



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**“Incidencia del costo de servicio en la rentabilidad
financiera de las agencias de turismo del Cusco, año
2020”**

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

AUTOR:

Quispe Pachacutec, Tomas (ORCID: 0000-0002-0691-815X)

ASESOR:

Mg. Álvarez López, Alberto (ORCID: 0000-0003-0806-0123)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dios por darnos la bendición y salud para seguir adelante. A Mis padres y padrinos de quienes aprendí de sus enseñanzas para formarme como profesional.

Mis hermanos, por su apoyo, motivación y cariño incondicional, A mi esposa y mis hijos por su apoyo y amor incondicional, que son el motivo de seguir adelante.

Agradecimiento

Dios por darme la vida salud y perseverancia para llegar a esta etapa de mi vida y lograr mis objetivos, gracias a ti Padre mis ganas de seguir adelante no cesan, eres tú quien está a mi lado dándome las fuerzas para seguir adelante

A mis padres y padrinos quienes cada uno con su forma de enseñar supieron hacer de mí una persona con valores y siempre luchar por mis metas. Mis Asesores de grado por el apoyo esmero y dedicación para el término del proyecto.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Índice de Gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	9
II. MARCO TEÓRICO.....	12
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de la investigación.....	18
3.2. Variables y Operacionalización	19
3.3. Población, muestra y muestreo	22
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	23
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de Análisis de datos	24
3.7. Aspectos Éticos.....	25
IV. RESULTADOS	26
4.1. Prueba de confiabilidad.....	26
4.2. Prueba de Normalidad	30
4.3. Prueba De hipótesis General	31
4.4. Análisis descriptivos de las variables	38
V. DISCUSIÓN	58
VI. CONCLUSIONES.....	62
VII. RECOMENDACIONES	64
REFERENCIAS	66
ANEXOS.....	69

Índice de Tablas

Tabla 1:	22
Tabla 2	26
Tabla 3	26
Tabla 4	28
Tabla 5:	28
Tabla 6:	30
Tabla 7:	31
Tabla 8:	31
<i>Tabla 9:</i>	32
<i>Tabla 10:</i>	33
<i>Tabla 11:</i>	34
Tabla 12:	38
Tabla 14:	39
Tabla 15	40
Tabla 16	41
Tabla 17	42
Tabla 18	43
Tabla 19	44
Tabla 20	45
Tabla 21	46
Tabla 22	47
Tabla 23	48
Tabla 24	49
Tabla 25	50
Tabla 26	51
Tabla 27	52
Tabla 28	53
Tabla 29	54
Tabla 30	55
Tabla 31	56
Tabla 32	57

Índice de Gráficos y figuras

Gráfico 1	38
Gráfico 2	39
Gráfico 3	40
Gráfico 4	41
Gráfico 5	42
Gráfico 6	43
Gráfico 7	44
Gráfico 8	45
Gráfico 9	46
Gráfico 10	47
Gráfico 11	48
Gráfico 12	49
Gráfico 13	50
Gráfico 14	51
Gráfico 15	52
Gráfico 16	53
Gráfico 17	54
Gráfico 18	55
Gráfico 19	56
Gráfico 20	57

Resumen

El presente trabajo de investigación titulada “Incidencia del costo de servicio en la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020”, cuyo objetivo fue “Determinar la incidencia que existe entre el Incidencia del costo de servicio en la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020”, se aplicó un diseño no experimental – transversal, en la cual participaron los 25 trabajadores de las agencias de turismo , quienes a su vez nos respondieron mediante una encuesta que constaba de 20 preguntas respecto a las variables de estudio y fueron procesadas en el sistema estadístico Sps25, se tiene como resultado en la prueba de Spearman de (0.538) que demuestra que tiene una correlación positiva moderada por lo que se concluye que “Existe incidencia entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020”.

Palabras claves: Costo, Servicio, Rentabilidad, financiera

Abstract

This research work entitled "Cost of service and Profitability of the travel Agency of the city of Cusco, year 2020 ", whose objective was" To determine the relationship between the cost of service and the profitability of the travel agency of the city of Cusco, year 2020 ", a non-experimental cross-sectional design was applied, in which the 25 travel agency participated, who in turn responded to us through a survey that consisted of 20 questions regarding the variables of study and were processed in the statistical system Sps25, the result of which is the Spearman test of (0.538) which shows that it has a moderate positive correlation, which is why it is concluded that "There is a significant relationship between the Cost of service and the Profitability of the travel agency from Cusco, year 2020 ".

Keywords: Cost, Services, Profitability, Finance

I. INTRODUCCIÓN

El Cusco es una ciudad que tiene mucha actividad comercial debido a que se encuentran los Centros Turísticos que más visitas reciben por turistas nacionales e internacionales y la gran mayoría compra en las agencias turísticas por lo que el objetivo de estas medianas y pequeñas empresas es incrementar sus beneficios económicos. La actividad turística es un tipo de comportamiento humano que hace que las personas se trasladen de un lugar a otro en un período de tiempo determinado. Esta actividad económica genera empleo directa o indirectamente, las empresas que prestan directamente los servicios son las agencias de viajes estas empresas que brindan servicios de alojamiento, servicios de transporte (ya sea aéreo); agua y tierra, servicios de restauración, servicios de casino y centros de entretenimiento.

El problema de las agencias de turismo radica en la rentabilidad que obtienen las agencias de viaje con respecto a sus costos ya que no son 100% reales, debido a que la rentabilidad hace referencia a los beneficios que se pueden obtener al realizar una inversión, ya que si bien es cierto la rentabilidad económica se considera como lucro o beneficio percibido por una compañía por las inversiones efectuadas, por otro lado, la rentabilidad financiera se considera todos los beneficios económicos conseguidos mediante los recursos inherentes de la empresa y las inversiones realizadas, esto surge a raíz de no tener un buen control en el costo de sus servicios que se consideran a los abonos indispensables para ofrecer un servicio determinado y conseguir beneficios económicos, de hecho podemos indicar que son salidas de efectivo con el fin de brindar un servicio que sea satisfactorio para el cliente y a la vez que beneficie para la empresa, el cual se mide mediante; mano de obra que puede ser el trabajo físico y mental que realiza el trabajador con la finalidad de poder elaborar, reparar, y/o mantener un producto; esto con el propósito de obtener una retribución económica por el trabajo realizado, en conclusión, el valor de los servicios de trabajo; por otro lado están los costos indirectos que son aquellos que influyen el proceso productivo de uno o varios productos que comercializa una entidad, que no se puede distribuir o establecer directamente a las fases productivas o un producto o servicio en concreto, sino que se tiene que asumir un juicio de imputación consistente.

Se planteó las siguientes interrogantes; teniendo como problema general: ¿Cuál es la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020? y como problemas específicos: ¿Cuál es la incidencia que existe entre la mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?; ¿Cuál es la incidencia que existe entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?; ¿Cuál es la incidencia que existe entre los costos de servicio y la rentabilidad Económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020? y ¿Cuál es la incidencia que existe entre los costos de servicio y la rentabilidad Financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?

La presente investigación se realizó a raíz de que en la mayoría de agencias de turismo no tienen un buen sistema de costos de servicios por lo tanto no tienen una buena rentabilidad financiera así mismo tiene fundamentación teórica contable ya que se busca ampliar los conocimientos de la ciencia contable en relación a los costos de servicio y la rentabilidad financiera, de igual modo cuenta con fundamentación practica por que será una herramienta adecuada como material de consulta para los distintos usuarios que deseen incrementar la información requerida del costos de servicio así como la rentabilidad financiera además que será también fuente de información para quienes realicen trabajos de investigación relacionadas al sector turismo y las agencias de viaje y como fundamentación metodológica ya que el estudio se realiza mediante el cumplimiento de procedimientos y lineamientos que la universidad pide así como el cumplimiento de las normas de investigación.

Conforme a lo señalado anteriormente se presentó los siguientes objetivos: como objetivo general: Determinar la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad y como objetivos específicos: Determinar la incidencia que existe entre la mano de obra y la rentabilidad; Determinar la incidencia que existe entre los costos indirectos y la rentabilidad; Determinar la incidencia que existe entre los costos de servicio y la rentabilidad económica y Determinar la incidencia que existe entre los costos de servicio y la rentabilidad financiera.

Así mismo se planteó las siguientes hipótesis como hipótesis general: Existe relación entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020, y como hipótesis específica: Existe relación entre la Mano de obra y la

rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020; Existe relación entre la costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020; Existe relación entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 y Existe relación entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020,

II. MARCO TEÓRICO

Seguidamente se tendrá presente algunos antecedentes nacionales de autores; que contribuirán para complementar el tema de investigación:

Para La Torre, E. y Pastor, S. (2017) en su trabajo de investigación sobre “Influencia del ABC en la Rentabilidad el Gran Hotel Continental para el periodo 2011 – 2015” determina que el sistema de costos ABC tiene un impacto positivo en la rentabilidad, el cual se determina aplicando los costos de la empresa lo cual muestran mejoras significativas en la rentabilidad.

Así mismo Vargas, J. (2016), en su trabajo de investigación sobre “Implantación de un sistema de costos por proceso y su efecto en la rentabilidad de la empresa alpaca color SA” determina que la puesta en marcha de un sistema de costos puede perfeccionar la toma de decisiones de los accionistas, porque el tener acceso oportuno a la información real sobre los costos incurridos podrá ayudar a la empresa a sintetizar y calcular los costos unitarios y aumentar significativamente su rentabilidad.

Por otro lado, Pérez, R (2018) en su trabajo de investigación sobre el “Sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en el cultivo de zanahoria de los agricultores de la comunidad de Vicso y San Antonio en el 2018” donde termina que implementar un sistema de costos tiene un impacto significativo en la rentabilidad, porque los emprendedores carecen de un cierto método de control de costos que les ayude a administrar correctamente el sistema por lo cual no pueden mejorar su rentabilidad.

A continuación, Lozano, R (2018) en su trabajo de investigación sobre el “Costo de servicio y rentabilidad en las empresas de Transporte de Carga Pesada del Callao, 2018” determina que no existe una buena gestión o supervisión de los costos de los servicios, y no tienen en cuenta de la importancia del cálculo de los costos reales de los servicios, por lo que la rentabilidad de la empresa se verá muy afectada.

Finalmente, Vega, K (2017) en su trabajo de investigación sobre “Costo por órdenes de servicio y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Mannucci Diesel S.A.C. Año 2016” concluye que al aplicar un sistema de costos de servicio muestra un crecimiento importante en la rentabilidad por lo que posibilita optimizar el costo de servicio a través del control de sus elementos.

Por otro lado, se contemplarán algunos antecedentes internacionales de autores; que contribuirán a complementar el tema de investigación:

Para Becerra, J y Candelario, Ana (2016) en su trabajo de investigación sobre “Análisis de la Rentabilidad y el impacto de la Competencia en la producción artesanal del sector textil como fuente en el desarrollo económico del Cantón Milagro, periodo 2010-2014” determina que la rentabilidad de los empresarios ha disminuido considerablemente, esto se ocasionó a raíz del crecimiento de comerciantes informales ya que los precios que ofrecen son relativamente bajos lo que atrae a los clientes.

Así mismo Lindao, R; López, D. (2018 - 2019) en su trabajo de investigación sobre “Gestión Tributaria del ISD en la Rentabilidad de la compañía Franco S.A. Francosa 2013 – 2017” determina que la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica de la empresa se miden en función de los estados financieros, por lo que el uso de estrategias financieras y fiscales determina los cambios positivos en la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, Gómez, K (2019) en su trabajo de investigación sobre “Liquidez y Rentabilidad de la empresa “Comercial Guamantex” del Cantón Arenillas: Una visión desde la Planificación Presupuestaria” quien concluye que la rentabilidad ayuda a definir la solvencia de la organización además de los beneficios de las actividades de la organización, ya que el progreso económico se refleja en el crecimiento de la empresa y la expansión en el mercado.

Además, Garzón, M (2017) en su trabajo de investigación sobre “Análisis de sostenibilidad, rentabilidad y endeudamiento de SkyNew de Colombia S.A.S a través de indicadores financieros” determina que respecto a la rentabilidad, los resultados no son positivos para la empresa porque el capital de los accionistas se invierte considerablemente en terceros además durante el año las condiciones internas y externas de la empresa fueron complejas, lo que dio como resultado pérdidas para la empresa.

Finalmente para San Martín, N (2019) en su trabajo de investigación sobre “Costos por Servicios y Rentabilidad de la Lavadora y Lubricadora, Adelita del Cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena, año 2017” concluye que la empresa no cuenta con un modelo para evaluar el costo de los servicios adecuados,

igualmente, carece de conocimiento sobre las medidas de rentabilidad, es decir, no utiliza indicadores financieros que le ayuden a verificar las ganancias y pérdidas que recibe año tras año.

Para poder desarrollar la investigación es necesario determinar un marco teórico basado en autores para ello definiremos la variable numero 01 Costo de Servicios, donde tomaremos en cuenta las siguientes definiciones de:

Donde Michue, R (2005) afirmar que estos son todos los gastos necesarios para brindar servicios específicos y obtener beneficios económicos en el futuro. De hecho, son la salida de fondos con el fin de brindar satisfacción al cliente y beneficiar los servicios de la empresa.

Para Chambergo, I (2012) Los costos de servicio son los costos intangibles, no almacenables o de inventario incurridos para brindar servicios específicos, de otra parte, debe considerarse que la realización de activos intangibles involucra principalmente la mano de obra y materiales indirectos.

Por otro lado, Mowen, M y Hansen, R (2007) señala que la oferta, la mano de obra y los insumos del capital son parte del costo de los servicios, y también se menciona que los servicios no solo se generan cuando los proveedores realizan actividades para sus clientes, sino también cuando los clientes utilizan bienes o instalaciones de terceros.

