

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y
SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Tesis

Costo de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad del Cusco, periodo 2023

Asesor:

Dra. Pérez Sánchez, Vilma

Autores:

Umeres Huaman, Ledy

Leva Ramos, Lisbet Roxana

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público

Cusco-Cusco-Perú

2025



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL

Acta N°: 029

En la ciudad de Cusco, a los 15 días del mes de julio del 2025, siendo las 8.35 a.m. horas, se reunieron los integrantes del Jurado designado por Resolución Sub Directoral N° 315-2025-UTEA-FCJCS-EPC de la Escuela Profesional de Contabilidad _____, Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales:

Presidente :	Mag. Molero Castro, Fanny
Dictaminante :	Dra. Zamalloa Puma, Lourdes Magaly
Replicante :	CCP. Ttito Laura, Prisciliano

Para evaluar la sustentación, en la modalidad de:

Tesis Trabajo de suficiencia profesión al

Titulada:

Costo de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad del Cusco, periodo 2023

Desarrollado por el (los) Bachiller (es):

Br.: Umeres Huaman, Ledy
(Apellidos y Nombres)
Br.: Leva Ramos, Lisbet Roxana
(Apellidos y Nombres)

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público
(Denominación del Título)

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) (los) mencionado(a) (s) bachiller (es) fue (ron) **APROBADO (S)**:

Por: Unanimidad
(Unanimidad o Mayoría) (*)

Emitiéndose el calificativo final de:

Bachiller (Apellidos y Nombres)	Calificación (**)
Br. Umeres Huaman, Ledy	Aprobado
Br. Leva Ramos, Lisbet Roxana	Aprobado

Siendo las 10.10 a.m. horas concluyó la sesión, firmando los integrantes del Jurado.

Presidente: Mg. Molero Castro, Fanny
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Dictaminante: Dra. Zamalloa Puma, Lourdes Magaly
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

Replicante: CCP. Ttito Laura, Prisciliano
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)

(Firma)

(*): **Mayoría**: Dos integrantes del jurado aprueban o desaprueban; **Unanimidad**: Todos los integrantes del jurado aprueban o desaprueban, Art.18 RGGAT.

(**): 0 a 10: Desaprobado, 11 a 15: Aprobado, 16 a 18: Aprobado Notable, 19 y 20: Aprobado con Distinción, Art. 18 RGGAT.




11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 9%  Fuentes de Internet
- 0%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Metadatos

Datos del Autor	
Apellidos y nombres	: Umeres Huaman, Ledy
Tipo de Documento de identidad	: DNI
Número de Documento de identidad	: 72095644
ZURL ORCID	:
Apellidos y nombres	: Leva Ramos, Lisbet Roxana
Tipo de Documento de identidad	: DNI
Número de Documento de identidad	: 47235355
URL ORCID	:
Datos del Asesor	
Apellidos y nombres	: Dra. Perez Sanchez, Vilma
Tipo de Documento de identidad	: DNI
Número de Documento de identidad	: 23569219
URL ORCID	: https://orcid.org/0000-0002-6695-3838
Datos de la Investigación	
Facultad	: Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales
Escuela Profesional	: Contabilidad
Línea de Investigación	: Contabilidad Pública, Privada y Negocios
Rango de años en que se realizó la investigación	: Abril 2024 - Julio 2025
Fuente de financiamiento	: Autofinanciado
Porcentaje de similitud	: 11%
URL de OCDE	: https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02

Dedicatoria

Con mucho cariño dedico, el presente trabajo a mi hija: **Gretel Milena** quien fue mi fortaleza a nunca rendirme y culminar satisfactoriamente mi carrera profesional.

A mis padres **Mario e Hilaria**, quienes me apoyaron en mi proceso de formación profesional y a la culminación de la misma.

A mis dos hermanos **Mario Cesar y Elvis** y a mis tres hermanas **Maribel, Elsa y Verónica** que en cada momento estuvieron dándome palabras de aliento para no rendirme brindándome su apoyo incondicional.

Ledy Umeres Huaman

Al concluir esta hermosa etapa universitaria de mi vida quiero agradecer a DIOS y a la virgencita MARÍA, por brindarme la fuerza, sabiduría y resiliencia en cada escalón.

A mis pilares fundamentales; mis hijas **Aurora Munaychaska Condori Leva y Francesca Elizabeth Condori Leva**, ellas fueron el soporte emocional para mi formación profesional, el mismo que me ha permitido llegar a cumplir una de mis metas más importantes

A mis Padres: **Raymundo Leva Ccumo y Bacilia Ramos Garcia**, quienes no se cansaron de inculcarme responsabilidad y compromiso al estudio y al trabajo, gracias a esa confianza brindada cumplí mi promesa a ellos.

Lisbet Roxana Leva Ramos

Agradecimiento

A Dios por darme por darme Salud y dicha de continuar con vida, porque me dio valor y fuerza de voluntad para que siga adelante, por iluminar mi camino que me condujo a mis metas trazadas

A mis padres, a mi hija y hermanos y familiares porque siempre estuvieron ahí apoyándome, pendientes de mí y velaron con vida de ética profesional.

A mis asesores y docentes por todo su apoyo y conocimiento que me dieron a lo largo de este proceso y a toda su paciencia que me tuvieron en todo este transcurso de mi vida.

Ledy Umeres Huaman

Mi sincero agradecimiento a Dios y a mis Padres, quienes me dieron fuerzas para formarme profesionalmente en mi alma mater la UTEA

A mis hijas; **Aurora Munaychaska Condori Leva y Francesca Elizabeth Condori Leva**. Por ser mi motivación constante y permanecer a lado mío en momentos difíciles, transmitiéndome amor cuando más lo necesitaba en esas noches que amanecí estudiando, todo lo hice por ese amor inquebrantable que nos une.

A la doctora **Vilma Perez Sanchez** Por guiarnos, transmitirnos y alarmar todo su conocimiento en nuestro trabajo final. Gracias a mi Alma Mater la UTEA, a sus docentes y compañeros de salón, quienes hicieron inolvidables este ciclo de mi vida, espero coincidamos otra vez ejerciendo nuestra carrera profesional y bregando por un país más equitativo y justo.

Lisbet Roxana Leva Ramos

Resumen

La investigación titulada "Costo de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023" tiene como objetivo principal describir los costos de operación para la fijación de precios en la ruta turística mencionada. Se clasifica como una investigación básica de alcance descriptivo, con un enfoque predominantemente mixto y un diseño no experimental.

La población de estudio está compuesta por las agencias de turismo que operan en la ruta, y se seleccionó una muestra representativa de estas agencias para la recolección de datos. Se utilizó un cuestionario como instrumento de recolección, el cual fue validado mediante un proceso de revisión por expertos y pruebas piloto para asegurar su fiabilidad con un alfa de Cronbach de 0,868.

Los resultados de la investigación evidencian que muchas agencias carecen de metodologías estandarizadas para calcular sus costos de operación, lo que dificulta la fijación de precios competitivos. Se identificaron factores clave que influyen en los costos, y se concluyó que es esencial implementar un modelo de determinación de costos que permita a las agencias optimizar su gestión y mejorar su rentabilidad. Además, se proponen recomendaciones prácticas para fortalecer la competitividad en el mercado turístico, promoviendo al mismo tiempo prácticas sostenibles que respeten el entorno cultural y natural de la región.

Palabras clave: Costos de operación, fijación de precios, competitividad turística, gestión de costos, sostenibilidad.

Abstract

The research entitled "Operating costs for pricing the Seven Colors Mountain tourist route of the tourism operating agencies of the city of Cusco, period 2023" has as its main objective to describe the operating costs for pricing on the aforementioned tourist route. It is classified as a basic research of descriptive scope, with a predominantly mixed approach and a non-experimental design.

The study population is made up of the tourism agencies that operate on the route, and a representative sample of these agencies was selected for data collection. A questionnaire was used as a collection instrument, which was validated through a review process by experts and pilot tests to ensure its reliability with a Cronbach's alpha of 0.868.

The results of the research show that many agencies lack standardized methodologies to calculate their operating costs, which makes it difficult to set competitive prices. Key factors that influence costs were identified, and it was concluded that it is essential to implement a cost determination model that allows agencies to optimize their management and improve their profitability. In addition, practical recommendations are proposed to strengthen competitiveness in the tourism market, while promoting sustainable practices that respect the cultural and natural environment of the region.

Keywords: Operation costs, pricing, tourism competitiveness, cost management, sustainability.

Índice

Portada.....	i
Acta de sustentación.....	ii
Reporte de similitud	iii
Metadatos.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice.....	ix
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras	xiii
Índice de anexos.....	xiv
I Introducción.....	15
II Planteamiento del problema	16
2.1 Descripción y formulación del problema.....	16
2.2 Objetivos de la investigación.....	21
2.2.1 Objetivo General.....	21
2.2.2 Objetivo Específicos	21
2.3 Justificación de la investigación.....	22
2.4 Hipótesis	23
2.5 Variables	23
III Marco teórico	26
3.1 Antecedentes de investigación	26
3.2 Bases teóricas.....	33
3.3 Marco conceptual	42
IV Metodología	44
4.1 Tipo y nivel de investigación.....	44

4.2	Ámbito temporal y espacial	46
4.3	Población y muestra.....	46
4.4	Técnicas e Instrumentos	47
4.5	Procedimientos	48
4.6	Análisis de datos	50
4.7	Consideraciones éticas	50
V	Resultados y discusión.....	51
VI	Conclusiones	96
VII	Recomendaciones	98
VIII	Referencias	102
IX	Anexos	111

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	24
Tabla 2. Estadísticos de fiabilidad	51
Tabla 3. Control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística	52
Tabla 4. Costos de combustible que se consideran dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero	53
Tabla 5. Presupuesto para el mantenimiento y reparación de sus vehículos utilizados. .	55
Tabla 6. Plan de mantenimiento preventivo de los vehículos.....	56
Tabla 7. Los gastos del personal operativo y administrativo.	58
Tabla 8. Implementación de políticas de incentivos para el personal operativo.	59
Tabla 9. El gasto de alimentación del personal operativo.	61
Tabla 10. Presupuesto para el servicio de alimentación.	62
Tabla 11. Los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje.	64
Tabla 12. El gasto de alquiler de local.	65
Tabla 13. Servicios básicos para la prestación del servicio.	66
Tabla 14. Evaluación de la eficiencia de estos servicios en términos de costos.	68
Tabla 15. El pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio.	69
Tabla 16. El pago del SOAT como parte del costo del servicio.....	71
Tabla 17. Consideración de los costos de recarga de extintores en el costo del servicio.	72
Tabla 18. Cumplimiento periódico de la recarga de extintores.....	74
Tabla 19. Asignación de presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística.	75
Tabla 20. Disponibilidad de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística.	77
Tabla 21. Asignación de presupuesto para el equipamiento del botiquín de primeros auxilios.....	78
Tabla 22. Revisión y reemplazo de suministros del botiquín de primeros auxilios.	80
Tabla 23. Inversión en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística.	81
Tabla 24. Análisis de los resultados de las estrategias de marketing y publicidad implementadas.	83
Tabla 25. Costos de operación de la ruta turística Montaña de Siete Colores.	85
Tabla 26. Costos de operación y valor promedio de la ruta turística Montaña de Siete Colores	86

Tabla 27. Determinación de los costos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores	87
Tabla 28. Determinación del precio por el método de costeo para la fijación del precio por pasajero.....	89
Tabla 29. Comparativa de vehículos de 15 pasajeros para ruta Cusco – Montaña de Siete Colores (240 km ida y vuelta)	90

Índice de figuras

Figura 1. Control del gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística.	52
Figura 2. Consideración de los costos de combustible dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero en la ruta turística.	54
Figura 3. Presupuesto destinado al mantenimiento y reparación de vehículos utilizados en las rutas turísticas.	55
Figura 4. Adopción de un plan de mantenimiento preventivo para los vehículos de la ruta turística.	57
Figura 5. Inclusión de los gastos del personal operativo y administrativo en el costo del servicio prestado.	58
Figura 6. Implementación de políticas de incentivos para el personal operativo.	60
Figura 7. Inclusión del gasto de alimentación del personal operativo en el costo del servicio.	61
Figura 8. Presupuesto destinado al servicio de alimentación para turistas.	63
Figura 9. Consideración de los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje para la ruta turística.	64
Figura 10. Inclusión del gasto de alquiler de local en el costo del servicio prestado.	65
Figura 11. Disponibilidad de servicios básicos para la prestación del servicio.	67
Figura 12. Evaluación de la eficiencia de los servicios básicos en términos de costos.	68
Figura 13. Inclusión del pago del seguro vehicular en el costo del servicio prestado.	70
Figura 14. Inclusión del pago del SOAT en el costo del servicio prestado.	71
Figura 15. Inclusión de los costos de recarga de extintores en el costo del servicio.	73
Figura 16. Cumplimiento periódico de la recarga de extintores.	74
Figura 17. Presupuesto destinado a la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística.	76
Figura 18. Disponibilidad de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística.	77
Figura 19. Presupuesto destinado al mantenimiento del botiquín de primeros auxilios. ...	79
Figura 20. Revisión y reemplazo de suministros en el botiquín de primeros auxilios.	80
Figura 21. Inversión en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística.	82
Figura 22. Análisis de los resultados de las estrategias de marketing y publicidad implementadas.	83

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	112
Anexo 2. Documentos que autorizan la aplicación del instrumento.....	113
Anexo 3. Validación de los instrumentos.....	119
Anexo 4. Instrumento de recolección de información	128
Anexo 5. Base de datos	142
Anexo 6. Galería fotográfica.....	143

I Introducción

El propósito principal de este estudio fue "Describir los costos operativos necesarios para la fijación de precios en la ruta turística de la Montaña de Siete Colores, trabajada por agencias de turismo en la ciudad de Cusco durante el año 2023". Para cumplir con este propósito, se integraron fundamentos teóricos de diversos autores que sirvieron de base para definir las variables y respaldar el estudio. La investigación se estructuró en cuatro capítulos, descritos a continuación:

Capítulo II: Este capítulo se enfocó en presentar el problema del estudio, detallando la formulación de los problemas y objetivos específicos. También incluyó la justificación de la investigación, el alcance, el análisis de viabilidad y la identificación de posibles limitaciones.

Capítulo III: Proporciona el contexto teórico necesario al detallar antecedentes, fundamentos y el marco conceptual del estudio. Se exploraron teorías y conceptos clave para fundamentar y orientar el análisis, estableciendo una sólida base teórica.

Capítulo IV: Se elaboró un cuadro operacional de variables, definiendo las variables y dimensiones del estudio, así como sus indicadores e ítems. Además, se explicó la metodología de la investigación, el procedimiento estadístico empleado y los principios éticos que guiaron la realización de la tesis.

Capítulo V: En este último capítulo, se analizaron e interpretaron los datos recopilados sobre los costos operativos para establecer precios en la ruta turística de la Montaña de Siete Colores. Este análisis permitió discutir los resultados y formular conclusiones y recomendaciones alineadas con los objetivos del estudio. Además, se incluyeron anexos que documentan los detalles abordados en la investigación, lo que refuerza la validez y confiabilidad de los hallazgos

II Planteamiento del problema

2.1 Descripción y formulación del problema

2.1.1 Descripción del problema

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2024) a nivel mundial, la industria turística enfrenta múltiples desafíos que impactan su recuperación y crecimiento, entre los cuales destacan la intensa competencia entre destinos, que exige innovación y mejora constante de las ofertas; la fluctuación de precios influida por factores como la inflación, crisis económicas y pandemias, que afectan los costos de transporte y alojamiento; y la necesidad de adaptarse a las tendencias de sostenibilidad, ya que los turistas buscan prácticas responsables que minimicen el impacto ambiental y social. Además, el sector enfrenta el impacto de la inestabilidad económica y geopolítica, con factores como los altos tipos de interés, la volatilidad de los precios del petróleo y conflictos como los de Hamás-Israel o Rusia-Ucrania, que reducen la confianza de los viajeros. A esto se suma el déficit de personal, que complica la respuesta a la creciente demanda de servicios. Estos retos exigen una constante adaptación y resiliencia para asegurar el crecimiento sostenible del sector a largo plazo.

Para Peralta (2022) en América Latina y el Caribe, la industria del turismo, se enfrenta una triple crisis en su estructura productiva, en la igualdad y en el equilibrio ambiental. Estas brechas afectan la sostenibilidad del turismo y se manifiestan en varios retos, entre ellos los costos de operación. Uno de los problemas mencionados es la precarización de los empleos, lo que implica que muchos trabajadores del sector turístico tienen contratos temporales, bajos salarios y poca protección social. Esto no solo afecta la calidad de vida de los trabajadores, sino que también puede incrementar los costos

operativos para las empresas debido a la alta rotación de personal y la necesidad constante de capacitación. Además, la pandemia de COVID-19 ha exacerbado estos problemas, revelando la poca resiliencia del sector ante crisis de gran magnitud y duración. La transformación digital de la industria también representa un desafío, ya que muchas empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), carecen de los recursos y capacidades para adaptarse rápidamente a las nuevas tecnologías, lo que puede aumentar sus costos operativos. Otro aspecto relevante es el impacto del cambio climático y los desastres naturales, que pueden causar daños significativos a la infraestructura turística y aumentar los costos de mantenimiento y reparación. La gestión de recursos naturales, como el agua y la energía, también es un desafío, ya que el turismo puede generar un alto consumo de estos recursos, lo que incrementa los costos operativos y puede llevar a conflictos sociales por el acceso a estos recursos. En resumen, los costos de operación en la industria turística de América Latina están influenciados por la precarización laboral, la necesidad de adaptación tecnológica, y los impactos del cambio climático y la gestión de recursos naturales. Estos factores deben ser abordados en las estrategias de recuperación para lograr un turismo más resiliente y sostenible.

Mientras que para el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2022) aborda la problemática de los costos de operación en el sector turismo, destacando varios aspectos clave que afectan la sostenibilidad y competitividad de la industria. **Baja Asignación Presupuestal:** Se menciona que los gobiernos regionales presentan una baja asignación presupuestal en materia de turismo, lo que limita la capacidad de inversión en infraestructura y servicios turísticos. Esto afecta directamente la calidad de la oferta turística y, por ende, los costos operativos para los prestadores de servicios. **Reglamentos y Normativas:** La necesidad de actualizar los reglamentos y normativas que rigen las actividades turísticas es fundamental. La falta de adecuación a las nuevas tendencias y la burocracia existente pueden incrementar los costos operativos para los establecimientos turísticos, ya que deben cumplir con requisitos que pueden no estar alineados con las

realidades del mercado actual. **Infraestructura Deficiente:** La infraestructura de conectividad, tanto aérea como terrestre, es crucial para el desarrollo del turismo. La falta de inversión en esta área puede resultar en costos adicionales para los operadores turísticos, quienes deben lidiar con condiciones operativas deficientes en aeropuertos y terminales, lo que puede afectar la experiencia del turista y, en consecuencia, la rentabilidad del negocio. **Gestión y Gobernanza:** La falta de un modelo de gestión y gobernanza efectivo en los destinos turísticos puede llevar a una ineficiencia en la operación. La propuesta de crear un Ente Gestor de Destino busca mejorar la coordinación y la gestión de recursos, lo que podría ayudar a reducir costos y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos. **Capacitación y Fortalecimiento Institucional:** La necesidad de capacitar a los actores del sector turístico en áreas como marketing digital y gestión de calidad es esencial para optimizar los costos de operación. La formación adecuada puede llevar a una mejor gestión de recursos y a la implementación de prácticas más eficientes.

También el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023) considera como una problemática de costos de operación en el sector turismo a los desafíos que enfrentan las empresas turísticas para mantener sus operaciones y servicios a un costo razonable. Esto puede incluir el aumento de los costos de los suministros, la energía y los salarios, así como la necesidad de invertir en tecnología y capacitación para mantenerse competitivos. Además, la pandemia de COVID-19 ha aumentado los costos de operación debido a la necesidad de implementar medidas de seguridad y salud adicionales para proteger a los turistas y al personal.

La problemática de los costos de operación en el turismo en Cusco, según Barrio de Mendoza et al. (2020) , se centra en varios aspectos clave que afectan la viabilidad y sostenibilidad del sector. **Altos Costos de Servicios:** Los costos de acceso a atracciones turísticas, como Machu Picchu, son considerados elevados. Por ejemplo, se menciona que el costo de ida y vuelta en tren puede alcanzar los USD 120, lo que se considera caro para el turismo nacional. Esto limita la capacidad de los peruanos para visitar estos lugares

emblemáticos, afectando la demanda interna. Dependencia de Tarifas de Transporte: La recuperación del turismo nacional está condicionada a la reducción de tarifas por parte de las líneas aéreas y servicios de tren. Los operadores turísticos locales expresan la necesidad de que estos costos sean ajustados para hacer el turismo más accesible a los peruanos, lo que a su vez podría estimular la demanda y ayudar a la reactivación del sector. Estrategias de Atractivo: Los actores del sector están considerando estrategias para atraer a turistas nacionales, como la reducción de precios de servicios y entradas. Sin embargo, esto requiere la colaboración de diferentes entidades, incluyendo el Ministerio de Cultura, para que los precios sean más competitivos y accesibles. Impacto de la Pandemia: La crisis provocada por la pandemia ha exacerbado la situación, haciendo que muchos operadores turísticos busquen diversificar sus servicios y adaptarse a nuevas realidades. Esto incluye la necesidad de innovar en la oferta turística para atraer a un público que ahora busca experiencias más significativas y sostenibles. Desigualdad en el Acceso: Existe una preocupación de que un modelo turístico que dependa de grandes operadores podría resultar en un turismo excluyente, donde solo ciertos segmentos de la población puedan acceder a las experiencias turísticas. Se sugiere que un enfoque más local y diversificado podría ser más beneficioso y equitativo.

