	¿Considera que la empresa ha sido rentable gracias a la buena gestión de los activos de la empresa?				X					X				X

**Dimensiones del instrumento:** Costos Directos de Servicios, Costos Indirectos de Servicios, Rentabilidad Económica ROI y Rentabilidad Financiera ROE**Cuarta dimensión: Rentabilidad Financiera ROE**

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Financiera ROE en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Recursos propios Recursos ajenos	¿Considera usted que la rentabilidad financiera se obtiene mediante recursos propios de la empresa?				X					X				X
	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener en la empresa por el patrimonio?				X					X				X
	¿Considera usted que la rentabilidad de la empresa es gracias a los aportes o capital de la empresa?				X					X				X
	¿Cree usted que trabajar con recursos propios es más beneficioso para la empresa?				X					X		X		


Firma del experto  
DNI 45295390



**Dimensiones del instrumento:** Costos Directos de Servicios, Costos Indirectos de Servicios, Rentabilidad Económica ROI y Rentabilidad Financiera ROE

**Tercera dimensión:** Rentabilidad Económica ROI

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Económica ROI en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Activos corrientes Activos no corrientes	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con el beneficio de los activos corrientes de la empresa?				X				X				X	
	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años en la empresa?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide el beneficio de los activos no corrientes de la empresa?				X				X				X	
	¿Considera que la empresa ha sido rentable gracias a la buena gestión de los activos de la empresa?				X				X				X	

**Dimensiones del instrumento:** Costos Directos de Servicios, Costos Indirectos de Servicios, Rentabilidad Económica ROI y Rentabilidad Financiera ROE

**Cuarta dimensión:** Rentabilidad Financiera ROE

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Financiera ROE en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Recursos propios Recursos ajenos	¿Considera usted que la rentabilidad financiera se obtiene mediante recursos propios de la empresa?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener en la empresa por el patrimonio?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad de la empresa es gracias a los aportes o capital de la empresa?				X				X				X	
	¿Cree usted que trabajar con recursos propios es más beneficioso para la empresa?				X				X				X	



Firma del experto  
DNI 01159822

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado experto: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Costos de Servicios y Rentabilidad". La evaluación de este instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del experto

<b>Nombre del juez:</b>	Villafuerte de la Cruz, Avelino Sebastián	
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )	Doctor (X)
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )	Social ( )
	Educativa ( )	Organizacional (X)
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Contabilidad, Finanzas y Metodología de IC	
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo	
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	5 a 10 años ( )	Más de 10 años ( X )
<b>Experiencia en Investigación Contable:(si corresponde)</b>	Artículos científicos publicados Docente de investigación	

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos del instrumento (Colocar nombre de la cuestionario, escala o inventario)

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Costos de Servicios y Rentabilidad
<b>Autoría:</b>	Ccori Villavicencio, Judith Maruja
<b>Procedencia</b> (lugar donde fue creado el instrumento):	Lima
<b>Administración</b> (A quién se aplicará el instrumento):	A los dueños o administradores de las agencias de viaje del Cusco, 2023
<b>Tiempo de aplicación</b> (duración que se tomará en llenar el instrumento):	20 a 30 minutos
<b>Ámbito de aplicación</b> (Unidad de análisis):	Agencias de viaje del Cusco
<b>Significación</b> (explicar cómo está compuesto el instrumento: dimensiones, áreas, ítems por área)	El instrumento medirá el nivel de Costos de Servicios y Rentabilidad, y la relación que existe entre ellas.

### 4. Soporte teórico

(describir en función al modelo teórico)

Instrumento / Área	Subescala (dimensiones)	Definición
Cuestionario	Costos Directos de Servicios	Son los que se encuentran directamente relacionados con el servicio, como trabajadores por comisión, servicio de transporte por usuario, costo de ingreso a lugares turísticos, servicio de publicidad por clic
	Costos Indirectos de Servicios	Son los que no son fáciles de identificar de forma unitaria, como el servicio de agua y luz, los gastos de personal, gastos financieros y administrativos, depreciación y alquileres
	Rentabilidad Económica ROI	Es el ratio que mide el rendimiento de la empresa de los activos, tanto corrientes y no corrientes
	Rentabilidad Financiera ROE	Es la razón que mide el rendimiento que tiene la empresa sobre el patrimonio.

**Dimensiones del instrumento:** Costos Directos de Servicios, Costos Indirectos de Servicios, Rentabilidad Económica ROI y Rentabilidad Financiera ROE

**Tercera dimensión:** Rentabilidad Económica ROI

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Económica ROI en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Activos corrientes Activos no corrientes	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide con el beneficio de los activos corrientes de la empresa?				X				X				X	
	¿Cree usted que los activos corrientes de la empresa han mejorado en los últimos años en la empresa?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad económica se mide el beneficio de los activos no corrientes de la empresa?				X				X				X	
	¿Considera que la empresa ha sido rentable gracias a la buena gestión de los activos de la empresa?			X					X				X	

**Dimensiones del instrumento:** Costos Directos de Servicios, Costos Indirectos de Servicios, Rentabilidad Económica ROI y Rentabilidad Financiera ROE

**Cuarta dimensión:** Rentabilidad Financiera ROE

Objetivos de la Dimensión: Medir el nivel de la Rentabilidad Financiera ROE en las agencias de viaje del Cusco, 2023

Indicador	Ítem	Claridad				Coherencia				Relevancia				Obs / Rec
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Recursos propios Recursos ajenos	¿Considera usted que la rentabilidad financiera se obtiene mediante recursos propios de la empresa?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad financiera es la que espera obtener en la empresa por el patrimonio?				X				X				X	
	¿Considera usted que la rentabilidad de la empresa es gracias a los aportes o capital de la empresa?				X				X				X	
	¿Cree usted que trabajar con recursos propios es más beneficioso para la empresa?				X				X				X	

  
Firma del experto  
DNI 25729654

## Anexo 5: Confiabilidad de los instrumentos

### Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,751	21

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Ítem 1	81,10	45,886	,433	,734
Ítem 2	81,03	46,930	,308	,742
Ítem 3	81,20	48,372	,146	,751
Ítem 4	81,23	46,185	,330	,740
Ítem 5	81,97	43,344	,407	,733
Ítem 6	81,23	48,047	,186	,749
Ítem 7	81,00	47,517	,270	,744
Ítem 8	81,23	46,599	,345	,740
Ítem 9	81,03	47,275	,270	,744
Ítem 10	81,37	45,826	,242	,748
Ítem 11	81,63	45,757	,280	,744
Ítem 12	81,30	47,252	,290	,743
Ítem 13	81,23	46,944	,341	,740
Ítem 14	81,97	43,895	,350	,739
Ítem 15	81,83	47,730	,130	,756
Ítem 16	81,73	40,685	,588	,714
Ítem 17	81,37	44,102	,485	,728
Ítem 18	81,43	47,357	,220	,747
Ítem 19	81,77	47,426	,185	,750
Ítem 20	81,47	46,947	,230	,747
Ítem 21	81,20	45,131	,428	,733

**Anexo 6: Evidencias de las encuestas realizadas**