Así mismo Choy, E (2012) argumenta que para reconocer el costo de los servicios se debe utilizar tecnología y procedimientos para así determinar los elementos de intervención en la prestación del servicio. Además, para complacer necesidades de los usuarios, la empresa debe proveer gastos para la prestación de servicios, como mano de obra, suministros y otros recursos. También los costos del servicio tienen ciertas características, como el consumo inmediato e intangible, después de comprender todos los diferentes conceptos de costo del servicio, se puede concluir que el costo del servicio son todos los gastos necesarios para que la empresa brinde los servicios, y parte de estos gastos se considera la mano de obra directa que se considera necesaria para brindar los servicios. De tal forma que el propósito del cálculo del costo de servicio es poder proporcionar a la gerencia información necesaria que ayudara la toma de decisiones sobre el costo de generar servicios y reducir el precio que hace que la empresa sea competitiva y rentable.

De las teorías estudiadas anteriormente podemos extraer las dimensiones de estudio:

Como primera dimensión es la Mano de obra donde Raffino, M (2020) nos define que la mano de obra se considera como el trabajo o esfuerzo físico y mental de los trabajadores con el fin de fabricar, reparar y/o mantener bienes, y las recompensas económicas que implica este tipo de trabajo, esto implica, el precio del trabajo. Por otro lado, Pérez, M (2020) ratifica que la mano de obra es el esfuerzo físico y mental que realizan los técnicos a fin de fabricar y mantener bienes (especialmente máquinas). Además, este concepto también se puede utilizar para nombrar el costo del trabajo, el precio que debe pagarse al técnico.

Por otro lado, como segunda dimensión es el Costo Indirecto donde Valencia, J (2019) indica que el costo indirecto se considera los costos indirectos del proceso de producción que afecta a uno o varios productos vendidos por la empresa, y que no puede medirse y atribuir indirectamente a cualquier de las fases de producción y/o productos específicos, sino que es un estándar de medición y atribución consistente. Así mismo Nuño, P (2017) ratifica que, los costos indirectos refieren a los tipos de costos que Influyen en el desarrollo de la producción de uno o varios productos que la empresa vende posteriormente. Sin embargo, la verdadera característica de estos costos es que no pueden asignarse directamente a cada producto.

Así mismo para el desarrollo de la investigación es preciso constituir un marco teórico basado en autores para ello definiremos la variable número 02 Rentabilidad.

Donde tomaremos en cuenta las siguientes definiciones de: Rufino, M (2020) que indica que la rentabilidad es la capacidad de una determinada inversión para producir mayores retornos después de esperar un tiempo. Es un componente sustancial en la planificación económica y financiera porque significa que se deben tomar las decisiones correctas.

Así mismo Nava, M (2009) define que la rentabilidad es el resultado de las medidas de gestión, las decisiones financieras y políticas ejecutadas en la empresa; reflejan una proporción de la ganancia o ingreso del activo en el desarrollo productivo en un período de tiempo establecido. Además, la rentabilidad, también es una parte porcentual del valor el cual se utiliza para medir la eficiencia operativa y de inversión

de la empresa.

Finalmente, Suárez, B, Suárez, A y Ferrer, M (2008) indica que, en definitiva, la rentabilidad es uno de los objetivos de todas las empresas ya que deben comprender el retorno de la inversión al desarrollar un conjunto de actividades, en un periodo de tiempo específico, también podemos definir como el logro de las decisiones tomadas por la dirección de la empresa.

De las teorías estudiadas anteriormente podemos extraer las dimensiones de estudio:

Como primera dimensión tenemos a la rentabilidad económica donde Westreicher. G (2020) indica que la rentabilidad económica es el rédito que consigue la empresa por las inversiones ejecutadas. Además, la rentabilidad económica es la ganancia que se logró por las inversiones efectuadas por cualquier organización, y estas se expresan como un porcentaje. Por otro lado, Raffino, M (2020) señala que la rentabilidad económica está relacionada con el beneficio medio de una organización o empresa en relación con todas las inversiones que ha realizado, normalmente expresado como porcentaje, es decir, una comparación entre la inversión total y el resultado obtenido: coste y beneficio. Así mismo se tiene como segunda dimensión la rentabilidad financiera donde Pedrosa, S (2020) nos señala que la rentabilidad financiera se consideran todos aquellos beneficios económicos que se logran en función de los recursos propios y las inversiones efectuadas. Por otro lado, la rentabilidad financiera también se conoce como rentabilidad sobre el capital, o por su nomenclatura en inglés, ROE (Return on Equity), que vincula los beneficios netos que obtiene una empresa al realizar una operación de inversión precisa, con todos aquellos recursos que sean necesarios para conseguirlo. Por otro lado, Raffino, M (2020) señala que la rentabilidad financiera, se utiliza para distinguir los beneficios (es decir, la capacidad del individuo para obtener ganancias de una determinada inversión) de cada socio de la empresa de la anterior, es una medida más cercana a inversores y propietarios, y se considera la relación entre el beneficio neto y los activos netos de una empresa.

De las teorías anteriormente planteadas tomaremos en cuenta algunos conceptos como marco teórico para entender de mejor manera el tema de investigación:

Donde Quiroa, M. (2019) indica que la mano de obra directa se considera a todos

aquellos trabajadores que directamente hacen la transformación de insumos y materias primas, para así poder transformarlas en bienes y servicios. Así mismo Quiroa, M. (2019) indica que la mano de obra indirecta está conformada por todos los trabajadores que no están directamente relacionados en la producción de un bien o prestación del servicio, se considera a todos los trabajadores que realizan trabajos de dirección de la organización. Por otra parte, López, J. (2020) indica que la inversión es una actividad que incluye la dedicación de recursos, con el propósito de obtener cualquier forma de beneficio. También Sánchez, J. (2020) conceptualiza el servicio en una actividad o conjunto de actividades designadas para satisfacer necesidades específicas de los clientes y otorgar productos no materiales y personalizados. Finalmente Westreicher, G. (2020) nos indica que el ingreso y egreso son términos contradictorios, ya que , en tanto que el ingreso se considera como una entrada de dinero y el segundo se considera como una salida de dinero, para entenderlo mejor manera, el ingreso hace referencia al incremento en el patrimonio ya sea de una persona natural o jurídica, mientras tanto, el egreso se considera como una reducción del patrimonio.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación.

Tipo de Investigación

Carrasco (2019) señala que un estudio de *será aplicada* ya que tiene como objetivo principal manejar la información práctica y adecuada respecto al tipo de aplicación que se emplee en un trabajo de investigación con la finalidad de ampliar e incrementar los conocimientos científicos respecto a la ciencia contable y a la relación que tienen estos sobre la realidad buscando alternativas de solución, en este sentido en el estudio de investigación *se usará el tipo de investigación aplicada* ya que se buscará recopilar un poco más de información respecto a los temas de estudio que se plantea en la investigación, es decir, acerca del costo de servicio de las agencias de turismo . de la ciudad del Cusco con la finalidad de buscar alternativas de solución frente a la rentabilidad que puede existir en la empresa.

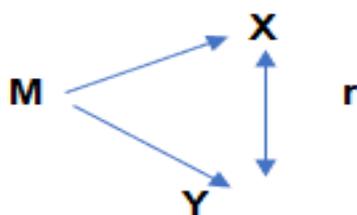
Nivel o Alcance de Investigación

Hernández et al (2014) el nivel correlacional que se presenta en un trabajo de investigación tiene como propósito principal de establecer la relación ya sea buena o mala de acuerdo al análisis y medición que se realizará frente a las variables de estudio, cuya finalidad en este nivel de investigación será de obtener una información verídica sobre dichas variables, por lo que el presente trabajo de investigación se realizó bajo un nivel correlacional debido a que se busca establecer la relación así como el grado de afectación que existe entre la primera variable de estudio que es costo de servicio frente a la segunda variable rentabilidad en de las agencias de turismo . de la ciudad del Cusco.

Diseño no Experimental

Hernández et al (2014) indica que un diseño no experimental busca realizar un estudio de manera adecuada y verídica a aquellos hechos que se encuentran presentes en un trabajo de investigación, con la finalidad de poder analizar, evaluar y comprobar de manera clara el ambiente en el que se desarrollarán las distintas variables de estudio. El trabajo de investigación realizado tiene un diseño no experimental porque se busca expandir el conocimiento científico sin realizar cambios en las variables, es decir, se realizará cambios en la primera variable de estudio que es la variable independiente (costo de servicio) para ver el impacto que

generará frente a la segunda variable (rentabilidad) en las agencias de viaje del Cusco.



Donde:

M = Muestra

X = Variable 1

Y = Variable 2

r = Relación entre las Variables de Estudio.

Diseño Transversal

Carrasco (2019) el autor indica que un diseño transversal tiene como propósito principal evaluar aquellos eventos o fenómenos reales que se desarrollan en un determinado período de tiempo, con la intención de recabar la información necesaria en relación al tiempo que se realiza el trabajo de investigación. Teniendo en cuenta el párrafo anterior para el diseño del estudio de investigación es transversal ya que en contará con información proporcionada por los empleados correspondiente al 2020, estableciendo así una adecuada relación entre el costo del servicio y la rentabilidad de la agencia de Turismo Cusco.

3.2. Variables y Operacionalización

Carrasco (2019) las variables se fijan como aquel elemento importante dentro de un trabajo de investigación y que tiene como objetivo principal favorecer al investigador en contar con una información clara de acuerdo a las variable que son consideradas en un estudio con la finalidad de conocer las características, cualidades y propiedades que presentan cada una de ellas, de acuerdo al trabajo de investigación este se basará en el estudio de dos variables, que es primeramente la variable independiente que corresponde al costo de servicios y seguidamente la segunda variable dependiente que es la rentabilidad.

Variable X:

Costo de servicio

Definición conceptual

Michue, R. (2005), asiente que son el conjunto de gastos necesarios para ofrecer servicios específicos para obtener beneficios económicos en el futuro. De hecho, son la salida de fondos con el fin de brindar satisfacción al cliente y beneficiar los servicios de la empresa.

EL costo de Servicio podemos definirlo como todos aquellos conjuntos de gastos necesarios que se requieren para poder prestar un servicio y obtener beneficios económicos para la empresa y mediante ellos poder generar rentabilidad para la empresa beneficiando a los clientes con los gastos que se hayan incurrido para poder prestar el servicio y satisfacer sus necesidades

Definición operacional

Para Chambergo, I. (2012) Los costos de servicio son los costos intangibles, no almacenables o de inventario incurridos para brindar servicios específicos, por otro lado, se debe contemplar que la producción de activos intangibles involucra esencialmente la mano de obra y costos indirectos.

El concepto operación del costo de servicios podemos identificar a la mano de obra necesaria para poder prestar el servicio beneficiando a los clientes, y también los costos indirectos necesarios que no influyen directamente en la prestación del servicio requerido por el cliente.

Variable X Dimensión X1

Mano de obra

Indicadores

- a. Mano de obra Directa
- b. Mano de obra Indirecta

Variable X Dimensión 2

Costos Indirectos

Indicadores

- a. Costo de transporte
- b. Costo de alimentación
- c. Costo de hospedaje

Variable Y:

Rentabilidad

Definición conceptual

Nava, M (2009) define que la rentabilidad es el resultado de las medidas de gestión, decisiones financieras y políticas ejecutadas en la organización; muestra la proporción de la ganancia o ingreso del activo al desarrollo productivo que se efectúa en un determinado período de tiempo. Además, la rentabilidad, también se considera como el valor porcentual el cual se utiliza para medir la eficiencia operativa y de inversión de la empresa.

La rentabilidad podemos definir como la obtención de resultados al final de las transacciones de costos y gasto, de los que se van beneficiar quienes invirtieron buscando un lucro o beneficio económico, también podemos definir a rentabilidad como el valor porcentual que mide la inversión de la empresa, mientras este valor porcentual sea más alto la empresa generara mayor rentabilidad frente a sus inversiones.

Definición operacional

Suárez, B, Suárez, A y Ferrer, M (2008) indica que, en definitiva, la rentabilidad es uno de los objetivos de todas las empresas ya que deben comprender el retorno de la inversión al realizar una serie de actividades, en un tiempo específico dentro de ello se encuentra la rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

Dentro de la definición conceptual podemos indicar que rentabilidad comprender como el retorno de la inversión al realizar una serie de actividades económicas costo y gasto, en un tiempo determinado en donde se obtendrá una rentabilidad económica que se refiere a cuanto gano por cada servicio prestado o una rentabilidad financiera refiere al beneficio obtenido después de haber deducido los intereses y gastos financieros.

Variable Y Dimensión 1

Rentabilidad Económica

Indicadores

- a. Inversiones
- b. Reposición

Variable X Dimensión 2

Rentabilidad Financiera

Indicadores

- a. Ingresos
- b. Egresos

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Hernández et Al. (2014) señala que la población se encuentra formado por un grupo de individuos que poseen cualidades y similitudes parecidas, esto nos pretermirá al momento de recolectar información sea mas precisa y clara, teniendo en cuenta esto para nuestro estudio de investigación tomaremos como población a 25 agencias de turismo de la ciudad del Cusco.

Tabla 1: Agencias de turismo del cusco

1	20387589181	VIAJES PACIFICO S.A.C
2	20536830376	LIMA TOURS S.A.C
3	20114547558	GATUR CUSCO S.R. L
4	20601284929	YANAKILLA TOUR SAC
5	20100912768	TRAVEL GROUP PERU S.A.
6	20505238703	TRAVEX S.A.
7	20450647943	PERUVILCA EXPEDITIONS S.R.L.
8	20490162551	PERSONAL TRAVEL EXPERIENCE S.A.C.
9	20490209370	COMFORT TOURS PERU S.A.C.
10	20527282587	ECOTIME PERU E.I.R.L.
11	20564353443	MACHU PICCHU INKA WORLD E.I.R. L
12	20601599806	AVENTURAS INCATRAIL E.I.R.L
13	20490368923	ANDEAN GLOBETROTTER TRAVEL EIRL
14	20600054334	PACHAMAMA TRAVEL S.A.C
15	20490121871	SOUTH ADVENTURE PERU TOURS EIRL
16	20491228025	PERUVIAN TRIPS EIRL
17	20600980107	MACHUPICCHU REPS TRAVEL AGENCY EIRL

18	20490654772	VIAJES Y SERVICIOS PERU ADVENTURE TREK S.C.R.L
19	20491175401	DANYS PERU E.I.R.L
20	20490751972	MUNDO TURISMO PERU S.R.L
21	20564113485	CALIDAD Y DESARROLLO CONSULTORIA Y SERVICIOS GENERALES E.I.R. L
22	20489985773	INVERSIONES TURISTICAS EURO AMERICANAS E.I.R.L.
23	20601645875	TRAPUKI TOURS SRL
24	20527293511	AMARUMAYO E.I.R.L.
25	20534570377	DANZAKPERU E.I.RL

Fuente Dircetur

Elaboración Propia

Muestra.