También Salazar y Vera (2021) afirman que la actividad turística en la Montaña Siete Colores “Vinikunca” tiene un impacto directo en los ámbitos social, económico y ambiental, según la percepción de los participantes. El análisis del potencial turístico, tanto en términos de infraestructura receptiva como de recursos naturales y culturales, indica que, de acuerdo con los pobladores, turistas y agencias de viaje, existe un potencial significativo. Sin embargo, el plan de manejo actual no garantiza una protección adecuada del atractivo. Aunque los niveles de impacto social y económico son mayoritariamente moderados, destacan los efectos negativos en el aspecto ambiental.

Cusco, siendo uno de los destinos turísticos más importantes del Perú, ha visto un aumento significativo en la cantidad de turistas que visitan la región, lo que ha generado

una alta demanda de servicios turísticos. En este contexto, la Montaña de Siete Colores ha emergido como una de las principales atracciones, lo que ha provocado un incremento en las operaciones de las agencias turísticas locales. Sin embargo, las agencias enfrentan serias dificultades para ajustar sus precios de manera adecuada, debido a los elevados costos de operación, que incluyen el transporte hasta el destino, la contratación de personal, los servicios de guías turísticos y las tarifas de ingreso. A esto se suman los costos relacionados con la gestión de la experiencia turística en áreas remotas, donde la falta de infraestructura adecuada y el impacto del turismo en el entorno natural generan la necesidad de mayores inversiones para garantizar la calidad del servicio. Las agencias de turismo de Cusco también enfrentan un entorno altamente competitivo, lo que las obliga a optimizar sus costos operativos sin sacrificar la calidad del servicio. Además, el impacto de factores externos, como las crisis económicas o sanitarias, puede influir en la fijación de precios, ya que las agencias deben adaptar sus estrategias constantemente para mantener su rentabilidad.

La carencia de metodologías estandarizadas para determinar costos de operación para fijar precios en rutas turísticas específicas, como la Montaña de Siete Colores, se presentó como un problema a abordar en la tesis. Se destacó la dificultad de las agencias de turismo para comprender completamente la estructura de costos asociada con la operación de la ruta, identificando claramente los elementos de costos y sus variaciones. Factores externos como condiciones climáticas y regulaciones gubernamentales pueden influir en los costos, y la tesis exploró cómo estas variables afectan y pueden gestionarse.

La competencia entre agencias dificulta la fijación de precios competitivos, y la tesis examinó estrategias para equilibrar competitividad y rentabilidad. La sostenibilidad y responsabilidad social se destacan como aspectos importantes, y la tesis abordó cómo las agencias pueden incorporar prácticas sostenibles en sus operaciones y cómo esto afecta la determinación de costos y precios.

La falta de comprensión de las expectativas y apreciaciones de los turistas sobre el valor de la experiencia turística es un desafío potencial, y la tesis investigó cómo las agencias pueden alinear sus ofertas con estas expectativas. Las fluctuaciones en la demanda turística son también aspectos relevantes que se debe considerar en términos de gestión de costos y fijación de precios.

2.1.2 Identificación y formulación del problema

2.1.2.1 Problema General

¿Cómo son los costos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023?

2.1.2.2 Problemas Específicos

¿Cómo son los costos directos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023?

¿Cómo son los costos indirectos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023?

2.2 Objetivos de la investigación

2.2.1 Objetivo General

Describir los costos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023.

2.2.2 Objetivo Específicos

Describir los costos directos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de

Cusco, periodo 2023.

Describir los costos indirectos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, periodo 2023.

2.3 Justificación de la investigación

Para Yanque (2018), la Montaña de Siete Colores es una maravilla geológica y un ícono representativo y cultural del Perú, siendo un destino turístico popular que atrae a visitantes nacionales y extranjeros interesados en admirar su belleza natural y realizar actividades de turismo de montaña. Además, es una importante área de conservación natural, lo que ha generado preocupación y atención por parte del gobierno y organizaciones no gubernamentales para proteger su ecosistema. En este contexto, la presente investigación tiene una justificación práctica al proporcionar a las agencias de turismo de Cusco un marco para comprender y calcular los costos de operación asociados con la ruta turística, optimizando sus precios, márgenes de ganancia y sostenibilidad económica, lo que impacta positivamente en la economía local y la calidad del servicio. Desde una justificación teórica, aborda la falta de metodologías estandarizadas para la determinación de costos en el turismo, integrando conceptos de contabilidad de costos y fijación de precios, aportando al cuerpo de conocimiento en contabilidad y gestión turística y sirviendo de base para futuras investigaciones. Metodológicamente, emplea un enfoque mixto, con encuestas, entrevistas y análisis contables, lo que asegura la validez y confiabilidad de los resultados y fortalece la base metodológica. Finalmente, en el ámbito social, analiza la interacción entre agencias de turismo, comunidad local y turistas, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad social en el turismo para beneficiar a todos los actores involucrados, mejorando las relaciones comunitarias y la calidad del servicio percibida por los visitantes.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Los costos de operación para la fijación de precios de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco, en el periodo 2023, se determinan sin una estructura contable y de forma empírica, en base a sus experiencias.

2.4.2 Hipótesis específica

Los costos directos de operación representan un componente significativo para una fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores por parte de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco en el periodo 2023.

Los costos indirectos de operación son considerados de manera parcial para una fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores por parte de las agencias operadoras de turismo de la ciudad de Cusco en el período 2023.

2.5 Variables

Costos de operación: Son los gastos necesarios para la prestación del servicio turístico, incluyendo tanto los costos directos como indirectos.

Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TIPO DE VARIABLE	ESCALA DE MEDICION
<p>COSTO DE OPERACIÓN</p> <p>Según Casanova et al. (2021), el costo de operación en los servicios abarca los gastos en insumos, personal y costos indirectos. Una adecuada gestión de estos elementos es clave para optimizar recursos y definir el valor del servicio.</p>	<p>COSTOS DIRECTOS:</p> <p>Definición conceptual:</p> <p>Según Ramírez (2008) los costos directos se vinculan completamente con una actividad, departamento o producto específico.</p> <p>Definición operacional:</p> <p>los costos directos serán medidas a través de las siguientes dimensiones: combustible, mantenimiento vehicular, servicios de alimentación, honorarios, servicios de alquiler, pago de servicios, utilizando una escala de</p>	Combustible:	1. ¿Llevan un control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística?	Cualitativo	<p>ESCALA DE LIKERT</p> <p>Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)</p>
			2. ¿Los costos de combustible se consideran dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero de la ruta turística?	Cualitativo	
		Mantenimiento Vehicular:	3. ¿Destina Usted un presupuesto para el mantenimiento y reparación de sus vehículos utilizados en las rutas turísticas?	Cualitativo	
			4. ¿Sigue un plan de mantenimiento preventivo de los vehículos de la ruta turística?	Cualitativo	
		Honorarios:	5. ¿Considera usted los gastos del personal operativo y administrativo como parte del servicio que presta?	Cualitativo	
			6. ¿Implementan políticas de incentivos para el personal operativo?	Cualitativo	
		Servicios de Alimentación:	7. ¿El gasto de alimentación del personal operativo forma parte del costo del servicio?	Cualitativo	
			8. ¿Destina usted presupuesto para el servicio de alimentación para los turistas?	Cualitativo	
		servicios de alquiler	9. ¿Toma en cuenta los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje (bastones, mantas; ponchos de lluvia) para la ruta turística?	Cualitativo	
			10. ¿Además de lo anterior considera el gasto de alquiler de local en el servicio que se presta?	Cualitativo	

Likert de 1 a 5 donde 5 es siempre, 4 es casi siempre, 3 es a veces, 2 es casi nunca y 1 es nunca.	Pago de Servicios:	11. ¿Cuenta con los siguientes servicios básicos (internet, electricidad, agua, etc.) para la prestación del servicio?	Cualitativo	ESCALA DE LIKERT Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
		12. ¿Evalúa la eficiencia de estos servicios en términos de costos? revisar	Cualitativo	
Seguro Vehicular:	13. ¿Considera el pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio que presta?	Cualitativo		
	14.- ¿Considera usted el pago del SOAT como parte del costo del servicio que presta?	Cualitativo		
Extintor:	15. ¿Los costos de recarga de los extintores se toma en cuenta en el costo del servicio?	Cualitativo		
	16. ¿Esta actividad de recarga de extintores se cumple en forma periódica?	Cualitativo		
Oxígenos:	17. ¿Asigna un presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística?	Cualitativo		
	18. ¿Dispone de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística?	Cualitativo		
Botiquín de Primeros Auxilios:	19. ¿Destina presupuesto para mantener equipado el botiquín de primeros auxilios?	Cualitativo		
	20. ¿Revisa y reemplaza los suministros necesarios del botiquín de primeros auxilios?	Cualitativo		
Marketing y Publicidad:	21. ¿Invierte en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística?	Cualitativo		
	22. ¿Analizan los resultados de las estrategias implementadas en marketing y publicidad?	Cualitativo		

III Marco teórico

3.1 Antecedentes de investigación

3.1.1 *A nivel internacional*

De acuerdo a Almachi (2019) en su investigación titulada “Procedimiento de costeo a la operadora de turismo Journeyfleet Cía. Ltda.”, realizada para obtener el título de Licenciado en Contabilidad Pública y Auditoría en la Universidad Tecnológica Israel en Ecuador, se plantea como objetivo principal diseñar un procedimiento que permita la asignación adecuada de costos por los servicios prestados en paquetes turísticos. La investigación, de tipo aplicada, se desarrolló con un enfoque mixto y utilizó un método deductivo-analítico de nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. La población estuvo compuesta por el personal de la operadora de turismo Journeyfleet Cía. Ltda., siendo esta también la muestra. Se emplearon técnicas de observación, entrevistas y encuestas, utilizando como instrumentos una guía para entrevistas y encuestas dirigidas a los empleados y directivos de la empresa. Los resultados revelaron que la operadora no contaba con un procedimiento sistemático para clasificar e identificar los componentes del costo, lo que generaba incertidumbre en la rentabilidad de los paquetes turísticos ofrecidos. Sin embargo, al implementar un procedimiento de costeo por órdenes de servicios, se facilita la identificación, registro y control adecuados de los elementos del costo. La fijación de precios se realiza en función de la calidad del servicio, pero sin un método específico, lo que resulta en precios que no siempre cubren completamente los costos, afectando así la utilidad final de la empresa.

Según el trabajo de investigación de Costerg (2021), titulado “Análisis de la estructura de costos del hotel Howard Johnson Plaza en Villa Carlos Paz”, presentada para

optar al título de Contador Público en la Universidad Siglo 21 en Argentina, se planteó como objetivo realizar un análisis exhaustivo de los costos y gastos del hotel, con el fin de identificar áreas de mejora en la gestión interna. El estudio es de tipo descriptivo y se basa en un diseño cuantitativo que implicó la recolección y análisis de datos financieros vinculados a la operación del hotel. El enfoque del estudio se centra en evaluar la estructura de costos, utilizando herramientas como análisis de estados contables y clasificaciones de costos. Las conclusiones del trabajo incluyen la identificación de factores que impactan significativamente en la rentabilidad del hotel, así como recomendaciones para optimizar recursos y gestionar los costos de manera eficiente. Se destacan acciones específicas para el análisis de costos, la implementación de un sistema de costeo adecuado y la importancia del control de inventarios. Además, se subraya la relevancia de la capacitación del personal en materia de costos y la necesidad de un análisis continuo para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, lo que a su vez puede influir en la satisfacción del cliente y la competitividad del hotel en el mercado.

Según Cabrera et al. (2023), en su investigación para obtener el título de Contaduría Pública en la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia, titulada “Implementación de un sistema de costos en los alojamientos turísticos rurales del municipio de San Agustín, Huila”, se planteó como objetivo determinar el valor que generan mensualmente los hospedajes para establecer el precio de estos en el municipio. El estudio es de tipo descriptivo y cuantitativo, con un diseño que incluyó la recolección y análisis de datos numéricos relacionados con los costos de operación de los alojamientos turísticos. El enfoque del estudio fue identificar y analizar los costos directos e indirectos asociados a la prestación del servicio en los alojamientos seleccionados, utilizando instrumentos como entrevistas y encuestas aplicadas a diferentes establecimientos. Las conclusiones del trabajo incluyen la identificación de factores que afectan significativamente los costos en los alojamientos, así como recomendaciones para implementar un sistema de costos que optimice la gestión financiera y mejore la rentabilidad de los servicios ofrecidos. Además,

se destacan posibles efectos sobre la fijación de precios, la competitividad de los alojamientos y la sostenibilidad del turismo en la región, subrayando la importancia de un manejo adecuado de los costos para la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico.

También según Llumiquinga (2019), en su investigación para obtener el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Estatal Península de Santa Elena de Ecuador, titulada “Análisis comparativo de los costos de operación del sistema de transporte público entre dos rutas que conectan al Valle de los Chillos con el sur de la ciudad de Quito: Ruta 1: Sangolquí – Avenida General Rumiñahui – Quitumbe; Ruta 2: Sangolquí – Vía Conocoto – Quitumbe”, se planteó como objetivo realizar un análisis comparativo de los costos de operación entre ambas rutas. El estudio es de tipo comparativo de costos, con un diseño cuantitativo que implicó la recolección y análisis de datos numéricos vinculados a los costos de operación. El enfoque del estudio fue analizar y comparar los costos operativos de las compañías de transporte en las rutas seleccionadas, utilizando instrumentos como cuestionarios y bases de datos. Las conclusiones del trabajo incluyen la identificación de factores que afectan significativamente los costos de operación en ambas rutas, así como recomendaciones para optimizar recursos y gestionar los costos de manera eficiente en las compañías de transporte. Además, se destacan posibles efectos sobre la planificación de rutas, asignación de recursos y fijación de tarifas en el sistema de transporte. Se subraya también la relevancia del tiempo de viaje en la percepción y elección de los usuarios del transporte público, y su impacto en la productividad y calidad de vida.

3.1.2 A nivel nacional

Por otra parte, Morales y Rodríguez (2022) en su investigación titulada "Costos de Operación y Fijación de Precios de la Empresa de Transporte Turístico Avalos Tours E.I.R.L. Periodo 2017", realizada para optar al título de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco, tuvieron como objetivo principal determinar los costos de operación y

establecer el precio de servicio de la empresa de transporte turístico Avalos Tours E.I.R.L. en la ruta Valle Sagrado full day (1 día) durante el año 2017. La investigación utilizó un método básico con enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y un alcance descriptivo, ya que su objetivo era analizar los costos operativos y precios de los servicios. La población de estudio estuvo compuesta por la empresa y su información contable sobre los costos. Las técnicas de recolección de datos empleadas fueron el análisis documental y el análisis de datos. Los instrumentos utilizados fueron la ficha de obtención de información y la ficha de determinación de precios, además de utilizar Excel para procesar y analizar los datos. Las conclusiones indicaron que la empresa no tiene el conocimiento adecuado para aplicar una estructura de costos operativos, ya que basa los cálculos en la experiencia, estableciendo los precios según un promedio de costos por vehículo, lo que podría llevar a una fijación de precios inapropiada. Se recomendó implementar una estructura de costos operativos adecuada para determinar los precios de forma más precisa y justa, así como realizar un seguimiento constante de los costos y precios para poder ajustarlos oportunamente y mantener la rentabilidad.

Por otra parte, Ccori (2023) en su investigación titulada "Incidencia del Control de Costos de Servicios Turísticos en la Rentabilidad en las Agencias de Viaje del Cusco", realizada para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Andina del Cusco, tuvo como objetivo principal determinar la incidencia del control de costos de servicios turísticos en la rentabilidad de las agencias de viaje en la región del Cusco durante el año 2023. La investigación utilizó un método aplicado con enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y un alcance descriptivo, ya que su objetivo era analizar la relación entre el control de costos y la rentabilidad. La población de estudio estuvo compuesta por 30 agencias de viaje, y se utilizó un cuestionario como técnica de recolección de datos, validado por expertos. Los resultados mostraron que la significancia fue de .001, menor a .05, lo que indica una correlación directa moderada entre el control de costos de servicios y la rentabilidad. Se concluyó que un mayor control sobre los costos

de servicios en las agencias de viaje podría mejorar el rendimiento económico. Se recomendó implementar un sistema de control de costos más riguroso y realizar un seguimiento constante de los costos y la rentabilidad para optimizar la gestión financiera de las agencias de viaje.

Por otra parte, Cusihuaman (2022), en la tesis titulada "Los costos de servicios de transportes y la rentabilidad, caso: empresa Arone Travel Tours EIRL., periodo 2021", para optar al título de Contadora Pública en la Universidad José Carlos Mariátegui, se tuvo como objetivo principal determinar los costos de la prestación de servicios de transporte y el índice de rentabilidad de la empresa Arone Travel Tours EIRL durante el año 2021. La investigación se llevó a cabo utilizando un método básico con enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y un alcance descriptivo, ya que se buscaba analizar los costos de prestación de servicio y su impacto en la rentabilidad. La población de estudio estuvo compuesta por la empresa y su información contable relacionada con los costos. Las técnicas de recolección de datos empleadas incluyeron el análisis documental y el análisis de datos. Los instrumentos utilizados fueron la ficha de obtención de información y la ficha de determinación de costos, además de utilizar Excel para procesar y analizar los datos. Las conclusiones indicaron que los costos de prestación de servicio de la empresa Arone Travel Tours EIRL presentaron un efecto negativo en la determinación de la rentabilidad, ya que fueron determinados de manera inadecuada, sin considerar los costos indirectos en el cálculo total. Se recomendó implementar una contabilidad de costos adecuada para mejorar la determinación de la rentabilidad y realizar un seguimiento constante de los costos para facilitar la toma de decisiones y optimizar la rentabilidad.

Según Ñiquen (2021), en su investigación para obtener el título de Contador Público en la Universidad Nacional de Trujillo, titulada "Costo del paquete turístico en el sinceramiento de la fijación de precios de Minorte Travel S.A.C., Trujillo 2020", se planteó como objetivo determinar la incidencia del costo del paquete turístico en la honestidad de la fijación de precios. El estudio es de tipo analítico e inductivo, con un diseño que implicó

la recolección y análisis de datos relacionados con los costos de operación del paquete turístico. La metodología utilizada incluyó la revisión del acervo documental administrativo y contable de la empresa, así como entrevistas a trabajadores, lo que permitió conocer los procesos y procedimientos utilizados en la determinación del costo del paquete. Las conclusiones del trabajo indican que el sistema de costos implementado permitió identificar los costos directos e indirectos del paquete turístico, que se establecieron en S/ 413.69, y con ello se fijó el precio del paquete en S/ 550.50. Se concluye que el costo del paquete turístico incide positivamente en la honestidad de la fijación de precios de Minorte Travel S.A.C., lo que sugiere la importancia de un adecuado control de costos para la gestión empresarial. Además, se destacan recomendaciones para mejorar la transparencia en la fijación de precios y la gestión de costos, lo que podría tener un impacto significativo en la competitividad y sostenibilidad de la empresa en el sector turístico. Se subraya también la relevancia de un sistema de costos bien estructurado en la toma de decisiones estratégicas y en la satisfacción del cliente.

3.1.3 A nivel regional y local

Por otro lado, Aviles y Quispe (2017) en su investigación “Costos de operación y fijación de precios de la empresa de transporte turístico Avalos Tours E.I.R.L. periodo 2017” para optar el título profesional de Contador Público de la Universidad Andina del Cusco indican en su estudio que como objetivo principal fue determinar los costos de operación y fijar el precio de servicio de la empresa de transporte turístico Avalos Tours E.I.R.L. de la ruta Valle Sagrado full day (1 día) durante el periodo 2017. El método utilizado en la investigación es de tipo básico, con un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental y alcance descriptivo, ya que busca determinar los costos operativos y precios de servicios para someterlos a un análisis. La muestra y población en la investigación es la empresa con información contable sobre los costos. Las técnicas de recolección de datos utilizadas en la investigación son el análisis documental y el análisis de datos. Los instrumentos de recolección de datos incluyen la ficha de obtención de información y la ficha de

determinación del precio, así como el uso de Excel para el procesamiento y análisis de los datos. Las conclusiones son que la empresa no cuenta con el conocimiento adecuado para aplicar una estructura de costos de operación, ya que los calculan en base a su experiencia, determina los precios en base al promedio de costos que realizan por cada vehículo, lo que puede llevar a una fijación de precios inadecuada. Debe implementar una estructura de costos de operación adecuada para poder determinar los precios de manera más precisa y justa, realice un seguimiento constante de sus costos y precios para poder ajustarlos de manera oportuna y mantener su rentabilidad.