Hernández et al (2014) la muestra es considerada como aquella parte pequeña de la población con el propósito de ser estudiada, es decir contiene toda la información que se necesita para poder realizar una investigación con el fin de agrupar las características importantes para poder evaluarlas y definir claramente al subgrupo que presentará a la población, por consiguiente, en este trabajo de investigación se consideró como muestra a los 25 trabajadores de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco.

Muestreo

Hernández et al (2014) el muestreo es considerado como aquel suceso a través del cual se selecciona un número determinado de personas pertenecientes al grupo de la población con el objetivo de realizar un determinado estudio para que así se pueda caracterizar a la población en general, en tal sentido en el trabajo de investigación se observó que no se empleó el uso de ninguna fórmula estadística lo que permite al investigador poder seleccionar aquellas muestras que resulten adecuados e importantes. Debido a la cuarentena del 2020 muchas agencias de viajes quedaron cerradas por lo que se utilizó datos de empresas registradas dentro de la Cámara de Comercio de Cusco a fin de poder realizar la encuesta correspondiente

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Hernández et al (2014) el autor considera que las técnicas o instrumentos son aquellos procedimientos que el investigador emplea con la finalidad de obtener datos

verídicos y reales, por esta parte en el estudio se utilizará como técnica a la encuesta que es considerada como un método que se utiliza para medir el grado de orientación y el nivel de actitud, la cual será aplicada a los trabajadores de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco, con la finalidad de obtener una información necesaria referente al costo de servicio y a la rentabilidad.

Instrumento

Hernández et al (2014) indica que esta es una herramienta que es usada para lograr procesar la información que se obtuvo de las 25 agencias de turismo. Esta información fue recopilada por medio de encuestas para el estudio de investigación, esta encuesta esta compuesta por 20 preguntas, la cual se dividió por conveniencia en dos partes las primeras 10 interrogantes estuvieron dirigidas a su primera variable de estudio que es el Costo de servicio y las otras 10 interrogantes estuvo dirigida a su segunda variable de estudio que es la rentabilidad. Esta información fue valorada bajo la escala de Likert, esto tuvo como objetivo rec0olectar de manera más precisa la información de las 25 agencias de turismo de la ciudad de Cusco.

3.5. Procedimientos

En cuanto al cuestionario que se aplicó a los 25 trabajadores de las agencias de turismo a través del procesamiento estadístico SPSS25 en el cual se mostró los cálculos de acuerdo a los resultados en la frecuencia de respuesta y en el porcentaje que representan en la investigación, es decir de acuerdo a la información que se obtuvo de acuerdo a la relación que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad, por lo que dicho programa estadístico tiene por finalidad de verificar que los instrumentos utilizados garantice al investigador a que la información que se obtuvo en la realización del trabajo de investigación resulte confiable y verídica.

3.6. Método de Análisis de datos

En la elaboración de un estudio de investigación es necesario determinar el conjunto de métodos que se usaran para procesar los datos con la finalidad de obtener los resultados con el cual podremos realizar la discusión, conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación. Una vez ya procesados los datos en el programa estadístico Spss versión 25 obtendremos los resultados de fiabilidad del estudio de investigación, las frecuencias y porcentajes representados en tablas y gráficos que resultó de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo en

Cusco.

Seguidamente, para obtener los resultados de la muestra, se aplicaron las siguientes condiciones: la prueba de normalidad que se basa en medir cada variable y dimensión para establecer el grado de correlación que existe entre sus variables de estudio, la prueba de Chi cuadrado con el cual se determinara el grado de significación según la prueba de hipótesis que se planteó en el estudio de investigación y la correlación de Spearman con la que determinaremos el grado de relación que existe entre nuestras variables y dimensiones.

3.7. Aspectos Éticos

En el procedimiento del desarrollo del trabajo de investigación se consideraron principios éticos, uno de ellos es la confidencialidad al momento de la obtención de información brindada por el personal de las agencias de turismo. En lo que respecta a la investigación, esta confidencialidad se presentará de manera anónima al mismo tiempo y de manera general. Asimismo, el proceso de desarrollo de la investigación científica se llevará a cabo de manera responsable y rigurosa, así como también se utilizó la metodología para poder realizar la investigación en ese momento, y el mismo rigor se verá reflejado en el anti plagio y su precisión en la información proporcionada en el documento de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Prueba de confiabilidad.

Confiabilidad de la variable costo de servicio

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.696	0.666	10

Elaboración Propia

La prueba de fiabilidad del trabajo de investigación demuestra que el Alfa de Cronbach se aproxima a 1 es viable.

Tabla 3

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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La Mano de Obra Directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la prestación de servicio.	29.28	25.293	0.218	0.640	0.740
La Mano de Obra Directa está constituido por todas las personas que prestan el servicio en forma directa.	30.16	19.473	0.452	0.501	0.656
El costo de la Mano de Obra Directa dependerá de la eficiencia del personal que interviene directamente en la prestación del servicio.	29.92	19.910	0.382	0.561	0.668
La Mano de Obra Indirecta es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la prestación del servicio.	30.52	19.677	0.315	0.517	0.684
Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.	29.72	20.793	0.378	0.462	0.671

El costo de transporte representa al cobro de transporte de la prestación del servicio turístico.	30.04	23.873	0.033	0.479	0.730
El costo de alimentación está constituido por los servicios alimenticios que se ofrecen a los turistas.	29.92	17.910	0.640	0.609	0.617
El costo de hospedaje está constituido por los servicios de hospedaje que se ofrecen a los turistas.	29.84	18.473	0.632	0.693	0.624
La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.	30.16	18.390	0.530	0.541	0.638
La depreciación de las unidades de transporte hace referencia al desgaste que sufren las unidades de transporte por el uso en la prestación de servicios turísticos.	29.96	19.623	0.396	0.547	0.666

Elaboración Propia

Confiabilidad de la variable Rentabilidad

Tabla 4

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.871	0.882	10

Elaboración Propia

La prueba de fiabilidad del trabajo de investigación demuestra que el Alfa de Cronbach se aproxima a 1 es viable.

Tabla 5:

	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	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La inversión en unidades de transporte hace referencia a la compra de nuevas unidades de transporte para la prestación de servicios turísticos.	29.28	25.293	0.218	0.640	0.740
La inversión en equipos diversos hace referencia a la compra de quipos diversos para la prestación de servicios turísticos.	30.16	19.473	0.452	0.501	0.656
La inversión en implementos de seguridad hace referencia a la compra de implementos de seguridad para la prestación de servicios turísticos.	29.92	19.910	0.382	0.561	0.668
El tiempo de reposición hace referencia al periodo de tiempo en cual se cambiará un activo fijo para la prestación de servicios.	30.52	19.677	0.315	0.517	0.684
El costo de reposición hace referencia a la revalorización de los activos fijos para el mejoramiento de la prestación de servicios.	29.72	20.793	0.378	0.462	0.671
Los ingresos por la venta de paquetes turísticos se refieren al incremento económico por la venta de paquetes turísticos.	30.04	23.873	-0.033	0.479	0.730
Los ingresos por comisiones provenientes de servicios turísticos se refieren al incremento económico por comisiones que provengan de servicios turísticos.	29.92	17.910	0.640	0.609	0.617
Los egresos por gastos administrativos son aquellos gastos	29.84	18.473	0.632	0.693	0.624

incurridos en la administración de la empresa para la prestación de servicios turísticos.

Los egresos por gastos de ventas son aquellos gastos incurridos en la venta por la prestación de servicios turísticos.	30.16	18.390	0.530	0.541	0.638
--	-------	--------	-------	-------	-------

Los egresos por gastos financieros son aquellos gastos económicos deducibles por la prestación de servicios turísticos.	29.96	19.623	0.396	0.547	0.666
---	-------	--------	-------	-------	-------

Elaboración Propia

4.2. Prueba de Normalidad

H_0 : Los datos no tienen distribución normal

H_1 : Los datos tienen distribución normal

Tabla 6:

	Pruebas de normalidad		
	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Costo de Servicios	0.763	25	0.000
Rentabilidad	0.769	25	0.000
Mano de Obra	0.763	25	0.000
Costos Indirectos	0.850	25	0.002
Depreciación	0.914	25	0.037
Rentabilidad Económica	0.848	25	0.002
Rentabilidad Financiera	0.474	25	0.000

El tamaño de la muestra que se utiliza la investigación es igual a 50 datos usamos la prueba de Shapiro – Wilk. De los resultados obtenidos se observa que la significación tanto para las variables y dimensiones: teniendo como variable 1 (Costo de Servicios); dimensiones (Mano de Obra; Costos Indirectos; Depreciación) y como variables 2 (Rentabilidad); dimensiones (Rentabilidad Económica; Rentabilidad Financiera) son menores o iguales a 0.05, esto nos indica que los datos obtenidos no tienen distribución normal.

4.3. Prueba De hipótesis General

H_1 : Existe relación entre el costo de servicio y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020

H_0 : No existe relación entre el costo de servicio y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

Tabla 7:

				Rentabilidad		Total
				Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	
Costo de Servicios	Regular	Recuento	10	0	10	
		Recuento esperado	6,8	3,2	10,0	
	Bueno	Recuento	7	8	15	
		Recuento esperado	10,2	4,8	15,0	
Total		Recuento	17	8	25	
		Recuento esperado	17,0	8,0	25,0	

Elaboración propia

Interpretación

Una vez que procesamos los datos en el sistema estadístico Spss 25 de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo del Cusco obtuvimos la siguiente tabla cruzada las variables de estudio costo de servicio y rentabilidad.

Correlaciones

Tabla 8:

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0.538	0.139	3.064	,005 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0.538	0.143	3.064	,005 ^c
N de casos válidos		25	25		

Interpretación

Para lograr determinar la relación entre la variable de estudio tomaremos en cuenta las tablas simétricas donde se observó que existe correlación moderada entre las variables de estudio (Costo de servicio y rentabilidad).

Prueba de Hipótesis Específicas 1

H_1 : Existe incidencia entre la mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020

H_0 : No Existe incidencia entre la mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

Tabla 9:

		Rentabilidad			Total	
		Malo	Regular	Bueno		
Costos Indirectos	Ni de acuerdo	Recuento	5	9	1	15
	ni desacuerdo	Recuento esperado	4,2	6,6	4,2	15,0
	De acuerdo	Recuento	2	2	6	10
		Recuento esperado	2,8	4,4	2,8	10,0
Total		Recuento	7	11	7	25
		Recuento esperado	7,0	11,0	7,0	25,0

Interpretación

Una vez que procesamos los datos en el sistema estadístico Spss 25 de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo del Cusco obtuvimos la siguiente tabla cruzada la variable de estudio rentabilidad y su dimensión Mano de obra.

Correlaciones

Tabla 10:

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,436	0,182	2,326	,029c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,436	0,193	2,326	,029c
N de casos válidos		25			

Interpretación

Para lograr determinar la relación entre la variable de estudio tomaremos en cuenta las tablas simétricas donde se observó que existe correlación moderada entre la primera dimensión (Mano de Obra) y la segunda variable (Rentabilidad).

Prueba de hipótesis específicas 2

H_1 : Existe incidencia entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

H_0 : No Existe incidencia entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

Tabla 11:

Tabla cruzada Costos Indirectos*Rentabilidad						
			Rentabilidad			Total
			Malo	Regular	Bueno	
Costos Indirectos	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Recuento	5	6	0	11
		Recuento esperado	3,1	5,3	2,6	11,0
	De acuerdo	Recuento	2	6	6	14
		Recuento esperado	3,9	6,7	3,4	14,0
Total	Recuento		7	12	6	25
	Recuento esperado		7,0	12,0	6,0	25,0

Elaboración propia

Interpretación

Una vez que procesamos los datos en el sistema estadístico Spss 25 de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo del Cusco obtuvimos la siguiente tabla cruzada la variable de estudio rentabilidad y su dimensión costos indirectos.

Correlaciones

Tabla 12:

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0.486	0.177	2.666	,005 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0.506	0.182	2.816	,003 ^c
N de casos válidos		25			

Elaboración propia

Interpretación

Para lograr determinar la relación entre la variable de estudio tomaremos en cuenta las tablas simétricas donde se observó que existe correlación moderada entre la segunda dimensión (Costos Indirectos) y la segunda variable (Rentabilidad).

Prueba De Hipótesis Específicas 3

H_1 : Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020

H_0 : No Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020

Tabla 13:

Tabla cruzada Costo de Servicios *Rentabilidad Económica

			Rentabilidad Económica		Total
			Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	
Costo de Servicios	Regular	Recuento	10	0	10
		Recuento esperado	6,8	3,2	10,0
	Bueno	Recuento	7	8	15
		Recuento esperado	10,2	4,8	15,0
Total		Recuento	17	8	25
		Recuento esperado	17,0	8,0	25,0

Elaboración propia

Interpretación

Una vez que procesamos los datos en el sistema estadístico Spss 25 de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo del Cusco obtuvimos la siguiente tabla cruzada la de su dimensión rentabilidad económica y su dimensión costos de servicios.

Correlaciones

Tabla 14:

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0,560	0,110	3,243	,004 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0,560	0,110	3,243	,004 ^c
N de casos válidos		25			

Elaboración propia

Interpretación

Para lograr determinar la relación entre la variable de estudio tomaremos en cuenta las tablas simétricas donde se observó que existe correlación moderada entre la primera variable (Costo de Servicios) y la primera dimensión (Rentabilidad Económica).

Prueba De Hipótesis Específicas 4

H_1 : Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

H_0 : No Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.