Así mismo para Navarrete y Conto (2018) en su investigación para optar por el título de Contador Público en la Universidad Andina del Cusco, el estudio tiene como objetivo principal analizar "Los costos de operación en los servicios turísticos del santuario histórico Machupicchu y la fijación de precios en la empresa Andean World Expedition's E.I.R.L." Para llevar a cabo esta investigación descriptiva, se utilizó una muestra de 384 turistas que visitaron Machupicchu durante el período de estudio. Se aplicaron encuestas y entrevistas tanto a los turistas como a los empleados de la empresa Andean World Expedition's E.I.R.L. Los resultados mostraron que los costos operativos en los servicios turísticos del Santuario Histórico Machupicchu son elevados, debido a la falta de infraestructura y servicios básicos en la zona. Asimismo, se observó que la empresa Andean World Expedition's E.I.R.L. emplea una estrategia de fijación de precios basada en la modalidad de pool, lo que afecta principalmente a los pasajeros FITS, tanto individuales como familiares, que visitan Machupicchu. Como conclusión, se recomienda a la empresa mejorar la infraestructura y los servicios básicos en la zona, así como revisar sus estrategias de fijación de precios para optimizar la experiencia de los turistas.

También para Álvarez (2021), en su investigación titulada "Costo del paquete turístico en la ruta del camino inca a Machupicchu y la fijación de precios de la agencia Cusco Explorers, periodo 2017", realizada para obtener el título de Contador Público en la Universidad Andina del Cusco, el objetivo principal fue determinar el costo y la fijación de

precios del paquete turístico ofrecido por la agencia Cusco Explorers en la ruta del Camino Inca a Machupicchu durante 2017. La investigación se llevó a cabo con un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental y transversal. Se emplearon técnicas de recolección de datos como la revisión documental y entrevistas, así como instrumentos de observación. En este estudio, no se manipularon deliberadamente las variables, ya que se trató de una investigación no experimental. Los resultados mostraron que la agencia utiliza un sistema de costeo basado en actividades para calcular el costo del paquete turístico, y que los precios se fijan considerando factores como la temporada turística, la competencia en el mercado y los costos operativos. La conclusión indica que, aunque la agencia tiene una estructura administrativa y contable que facilita el cálculo de costos, la fijación de precios se realiza de forma empírica y sin un enfoque técnico. Se recomienda a Cusco Explorers implementar un sistema más estructurado y técnico para la fijación de precios y el costeo, con el fin de mejorar su competitividad y desempeño económico.

3.2 Bases teóricas

3.2.1 Contabilidad de costos.

Según Ramirez (2008) se trata de un sistema de información diseñado para organizar, acumular, supervisar y asignar costos, con el objetivo de calcular los costos relacionados con actividades, procesos y productos. Este sistema busca facilitar la toma de decisiones, así como la planificación y el control administrativo.

3.2.1.1 Costo de operación

Según Casanova et al. (2021), el costo de operación se define como el conjunto de costos necesarios para adquirir materiales y partes, así como el esfuerzo y los procesos involucrados en la obtención de un bien tangible o intangible. Estos costos están compuestos por tres elementos esenciales: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos. Además, se resalta que son determinantes para fijar el valor final del bien

o servicio producido, y que una gestión eficiente de los mismos puede contribuir a la reducción de gastos innecesarios durante el proceso de producción.

Mientras que para Polimeni (1997) es el método de costeo por operaciones que busca reunir, cuantificar y asignar costos a los productos elaborados mediante procesos de producción divididos en operaciones, lo cual resulta en grandes lotes de productos similares, pero no idénticos. También conocido como costeo por órdenes de trabajo.

3.2.1.2 Costo

Por otra parte, Casanova et Al. (2021) Define como la inversión o gasto destinado como recurso financiero para producir un producto que genere beneficio. Además, se menciona que el costo también representa una oportunidad de beneficio cuando se gestiona bajo las mejores alternativas.

Del mismo modo para Berni et Al. (2018) Los costos son desembolsos económicos destinados a asegurar la calidad necesaria en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Estos costos engloban áreas como marketing, proyectos, diseño, compras, producción y asistencia técnica. Su propósito principal es garantizar que el producto satisfaga los requisitos del cliente y la sociedad, contribuyendo así a maximizar los beneficios de la empresa.

3.2.2 Clasificación de costos

Según Ramírez (2008) clasifica de la siguiente manera:

3.2.2.1 De acuerdo con su identificación con una actividad, departamento o producto:

3.2.2.1.1 Costos directos

De acuerdo a Ramírez (2008) se vinculan completamente con una actividad, departamento o producto específico. Mientras que para Balanda (2005) los costos directos corresponden a aquellos elementos que forman parte del producto de manera tangible o implican una acción directa sobre él o sobre la prestación de un servicio. Un ejemplo claro

de costo directo es la materia prima, dado que su integración física en el producto final es incuestionable. De igual manera, la mano de obra empleada en el proceso productivo y la pintura utilizada en la fase de acabado de un artículo, como un escritorio, también constituyen costos directos.

a) Combustible.

Para Boulandier et al. (2001) Un combustible es cualquier sustancia que libera energía a través de una combustión controlada (energía química) o mediante la fisión nuclear (energía nuclear), siendo capaz de convertir su contenido energético en trabajo. También puede referirse a cualquier sustancia que pueda quemarse bajo condiciones específicas, requiriendo un comburente y una energía de activación.

b) Mantenimiento vehicular.

Según Gómez (2021) El mantenimiento vehicular comprende actividades planificadas para asegurar el correcto funcionamiento y la durabilidad de los vehículos. Se divide en mantenimiento preventivo, realizado antes de que ocurran fallas, y mantenimiento correctivo, para corregir problemas existentes. El mantenimiento preventivo busca prevenir averías, mantener el vehículo en óptimas condiciones y prolongar su vida útil, mientras que el correctivo se enfoca en reparar fallas.

c) Honorarios

De acuerdo a Terzakyan (2022) el honorario es la compensación que recibe un profesional independiente por los servicios que ofrece de manera intermitente o temporal, sin establecer una relación de trabajo formal. Así mismo para la SUNAT (2017) El Recibo por Honorarios es un comprobante de pago emitido por personas naturales que prestan servicios de forma independiente, para recibir ingresos clasificados como rentas de cuarta categoría según la Ley. Profesionales como abogados, contadores, médicos, odontólogos, ingenieros y arquitectos utilizan este documento al ofrecer sus servicios, incluso si son gratuitos.

d) Servicios de alimentación

Para Caballero (2016) se refiere a la preparación de alimentos para una cantidad específica de personas, que excede el tamaño típico de un hogar. También puede ser conocida como alimentación en grupo o alimentación colectiva.

e) Servicios de alquiler Oficina

La empresa tu Abogado Inmobiliario (2024) define como un acuerdo de arrendamiento de un espacio comercial o empresarial, aplicable a construcciones destinadas principalmente a actividades distintas de la vivienda. Por lo general, estos inmuebles se utilizan para llevar a cabo actividades comerciales, industriales o educativas con fines de lucro. También para la empresa Lima Cargo City (2024) Optar por el arrendamiento de oficinas puede ser una medida estratégica para impulsar tu empresa y optimizar el ambiente laboral. Tener acceso a un espacio de trabajo adecuado conlleva múltiples beneficios que favorecen el desarrollo, la eficacia y la reputación de tu organización.

f) Pago de servicios (Luz, agua e internet).

De acuerdo a UNCUYO (2020) es el proceso para abonar los servicios esenciales como electricidad, gas, agua, impuestos municipales, irrigación, correo, telefonía, internet y otros, basado en el consumo real de cada servicio o criterios específicos de facturación.

3.2.2.1.2 Costo indirecto

Para Lujan y Abanto (2024) los costos indirectos representan aquellos gastos que no se pueden asignar de manera directa a un servicio específico, pero que son necesarios para su prestación efectiva. Estos incluyen los sueldos del personal administrativo, alquiler y mantenimiento de las instalaciones, servicios públicos, licencias de software, y suministros comunes. Estos costos se acumulan en centros de costos generales y luego se distribuyen según una base de asignación apropiada (horas-servicio, superficie, número de clientes atendidos, etc.)

Mientras que para Balanda (2005) los costos indirectos son aquellos cuyo vínculo con el objeto de costeo no es claramente identificable. Por ejemplo, el gasto asociado al funcionamiento de la Gerencia de Fábrica es un costo indirecto en relación con el producto final.

Algunos de los costos indirectos son:

a) Seguro vehicular

Para Superintendencia de banca, seguros y AFP (2015) El Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT) proporciona protección en caso de muerte o lesiones corporales a las personas dentro o fuera de un vehículo automotor debido a accidentes de tránsito, definidos como eventos repentinos, inesperados y violentos que ocurren en movimiento o en reposo, en vías públicas.

b) Recarga del extintor.

Para la empresa Equipos Contra Incendio Super (2024), recargar un extintor implica rellenar el recipiente con el agente extintor que se ha utilizado previamente, junto con la reposición del gas propulsor necesario para generar la presión requerida y garantizar su funcionamiento efectivo. Según la norma técnica de la Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales no Arancelarias - INDECOPI (2011), Cada cinco años, según lo requerido para una prueba hidrostática, todos los extintores deben ser descargados por completo y sometidos a los procedimientos de mantenimiento establecidos en la normativa correspondiente.

c) Oxígeno

El término "oxígeno medicinal" para Tarazona (2020) se refiere a una combinación de gases que contiene una proporción de oxígeno generalmente igual o superior al 93%, y es comúnmente recetado a pacientes que requieren ventilación mecánica en unidades de cuidados intensivos. También Tetamanti (2006) menciona que la presión atmosférica decrece de manera exponencial conforme se aumenta la altitud desde el nivel del mar. La

proporción de oxígeno en el aire inspirado, denominada FiO_2 , varía en función de la presión atmosférica.

d) Botiquín de primeros Auxilios.

De acuerdo a la Fundación Asociación para la Cooperación y Desarrollo Comunal de El Salvador (2019), un botiquín es un recipiente diseñado para almacenar los medicamentos, herramientas y suministros esenciales necesarios para administrar los primeros auxilios, con el propósito de salvar vidas y prevenir complicaciones derivadas de accidentes.

e) Marketing y publicidad.

En términos generales para Kotler y Armstrong (2013) el marketing define como un proceso social y de gestión que permite a individuos y organizaciones satisfacer sus necesidades y deseos mediante la creación y el intercambio de valor con otros. En un contexto empresarial más específico, el marketing implica establecer relaciones de intercambio mutuamente beneficiosas y valiosas con los clientes. Por lo tanto, podemos definir el marketing como el proceso a través del cual las empresas proporcionan valor a sus clientes y desarrollan relaciones sólidas con ellos para, a su vez, obtener valor de los clientes. Mientras tanto para Wells et al. (2007) La publicidad es una forma de comunicación persuasiva pagada que emplea medios masivos e impersonales, así como otras formas de comunicación interactiva, con el fin de alcanzar a una gran audiencia y establecer una conexión entre un patrocinador identificado y su público objetivo.

3.2.2.2 De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia de un costo:

a) Costos Controlables: Son aquellos sobre los cuales una persona en cierto nivel tiene la autoridad para decidir si se incurre en ellos o no. A medida que se asciende en la jerarquía organizacional, generalmente se vuelve más factible controlar estos costos. No siempre coincide con los costos directos; por ejemplo, el

suelo del director de producción puede ser directo para su área, pero no controlable por él. Estos costos son esenciales para sistemas de contabilidad por áreas de responsabilidad y otros controles administrativos.

b) Costos No Controlables: En ciertas situaciones, no se tiene autoridad sobre los costos en los que se incurre, como en el caso de la energía eléctrica que varía de mes en mes.

3.2.2.3 De acuerdo con su comportamiento:

a) Costos Variables: Cambian directamente con la actividad o volumen, como la materia prima en producción y las comisiones en ventas.

b) Costos Fijos: Permanecen constantes en un rango de tiempo o actividad relevante, independientemente de los cambios en el volumen. Se divide en costos fijos discrecionales, susceptibles de modificación (por ejemplo, sueldos), y costos fijos comprometidos, inalterables (por ejemplo, depreciación de maquinaria y contratos de arrendamiento a largo plazo).

c) Costos Semivariantes: También llamados "semifijos" o mixtos, tienen una parte fija y una variable. Ejemplos incluyen servicios públicos como electricidad y teléfono, que tienen una tarifa fija más un costo variable basado en el uso (kilovatios, minutos de llamadas).

3.2.3 El precio

3.2.3.1 Fijación de precios

Según Pérez y Gardey (2023) la fijación se refiere a la acción de establecer o asegurar algo, ya sea limitándolo o haciéndolo estable. Este término se emplea para describir la determinación precisa de un elemento. En el contexto de la fijación de precios, se alude al precio que un vendedor asigna a un producto en el mercado. Los precios son regulados por el mecanismo de oferta y demanda: si la demanda es alta, los precios suben hasta que alcanzan un nivel demasiado alto y la demanda disminuye; cuando los precios

bajan, la demanda vuelve a crecer. No obstante, cada productor o vendedor tiene la facultad de establecer el precio que considere conveniente y modificarlo posteriormente.

3.2.3.2 Precio.

Para Rosa et Al. (2013) El precio es la cantidad de recursos (normalmente expresada en dinero) que es necesario sacrificar o entregar para adquirir la propiedad o el derecho de uso y disfrute de un producto o servicio.

3.2.3.3 Tipos de precio

Para Rosa (2013) los tipos de precio son:

- a) **Precio Conjunto:** Resulta de ofrecer dos o más productos y/o servicios de manera combinada.
- b) **Precio Corriente o Habitual:** Es un precio fijo que no varía a corto y medio plazo, aunque pueden cambiar los atributos del producto durante su vigencia.
- c) **Precio de Coste:** Representa todo el gasto incurrido al final de la producción de un producto o la prestación de un servicio.
- d) **Precios Finales:** Son el precio más bajo y más alto establecidos para una línea de productos o servicio brindado.
- e) **Precio Público:** Precio inferior al costo, donde la relevancia recae en la satisfacción de necesidades colectivas.
- f) **Precio de Referencia:** Utilizado por las personas para comparar diferentes de precio en el mercado.
- g) **Precios Contables:** Corresponden a precios naturales o justos, optimizando eficientemente los recursos productivos.
- h) **Precios de Mercado:** Pueden referirse al precio prevalente en el mercado, al precio de equilibrio entre oferta y demanda, o al último precio al cual se vendió un producto o servicio.

- i) **Precio Recomendado:** Orientación dada por el fabricante a los intermediarios para fijar precios de venta.
- j) **Precio de Venta:** Valor mediante el cual el vendedor cobra por un producto o servicio brindado, expresado en cantidad de recursos monetarios.

3.2.3.3.1 Proceso de fijación del precio de venta

Según Rosa (2013) la fijación de precios es un proceso complejo que implica la consideración de diversos factores y la aplicación de métodos específicos para determinar el precio óptimo de un producto o servicio. Este proceso incluye la identificación de los objetivos de precios, el cálculo del nivel de precio que optimice dichos objetivos, y la consideración de las estrategias y políticas de las demás variables de marketing. Una vez establecidos los objetivos de precios, se deben tener en cuenta las estrategias de precios y las políticas del resto de variables de marketing para calcular el nivel de precio que permita optimizarlos. Si dicho nivel pertenece al intervalo de precios aceptables, será posible adoptarlo; en caso contrario, será necesario revisar los objetivos o abandonar el producto. El establecimiento del precio de venta marca el inicio de la etapa de seguimiento del funcionamiento del precio y la evolución del entorno para comprobar en qué medida se alcanzan los objetivos previstos. Estos elementos inciden sobre los factores que deben considerarse para tomar las decisiones de precios, así como sobre los propios objetivos de la política de precios, las estrategias y las políticas de las demás variables de marketing.

3.2.3.3.2 Factores del precio

Para Pérez y Martínez (2006) los factores internos que influyen en la fijación de precios incluyen las políticas y objetivos de la empresa, que determinan las estrategias, métodos y tiempos en la consecución de los objetivos, lo que a su vez condiciona el precio final. Además, la política financiera y las disponibilidades económicas de la empresa influirán de forma decisiva en las estructuras de la empresa, el tipo de producto y las necesidades e ingresos que afectarán el precio del producto. También es crucial vender

con un margen de contribución suficiente para sufragar los gastos generales de la empresa.

Por otro lado, los factores externos que influyen en la fijación de precios incluyen los márgenes de distribución, que en algunos sectores representan un porcentaje elevado del precio final al consumidor, condicionando la política de precios. Además, existen múltiples elementos y variables del entorno de la empresa que condicionan su viabilidad y cada una de sus actividades, incluyendo el precio como una variable del Marketing Mix.

3.3 Marco conceptual

1. Análisis funcional: El estudio detallado de las funciones y actividades de una organización para comprender su desempeño y eficiencia.
2. Asistencia técnica: El apoyo y asesoramiento especializado proporcionado para resolver problemas técnicos o mejorar procesos. (Red Nacional de Asistentes Técnicos en Presupuesto por Resultados, 2012)
3. Comisiones: Los pagos realizados a intermediarios o vendedores por la venta de productos o servicios. (Torres, 2019)
4. Compras: La adquisición de bienes y servicios necesarios para la operación de una empresa o proyecto. (Laoyan, 2024)
5. Costo: El desembolso económico necesario para la producción o adquisición de bienes y servicios, incluyendo los costos directos e indirectos. (Lazo, 2013)
6. Depreciación: La disminución del valor de un activo con el tiempo, reflejando su desgaste, obsolescencia u otros factores. (Lazo, 2013)
7. Financiamiento: Los recursos externos utilizados para financiar el crecimiento y las operaciones de una empresa, incluyendo préstamos, créditos y otras formas de financiación. (Manchego, 2024)
8. Gestión empresarial: El conjunto de actividades y procesos que se llevan a cabo para administrar una empresa de manera eficiente y efectiva, incluyendo la planificación,

organización, dirección y control. (Santander Universidades, 2022)

9. Precio: La cantidad de dinero que se cobra por un bien o servicio, determinado por la oferta y la demanda, los costos de producción, la competencia y otros factores. (Lozada, 2017)

10. Prácticas turísticas sostenibles: Son aquellas prácticas que buscan minimizar el impacto negativo del turismo en el medio ambiente y la comunidad local, al mismo tiempo que maximizan los beneficios económicos y sociales para todas las partes involucradas. (BBVA, 2024)

11. Producción: El proceso de transformación de materias primas en productos terminados, incluyendo la mano de obra y los costos indirectos asociados. (Lazo, 2013)

12. Publicidad: Las actividades de promoción y comunicación utilizadas para informar, persuadir y recordar a los consumidores sobre un producto o servicio. (Pérez, Pérez, & Isabel, 2006)

13. Rentabilidad: La capacidad de una empresa o proyecto para generar ganancias o beneficios económicos, considerando los costos y los ingresos. (Arroyo & Del Rio, 2019)

14. Turismo sostenible: Una forma de turismo que busca minimizar el impacto negativo en el medio ambiente y la comunidad local, al mismo tiempo que maximiza los beneficios económicos y sociales para todas las partes involucradas. (BBVA, 2024)

IV Metodología

4.1 Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

De acuerdo a Ñaupas (2014) la investigación básica, es aquella que se realiza con el propósito de desentrañar los misterios del origen del universo, de la vida natural y de la vida humana. Este tipo de investigación ha existido desde que surgió la curiosidad científica y es llevada a cabo por investigadores motivados por el amor a la ciencia y la sabiduría. Se considera fundamental para el avance del conocimiento, sin un objetivo práctico inmediato. Aplicando este enfoque a la presente investigación, el estudio de los costos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores busca describir y analizar los componentes y estructuras de costos que subyacen en la operación de las agencias turísticas en la ciudad de Cusco. Si bien este estudio tiene implicancias prácticas, su principal propósito es ampliar el conocimiento sobre los factores económicos y administrativos que influyen en la sostenibilidad y competitividad del turismo local, contribuyendo al entendimiento teórico de la gestión turística como un fenómeno socioeconómico complejo.

4.1.2 Nivel de investigación

Para Ñaupas (2014) Una investigación descriptiva es un tipo de estudio que se enfoca en describir las características de un fenómeno, situación o grupo de personas, sin intentar establecer relaciones causales o explicativas entre las variables. Este tipo de investigación busca responder preguntas sobre el "cómo", "cuándo", "dónde" y "qué" de un fenómeno, proporcionando una visión detallada y precisa de la situación estudiada. La

recopilación de datos en la investigación descriptiva se realiza a través de observaciones, encuestas, análisis documental, entre otros métodos, con el fin de presentar una imagen clara y completa del tema de estudio. La investigación tiene la intención de proporcionar una descripción detallada y precisa de los costos de operación y las estrategias de fijación de precios en las agencias turísticas que operan la ruta turística mencionada. Se busca presentar información exhaustiva sobre cómo estas agencias gestionan sus costos y establecieron precios, considerando el período 2023.

El enfoque mixto, según Hernández et al. (2014), integra métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión más completa de los fenómenos estudiados. Al combinar la recolección y análisis de ambos tipos de datos, permite generar metainferencias que enriquecen la investigación. Además, este enfoque supera la división entre paradigmas tradicionales, adaptándose a diversas etapas del proceso investigativo para abordar problemas complejos desde múltiples perspectivas, mejorando así la formulación del problema y fomentando la creatividad teórica. La tesis se consideró una investigación de enfoque mixto, ya que integró métodos cuantitativos y cualitativos para lograr una comprensión más completa del fenómeno estudiado. Por un lado, el análisis de los costos de operación y la fijación de precios requirió un enfoque cuantitativo, mediante la recopilación de datos numéricos sobre gastos directos, indirectos, administrativos y de venta, así como el cálculo de márgenes de utilidad. Por otro lado, se incluyó un componente cualitativo al analizar la percepción de los operadores turísticos sobre la estructura de costos, las estrategias de fijación de precios y los desafíos del sector. Esta combinación de enfoques permitió generar metainferencias que enriquecieron la investigación, proporcionando una visión integral del problema. Además, al superar la división entre paradigmas tradicionales, el estudio se adaptó a las necesidades del contexto y contribuyó a una mejor comprensión del problema, facilitando la toma de decisiones estratégicas en la gestión turística.

Para Hernández et al. (2014) un diseño no experimental es un enfoque de investigación en el que el investigador observa y analiza variables sin manipularlas deliberadamente. En este tipo de diseño, se estudian fenómenos tal como ocurren en su contexto natural, lo que permite examinar relaciones entre variables sin la intervención directa del investigador. Al ser no experimental, no implica la manipulación deliberada de variables; en lugar de ello, se observarán y analizarán los fenómenos asociados con los costos de operación para la fijación de precios en la ruta turística de la montaña de siete colores. La recopilación de datos se llevará a cabo en un solo periodo, reflejando así un diseño transeccional que busca capturar la realidad de manera instantánea.

4.2 Ámbito temporal y espacial

El periodo de estudio abarcó exclusivamente el año 2023. Se seleccionó este periodo para proporcionar una perspectiva actualizada y relevante de las prácticas y condiciones específicas en ese año, permitiendo así la aplicación de estrategias y recomendaciones que reflejen las circunstancias contemporáneas.

La investigación se centrará exclusivamente en la Montaña de Siete Colores, de acuerdo a Yanque (2018) también conocida como Vinikunka, se encuentra en el distrito de Cusipata, provincia de Quispicanchis, región Cusco, Perú. Sus coordenadas geográficas son Latitud 13° 52' 10" S y Longitud 71° 18' 11" O, y se sitúa a una altitud de 5200 metros sobre el nivel del mar. La montaña se encuentra a una distancia de aproximadamente 120 km de la ciudad del Cusco y el acceso a la zona requiere un viaje de alrededor de tres horas en automóvil.

Este enfoque geográfico específico permitió una evaluación detallada de las agencias de turismo que operan en esta zona.

4.3 Población y muestra

Según Ñaupas et al. (2014) La población es el conjunto total de individuos, objetos o procesos que son objeto de estudio, distinguiendo entre la población objetivo (totalidad

de elementos a estudiar) y la población accesible (subconjunto disponible para el estudio), para nuestro estudio se tomó en cuenta un total de 30 empresas turísticas de la ruta montaña de siete colores, durante el período 2023.

Así mismo Ñaupas et al. (2014) Considera la muestra como una porción representativa del conjunto total de la población o universo de investigación, elegida mediante diferentes técnicas de muestreo.

Mientras que López-Roldán y Fachelli (2017) consideran como una muestra censal aquello que abarca un registro completo de todas las unidades poblacionales, archivos con información sobre instituciones o clientes, mapas, listas telefónicas, catálogos, entre otras posibilidades, La muestra de la investigación se considerará con el total de 30 operadores de la población de la ruta turística montaña de siete colores, durante el período 2023.

Por otro lado, Ramírez (2010), considera el muestreo no probabilístico como un muestreo que distingue por seleccionar elementos de la población de manera no aleatoria, lo que implica que todos los miembros de la población tienen la misma probabilidad de ser parte de la muestra. Para nuestra investigación se utilizará mediante el muestreo no probabilístico de tipo intencional por conveniencia, selección que depende de las empresas turísticas mejor posicionadas en la ruta turística Montaña de Siete Colores, durante el período 2023.

4.4 Técnicas e Instrumentos

Para el presente estudio, se emplearon técnicas e instrumentos que permitieron recopilar información relevante y confiable sobre los costos de operación en la ruta turística de la montaña de siete colores, y su impacto en la fijación de precios por parte de las agencias de turismo.

Una de las técnicas utilizadas fue **la encuesta**, la cual permitió recolectar datos cuantitativos de manera estructurada y sistemática. Como instrumento para esta técnica se utilizó **un cuestionario**, definido por Hernández et al. (2014) como una herramienta

compuesta por un conjunto de preguntas y categorías de respuesta diseñadas para obtener información específica de los encuestados. El cuestionario fue aplicado a los representantes de distintas agencias de turismo, con el propósito de obtener datos relacionados con los costos de operación en los que incurren y su relación con los precios ofrecidos a los turistas.

Asimismo, se utilizó la técnica de la **entrevista estructurada**, la cual, según Ñaupás et al. (2014), consiste en una conversación formal planificada que se emplea como método de encuesta en investigaciones cuantitativas. Esta técnica permitió profundizar en ciertos aspectos económicos que influyen en la toma de decisiones respecto a los precios de los servicios turísticos. El instrumento correspondiente fue una **guía de entrevista** estructurada, elaborada con preguntas cerradas y previamente definidas, lo que aseguró la uniformidad en la recolección de datos y la posibilidad de realizar análisis comparativos entre diferentes agencias.

Ambas técnicas, aplicadas a través de sus respectivos instrumentos, facilitaron el acceso a fuentes primarias de información, fundamentales para analizar los factores económicos que inciden en la estructura de costos de las agencias y su impacto en la competitividad de la oferta turística en la zona de estudio.

4.5 Procedimientos

Los procedimientos de toma de datos y análisis en la metodología de la tesis se desarrollan de la siguiente manera:

Primero, se elaboraron instrumentos de recolección de datos, como encuestas y cuestionarios, que fueron validados por expertos para asegurar su pertinencia y fiabilidad. Luego, se recibió capacitación sobre la recolección de datos, garantizando que comprendieran el objetivo de la investigación y supieran cómo administrar los instrumentos correctamente.

A continuación, se llevó a cabo la selección de la muestra representativa de la población objetivo, utilizando el método de muestreo previamente definido. Posteriormente, se realizaron las encuestas y entrevistas a los participantes seleccionados, asegurando que se siguieran los protocolos establecidos para la recolección de datos.

Una vez recolectados, se registraron los datos obtenidos de manera sistemática, utilizando herramientas digitales o manuales, para facilitar su posterior análisis. Además, se realizó una verificación inicial de los datos recolectados para identificar y corregir posibles errores o inconsistencias en la información.

En cuanto al análisis de datos, se organizaron los datos recolectados en bases de datos, utilizando software como Excel o SPSS, para facilitar su análisis. Se llevó a cabo un análisis descriptivo de los datos, generando estadísticas básicas como medias, medianas y frecuencias, lo que proporcionó una visión general de la información.

Se realizaron pruebas de confiabilidad para asegurar que los instrumentos de recolección de datos fueran consistentes y precisos. Posteriormente, se aplicaron técnicas de análisis inferencial para determinar relaciones entre variables, utilizando pruebas estadísticas adecuadas según la naturaleza de los datos.

Los resultados obtenidos del análisis estadístico fueron interpretados, relacionándolos con los objetivos de la investigación y el marco teórico. A partir de este análisis, se elaboraron conclusiones que respondieron a las preguntas de investigación y se formularon recomendaciones basadas en los hallazgos.

Finalmente, se prepararon gráficos, tablas y otros formatos visuales para presentar los resultados de manera clara y comprensible en la tesis. Estos procedimientos son esenciales para garantizar que la recolección y el análisis de datos se realicen de manera rigurosa y sistemática, contribuyendo así a la validez y relevancia de los resultados de la investigación.

4.6 Análisis de datos

La manipulación de datos, también conocida como técnicas de procesamiento de datos, implicó la recopilación de datos iniciales, que fueron evaluados y organizados para extraer información valiosa. Esta información luego se sometió a análisis por parte del usuario final, en Excel y SPSS permitiendo tomar decisiones o llevar a cabo acciones los resultados encontrados.

4.7 Consideraciones éticas

En la formulación del proyecto de investigación, se ha observado estricto apego a la ética profesional, guiándose por los principios fundamentales de la moral individual y social. Se ha dado cumplimiento a las normas y reglas de conducta que buscan satisfacer el bien común. Los códigos éticos fundamentales considerados incluyen: respeto a la persona humana, búsqueda de la verdad, honestidad intelectual, búsqueda de la excelencia, integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional ético, junto con la independencia.

V Resultados y discusión

5.1 Resultados

5.1.1 Prueba de confiabilidad

Tabla 2.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,868	22

El nivel de fiabilidad del estudio, evaluado con el Alfa de Cronbach, alcanzó un valor de 0.868 para la unidad de análisis de los costos de operación. Este valor, cercano a 1, sugiere una alta consistencia interna y un alto grado de confiabilidad en las mediciones realizadas. Por lo tanto, los resultados reflejan que el estudio es robusto y viable para su aplicación práctica. Este nivel de fiabilidad garantiza que los instrumentos utilizados para la recopilación de datos son confiables y que los resultados obtenidos son precisos y replicables.

5.1.2 Estadística descriptiva del estudio

A continuación, se describe los costos de operación directa e indirecta utilizando estadística descriptiva.

1.- ¿Llevan un control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística?

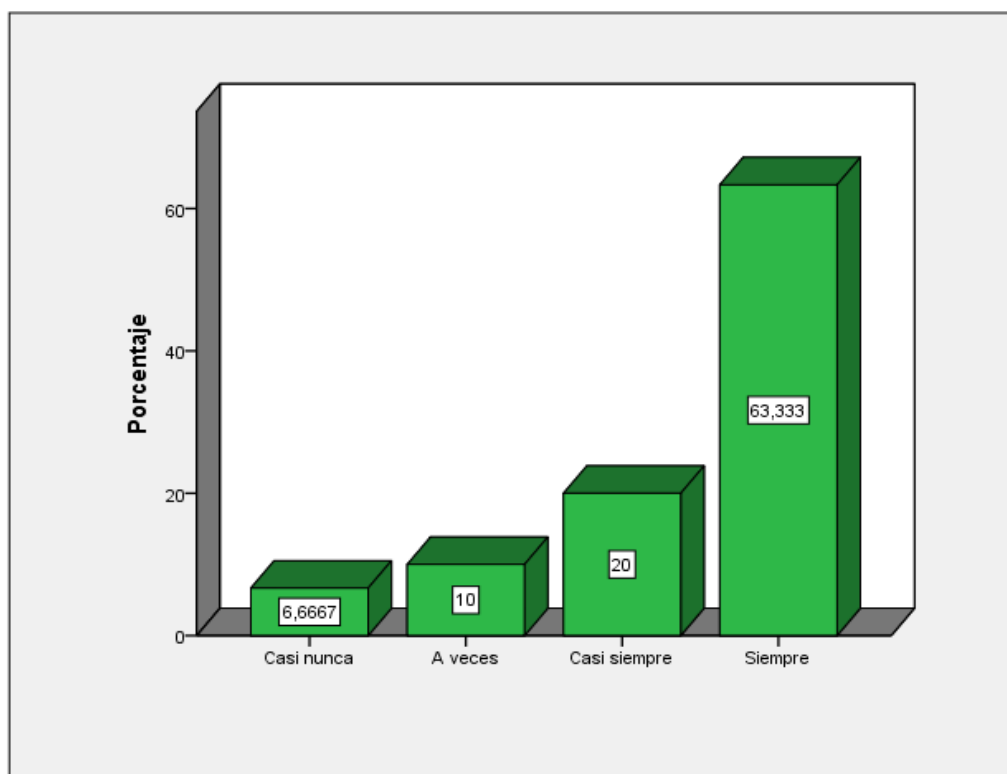
Tabla 3.

Control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	2	6,7	6,7
A veces	3	10,0	16,7
Casi siempre	6	20,0	36,7
Siempre	19	63,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 1.

Control del gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre el Control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística, el 6.6% señaló casi nunca realizan el control, el 10% a veces, el 20% casi siempre, y el 63.3% señaló siempre. En consecuencia, el control de gasto mensual en el uso del combustible de los vehículos utilizados en la ruta turística se realiza siempre.

2. ¿Los costos de combustible se consideran dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero de la ruta turística?

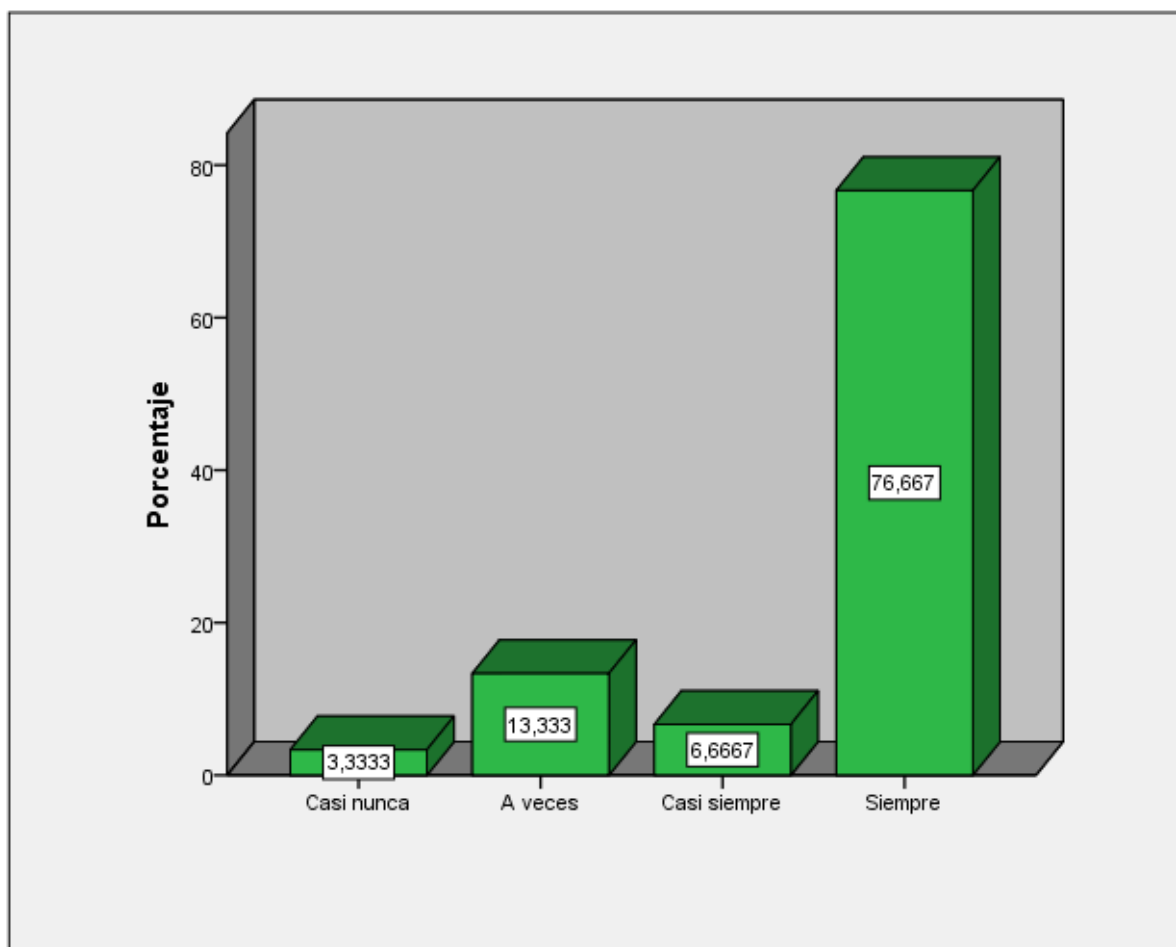
Tabla 4.

Costos de combustible que se consideran dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	1	3,3	3,3
A veces	4	13,3	16,7
Casi siempre	2	6,7	23,3
Siempre	23	76,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 2.

Consideración de los costos de combustible dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero en la ruta turística.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **los costos de combustible dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero de la ruta turística**, el 3.3 % señaló casi nunca se considera, el 13.3% a veces, el 6.6% casi siempre, y el 76.6 señaló siempre. En consecuencia, **los costos de combustible dentro de los costos de servicio de recojo al pasajero de la ruta turística se realiza siempre.**

3. ¿Destina Usted un presupuesto para el mantenimiento y reparación de sus vehículos utilizados en las rutas turísticas?

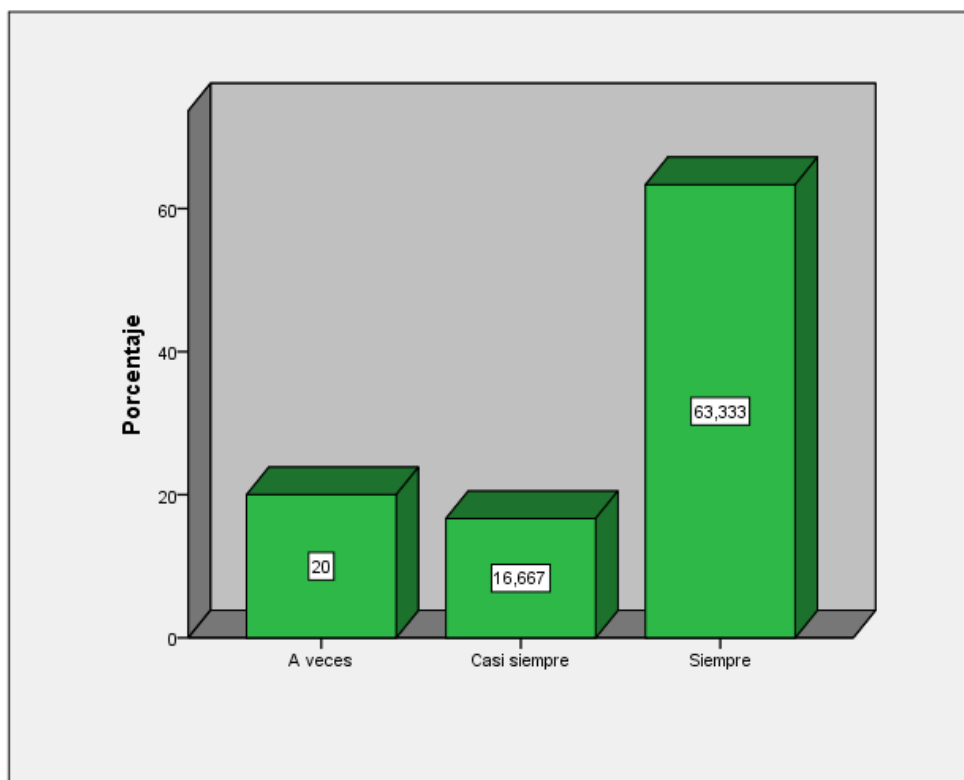
Tabla 5.

Presupuesto para el mantenimiento y reparación de sus vehículos utilizados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	6	20,0	20,0
Casi siempre	5	16,7	36,7
Siempre	19	63,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 3.

Presupuesto destinado al mantenimiento y reparación de vehículos utilizados en las rutas turísticas.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre el **presupuesto para el mantenimiento y reparación de los vehículos utilizados en las rutas turísticas**, el 20 % señaló a veces considera presupuesto, el 16.7% casi siempre, y el 63.3% señaló siempre. En consecuencia, el **presupuesto para el mantenimiento y reparación de los vehículos utilizados en las rutas turísticas** se realiza siempre.

4. ¿Sigue un plan de mantenimiento preventivo de los vehículos de la ruta turística?

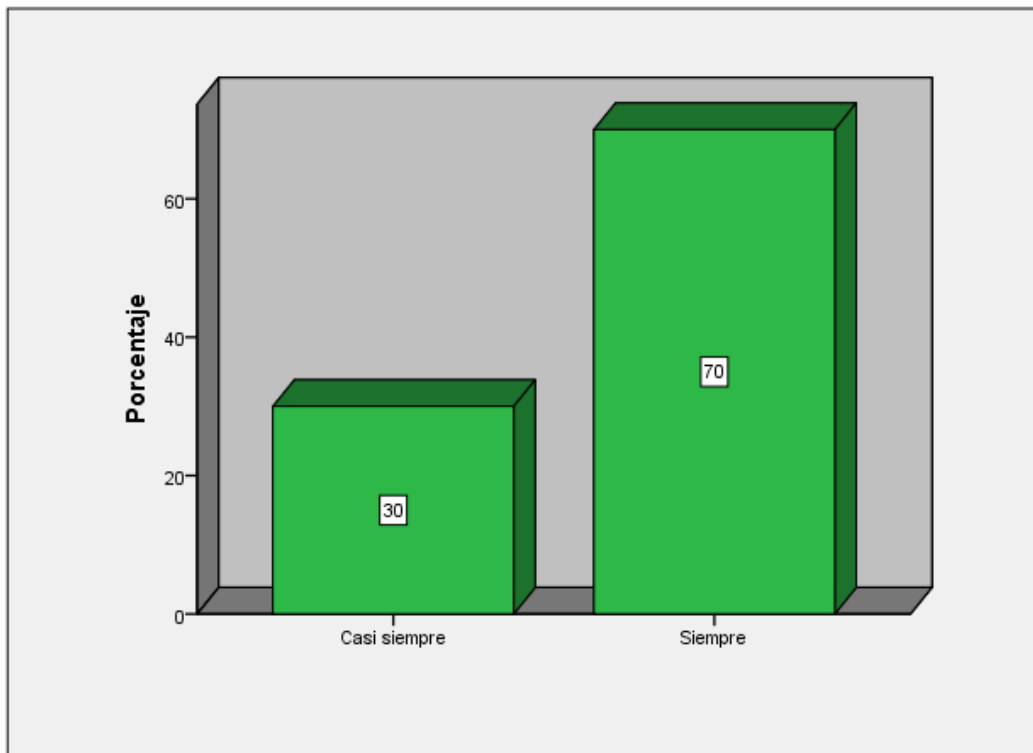
Tabla 6.