Tabla 15:

		Rentabilidad Financiera			Total	
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo		
Costos de Servicios	Regular	Recuento	3	6	1	10
		Recuento esperado	1,2	4,4	4,4	10,0
	Bueno	Recuento	0	5	10	15
		Recuento esperado	1,8	6,6	6,6	15,0
Total	Recuento	3	11	11	25	
	Recuento esperado	3,0	11,0	11,0	25,0	

Elaboración propia

Interpretación

Una vez que procesamos los datos en el sistema estadístico Spss 25 de las encuestas aplicadas a las 25 agencias de turismo del Cusco obtuvimos la siguiente tabla cruzada la de su dimensión rentabilidad financiera y su dimensión costos de servicios.

Correlaciones

Tabla 16:

Medidas simétricas

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Intervalo por intervalo	R de Pearson	0.628	0.118	3.867	,001 ^c
Ordinal por ordinal	Correlación de Spearman	0.622	0.13	3.807	,001 ^c
N de casos válidos		25			

Elaboración propia

Interpretación

Para lograr determinar la relación entre la variable de estudio tomaremos en cuenta las tablas simétricas donde se observó que existe correlación positiva normal entre la primera variable (Costo de Servicios) y la segunda dimensión (Rentabilidad Financiera).

4.4. Análisis descriptivos de las variables

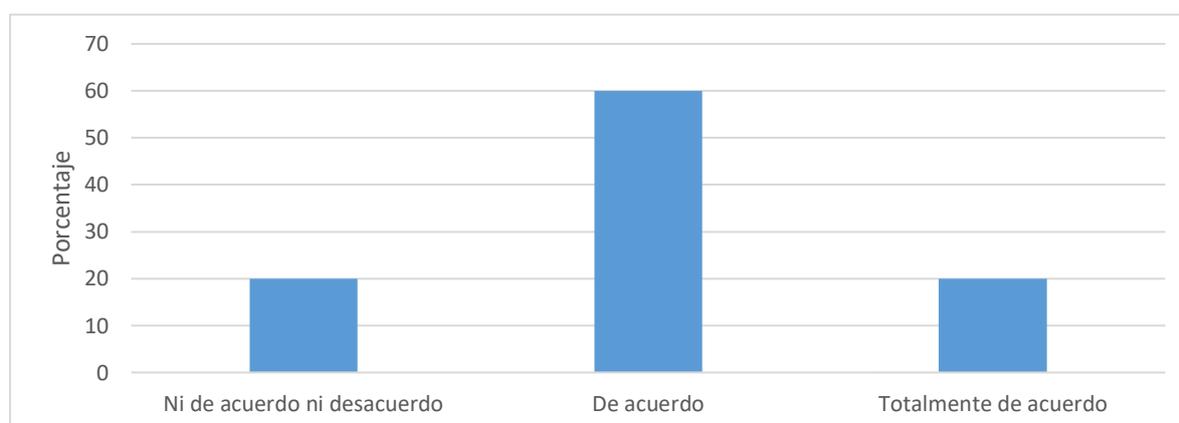
La Mano de Obra Directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la prestación de servicio.

Tabla 17:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	20.0	20.0	20.0
	De acuerdo	15	60.0	60.0	80.0
	Totalmente de acuerdo	5	20.0	20.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La Mano de Obra Directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la prestación de servicio.

Gráfico 1:



Nota en la gráfica se refiere a: La Mano de Obra Directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la prestación de servicio.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La Mano de Obra Directa describe a los trabajadores que están directamente involucrados en la prestación de servicio.; el 20% respondió totalmente de acuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60% de acuerdo.

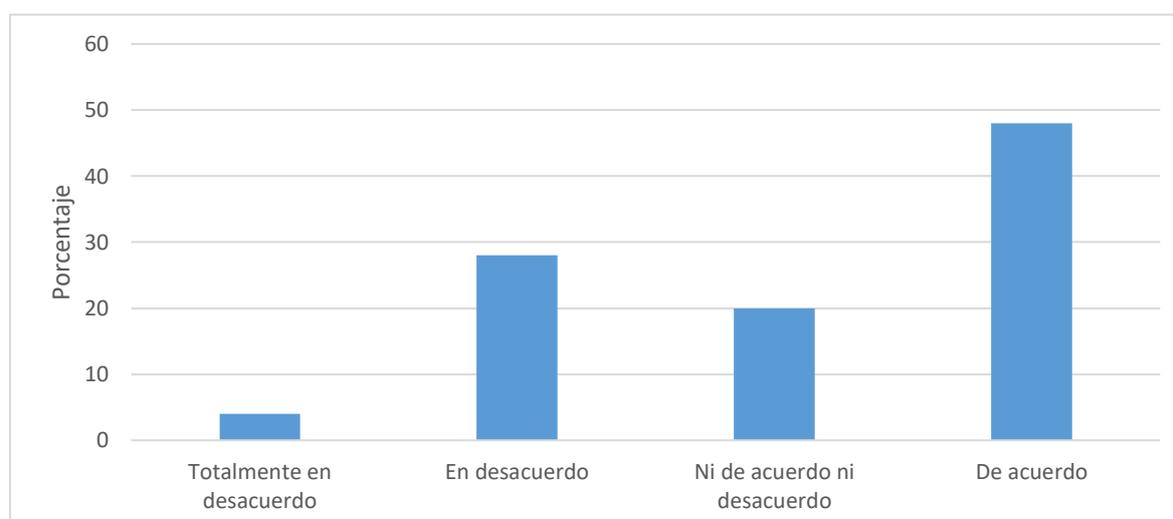
La Mano de Obra Directa está constituido por todas las personas que prestan el servicio en forma directa.

Tabla 18:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
En desacuerdo	7	28.0	28.0	32.0
Válido Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	20.0	20.0	52.0
De acuerdo	12	48.0	48.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La Mano de Obra Directa está constituido por todas las personas que prestan el servicio en forma directa.

Gráfico 2:



Nota en la gráfica se refiere a: La Mano de Obra Directa está constituido por todas las personas que prestan el servicio en forma directa.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La Mano de Obra Directa está constituido por todas las personas que prestan el servicio en forma directa.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 28% en desacuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 48% de acuerdo.

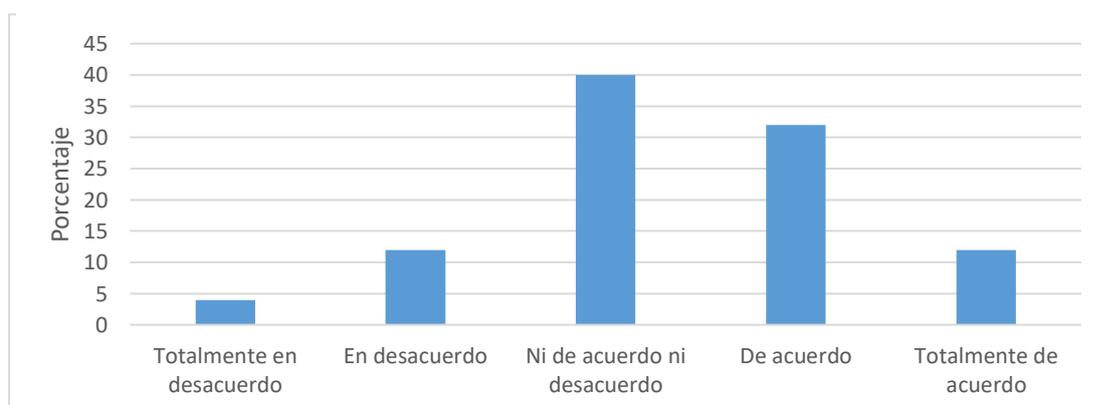
El costo de la Mano de Obra Directa dependerá de la eficiencia del personal que interviene directamente en la prestación del servicio.

Tabla 19:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	3	12.0	12.0	16.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	40.0	40.0	56.0
	De acuerdo	8	32.0	32.0	88.0
	Totalmente de acuerdo	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: El costo de la Mano de Obra Directa dependerá de la eficiencia del personal que interviene directamente en la prestación del servicio.

Gráfico 3:



Nota en la gráfica se refiere a: El costo de la Mano de Obra Directa dependerá de la eficiencia del personal que interviene directamente en la prestación del servicio.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El costo de la Mano de Obra Directa dependerá de la eficiencia del personal que interviene directamente en la prestación del servicio; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 12% en desacuerdo, 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 32% de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo.

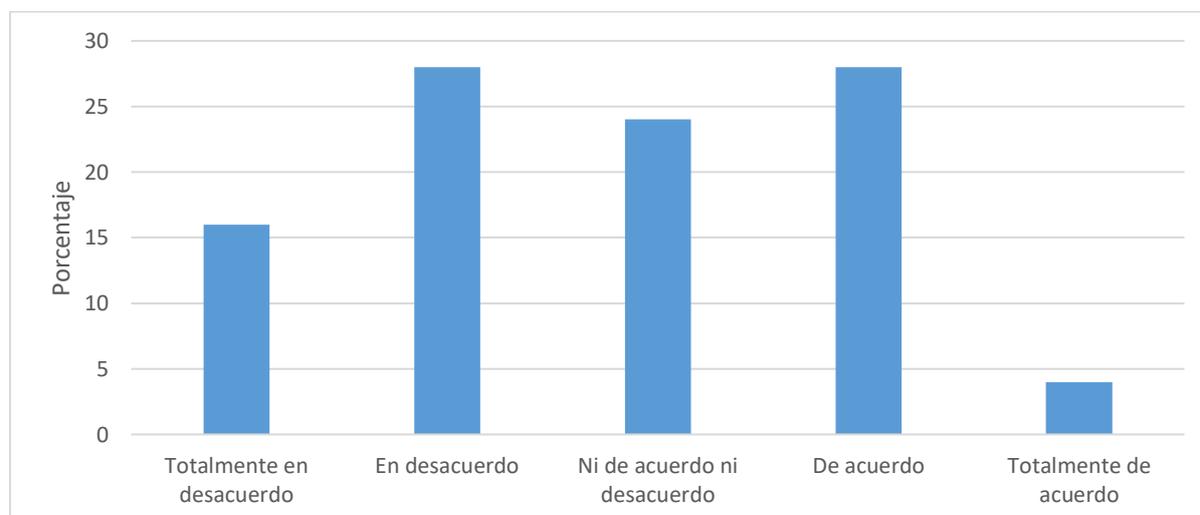
La Mano de Obra Indirecta es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la prestación del servicio.

Tabla 20:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	16.0	16.0	16.0
	En desacuerdo	7	28.0	28.0	44.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	24.0	24.0	68.0
	De acuerdo	7	28.0	28.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La Mano de Obra Indirecta es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la prestación del servicio.

Gráfico 4:



Nota en la gráfica se refiere a La Mano de Obra Indirecta es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la prestación del servicio.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación La Mano de Obra Indirecta es el trabajo empleado por el personal de producción que no participa directamente en la prestación del servicio.; el 16% respondió totalmente en desacuerdo, 28% en desacuerdo, 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 28% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

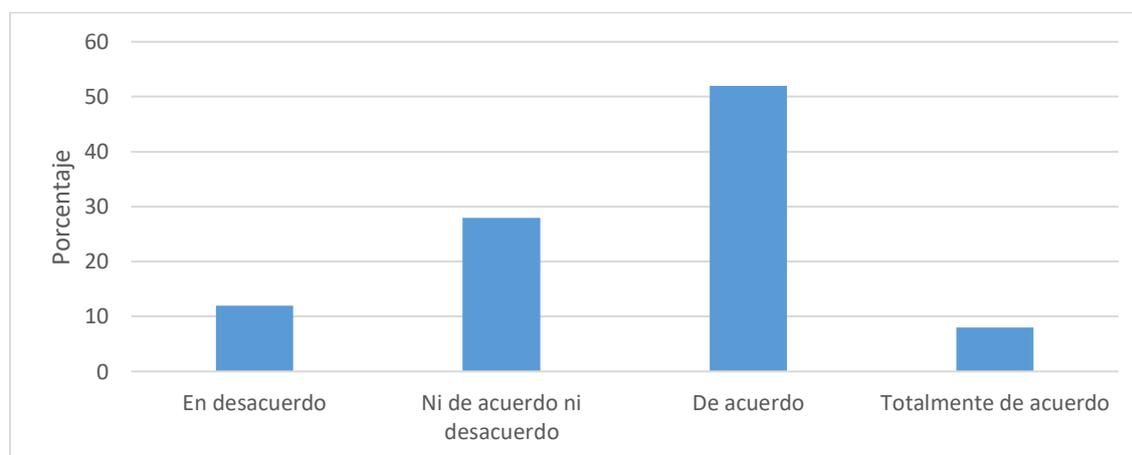
Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.

Tabla 21:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En desacuerdo	3	12.0	12.0	12.0
Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	28.0	28.0	40.0
De acuerdo	13	52.0	52.0	92.0
Totalmente de acuerdo	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.

Gráfico 5:



Nota en la gráfica se refiere a: Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.; el 12% en desacuerdo, 7% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 13% de acuerdo y 2% totalmente de acuerdo.

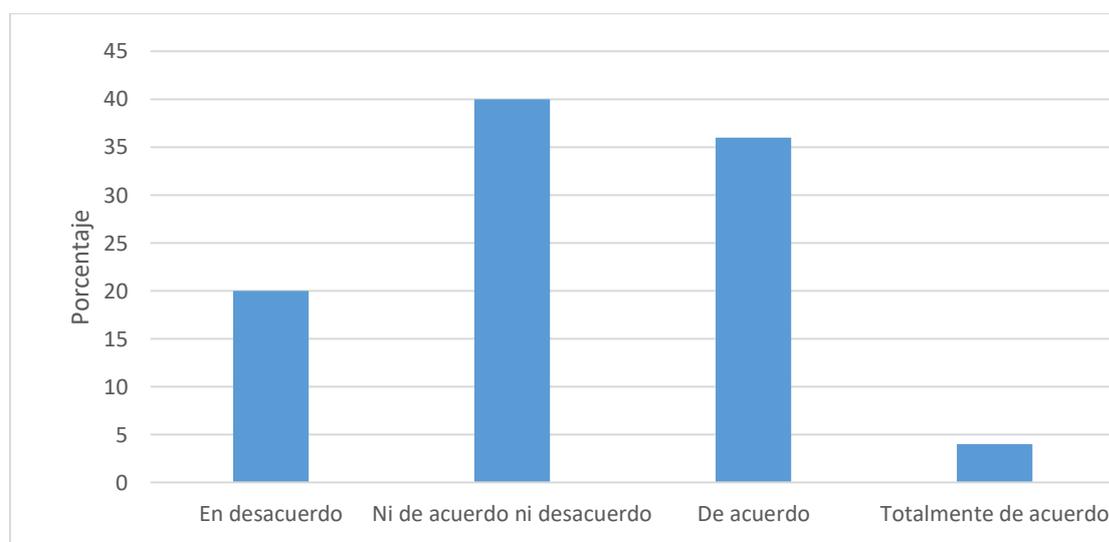
El costo de transporte representa al cobro de transporte de la prestación del servicio turístico.