Plan de mantenimiento preventivo de los vehículos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	0	0	0
Casi siempre	9	30,0	30,0
Siempre	21	70,0	100,0
Total	30	100,0	

Figura 4.

Adopción de un plan de mantenimiento preventivo para los vehículos de la ruta turística.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre si **sigue un plan de mantenimiento preventivo de los vehículos de la ruta turística**, el 30 % señaló casi siempre, y el 70.0 % señaló siempre. En consecuencia, siempre se **sigue un plan de mantenimiento preventivo de los vehículos de la ruta turística**.

5. ¿Considera usted los gastos del personal operativo y administrativo como parte del servicio que presta?

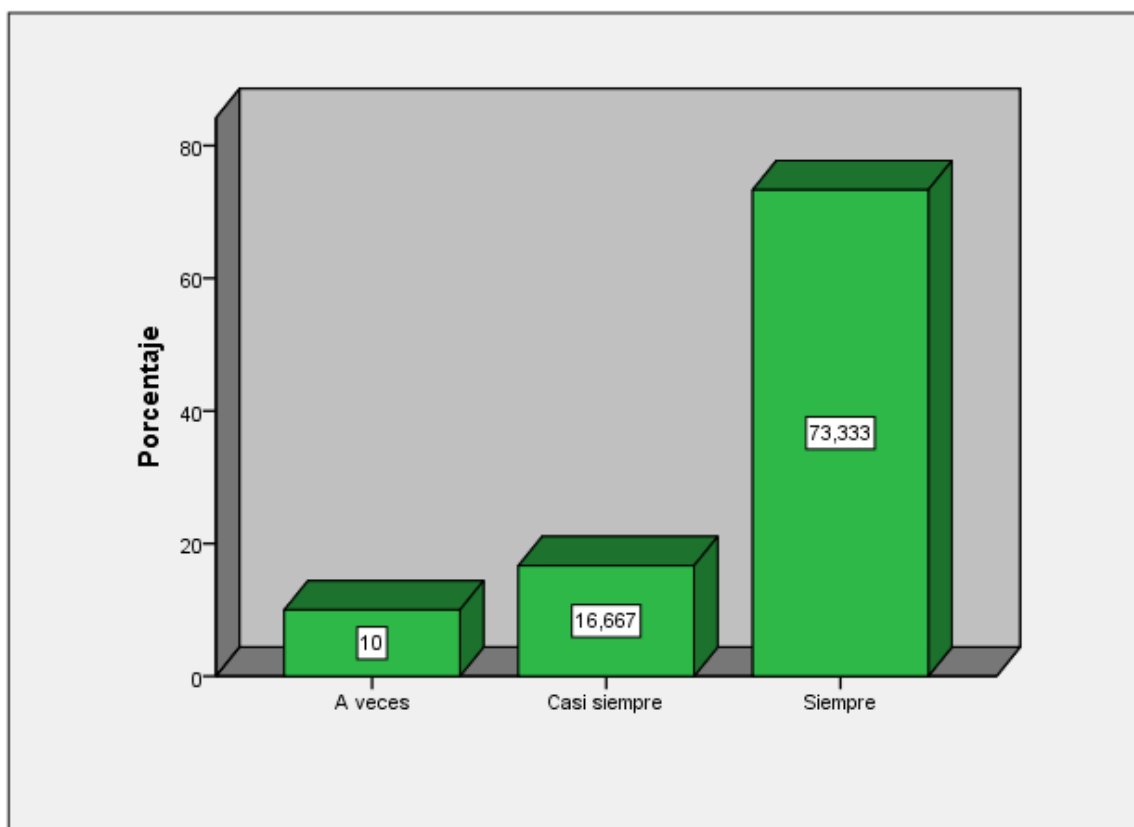
Tabla 7.

Los gastos del personal operativo y administrativo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	3	10,0	10,0
Casi siempre	5	16,7	26,7
Siempre	22	73,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 5.

Inclusión de los gastos del personal operativo y administrativo en el costo del servicio prestado.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **los gastos del personal operativo y administrativo como parte del servicio que presta**, el 10% señaló a veces consideran **los gastos del personal operativo y administrativo**, el 16.7% casi siempre, y el 73.4% señaló siempre. En consecuencia, **los gastos del personal operativo y administrativo como parte del servicio que presta** se realizan siempre.

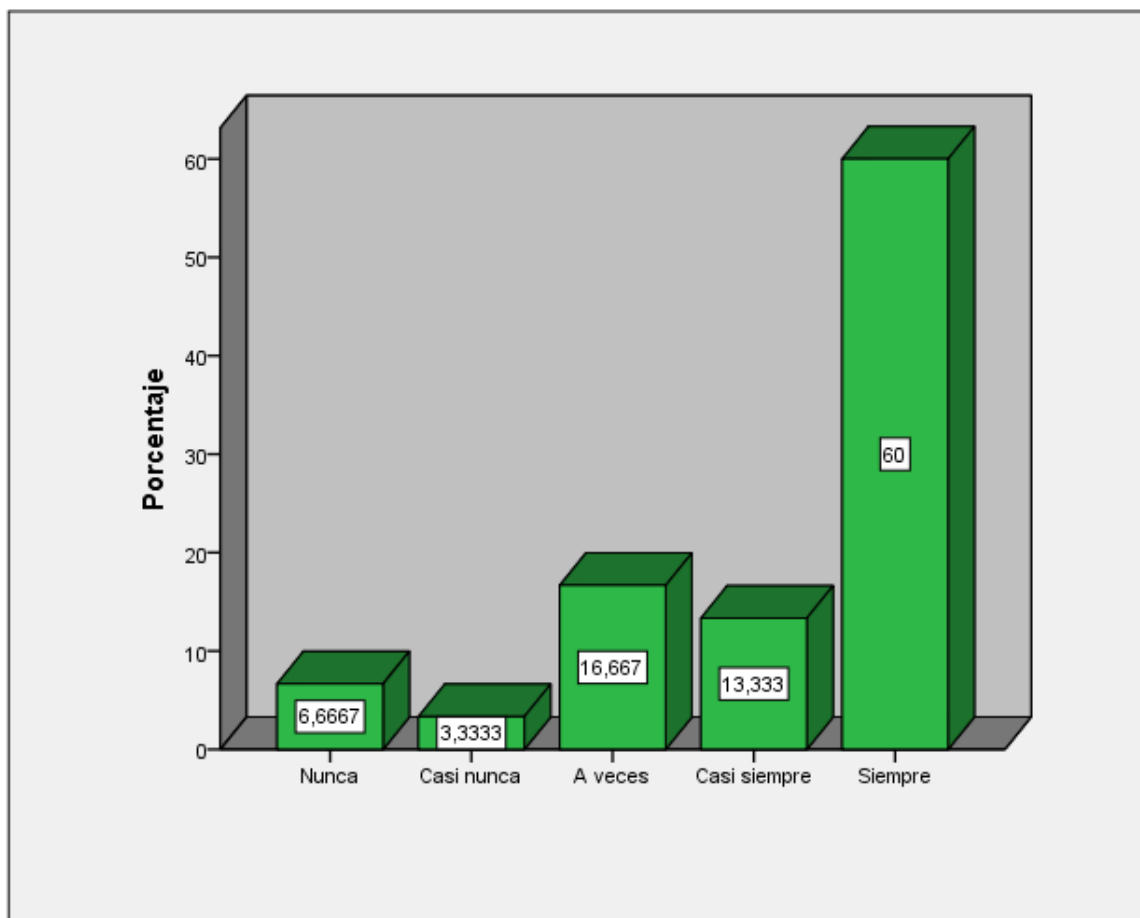
6. ¿Implementan políticas de incentivos para el personal operativo?**Tabla 8.**

Implementación de políticas de incentivos para el personal operativo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6,7	6,7
Casi nunca	1	3,3	10,0
A veces	5	16,7	26,7
Casi siempre	4	13,3	40,0
Siempre	18	60,0	100,0
Total	30	100,0	

Figura 6.

Implementación de políticas de incentivos para el personal operativo.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre la **implementación de políticas de incentivos para el personal operativo**, el 6.7% señaló nunca implementan políticas, el 3.3% casi nunca, el 16.7% a veces, el 13.3% casi siempre, y el 60.0 % señalo siempre. En consecuencia, la **implementación de políticas de incentivos para el personal operativo** se realiza siempre.

7. ¿El gasto de alimentación del personal operativo forma parte del costo del servicio?

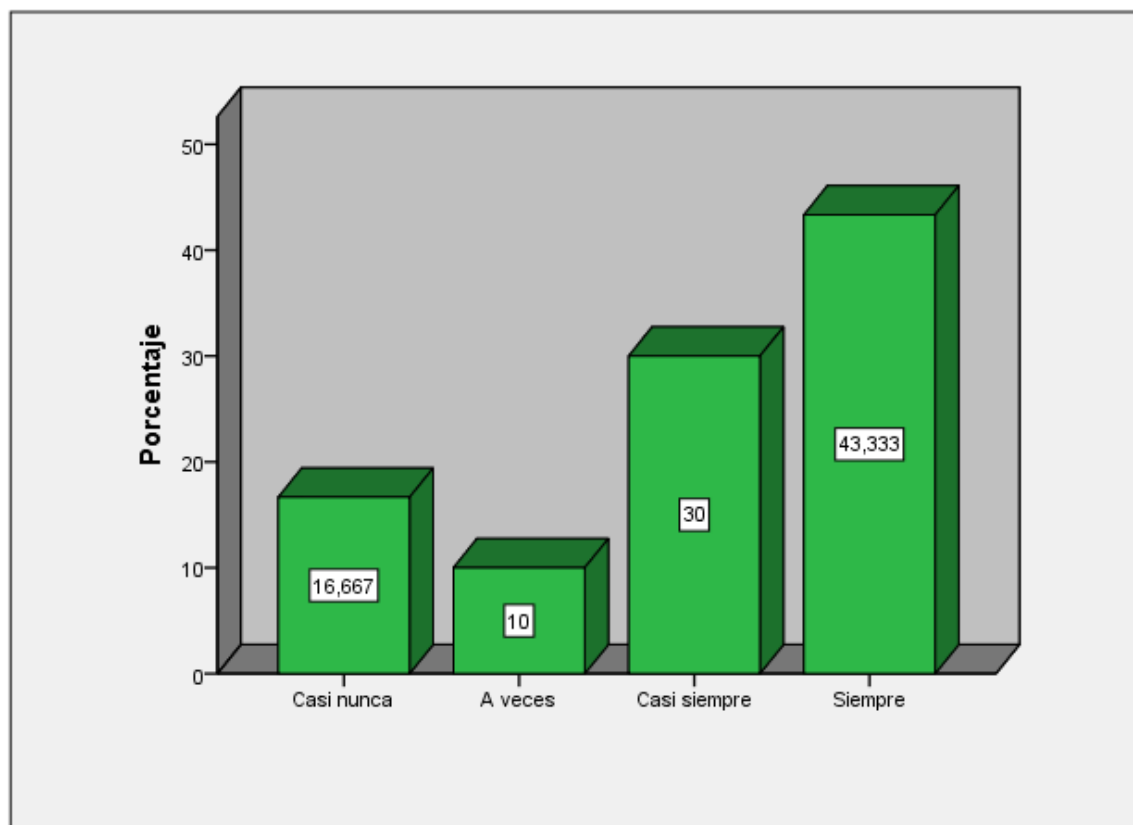
Tabla 9.

El gasto de alimentación del personal operativo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	5	16,7	16,7
A veces	3	10,0	26,7
Casi siempre	9	30,0	56,7
Siempre	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 7.

Inclusión del gasto de alimentación del personal operativo en el costo del servicio.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **el gasto de alimentación del personal operativo forma parte del costo del servicio**, el 16.7% señaló casi nunca realizan, el 10% a veces, el 30% casi siempre, y el 43.3% señalo siempre. En consecuencia, **el gasto de alimentación del personal operativo forma parte del costo del servicio** se realiza siempre.

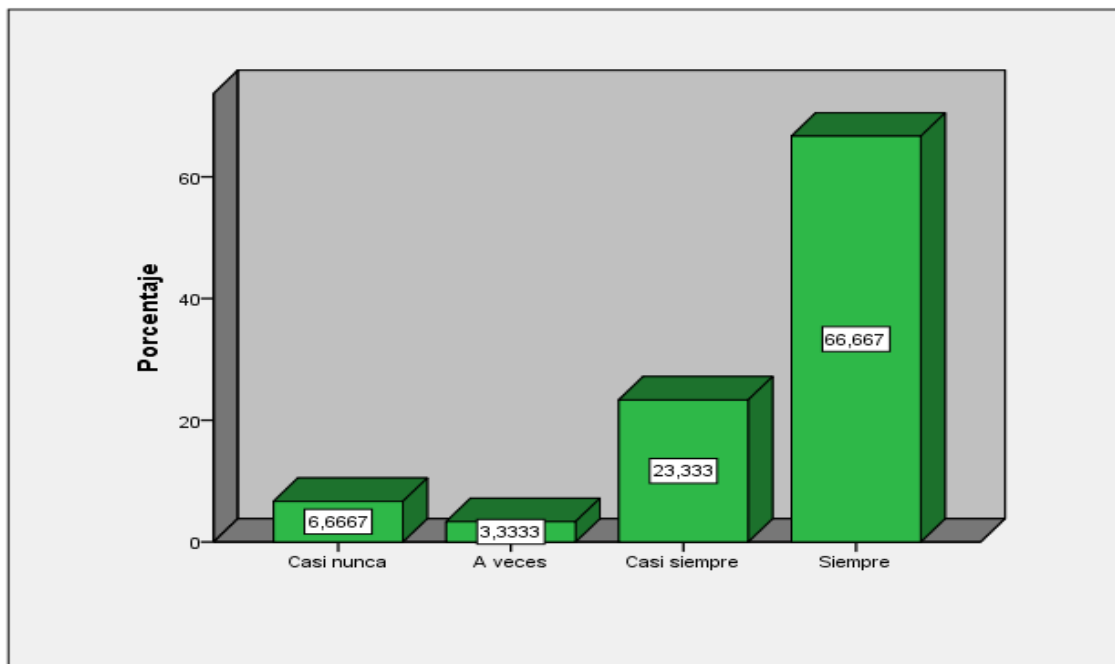
8. ¿Destina usted presupuesto para el servicio de alimentación para los turistas?**Tabla 10.**

Presupuesto para el servicio de alimentación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	2	6,7	6,7
A veces	1	3,3	10,0
Casi siempre	7	23,3	33,3
Siempre	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 8.

Presupuesto destinado al servicio de alimentación para turistas.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **el presupuesto para el servicio de alimentación para los turistas**, el 6.7% señaló casi nunca, el 3.3 % a veces, el 23.3% casi siempre, y el 66.7% señaló siempre. En consecuencia, **el presupuesto para el servicio de alimentación para los turistas** se realiza siempre.

9. ¿Toma en cuenta los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje (bastones, mantas; ponchos de lluvia) para la ruta turística?

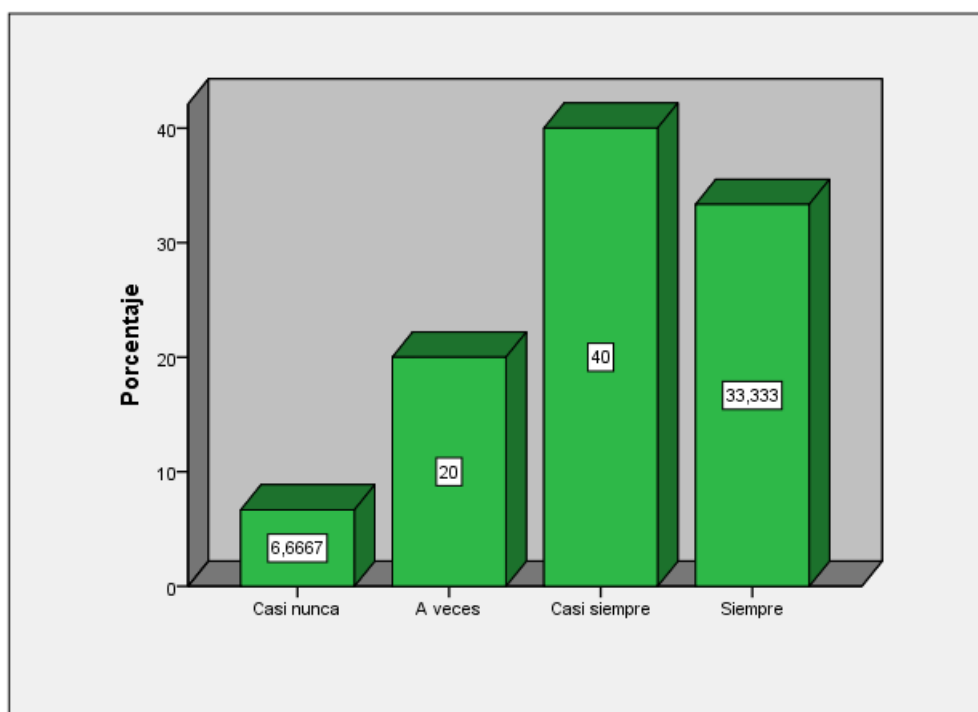
Tabla 11.

Los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	2	6,7	6,7
A veces	6	20,0	26,7
Casi siempre	12	40,0	66,7
Siempre	10	33,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 9.

Consideración de los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje para la ruta turística.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **Tomar en cuenta los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje**, el 6.7% señaló casi nunca toman en

cuenta, el 20% a veces, el 40% casi siempre, y el 33.3% señalo siempre. En consecuencia, Tomar en cuenta los gastos relacionados con el alquiler de equipos de viaje en la ruta turística se realiza casi siempre.

10. ¿Además de lo anterior considera el gasto de alquiler de local del servicio que se presta?

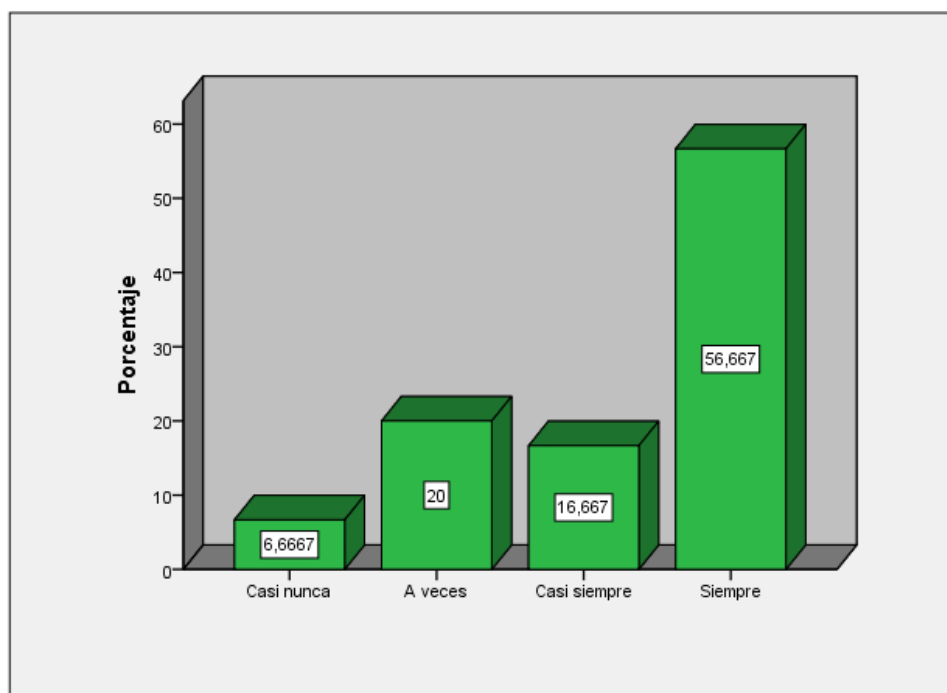
Tabla 12.

El gasto de alquiler de local.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	2	6,7	6,7
A veces	6	20,0	26,7
Casi siempre	5	16,7	43,3
Siempre	17	56,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 10.

Inclusión del gasto de alquiler de local en el costo del servicio prestado.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **considerar el gasto de alquiler de local del servicio que se presta**, el 6.7% señaló casi nunca consideran el gasto, el 20% a veces, el 16.7% casi siempre, y el 56.7% señaló siempre. En consecuencia, sobre **considerar el gasto de alquiler de local del servicio que se presta** se realiza siempre.

11. ¿Cuenta con los siguientes servicios básicos (internet, electricidad, agua, etc.) para la prestación del servicio?