Tabla 22:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valido	En desacuerdo	5	20.0	20.0	20.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	40.0	40.0	60.0
	De acuerdo	9	36.0	36.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.

Gráfico 6:



Nota en la gráfica se refiere a: Los costos de la mano de obra indirecta se refieren a los salarios pagados a los trabajadores que realizan tareas que no contribuyen directamente a la prestación del servicio.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El costo de transporte representa al cobro de transporte de la prestación del servicio turístico.; el 20% respondió totalmente en desacuerdo, 40% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 36% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

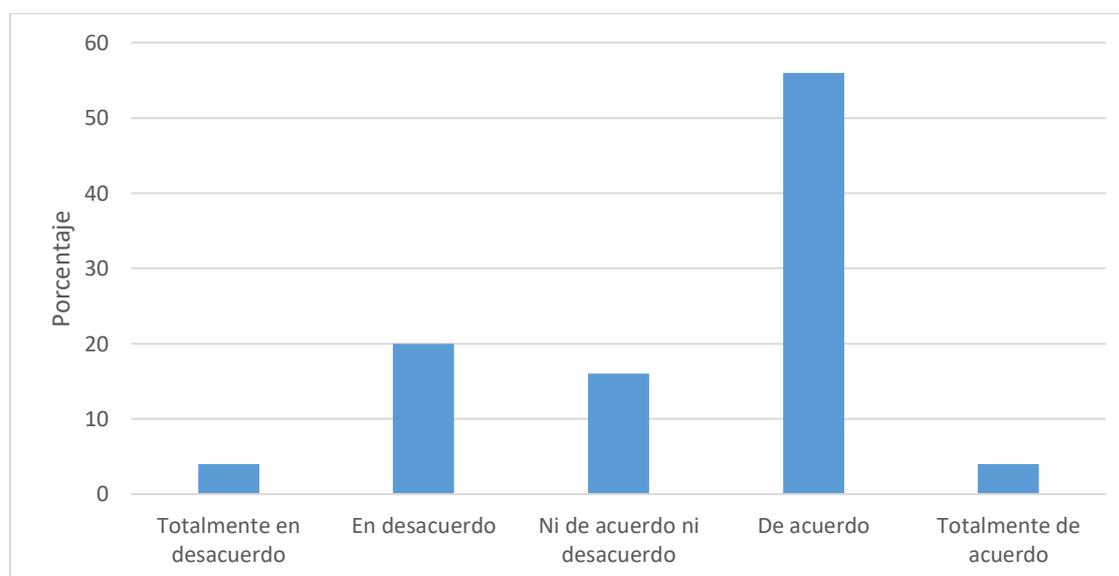
El costo de alimentación está constituido por los servicios alimenticios que se ofrecen a los turistas.

Tabla 23:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	5	20.0	20.0	24.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	16.0	16.0	40.0
	De acuerdo	14	56.0	56.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: El costo de alimentación está constituido por los servicios alimenticios que se ofrecen a los turistas.

Gráfico 7:



Nota en la gráfica se refiere a: El costo de alimentación está constituido por los servicios alimenticios que se ofrecen a los turistas.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El costo de alimentación está constituido por los servicios alimenticios que se ofrecen a los turistas.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 20% en desacuerdo, 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

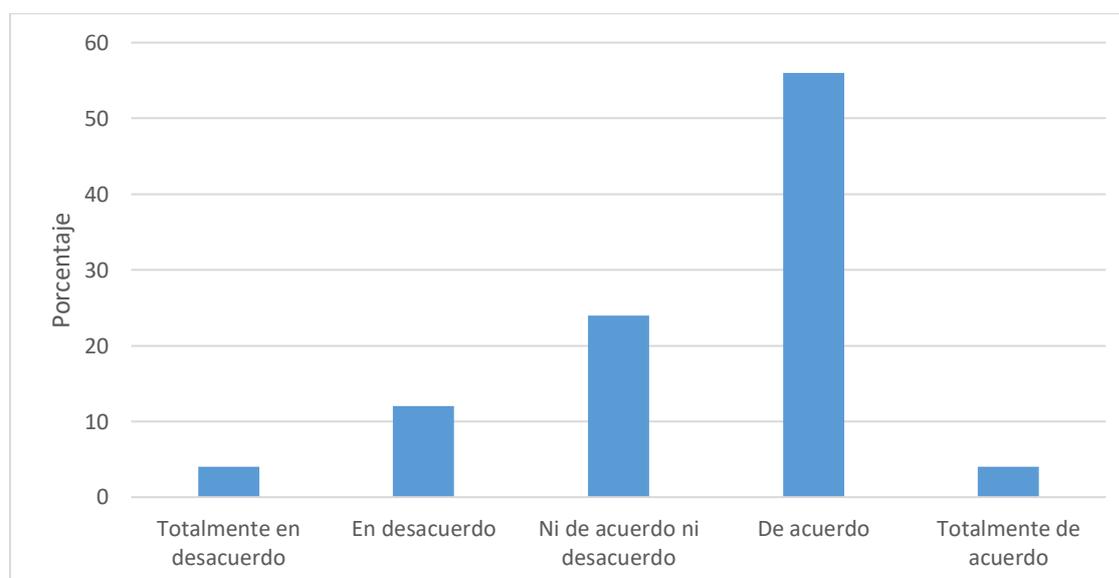
El costo de hospedaje está constituido por los servicios de hospedaje que se ofrecen a los turistas.

Tabla 24:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	3	12.0	12.0	16.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	24.0	24.0	40.0
	De acuerdo	14	56.0	56.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: El costo de hospedaje está constituido por los servicios de hospedaje que se ofrecen a los turistas.

Gráfico 8:



Nota en la gráfica se refiere a: El costo de hospedaje está constituido por los servicios de hospedaje que se ofrecen a los turistas.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El costo de hospedaje está constituido por los servicios de hospedaje que se ofrecen a los turistas.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 12% en desacuerdo, 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

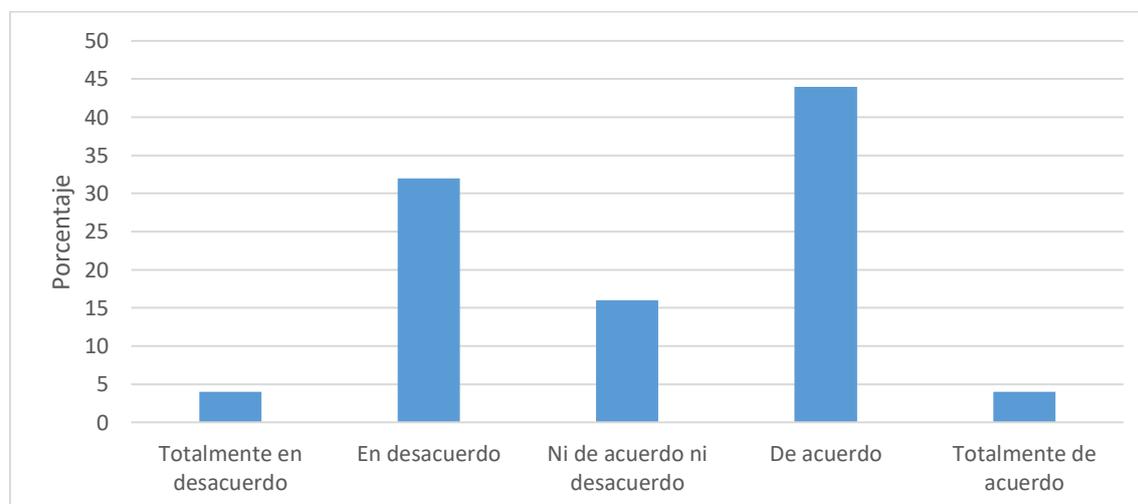
La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Tabla 25:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	8	32.0	32.0	36.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	16.0	16.0	52.0
	De acuerdo	11	44.0	44.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 9:



Nota en la gráfica se refiere a: La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 32% en desacuerdo, 16% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 44% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo

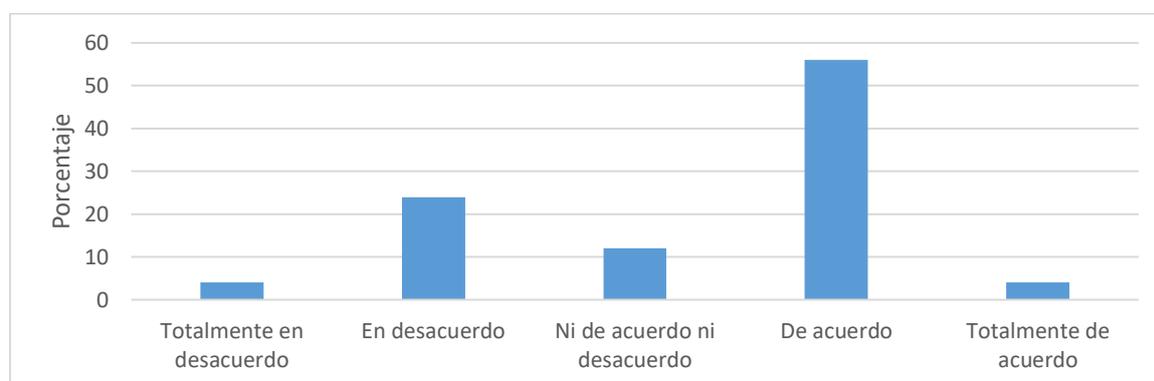
La depreciación de las unidades de transporte hace referencia al desgaste que sufren las unidades de transporte por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Tabla 26:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	6	24.0	24.0	28.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	12.0	12.0	40.0
	De acuerdo	14	56.0	56.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
Total		25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 10:



Nota en la gráfica se refiere a: La depreciación de equipos hace referencia al desgaste que sufren los equipos por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación La depreciación de las unidades de transporte hace referencia al desgaste que sufren las unidades de transporte por el uso en la prestación de servicios turísticos.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 24% en desacuerdo, 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo

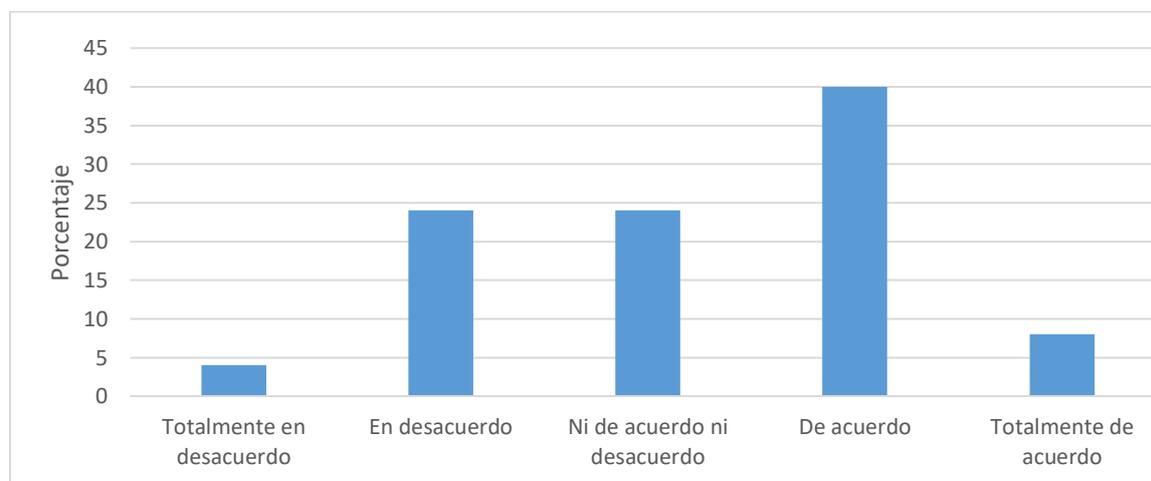
La inversión en unidades de transporte hace referencia a la compra de nuevas unidades de transporte para la prestación de servicios turísticos

Tabla 27:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	6	24.0	24.0	28.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	24.0	24.0	52.0
	De acuerdo	10	40.0	40.0	92.0
	Totalmente de acuerdo	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La inversión en unidades de transporte hace referencia a la compra de nuevas unidades de transporte para la prestación de servicios turísticos

Gráfico 11:



Nota en la gráfica se refiere a: La inversión en unidades de transporte hace referencia a la compra de nuevas unidades de transporte para la prestación de servicios turísticos

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La inversión en unidades de transporte hace referencia a la compra de nuevas unidades de transporte para la prestación de servicios turísticos; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 24% en desacuerdo, 24% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 40% de acuerdo y 8% totalmente de acuerdo

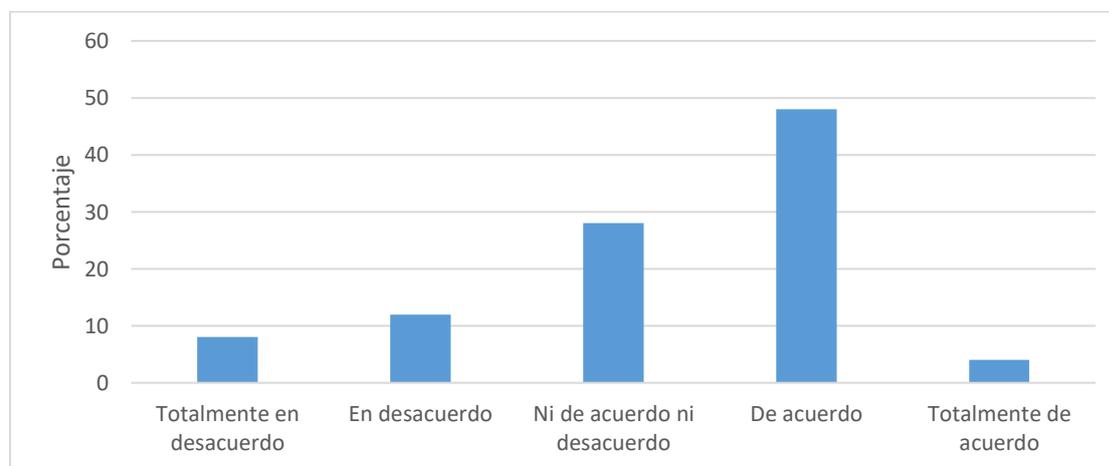
La inversión en equipos diversos hace referencia a la compra de quipos diversos para la prestación de servicios turísticos.

Tabla 28:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8.0	8.0	8.0
	En desacuerdo	3	12.0	12.0	20.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	28.0	28.0	48.0
	De acuerdo	12	48.0	48.0	96.0
	Totalmente de acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La inversión en equipos diversos hace referencia a la compra de quipos diversos para la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 12



Nota en la gráfica se refiere a: La inversión en equipos diversos hace referencia a la compra de quipos diversos para la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La inversión en equipos diversos hace referencia a la compra de quipos diversos para la prestación de servicios turísticos.; el 8% respondió totalmente en desacuerdo, 12% en desacuerdo, 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 48% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo

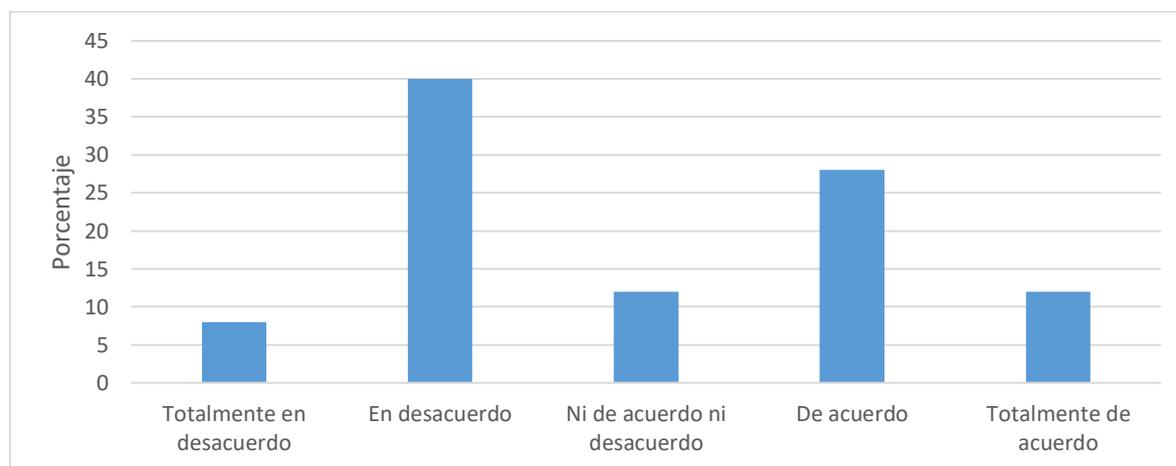
La inversión en implementos de seguridad hace referencia a la compra de implementos de seguridad para la prestación de servicios turísticos.

Tabla 29:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	8.0	8.0	8.0
	En desacuerdo	10	40.0	40.0	48.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	12.0	12.0	60.0
	De acuerdo	7	28.0	28.0	88.0
	Totalmente de acuerdo	3	12.0	12.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: La inversión en implementos de seguridad hace referencia a la compra de implementos de seguridad para la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 13:



Nota en la gráfica se refiere a: La inversión en implementos de seguridad hace referencia a la compra de implementos de seguridad para la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si La inversión en implementos de seguridad hace referencia a la compra de implementos de seguridad para la prestación de servicios turísticos.; el 8% respondió totalmente en desacuerdo, 40% en desacuerdo, 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 28% de acuerdo y 12% totalmente de acuerdo

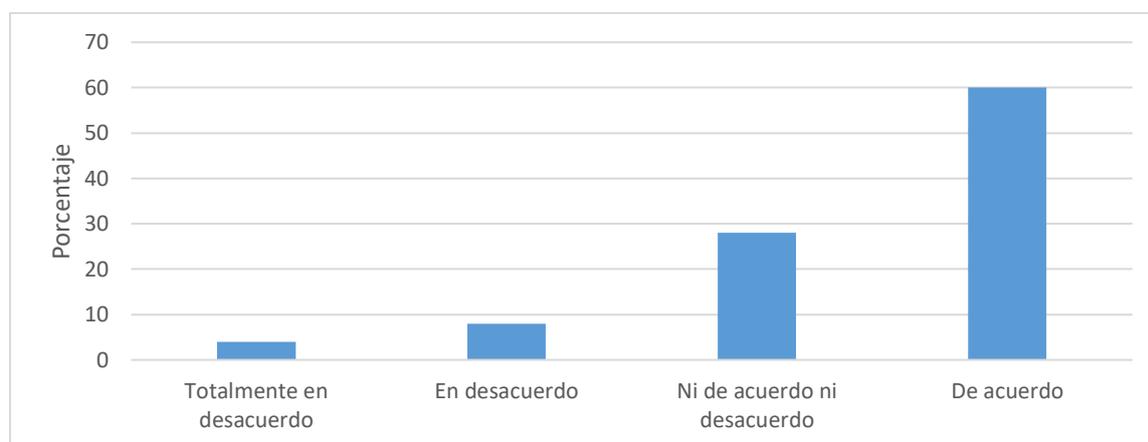
El tiempo de reposición hace referencia al periodo de tiempo en cual se cambiará un activo fijo para la prestación de servicios.

Tabla 30:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	2	8.0	8.0	12.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	28.0	28.0	40.0
	De acuerdo	15	60.0	60.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: El tiempo de reposición hace referencia al periodo de tiempo en cual se cambiará un activo fijo para la prestación de servicios.

Gráfico 14:



Nota en la gráfica se refiere a: El tiempo de reposición hace referencia al periodo de tiempo en cual se cambiará un activo fijo para la prestación de servicios.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El tiempo de reposición hace referencia al periodo de tiempo en cual se cambiará un activo fijo para la prestación de servicios; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 60% de acuerdo

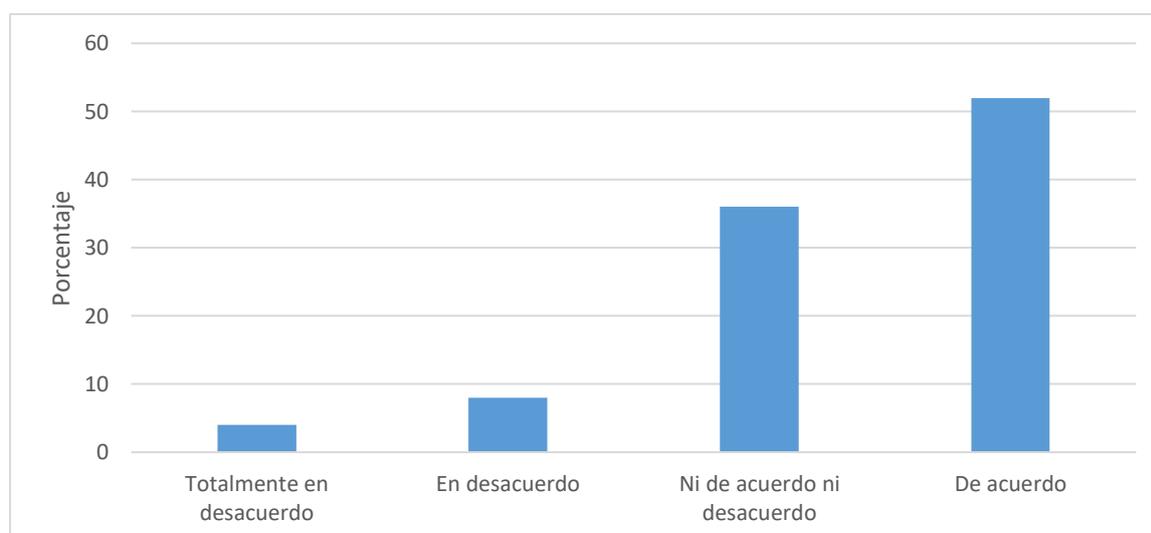
El costo de reposición hace referencia a la revalorización de los activos fijos para el mejoramiento de la prestación de servicios.

Tabla 31:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	2	8.0	8.0	12.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	36.0	36.0	48.0
	De acuerdo	13	52.0	52.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: El costo de reposición hace referencia a la revalorización de los activos fijos para el mejoramiento de la prestación de servicios.

Gráfico 15:



Nota en la gráfica se refiere a: El costo de reposición hace referencia a la revalorización de los activos fijos para el mejoramiento de la prestación de servicios.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si El costo de reposición hace referencia a la revalorización de los activos fijos para el mejoramiento de la prestación de servicios.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 36% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 52% de acuerdo.

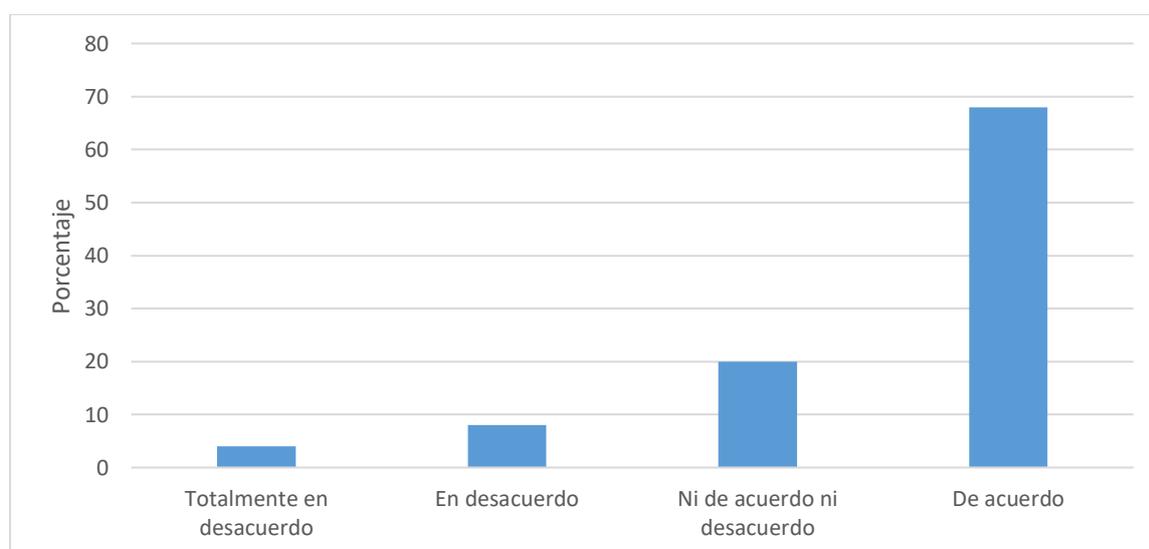
Los ingresos por la venta de paquetes turísticos se refieren al incremento económico por la venta de paquetes turísticos.

Tabla 32:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	2	8.0	8.0	12.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	20.0	20.0	32.0
	De acuerdo	17	68.0	68.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los ingresos por la venta de paquetes turísticos se refieren al incremento económico por la venta de paquetes turísticos.

Gráfico 16:



Nota en la gráfica se refiere a: Los ingresos por la venta de paquetes turísticos se refieren al incremento económico por la venta de paquetes turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si Los ingresos por la venta de paquetes turísticos se refieren al incremento económico por la venta de paquetes turísticos.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 8% en desacuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 68% de acuerdo

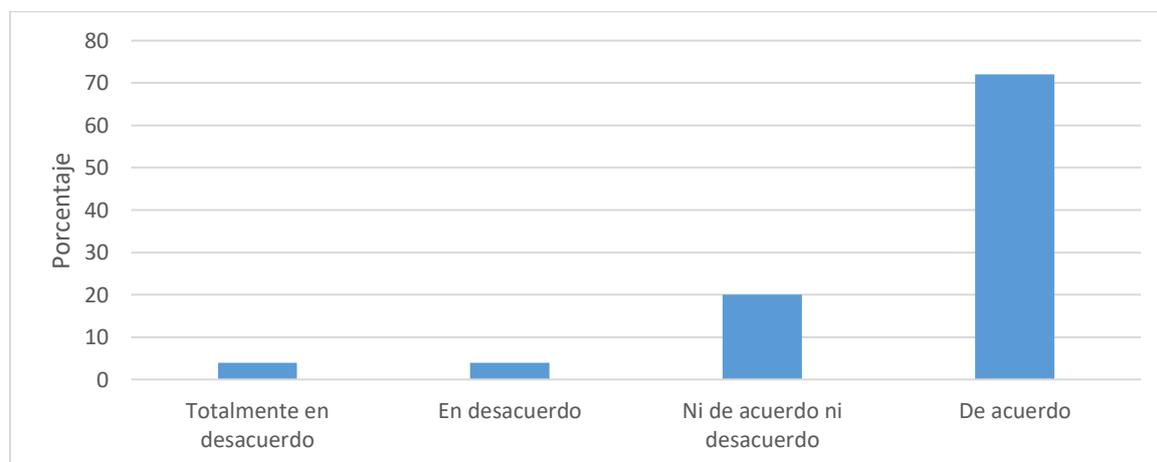
Los ingresos por comisiones provenientes de servicios turísticos se refieren al incremento económico por comisiones que provengan de servicios turísticos.

Tabla 33:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	1	4.0	4.0	8.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	20.0	20.0	28.0
	De acuerdo	18	72.0	72.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los ingresos por comisiones provenientes de servicios turísticos se refieren al incremento económico por comisiones que provengan de servicios turísticos.

Gráfico 17:



Nota en la gráfica se refiere a: Los ingresos por comisiones provenientes de servicios turísticos se refieren al incremento económico por comisiones que provengan de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si Los ingresos por comisiones provenientes de servicios turísticos se refieren al incremento económico por comisiones que provengan de servicios turísticos.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 4% en desacuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 72% de acuerdo.