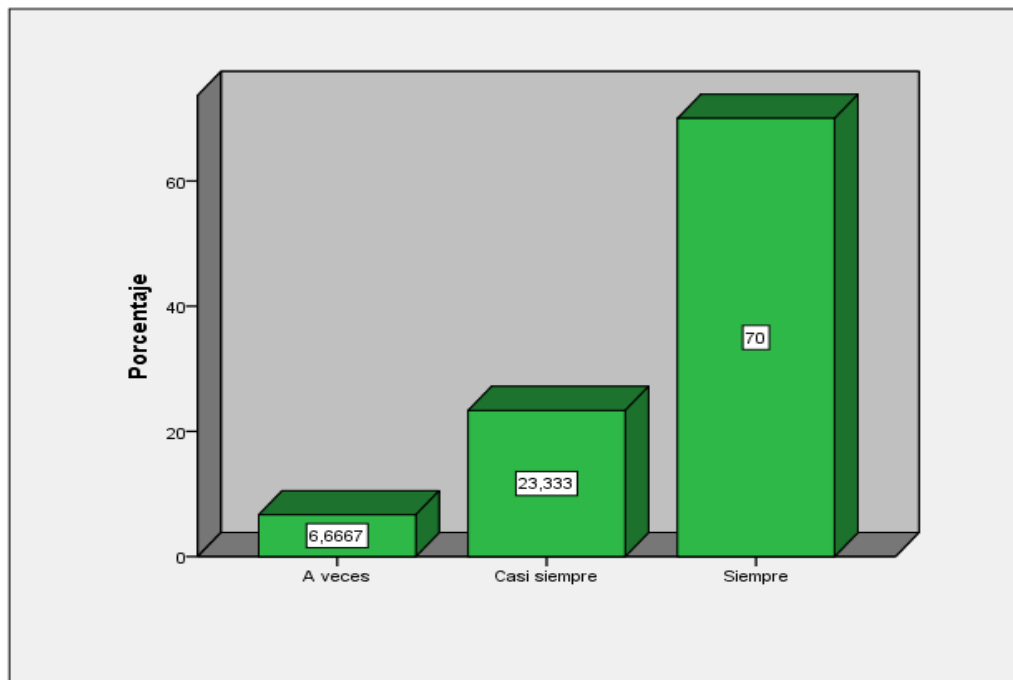
Tabla 13.

Servicios básicos para la prestación del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	2	6,7	6,7
Casi siempre	7	23,3	30,0
Siempre	21	70,0	100,0
Total	30	100,0	

Figura 11.

Disponibilidad de servicios básicos para la prestación del servicio.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre contar **con los siguientes servicios básicos (internet, electricidad, agua, etc.) para la prestación del servicio**, el 6.7% señaló casi nunca consideran, el 23.3% casi siempre, y el 70% señaló siempre. En consecuencia, sobre contar **con los siguientes servicios básicos (internet, electricidad, agua, etc.) para la prestación del servicio** se realiza siempre.

12. ¿Evalúa la eficiencia de estos servicios en términos de costos?

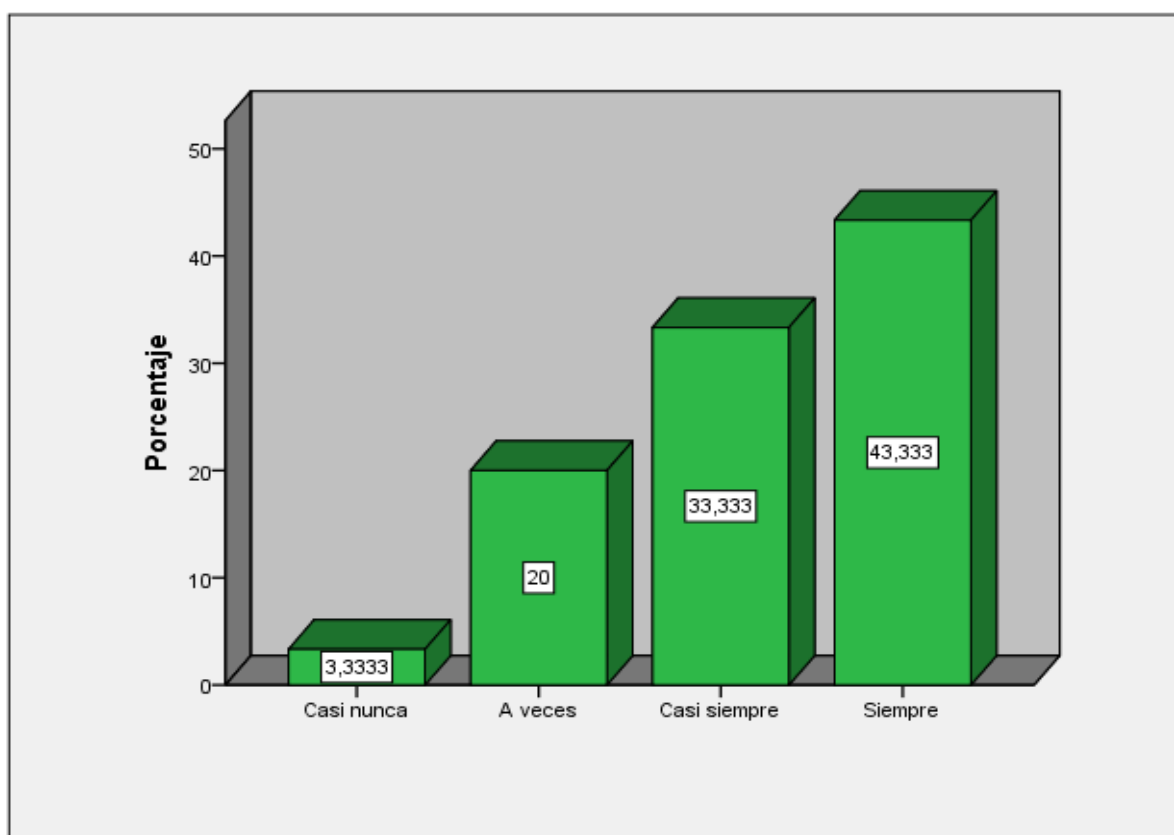
Tabla 14.

Evaluación de la eficiencia de estos servicios en términos de costos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	1	3,3	3,3
A veces	6	20,0	23,3
Casi siempre	10	33,3	56,7
Siempre	13	43,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 12.

Evaluación de la eficiencia de los servicios básicos en términos de costos.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre la **evaluación de la eficiencia de estos servicios en términos de costos**, el 3.3% señaló casi nunca evalúan, el 20% a veces, el 33.3% casi siempre, y el 43.3% señaló siempre. En consecuencia, sobre la **evaluación de la eficiencia de estos servicios en términos de costos** se realiza siempre.

13. ¿Considera el pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio que presta?

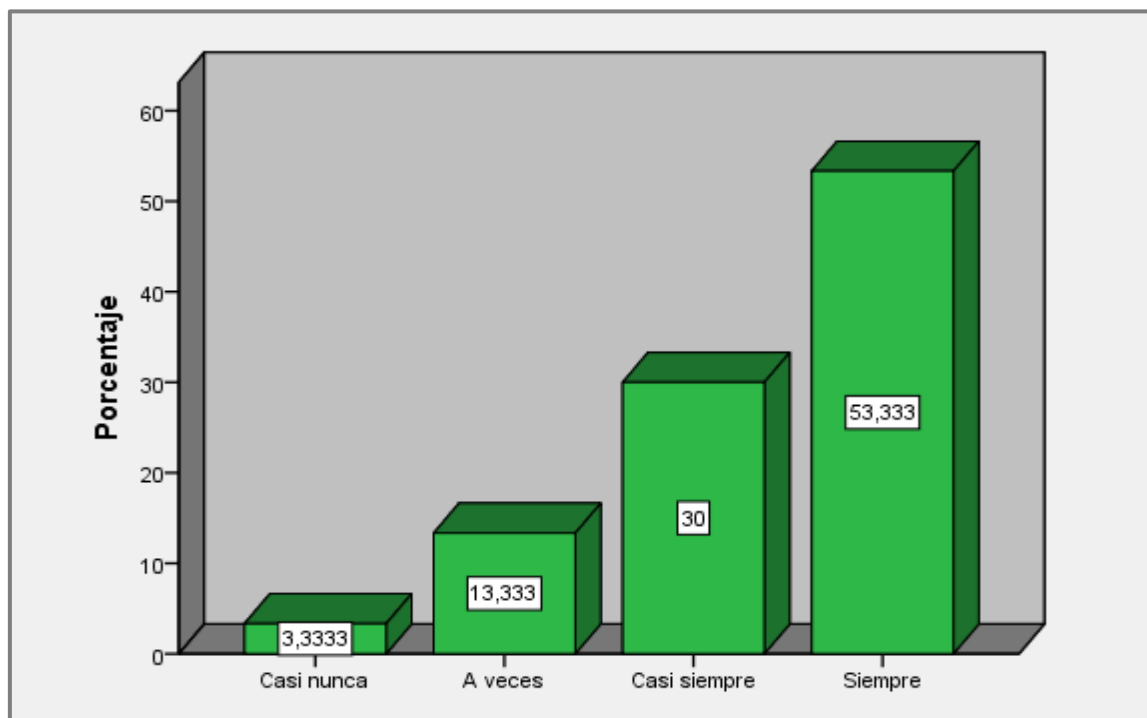
Tabla 15.

El pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	1	3,3	3,3
A veces	4	13,3	16,7
Casi siempre	9	30,0	46,7
Siempre	16	53,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 13.

Inclusión del pago del seguro vehicular en el costo del servicio prestado.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **considerar el pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio que presta**, el 3.3% señaló casi nunca consideran, el 13.3% a veces, el 30% casi siempre, y el 53.3% señaló siempre. En consecuencia, sobre **considerar el pago del seguro vehicular como parte del costo del servicio que presta** se realiza siempre.

14. ¿Considera usted el pago del SOAT como parte del costo del servicio que presta?

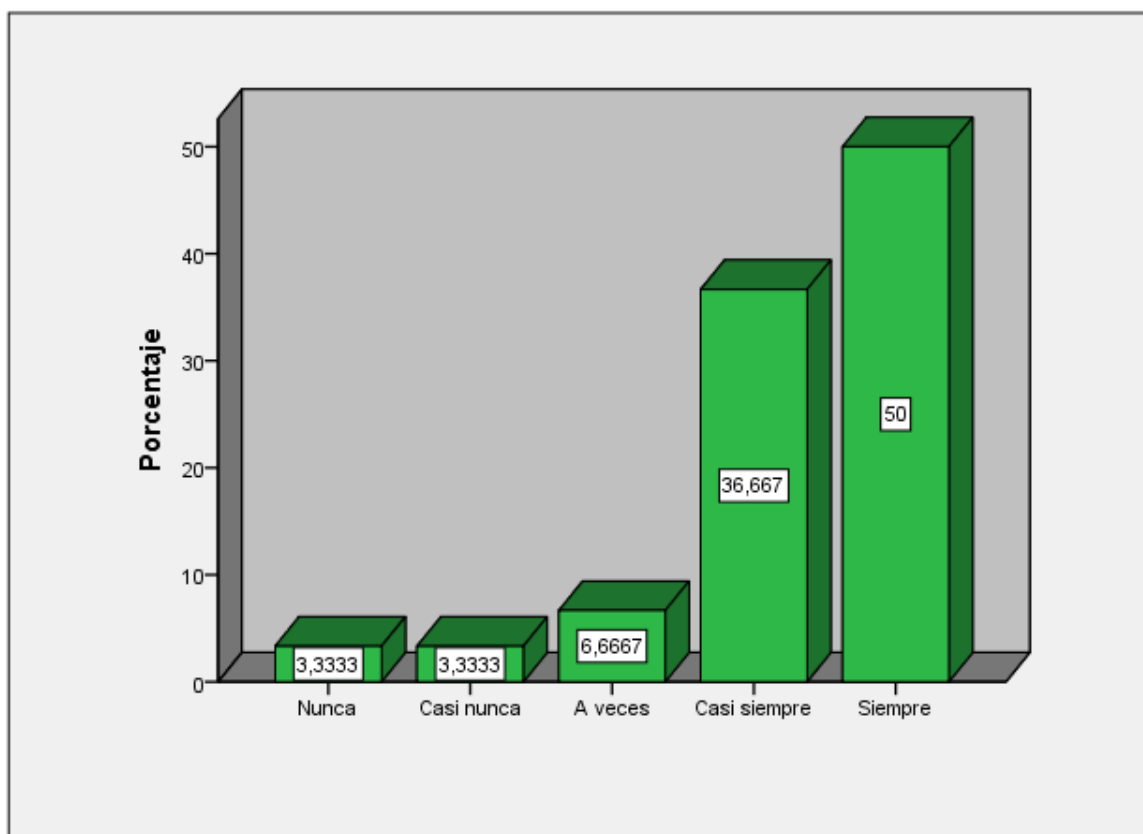
Tabla 16.

El pago del SOAT como parte del costo del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	1	3,3	3,3
Casi nunca	1	3,3	6,7
A veces	2	6,7	13,3
Casi siempre	11	36,7	50,0
Siempre	15	50,0	100,0
Total	30	100,0	

Figura 14.

Inclusión del pago del SOAT en el costo del servicio prestado.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **el pago del SOAT como parte del costo del servicio que presta**, el 3.3% señaló nunca realizan el pago, el 3.3% casi nunca, el 6.7% a veces, el 36.7% casi siempre, y el 50% señalo siempre. En consecuencia, **el pago del SOAT como parte del costo del servicio que presta se realiza siempre.**

15. ¿Los costos de recarga de los extintores se toma en cuenta en el costo del servicio?

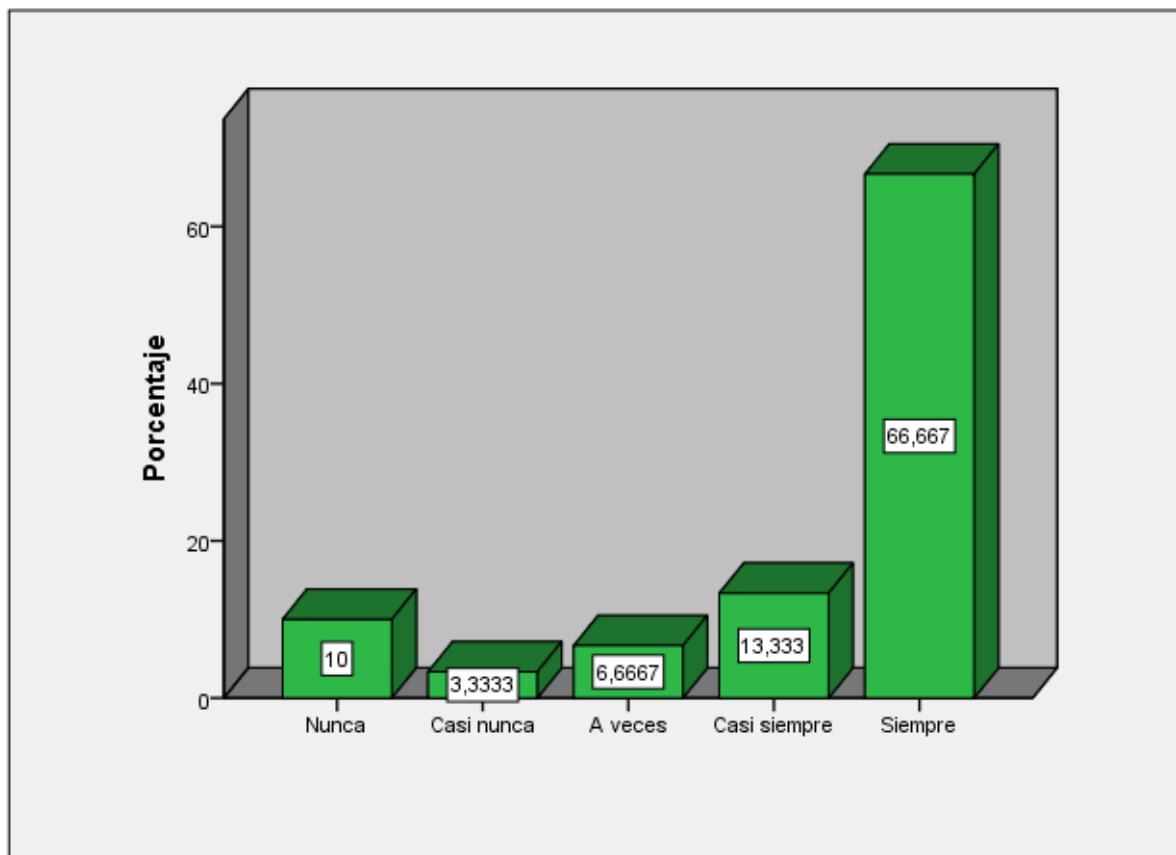
Tabla 17.

Consideración de los costos de recarga de extintores en el costo del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	3	10,0	10,0
Casi nunca	1	3,3	13,3
A veces	2	6,7	20,0
Casi siempre	4	13,3	33,3
Siempre	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 15.

Inclusión de los costos de recarga de extintores en el costo del servicio.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre **los costos de recarga de los extintores si se toman en cuenta en el costo del servicio**, el 10% señaló nunca consideran los **costos de recarga de los extintores**, el 3.3% casi nunca, el 6.7% a veces, el 13.3% casi siempre, y el 66.7 señaló siempre. En consecuencia, **los costos de recarga de los extintores si se toman en cuenta en el costo del servicio** se realiza siempre.

16. ¿Esta actividad de recarga de extintores se cumple en forma periódica?

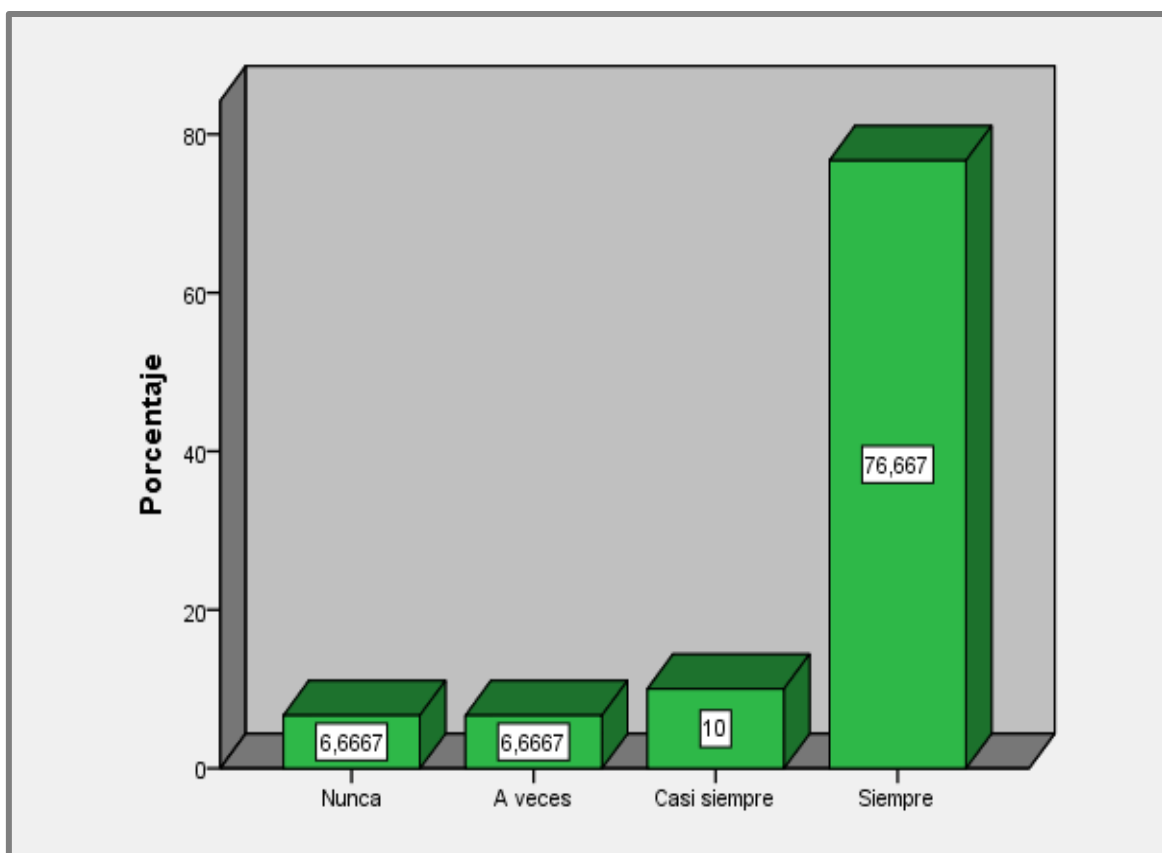
Tabla 18.

Cumplimiento periódico de la recarga de extintores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	2	6,7	6,7
Casi nunca	0	0	0
A veces	2	6,7	13,3
Casi siempre	3	10,0	23,3
Siempre	23	76,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 16.

Cumplimiento periódico de la recarga de extintores.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre la **recarga de extintores si se cumple en forma periódica**, el 6.7% señaló nunca realizan la **recarga de extintores** en forma periódica, el 6.7% a veces, el 10% casi siempre, y el 76.6% señaló siempre. En consecuencia, la **recarga de extintores si se cumple en forma periódica** se realiza siempre.

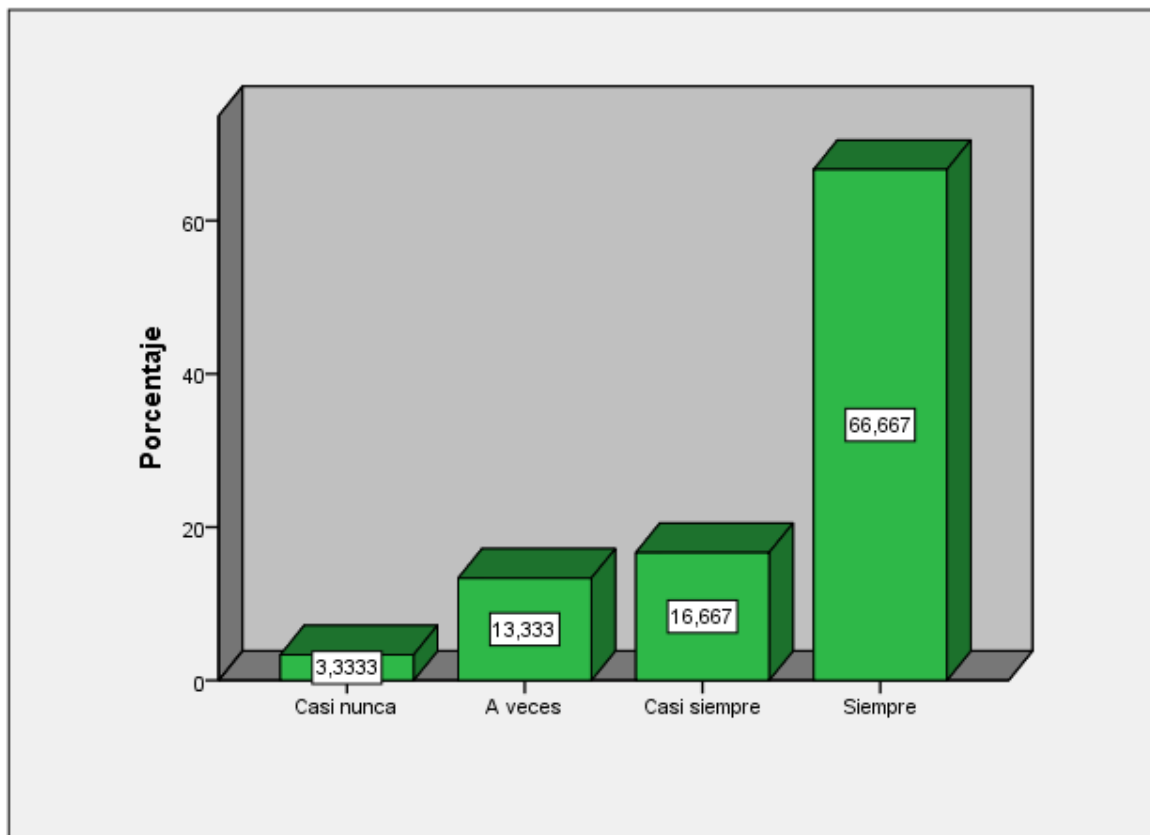
17. ¿Asigna un presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística?**Tabla 19.**

Asignación de presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	1	3,3	3,3
A veces	4	13,3	16,7
Casi siempre	5	16,7	33,3
Siempre	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 17.

Presupuesto destinado a la adquisición y recarga de oxígeno en la ruta turística.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre la asignación de **un presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno**, el 3.3% señaló casi nunca realizan la asignación de **un presupuesto**, el 13.3% a veces, el 16.7% casi siempre, y el 66.7% señaló siempre. En consecuencia, la asignación de **un presupuesto para la adquisición y recarga de oxígeno** se realiza siempre.

18. ¿Dispone de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística?

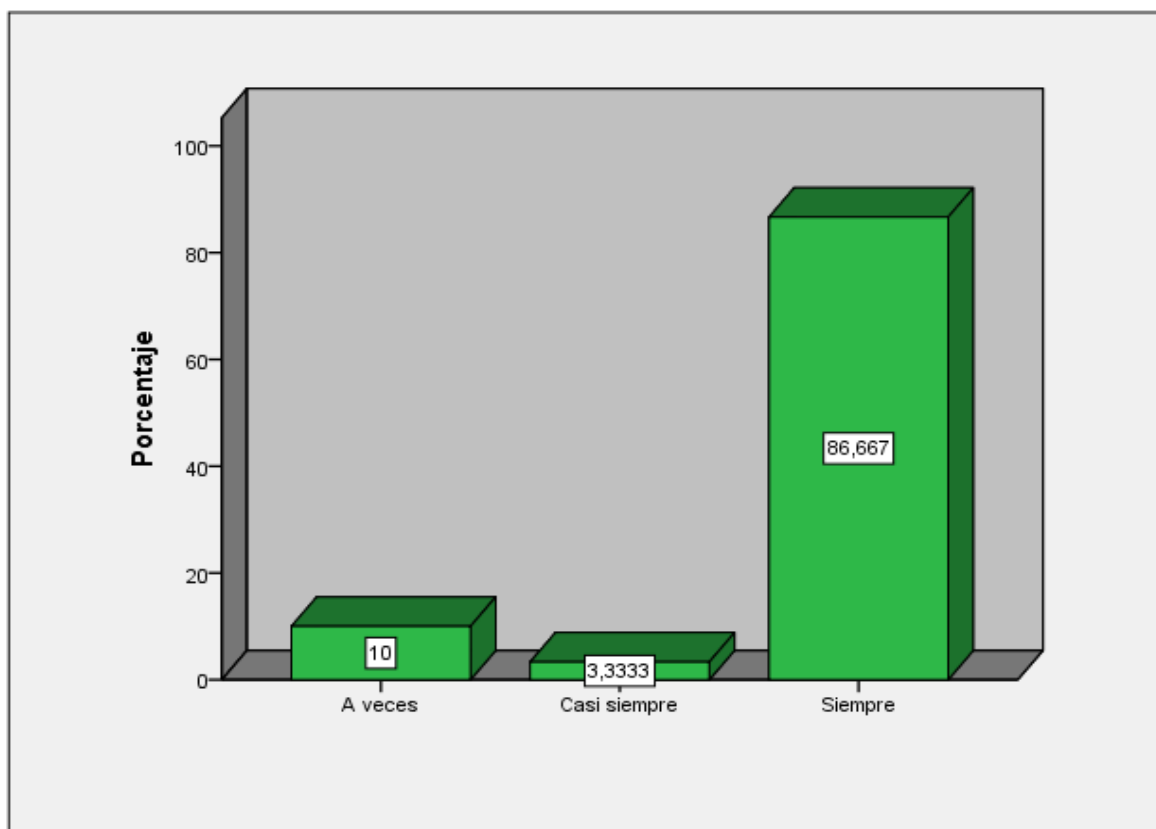
Tabla 20.

Disponibilidad de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	3	10,0	10,0
Casi siempre	1	3,3	13,3
Siempre	26	86,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 18.

Disponibilidad de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre la disposición **de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística**, el 10% señaló a veces disponen de oxígeno en situaciones de emergencia, el 3.3% casi siempre, y el 86.7% señaló siempre. En consecuencia, la disposición **de oxígeno en situaciones de emergencia para la ruta turística** se realiza siempre.

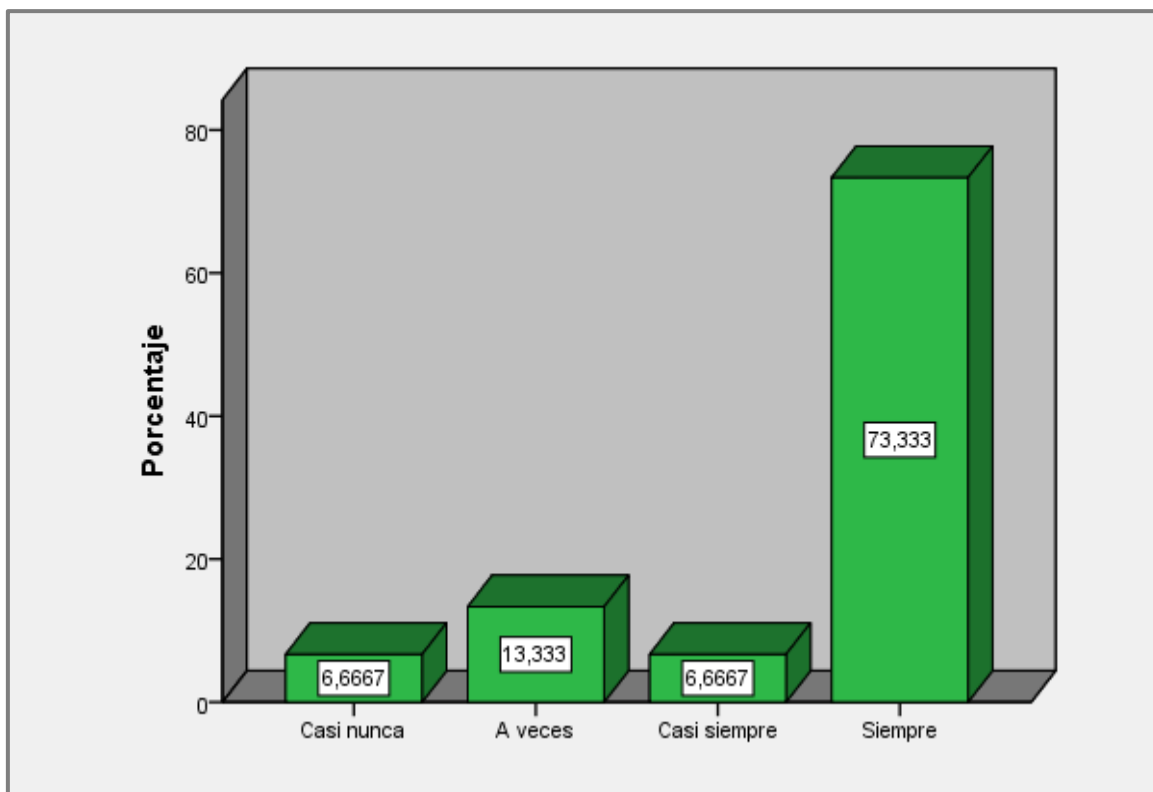
19. ¿Destina presupuesto para mantener equipado el botiquín de primeros auxilios?**Tabla 21.**

Asignación de presupuesto para el equipamiento del botiquín de primeros auxilios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	2	6,7	6,7
A veces	4	13,3	20,0
Casi siempre	2	6,7	26,7
Siempre	22	73,3	100,0
Total	30	100,0	

Figura 19.

Presupuesto destinado al mantenimiento del botiquín de primeros auxilios.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre si se **destina presupuesto para mantener equipado el botiquín de primeros auxilios**, el 6.7% señaló casi nunca destinan, el 13.3% a veces, el 6.7% casi siempre, y el 73.3% señaló siempre. En consecuencia, se **destina presupuesto para mantener equipado el botiquín de primeros auxilios**, siempre.

20. ¿Revisa y reemplaza los suministros necesarios del botiquín de primeros auxilios?

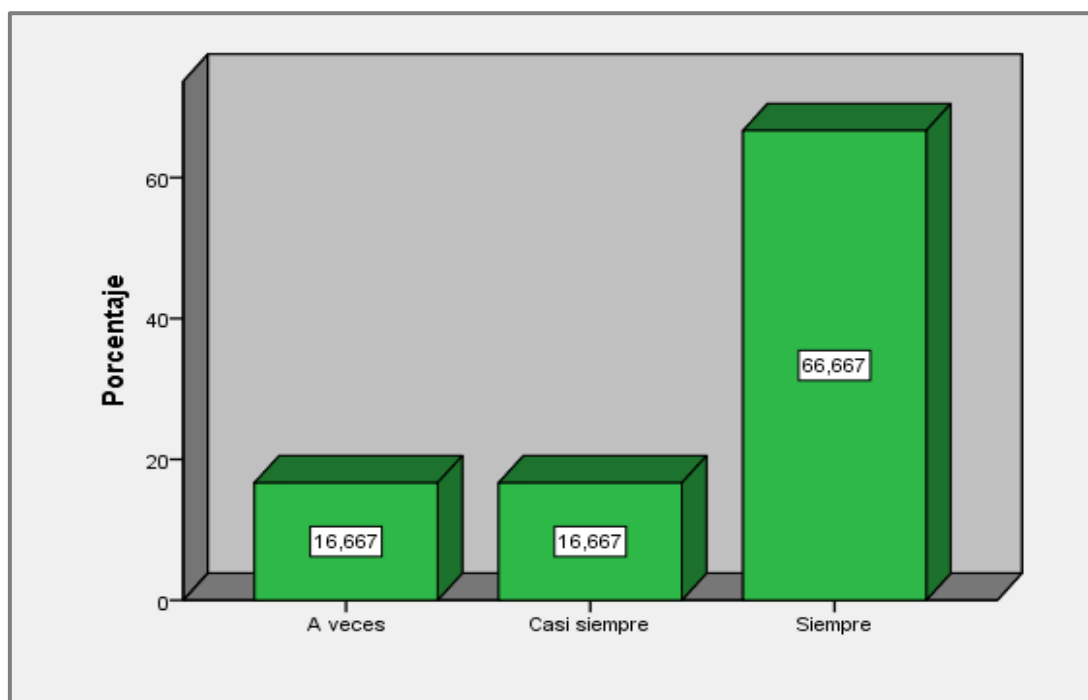
Tabla 22.

Revisión y reemplazo de suministros del botiquín de primeros auxilios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	5	16,7	16,7
Casi siempre	5	16,7	33,3
Siempre	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 20.

Revisión y reemplazo de suministros en el botiquín de primeros auxilios.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre si se **revisa y reemplaza los suministros necesarios del botiquín de primeros auxilios**, el 16.7% a veces, el 16.7% casi siempre, y el 66.7% señaló siempre. En consecuencia, respecto a la revisión y **reemplazo de los suministros necesarios del botiquín de primeros auxilios** se realiza siempre.

21. ¿Invierte en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística?

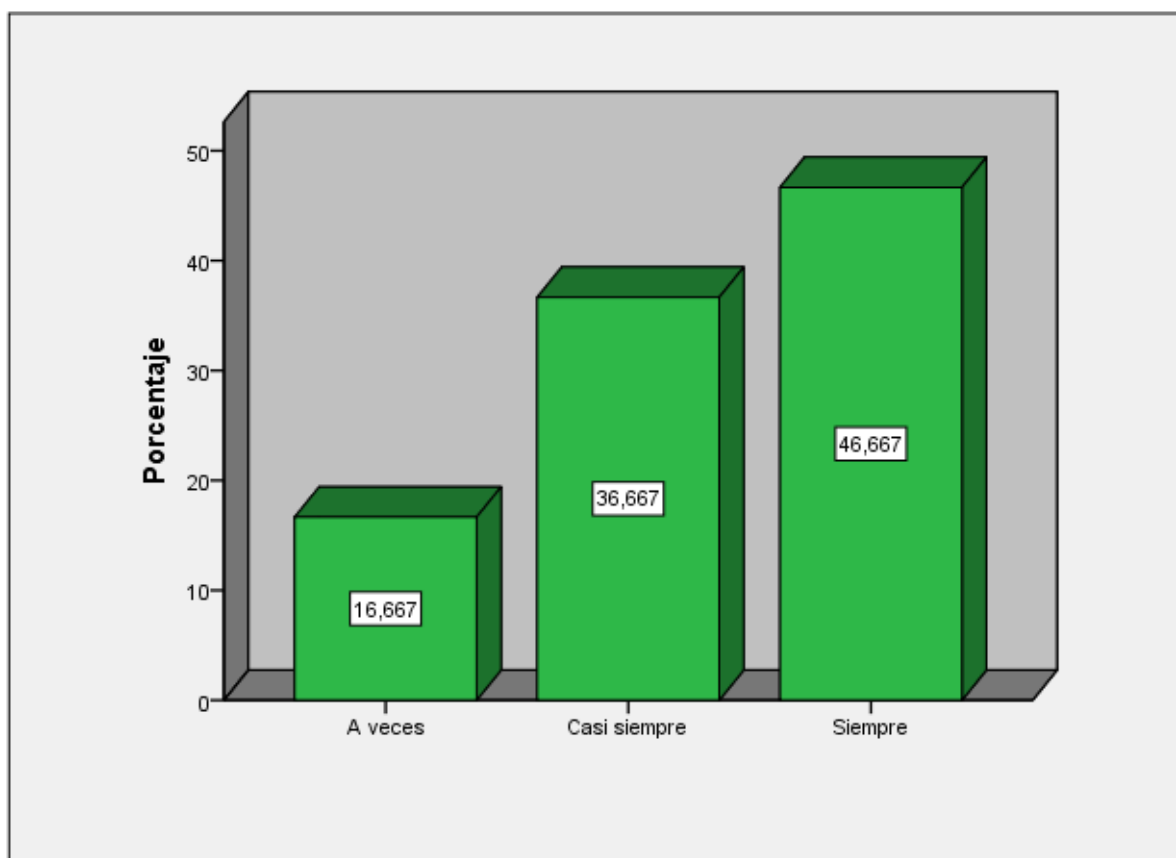
Tabla 23.

Inversión en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	5	16,7	16,7
Casi siempre	11	36,7	53,3
Siempre	14	46,7	100,0
Total	30	100,0	

Figura 21.

Inversión en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística.

**Interpretación:**

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre si se **invierte en estrategias de marketing y publicidad para promover la ruta turística**, el 16.7% señaló a veces, el 36.7% casi siempre, y el 46.7% señaló siempre. En consecuencia, se **invierte en estrategias de marketing y publicidad casi siempre**.

22. ¿Analizan los resultados de las estrategias implementadas en marketing y publicidad?

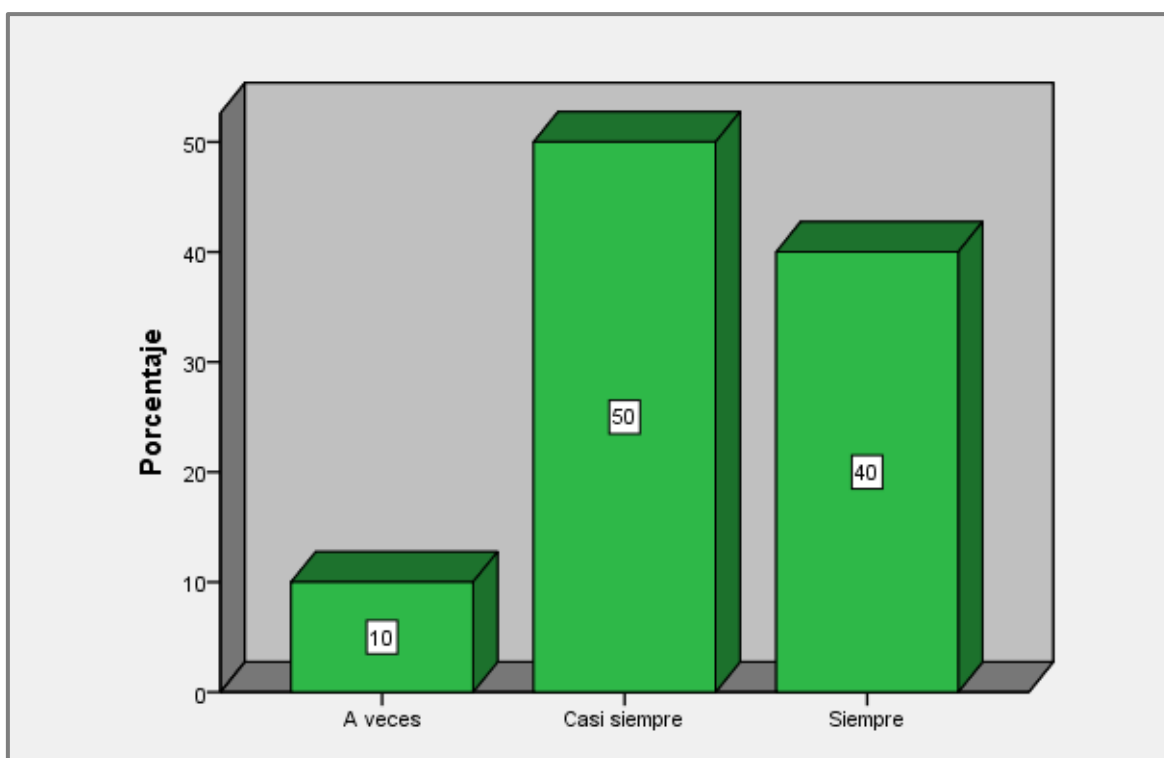
Tabla 24.

Análisis de los resultados de las estrategias de marketing y publicidad implementadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi nunca	0	0	0
A veces	3	10,0	10,0
Casi siempre	15	50,0	60,0
Siempre	12	40,0	100,0
Total	30	100,0	

Figura 22.

Análisis de los resultados de las estrategias de marketing y publicidad implementadas.



Interpretación:

De los 30 operadores turísticos encuestados sobre si **Analizan los resultados de las estrategias implementadas en marketing y publicidad**, el 10% señaló a veces, el 50% casi siempre, y el 40% señaló siempre. En consecuencia, se realiza casi siempre el análisis de **los resultados de las estrategias implementadas en marketing y publicidad**.

Por otro lado, a continuación, se describe la propuesta de fijación de precios, basada en los costos de operación directa e indirecta, utilizando los valores promedio obtenidos de las entrevistas a los operadores de la Montaña de Siete Colores.