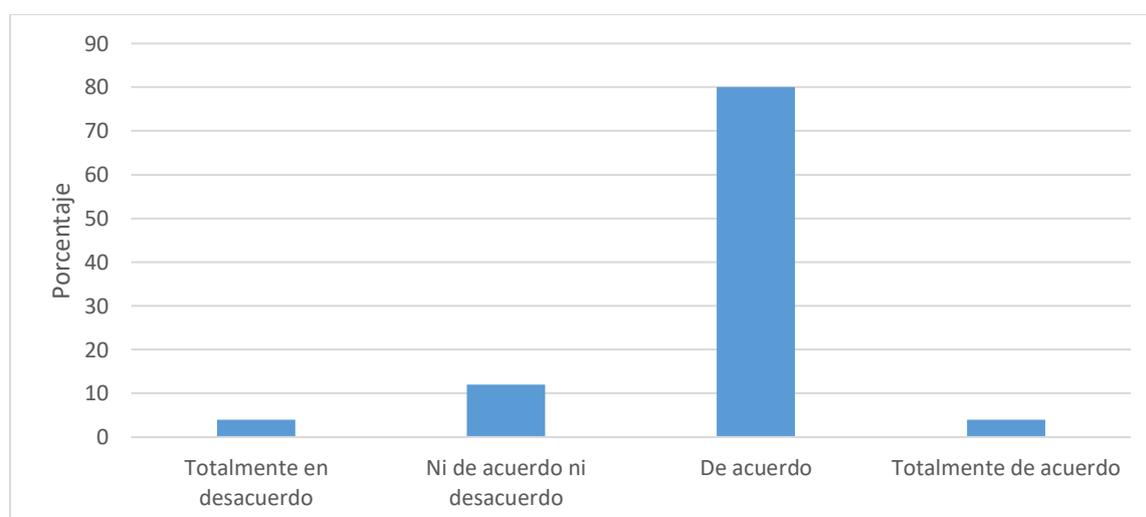
Los egresos por gastos administrativos son aquellos gastos incurridos en la administración de la empresa para la prestación de servicios turísticos.

Tabla 34:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	3	12.0	12.0	16.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	20	80.0	80.0	96.0
	De acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los egresos por gastos administrativos son aquellos gastos incurridos en la administración de la empresa para la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 18



Nota en la gráfica se refiere a: Los egresos por gastos administrativos son aquellos gastos incurridos en la administración de la empresa para la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si Los egresos por gastos administrativos son aquellos gastos incurridos en la administración de la empresa para la prestación de servicios turísticos.; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 80% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

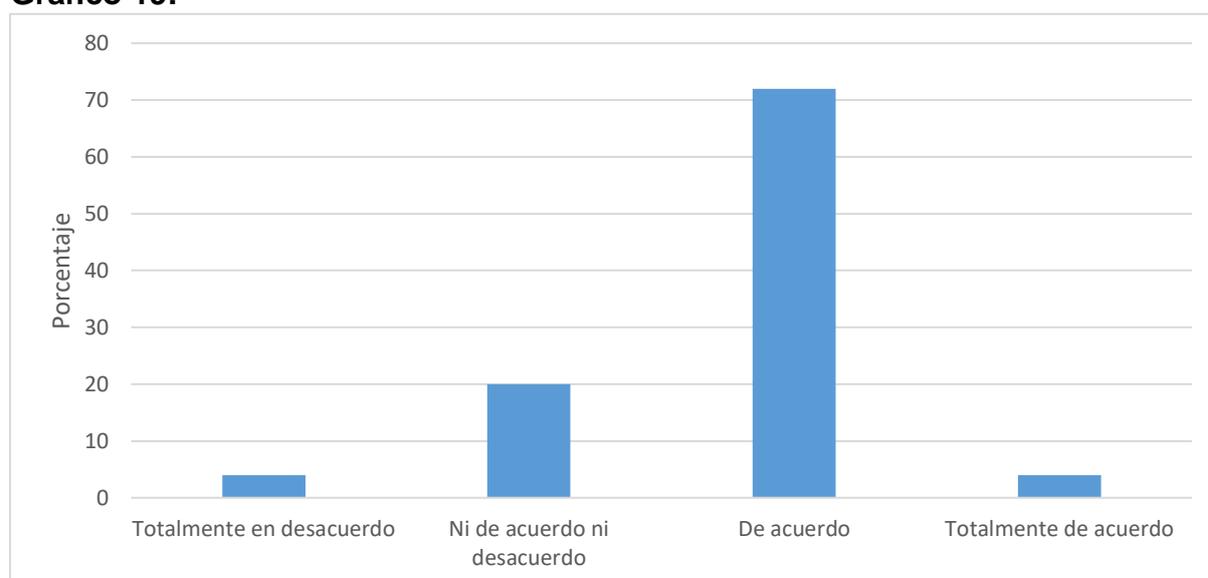
Los egresos por gastos de ventas son aquellos gastos incurridos en la venta por la prestación de servicios turísticos.

Tabla 35:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	5	20.0	20.0	24.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	18	72.0	72.0	96.0
	De acuerdo	1	4.0	4.0	100.0
Total		25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los egresos por gastos de ventas son aquellos gastos incurridos en la venta por la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 19:



Nota en la gráfica se refiere a: Los egresos por gastos de ventas son aquellos gastos incurridos en la venta por la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si Los egresos por gastos de ventas son aquellos gastos incurridos en la venta por la prestación de servicios turísticos; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 72% de acuerdo y 4% totalmente de acuerdo.

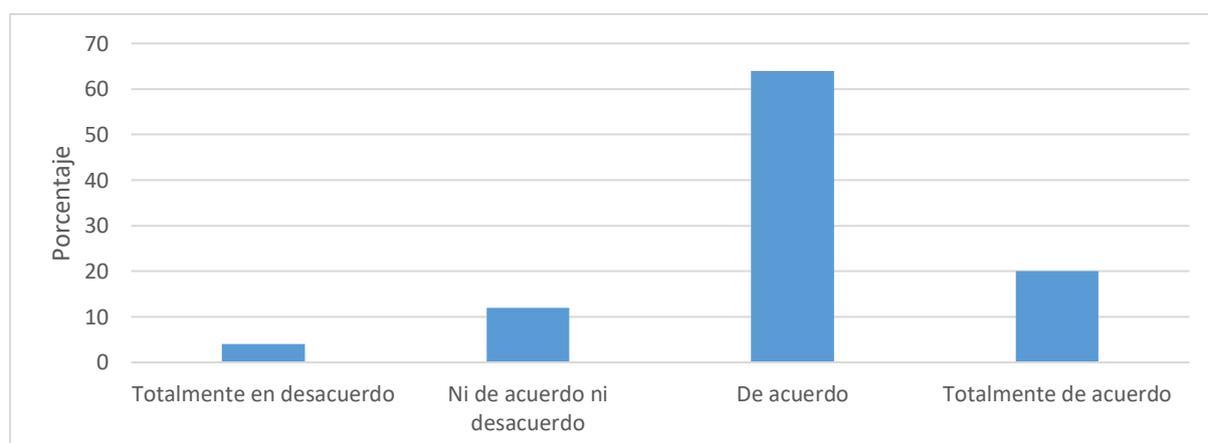
Los egresos por gastos financieros son aquellos gastos económicos deducibles por la prestación de servicios turísticos.

Tabla 36:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	4.0	4.0	4.0
	En desacuerdo	3	12.0	12.0	16.0
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	16	64.0	64.0	80.0
	De acuerdo	5	20.0	20.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Nota en la tabla se refiere a: Los egresos por gastos financieros son aquellos gastos económicos deducibles por la prestación de servicios turísticos.

Gráfico 20:



Nota en la gráfica se refiere a: Los egresos por gastos financieros son aquellos gastos económicos deducibles por la prestación de servicios turísticos.

Interpretación

Para el desarrollo del estudio de investigación se elaboró un cuestionario en el cual contiene 20 interrogantes, la cuales fueron divididas en 2 partes según la conveniencia del investigador, donde 10 de las interrogantes hacen referencia el costo de servicio de las agencias de turismo de la ciudad del Cusco y las otras 10 interrogantes hacen referencia su rentabilidad; es así que este cuestionario fue aplicado a 25 agencias de turismo, donde respondieron a la siguiente interrogante respecto a la afirmación si Los egresos por gastos financieros son aquellos gastos económicos deducibles por la prestación de servicios turísticos; el 4% respondió totalmente en desacuerdo, 12% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 64% de acuerdo y 20% totalmente de acuerdo.

V. DISCUSIÓN

Una vez que ya tenemos los resultados de la información procesada proseguiremos a realizar la discusión para lo cual tendremos en cuenta el objetivo general del estudio fue Determinar la incidencia que existe entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020. Teniendo en cuenta esto se realizó la prueba de fiabilidad haciendo uso del Alfa de Crombrach para lo cual usamos el sistema estadístico del Spss versión 25 el cual nos dio como resultado para su variable costos de servicio una fiabilidad de 0.696 y para su variable rentabilidad se obtuvo una fiabilidad de 0.871. de esto podemos determinar que el trabajo de investigación es confiable ya que se aproxima a 1 lo que indica que el estudio es confiable.

De los resultados conseguidos respecto a si Existe relación entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020, para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.538$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.= 0,017 < 0.05$), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Para definir la investigación diremos que el costo de servicio para Michue, R. (2005), podemos definirlo como todos aquellos conjuntos de gastos necesarios que se requieren para poder prestar un servicio y obtener beneficios económicos para la empresa y mediante ellos poder generar rentabilidad para la empresa beneficiando a los clientes con los gastos que se hayan incurrido para poder prestar el servicio y satisfacer sus necesidades, además Chambergo, I. (2012) El concepto operación del costo de servicios podemos identificar a la mano de obra necesaria para poder prestar el servicio beneficiando a los clientes, y también los costos indirectos necesarios que no influyen directamente en la prestación del servicio requerido por el cliente. lo que guarda relación con la rentabilidad que según Nava, M (2009) La rentabilidad podemos definir como la obtención de resultados al final de las transacciones de costos y gasto, de los que se van beneficiar quienes invirtieron buscando un lucro o beneficio económico, también podemos definir a rentabilidad como el valor porcentual que mide la inversión de la empresa, mientras este valor

porcentual sea más alto la empresa generara mayor rentabilidad frente a sus inversiones y Suárez, B, Suárez, A y Ferrer, M (2008) Dentro de la definición conceptual podemos indicar que rentabilidad comprender como el retorno de la inversión al realizar una serie de actividades económicas costo y gasto, en un tiempo determinado en donde se obtendrá una rentabilidad económica que se refiere a cuanto gano por cada servicio prestado o una rentabilidad financiera refiere al beneficio obtenido después de haber deducido los intereses y gastos financieros.

Conceptos que son corroborados por La Torre, E. y Pastor, S. (2017) determina que el sistema de costos ABC tiene un impacto positivo en la rentabilidad, la cual se determina aplicando los costos de la empresa lo cual muestran mejoras significativas en la rentabilidad. Así mismo Vargas, J. (2016), determina que la implementación del sistema de costos puede mejorar la toma de decisiones de los accionistas, porque el tener acceso oportuno a la información real sobre los costos incurridos permitirá a la empresa sintetizar el cálculo de los costos unitarios y aumentar significativamente su rentabilidad. Por otro lado, Pérez, R (2018) donde termina que la implementación de un sistema de costos tiene un impacto significativo en la rentabilidad, porque los emprendedores carecen de un cierto método de control de costos que les ayude a administrar correctamente el sistema por lo cual no pueden mejorar su rentabilidad

De los resultados obtenidos respecto a si Existe relación entre la Mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020, para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.494$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.= 0,001 < 0.05$), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Corroborado por Lozano, R (2018) que determina que no existe una buena gestión o supervisión de los costos de los servicios, y no tienen en cuenta de la importancia del cálculo de los costos reales de los servicios, por lo que la rentabilidad de la empresa se verá muy afectada. Vega, K (2017) concluye que al aplicar un sistema de costos de servicio presenta un crecimiento importante en la rentabilidad debido a que posibilita optimizar el costo de servicio mediante el control de sus elementos.

De los resultados obtenidos respecto a si Existe relación entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, 2020, para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.506$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.= 0,047 < 0.05$), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Corroborado por Becerra, J y Candelario, Ana (2016) que determina que la rentabilidad de los empresarios ha disminuido considerablemente, esto se ocasionó a raíz del crecimiento de comerciantes informales ya que los precios que ofrecen son relativamente bajos lo que atrae a los clientes. R; López, D. (2018 - 2019) determina que la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica de la empresa se miden en función de los estados financieros, por lo que el uso de estrategias financieras y fiscales determina los cambios positivos en la rentabilidad de la empresa.

De los resultados obtenidos respecto a Existe relación entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.471$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.= 0,001 < 0.05$), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Lo que Corrobora Gómez, K (2019) que la rentabilidad ayuda a definir la solvencia de la organización además de los beneficios de las actividades de la organización, ya que el progreso económico se refleja en la competitividad de la empresa y el crecimiento en el mercado. Además, Garzón, M (2017) determina que, respecto a la rentabilidad, los resultados no son positivos para la empresa porque el capital de los accionistas se invierte considerablemente en terceros además durante el año las condiciones internas y externas de la empresa fueron complejas, lo que dio como resultado pérdidas para la empresa.

De los resultados obtenidos respecto a Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020, para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el

coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.622$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de ($Sig.= 0,007 < 0.05$), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

Concepto corroborado por San Martín, N (2019) concluye que las empresas que no cuentan con un modelo para evaluar el costo de los servicios adecuados, igualmente, carece de conocimiento sobre las medidas de rentabilidad, es decir, no utiliza indicadores financieros que le ayuden a verificar las ganancias y pérdidas que recibe año tras año.

VI. CONCLUSIONES

Al terminar de realizar la investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

- 1.- Se concluye que Existe incidencia entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.538$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, Podemos indicar que los costos de servicios si tienen relación significativa con la rentabilidad, debido a que mientras los desembolsos sean menores se podrá obtener una mejor rentabilidad
- 2.- Se concluye que Existe incidencia entre la Mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.494$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, Mientras mejor manejo se tenga de la mano de obra o un control adecuado del personal relacionado en la prestación de servicios podremos mejorar la rentabilidad de la empresa.
3. Se concluye que Existe relación entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.506$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada. Mientras menores sean desembolsos que se realizan en los costos indirectos necesarios para la prestación de servicios turísticos, la empresa podrá obtener una mejor rentabilidad.
4. Se concluye que Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.471$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, Sabiendo que la rentabilidad económica son todos aquellos gastos necesarios

para la prestación de servicios antes de impuestos y capital financiado podemos indicar que mientras sea menor el costo de servicio requerido para la prestación de servicio se podrá obtener un mayor margen de rentabilidad Económica, o bajar el precio de los servicios para que aumente la venta y aumente la rotación de servicios.

5. Se concluye que Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020 para la validación de la hipótesis general del presente trabajo de investigación mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo como resultado; un valor de ($Rho = 0.622$), lo que indica que existe una correlación positiva moderada, Tener un mejor control del costo de servicio necesario para la prestación del servicio, y saber con precisión la cantidad de requerida de inversión para cada servicio podremos obtener un mejor control de nuestra rentabilidad financiera

VII. RECOMENDACIONES

Para poder dar por finalizado el presente trabajo de investigación podemos aportar las siguientes recomendaciones;

1. Se recomienda a la gerencia de las agencias de turismo. debe de tomar acciones necesarias para poder implementar mecanismos que permitan determinar de manera eficiente el costo de servicio lo que se verá reflejado en un incremento progresivo en la rentabilidad. Si bien el afán de toda empresa es generar un beneficio económico, no se debe dejar de lado los costos que involucren en la consecución de los fines que persigue la empresa.
2. Se recomienda a la gerencia de las agencias de turismo. debe tener un adecuado control de los gastos que se incurran en la mano de Obra, ya que si no hay una contraprestación adecuada afectara de manera directa en la rentabilidad de la empresa, la empresa debe ser consciente que la mano de Obra está directamente relacionada con la prestación del servicio turístico, para lo cual debe contar con personal capacitado e idóneo para la atención de los pasajeros. Implementar mecanismos para poder evaluar el rendimiento del trabajador sean estos directa o indirectamente relacionado con la prestación del servicio, tener una mano de obra eficiente e idónea en cada área de la empresa será imprescindible para mejorar la rentabilidad y la poder lograr una posición en el mercado
3. Se recomienda a la gerencia de las agencias de turismo. tener un control adecuado de los costos indirectos mediante la implementación de mecanismos que permitan medir de manera eficiente los gastos que se realicen para la prestación del servicio y de esta manera poder mejorar la rentabilidad que persiga la empresa. Los costos indirectos que no se regulen o identifiquen adecuadamente podrían generar un desbalance o desequilibrio en la rentabilidad, en donde la empresa podría perder mucho. Por ello se recomienda analizar cada uno de los procesos y los costos que afecten indirectamente en la prestación de servicios ya que son los que menos son considerados al generar el costo de un paquete turístico.
4. Se recomienda a la gerencia de las agencias de turismo. al respecto del costo de servicio y la rentabilidad económica se recomienda que la empresa pueda gestionar de mejor manera todos los desembolsos y tener un control

adecuado mediante mecanismos de control interno para así tener información oportuna y real sobre la rentabilidad. La gerencia deberá implementar mecanismos idóneos de para identificar todos los costos de servicios necesarios que se requieren para la prestación de una unidad del servicio para poder obtener una mejor rentabilidad económica.

5. Se recomienda a la gerencia de las agencias de turismo. tener un mecanismo de control adecuado para poder tener una información precisa y oportuna sobre el costo de servicio, las cuales se verán en la rentabilidad financiera, saber cuánto cuesta prestar un servicio específico ayudara a la gerencia tomar decisiones adecuadas sobre el costo unitario de cada servicio y mejorar los precios para poder ser competitivos en el mercado. Tener un información oportuna, precisa y confiable para los cual se debe de prestar atención a los controles que permitan generar la información de calidad, esto ayudara a la gerencia tomar decisiones para mejorar la rentabilidad financiera.

REFERENCIAS

- Becerra Hidalgo, J., & Candelario Mejía, A. (2016). *“Análisis de la Rentabilidad y el impacto de la Competencia en la producción artesanal del sector textil como fuente en el desarrollo económico del Cantón Milagro, periodo 2010-2014”*. Ecuador:
<http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/2767/1/AN%3%81LISIS%20DE%20LA%20RENTABILIDAD%20Y%20EL%20IMPACTO%20DE%20LA%20COMPETENCIA%20EN%20LA%20PRODUCCI%3%93N%20ARTESANAL%20DEL%20SECTOR%20TEXTIL%20COMO%20FUENTE%20EN%20EL%20DESARROLLO%20ECON%3%9>.
- Carrasco Dias, S. (2019). *Metodología de la Investigación científica*. Lima - Perú: Editorial San Marcos.
- Chambergro Guillermo, I. (2012). *Sistemas de costos : Diseño e implementación en las empresas de servicios, comerciales e industriales*. Lima: Instituto Pacífico .
- Choy, E. (2012). Dilema de los Costos en las Empresas de Servicios. *QUIPUKAMAYOC. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Contables de la UNMSIW*.
- De La Hoz Suárez, B., Ferrer, M., & De La Hoz Suárez, A. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*.
- Garzón González, M. (2017). *Análisis de sostenibilidad, rentabilidad y endeudamiento de SkyNey de Colombia S.A.S a través de indicadores financieros*. Bogotá - Colombia:
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14483/1/An%3%a1lisis%20de%20Rentabilidad%2c%20Liquidez%20y%20Endeudamiento%20de%20SkyNet%20de%20Colombia%20-%20Mariana%20Garz%c3%b3n%20Gonz%c3%a1le.pdf>.
- Gomez Armijos, K. Y. (2019). *“Liquidez Y Rentabilidad De La Empresa " Comercial Guamantex" Del Cantón Arenillas: Una Visión Desde La Planificación Presupuestaria”*. Machala - Ecuador:
http://186.3.32.121/bitstream/48000/14897/1/T-3167_GOMEZ%20ARMIJOS%20KATHERINE%20YOMAR.pdf.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación Científica sexta edición*. México: Editorial Mc Graw Hill Education.
- La Torre Llaque, E., & Pastor Rios, S. (2017). *“Influencia del ABC en la Rentabilidad el Gran Hotel Continental para el periodo 2011 – 2015”*. Cajamarca:
<http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/303/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Lindao Beltrán, R. E., & López Castro, D. M. (2018 - 2019). *“Gestión Tributaria Del Isd En La Rentabilidad De La Compañía Frasco S.A. Frascosa 2013-2017”*. Universidad De Guayaquil; Ecuador:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42097/1/GESTION%20TRIBUTARIA%20DEL%20ISD%20EN%20LA%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20COMPA%3%91IA%20FRASCO%20S.A.%20FRASCOSA%202013-2017.pdf>.

- López , J. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Lozano Blas, R. (2018). *“Costo de servicio y rentabilidad en las empresas de Transporte de Carga Pesada del Callao, 2018”*. Lima: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/33057/Lozano_BRA.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Michue , R. (2005). *Contabilidad Analitica de Costos*. Lima : Asociación Interoamericana del Derecho y la Contabilidad.
- Mowen , M., & Hamsen, R. (2007). *Administracion de Costos*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A.
- Nava Rosillón, M. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista venezolana de Gerencia*.
- Nuño, P. (2017). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/costes-indirectos.html>
- Pedrosa, S. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-financiera-roe.html>
- Peiró, R. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/calidad-2.html>
- Perez , M. (2020). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/mano-obra/>
- Pérez Rojas , R. (2018). *“Sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en el cultivo de zanahoria de los agricultores de la comunidad de Vicso y San Antonio en el 2018”*. Huancayo: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/5214/2/IV_FCE_310_TI_Perez_Rojas_2018.pdf.
- Quiroa, M. (2019). *Mano de obra*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Raffino , M. (2020). Obtenido de <https://concepto.de/rentabilidad/#:~:text=Rentabilidad%20econ%C3%B3mica,los%20costes%20y%20la%20ganancia>.
- Raffino, M. (2020). Obtenido de <https://concepto.de/mano-de-obra/>
- Ruffino , M. (2020). Obtenido de <https://concepto.de/rentabilidad/>
- San Martín Muñoz, N. E. (2019). *“Costos Por Servicios Y La Rentabilidad De La Lavadora Y Lubricadora Adelita Del Cantón Santa Elena, Provincia De Santa Elena, Año 2017”*. La Libertad – Ecuador: <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4958/1/UPSE-TCA-2019-0050.pdf>.
- Sánchez Galán , J. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez Galán , J. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/valor-de-reposicion.html>

- Sánchez Galán , J. (2020). *Economipedia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-costo.html>
- Valencia , J. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/coste-indirecto.html>
- Vargas Alfaro, J. (2016). *"Implantación de un sistema de costos por proceso y su efecto en la rentabilidad de la empresa alpaca color SA"*. Lima:
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/355/1/VARGAS%20ALFARO,%20JHONNATAN%20JACK.pdf>.
- Vázquez Burguillo, R. (2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/depreciacion.html>
- Vega Inga, K. (2017). *Costo por órdenes de servicio y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Mannucci Diesel S.A.C. Año 2016"*. Trujillo:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11643/vega_ik.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Westreicher , G. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/ingresos-y-egresos.html>
- Westreicher, G. (2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-economica.html#:~:text=La%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica%20es%20el,empresa%20por%20las%20inversiones%20realizadas.&text=Es%20decir%2C%20la%20rentabilidad%20econ%C3%B3mica,suele%20expresarse%20como%20un%2>

ANEXOS

Firma Validación del Instrumento de Investigación:

- e la depreciación de las unidades de transporte hace referencia al desgaste que sufren las unidades de transporte por el uso en la prestación de servicios turísticos.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador. Díaz Díaz Donato **DNI:** 08467350

Especialidad del validador: **Tributación**

10 de 01 del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

FIRMADO

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

Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): EXISTE SUFICIENCIA

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

Apellidos y nombres del juez validador. COSTILLA CASTILLO PEDRO CONSTANTE **DNI:** 09925834

Especialidad del validador: **DOCTOR EN ADMINISTRACION**

08 de 01 del 2021

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

FIRMADO

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

Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____ Si hay suficiencia _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Grijalva Salazar Rosario DNI:09629044.....

Especialidad del Política y Derecho Tributario.....

.....de.....del 20.....

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



.....
Firma del Experto Informante.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“INCIDENCIA DEL COSTO DE SERVICIO Y RENTABILIDAD FINANCIERA DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL CUSCO, AÑO 2020”

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la incidencia que existe entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?	Determinar la incidencia que existe entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Existe incidencia entre el Costo de servicio y la Rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.	Variable X:	Tipo de investigación Básica
			Costo de Servicios	Nivel correlacional
			Dimensiones	Método Deductivo/ cuantitativo
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Especificas		
¿Cuál es la incidencia que existe entre la Mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?	Determinar la incidencia que existe entre la Mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Existe incidencia entre la Mano de obra y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Mano de obra	Diseño No experimental transversal
			Costos Indirectos	
			Variable Y:	Población de las agencias de turismo.
¿Cuál es la incidencia que existe entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?	Determinar la incidencia que existe entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020.	Existe incidencia entre los costos indirectos y la rentabilidad de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Rentabilidad	Muestra 25 colaboradores
			Dimensiones	
			Rentabilidad Económica	Técnicas e instrumentos técnica: Encuesta
Rentabilidad Financiera	Instrumento: Test			
¿Cuál es la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?	Determinar la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad económica de las agencias de turismo del Cusco, año 2020		Análisis estadístico SSPS 26
¿Cuál es la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020?	Determinar la incidencia que existe entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020	Existe incidencia entre el costo de servicio y la rentabilidad financiera de las agencias de turismo del Cusco, año 2020,		

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“COSTO DE SERVICIO Y RENTABILIDAD DE LAS AGENCIAS DE TURISMO. DE LA CIUDAD DEL CUSCO, 2019”

Variable X	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Costo de Servicios	Michue (2005) afirma que son todos los desembolsos necesarios para brindar un servicio específico y en el futuro obtener un beneficio económico. En efectos son salidas de dinero con el fin de brindar un servicio que sea satisfactorio al cliente.	Para Chambergo (2012), el costo de servicio, son aquellos gastos en los que se incurren con la finalidad de brindar un servicio determinado, el cual siendo un intangible, no es posible de almacenar o inventariar; por otro lado, se debe considerar que en la producción de dicho intangible intervienen fundamentalmente la mano de obra y materiales indirectos respectivamente.	Mano de obra	Mano de Obra Directa
				Mano de Obra Indirecta
			Costos Indirectos	Costo de Transporte
				Costo de Alimentación
	Costo de Hospedaje			
Variable Y	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Rentabilidad	(Nava, 2009, p.618) La rentabilidad, “es un valor porcentual que mide la eficiencia en las operaciones e inversiones que se realizan en las empresas.	Andrade (2011) indica " la rentabilidad viene a ser la capacidad para generar suficiente capital de trabajo; donde para medir la rentabilidad se considerará la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera"	Rentabilidad Económica	Inversión
				Reposición
			Rentabilidad Financiera	Ingresos
				Egresos

N°	COSTO DE SERVICIOS								RENTABILIDAD									
	MANO DE OBRA					COSTOS INDIRECTOS			RENTABILIDAD ECONÓMICA					RENTABILIDAD FINANCIERA				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	1	1	1	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	5	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	5
4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4
5	5	4	4	1	4	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
7	5	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
8	4	2	2	2	4	4	3	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	3
9	4	2	5	2	4	2	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	5	4
10	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	3	3	4	3
11	4	2	2	1	3	2	2	3	4	4	2	4	3	4	3	5	4	4
12	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
13	3	3	5	5	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5
14	5	3	3	1	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4
15	4	4	4	2	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
16	3	3	4	3	4	3	2	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4
17	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	1	2	3	4	2	4	4	3
18	3	4	3	4	2	4	2	4	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4
20	4	4	2	3	2	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5
22	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
23	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	5
24	4	4	3	3	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4