Tabla 25*Costos de operación de la ruta turística Montaña de Siete Colores.*

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	O15
Combustible	200	190	200	180	210	220	200	205	200	205	210	190	180	200	200
Mantenimiento vehicular mensual															
Cambio de aceite	595	616	611	596	617	581	588	614	618	602	613	599	591	584	600
Cambio de líquido de freno	78	82	79	81	80	77	83	76	84	79	82	78	81	80	77
Cambio de filtro de aire	65	75	68	72	69	71	66	74	67	73	70	70	69	71	68
Cambio de filtro de combustible	175	185	180	178	182	177	183	179	181	176	180	180	178	182	177
Mano de obra de mantenimiento	45	55	48	52	49	51	46	54	47	53	50	50	48	52	49
Honorarios del guía	95	105	98	102	99	101	96	104	97	103	100	100	98	102	99
honorarios del conductor	75	85	78	82	79	81	76	84	77	83	80	80	79	81	78
servicio de alimentación	375	385	380	378	382	376	384	379	381	377	380	380	378	382	376
servicio de alquiler	1195	1205	1200	1198	1202	1196	1204	1197	1201	1199	1200	1200	1198	1202	1196
pago de servicios agua	95	105	98	102	99	101	96	104	97	103	100	100	98	102	99
pago de servicios electricidad	75	85	78	82	79	81	76	84	77	83	80	80	79	81	78
servicio de internet	65	75	68	72	69	71	66	74	67	73	70	70	69	71	68
Seguro vehicular	895	905	900	910	895	905	900	910	895	905	900	900	895	905	900
Extintor	70	80	75	73	74	76	72	75	74	73	74	75	73	74	76
Oxígeno	48	52	49	51	47	53	50	54	49	51	50	50	48	52	49
Botiquín de primeros auxilios	5	15	8	12	7	13	9	11	6	14	10	10	8	12	7
Marketing y publicidad	340	360	350	355	345	365	350	355	340	360	350	355	340	360	350
(+) Gastos de administración	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750
(+) Gastos de venta	740	760	750	770	740	760	750	770	740	760	750	770	740	760	750
(+) Margen de utilidad 13%	3900	4000	3950	4050	3900	4000	3950	4050	3900	4000	3950	4050	3900	4000	3950

Tabla 26*Costos de operación y valor promedio de la ruta turística Montaña de Siete Colores*

	O16	O17	O18	O19	O20	O21	O22	O23	O24	O25	O26	O27	O28	O29	O30	promedio
Combustible	200	200	190	180	195	200	200	200	200	180	220	220	215	210	200	200
Mantenimiento vehicular mensual																
Cambio de aceite	605	590	605	620	610	600	590	603	608	585	583	604	607	594	571	600
Cambio de líquido de freno	83	76	85	80	78	81	80	77	83	75	84	79	82	78	80	80
Cambio de filtro de aire	72	65	75	67	73	70	70	69	71	66	74	68	72	70	70	70
Cambio de filtro de combustible	183	179	181	176	184	180	180	178	182	177	183	179	181	176	184	180
Mano de obra de mantenimiento	51	46	54	47	53	50	50	48	52	49	51	46	54	47	53	50
Honorarios del guía	101	96	104	97	103	100	100	98	102	99	101	96	104	97	103	100
honorarios del conductor	82	75	85	77	83	80	80	79	81	76	84	78	82	80	80	80
servicio de alimentación	384	379	381	377	375	385	380	378	382	376	384	37	381	377	375	380
servicio de alquiler	1204	1197	1201	1199	1195	1205	1200	1198	1202	1196	1204	1197	1201	1199	1195	1200
pago de servicios agua	101	96	104	97	103	100	100	98	102	99	101	96	104	97	103	100
pago de servicios electricidad	82	75	85	77	83	80	80	79	81	76	84	78	82	80	80	80
servicio de internet	72	65	75	67	73	70	70	69	71	66	74	68	72	70	70	70
Seguro vehicular	910	895	905	900	910	895	905	900	910	89	905	900	910	895	905	900
Extintor	72	75	74	73	76	74	75	73	72	74	76	74	75	72	76	74
Oxígeno	51	47	53	50	54	49	51	50	50	48	52	49	51	47	53	50
Botiquín de primeros auxilios	13	9	11	6	14	10	10	8	12	7	13	9	11	6	14	10
Marketing y publicidad	365	350	355	34	360	350	355	340	360	350	365	350	355	340	360	350
(+) Gastos de administración	3850	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750	3850	3700	3800	3750
(+) Gastos de venta	700	740	760	750	770	740	760	750	770	740	760	750	700	740	760	750
(+) Margen de utilidad 13%	4050	3900	4000	3950	4050	3900	4000	3950	4050	3900	4000	3950	405	3900	4000	3966

Tabla 27

Determinación de los costos de operación para la fijación de precios de la ruta turística Montaña de Siete Colores

PERIODO 2023 - MERCEDES VENS SPRINTER DE 20 PASAJEROS									
ESTRUCTURA DE COSTOS		DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL	COSTO POR DIA	N° DE PASAJEROS	COSTO POR PASAJERO	
COSTO DE OPERACIÓN	COSTOS DIRECTOS	Combustible *Tabla 29	200.00	Diario	6000.00	200.00	19	10.53	
		Mantenimiento vehicular por cada 6000 km	240 km diario (Montaña de siete colores) x 30 dias = 7200km						
		Cambio de aceite	600.00	Mensual	600.00	20.00	19	1.05	
		Cambio de líquido de freno	80.00	Mensual	80.00	2.67	19	0.14	
		Cambio de filtro de aire	70.00	Mensual	70.00	2.33	19	0.12	
		Cambio de filtro de combustible	180.00	Mensual	180.00	6.00	19	0.32	
		Mano de obra de mantenimiento	50.00	Mensual	50.00	1.67	19	0.09	
		Honorarios del guía	100.00	Diario	3000.00	100.00	19	5.26	
		honorarios del conductor	80.00	Diario	2400.00	80.00	19	4.21	
		servicio de alimentación	380.00	diario	11400.00	380.00	19	20.00	

		servicio de alquiler *	1200.00	mensual	1200.00	40.00	19	2.11
		pago de servicios agua	100.00	mensual	100.00	3.33	19	0.18
		pago de servicios electricidad	80.00	mensual	80.00	2.67	19	0.14
		servicio de internet	70.00	mensual	70.00	2.33	19	0.12
		TOTAL	25230.00	841.00	19	44.26		
	COSTOS INDIRECTOS	Seguro vehicular	900.00	anual	75	2.50	19	0.13
		Extintor	74.00	anual	6.17	0.21	19	0.01
		Oxigeno	50.00	mensual	50.00	1.67	19	0.09
		Botiquín de primeros auxilios	10.00	diario	300	10.00	19	0.53
		Marketing y publicidad	350.00	mensual	350	11.67	19	0.61
		TOTAL	781.17	26.04	19	1.37		
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN					26011.17	867.04	19	45.63

* En lo que respecta al concepto de **alquiler**, no se consideró la depreciación debido a que los vehículos utilizados son de propiedad de terceros y se encuentran bajo contrato de arrendamiento. En consecuencia, los operadores no asumen dichos gastos, los cuales son responsabilidad exclusiva de los propietarios de los transportes.

Tabla 28

Determinación del precio por el método de costeo para la fijación del precio por pasajero.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO MEDIANTE EL MÉTODO DEL COSTEO	
DETALLE	TOTAL MESUAL
Costos de operación	
Costos directos	25,230.00
Costos indirectos	781.17
Total costo de operación	26,011.17
(+) Gastos de administración	3,750.00
(+) Gastos de venta	750.00
Costo total	30,511.17
(+) Margen de utilidad 13% **Nota	3,966.45
=Valor del servicio	34,477.62
(+) Impuesto a las ventas 18%	0.00
= Precio del servicio propuesto	34,477.62
PRECIO DEL SERVICIO PROPUESTO POR DIA	
34477.62 /30 DIAS	1,149.25
PRECIO DEL SERVICIO PROPUESTO POR PAX.	
1149.25/19 PASAJEROS	60.49

Nota. ** El margen de ganancia no supera el 13%, en tanto este valor está condicionado por las dinámicas del mercado, particularmente por la relación entre la oferta y la demanda. Según lo señalado en la guía de entrevista (pregunta 15), y considerando el precio promedio observado en el mercado, así como los costos identificados en el presente estudio, se determinó que un margen del 13% resulta adecuado y sostenible en el contexto analizado.

Tabla 29

Comparativa de vehículos de 15 pasajeros para ruta Cusco – Montaña de Siete Colores (240 km ida y vuelta)

Marca / Modelo	Capacidad	Motor (HP)	Tipo de Combustible	Consumo Promedio (km/galón)	Consumo estimado (240 km)	Costo estimado (S/)
Mercedes-Benz Sprinter 315 CDI	19 pax	150 HP	Diésel	27 – 30 km/galón	8,8 – 10,0 galones	S/ 123,2 – S/ 200,0
Renault Master Minibús L3H2	19 pax	135 HP	Diésel	25 – 28 km/galón	9.5 – 10.9 galones	S/ 133,0 – S/ 200,0
Volkswagen Crafter 35 Minibús	19 pax	140–177 HP	Diésel	27 – 30 km/galón	8.8 – 10.0 galones	S/ 123,2 – S/ 200,0

Notas: Tomado de (Renault, 2022); (auto-data, 2022); (DDACOL, 2023); (Volkswagen Vehículos Comerciales, 2021)

- 1 galón = 3.785 litros.
- Precio promedio actual del diésel (julio 2023 en Cusco): S/ 13.59 por galón.
- El consumo real puede variar por factores como: Cantidad de pasajeros y equipaje, Altitud (la ruta llega a más de 5,000 msnm), Estado del camino (asfalto y trocha), Uso del aire acondicionado, Habilidad y experiencia del conductor.

5.2 Discusión de resultados

La presente investigación sobre los costos operativos en el sector turístico ha revelado una serie de prácticas relacionadas con la gestión de los costos, tanto directos como indirectos, que evidencian un enfoque consciente y estratégico por parte de los operadores turísticos. A nivel internacional, estudios previos, como los realizados por Almachi (2019), Costerg (2021), Cabrera et al. (2023), y Llumiquinga (2019), abordan problemáticas similares relacionadas con la eficiencia en la asignación de costos y la rentabilidad de los servicios turísticos. Las conclusiones de estas investigaciones coinciden en varios aspectos con los hallazgos obtenidos en esta tesis, pero también destacan áreas de oportunidad para mejorar las prácticas actuales.

En cuanto a los costos directos, se observó que los operadores turísticos en la

investigación mostraron una adecuada planificación financiera en varios aspectos clave. Un 63.3% realiza un control mensual del gasto en combustible, un componente fundamental para el funcionamiento de las operaciones turísticas, especialmente en un sector que depende de la movilidad de los vehículos. Esto refleja una gestión eficiente, similar a la sugerida por Almachi (2019), quien destacó la importancia de un control sistemático de los costos en las operadoras turísticas para asegurar la rentabilidad de los paquetes ofrecidos. Además, el 76.6% de los operadores incluye el costo de combustible como parte del servicio de recojo de pasajeros, lo que también está alineado con la práctica de incorporar costos directos en los paquetes turísticos, tal como se recomienda en estudios como el de Costerg (2021), quien señaló la importancia de identificar los costos directos para mejorar la rentabilidad del servicio hotelero.

La asignación de presupuestos para el mantenimiento y reparación de vehículos, junto con la implementación de planes de mantenimiento preventivo (70%), también es un indicador positivo que subraya la importancia de un enfoque proactivo en la gestión de activos, tal como lo indicaron Cabrera et al. (2023), quienes destacaron la necesidad de un sistema de costos que permita el control y la gestión eficiente de los recursos.

Respecto a los costos indirectos, la gestión de los costos asociados a la seguridad y la calidad del servicio muestra una fuerte orientación hacia la protección y satisfacción del cliente. Un 76.6% de los operadores cumplen con la recarga de extintores, un 66.7% asigna presupuesto para oxígeno, y un 86.7% asegura la disponibilidad de oxígeno en emergencias, lo que demuestra un alto compromiso con la seguridad, en línea con lo que se ha encontrado en estudios internacionales. Por ejemplo, Llumiquinga (2019) subraya la importancia de las políticas de seguridad, que son fundamentales para la percepción y confianza del usuario en los servicios turísticos. Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora, especialmente en la gestión promocional y la evaluación de resultados. Un 46.7% invierte en marketing y publicidad, pero solo el 50% evalúa los resultados de estas inversiones, lo que refleja una oportunidad para mejorar en la toma de decisiones

estratégicas. Este aspecto es similar a la observación realizada por Costerg (2021), quien señaló la importancia de un análisis continuo de los costos y la implementación de estrategias de marketing efectivas para mejorar la competitividad de los servicios turísticos.

El análisis comparativo con los estudios internacionales revela que, a pesar de las similitudes en las prácticas de control de costos, existen algunas diferencias en la implementación de procedimientos formales y sistemáticos en las empresas turísticas locales. Por ejemplo, Almachi (2019) concluyó que la falta de un procedimiento sistemático para la asignación de costos generaba incertidumbre en la rentabilidad, un problema que también se observa en la presente investigación, aunque en menor medida debido a las prácticas implementadas por los operadores turísticos. No obstante, la falta de una metodología estructurada para la fijación de precios sigue siendo un desafío. Además, las investigaciones de Cabrera et al. (2023) y Costerg (2021) subrayan la importancia de un sistema de costos adecuado y el control de inventarios, lo cual también se refleja en los hallazgos de esta investigación, donde los operadores turísticos manejan los costos operativos de manera eficiente, pero aún queda espacio para mejorar la integración de todos los componentes del costo en un sistema más sistemático y formal.

En el análisis de la relación entre los costos operativos y la fijación de precios en el sector de transporte turístico, se observan diversas investigaciones que reflejan tanto los desafíos como las estrategias adoptadas por las empresas en la región del Cusco, Perú. En este contexto, las investigaciones de Morales y Rodríguez (2022), Ccori (2023), Cusihuaman (2022) y Ñiquen (2021) proporcionan información valiosa sobre cómo las empresas de transporte y agencias de viajes gestionan sus costos para fijar precios adecuados y optimizar su rentabilidad. Morales y Rodríguez (2022) resaltan que la empresa Avalos Tours E.I.R.L. no cuenta con un sistema adecuado para la determinación de costos operativos, lo que genera precios inapropiados basados únicamente en la experiencia. Esto coincide con los resultados de la investigación de Cusihuaman (2022), donde se encuentra que la empresa Arone Travel Tours E.I.R.L. también sufre de una determinación

inadecuada de los costos, especialmente al no considerar los costos indirectos. En ambos casos, las recomendaciones apuntan a la implementación de estructuras contables más precisas y el seguimiento continuo de los costos, lo cual resulta clave para evitar distorsiones en la fijación de precios y mejorar la rentabilidad. En la misma línea, la investigación de Ccori (2023) destaca la incidencia del control de costos en la rentabilidad de las agencias de viajes del Cusco, donde se encontró una correlación significativa entre un control más riguroso de los costos y una mayor rentabilidad. Estos hallazgos coinciden con los resultados obtenidos en la presente investigación, donde se observa que un 63.3% de los operadores turísticos realiza un control mensual de los costos relacionados con el combustible, lo cual contribuye a una adecuada planificación financiera y optimización de recursos. Además, un 70% de los operadores asignan presupuestos para el mantenimiento preventivo de los vehículos, lo que resalta el compromiso de las empresas con la calidad de los servicios.

Por otro lado, el análisis de los costos indirectos en la investigación de los operadores turísticos del Cusco revela que un alto porcentaje de ellos, como un 53.3%, incluye el pago del seguro vehicular y un 50% asegura el pago del SOAT. Estos costos indirectos, aunque menos visibles, son fundamentales para garantizar la seguridad y el bienestar de los turistas. Además, se observa que el 66.7% de los operadores turísticos asigna presupuesto para los costos relacionados con la seguridad, como el oxígeno en emergencias y la recarga de extintores, lo cual es esencial para asegurar la confianza de los clientes y el cumplimiento de normativas. Una de las áreas que requiere atención, según los resultados, es la gestión de los costos administrativos y operativos, en particular los relacionados con la alimentación y los incentivos al personal. Aunque un 66.7% de los operadores asignan presupuesto para la alimentación de los turistas, solo el 60% implementa políticas de incentivos para el personal. Esto refleja una oportunidad para mejorar la motivación del equipo y optimizar la calidad de los servicios ofrecidos, lo que podría resultar en una mayor satisfacción del cliente.

La investigación sobre los costos operativos y la fijación de precios en el sector turístico, particularmente en los operadores turísticos en la región de Cusco, revela una serie de hallazgos que coinciden y se contrastan con estudios previos, lo que permite contextualizar la importancia de un enfoque técnico en la gestión de costos en este sector. En primer lugar, los estudios de Avilés y Quispe (2017), Navarrete y Conto (2018), y Álvarez (2021), todos coinciden en señalar que los operadores turísticos a menudo carecen de un sistema estructurado para calcular y asignar los costos operativos y fijar precios. Avilés y Quispe (2017) destacan que la empresa estudiada no contaba con una estructura de costos adecuada y determinaba precios de forma empírica, basándose únicamente en promedios y en la experiencia. Esta falta de formalización en los métodos de costeo puede ser un riesgo para la rentabilidad de las empresas turísticas. De manera similar, los hallazgos en la investigación actual apuntan a que un número considerable de operadores turísticos en Cusco no aplican técnicas estructuradas y técnicas de fijación de precios, aunque sí muestran un control básico de costos directos como el combustible y el mantenimiento de vehículos. Por otro lado, la investigación de Navarrete y Conto (2018) resalta los costos elevados relacionados con la falta de infraestructura y servicios básicos en el Santuario Histórico Machupicchu, lo que impacta negativamente en la fijación de precios. La falta de infraestructura adecuada en ciertas zonas turísticas es un desafío recurrente en la región, como lo demuestran los resultados de la presente investigación, donde el 70% de los operadores asegura la disponibilidad de servicios básicos como agua, electricidad e internet, lo que indica una gestión más eficiente de los recursos en comparación con los operadores de años anteriores. Sin embargo, algunos aspectos, como el marketing y la publicidad, siguen siendo áreas de mejora, ya que solo un 46.7% invierte en estas áreas, lo que puede limitar la competitividad de las empresas frente a otras alternativas turísticas en el mercado.

En relación con los costos indirectos, los operadores turísticos en la región muestran un compromiso significativo con la seguridad y la eficiencia, lo que se refleja en

el 76.6% que cumple con la recarga de extintores y el 86.7% que dispone de oxígeno en emergencias, datos que coinciden con los estudios previos sobre la importancia de la seguridad en la industria turística. La inclusión de seguros vehiculares también son prácticas comunes entre los operadores, lo que refuerza la necesidad de proteger tanto a los turistas como a los trabajadores involucrados en las actividades turísticas. Sin embargo, a pesar de los avances en la gestión de los costos operativos y la implementación de medidas de seguridad, los resultados indican que aún existen oportunidades de mejora. Por ejemplo, la falta de políticas de incentivos para el personal, como lo señala el hecho de que solo el 60% de los operadores implementan este tipo de estrategias, puede tener un impacto directo en la motivación y la calidad del servicio brindado. Además, la necesidad de optimizar la fijación de precios sigue siendo relevante, ya que muchos operadores aún determinan los precios sin un enfoque técnico adecuado. Como mencionan Álvarez (2021) y los hallazgos actuales, la adopción de un sistema más estructurado y profesionalizado de costeo y fijación de precios puede mejorar la competitividad y la rentabilidad de las empresas turísticas locales.

VI Conclusiones

Respecto al objetivo general, según aporte realizado en relación a los costos de operación para la ruta turística Montaña de Siete Colores revela una estructura bien definida que incluye costos directos e indirectos. Los costos directos representan la mayor proporción del gasto operativo, con rubros clave como combustible, mantenimiento vehicular, honorarios del guía, conductor, y servicios de alimentación. Estos elementos son esenciales para garantizar la calidad y seguridad del servicio ofrecido. Asimismo, los costos indirectos, aunque representan una menor proporción, destacan en la cobertura de seguros, provisión de oxígeno y equipamiento de primeros auxilios, lo cual subraya el compromiso con la seguridad y bienestar de los turistas. El método de costeo utilizado para la fijación de precios integra tanto los costos operativos como los gastos administrativos y de venta, además de considerar un margen de utilidad del 13%. Este enfoque permitió establecer un precio justo y competitivo de 60 soles por pasajero, asegurando la sostenibilidad económica de la operación y una experiencia de calidad para los clientes. Sin embargo, es importante resaltar que los costos asociados al servicio son sensibles al número de pasajeros transportados, lo cual requiere una adecuada planificación para mantener la rentabilidad en caso de menor afluencia. En general, la estructura de costos y el precio establecido reflejan un balance entre eficiencia operativa, calidad del servicio y sostenibilidad económica, siendo una estrategia viable para competir en el mercado turístico de la región

Respecto al objetivo específico 1, los operadores turísticos de la ruta Montaña de Siete Colores evidencian una gestión estratégica y consciente de los costos directos relacionados con la prestación de sus servicios, considerando un costo de 44.00 soles por pasajero por día. Este manejo incluye una adecuada planificación financiera, reflejada en el control mensual del gasto en combustible, el mantenimiento preventivo de vehículos, y la asignación de presupuestos para reparaciones, lo cual asegura la operatividad de los medios de transporte. Asimismo, se considera la alimentación como un factor importante

para enriquecer la experiencia del turista, con presupuestos asignados tanto para los pasajeros como para el personal operativo. Sin embargo, aunque una mayoría incluye los costos del personal en sus cálculos, la implementación de políticas de incentivos no es uniforme, lo que representa una oportunidad para mejorar la motivación y el compromiso del equipo. Finalmente, la provisión de servicios básicos como agua, electricidad e internet, junto con la consideración de gastos por alquiler de locales, asegura el funcionamiento eficiente de los servicios, aunque podrían revisarse estrategias para optimizar estos costos y mejorar la sostenibilidad operativa a largo plazo.

Respecto al objetivo específico 2 relacionado con los costos indirectos, los operadores turísticos demuestran un alto nivel de compromiso con la eficiencia de los servicios y la seguridad en las rutas, teniendo en cuenta un costo de 1.30 soles por pasajero por día. La inclusión de seguros vehiculares, el cumplimiento de normativas relacionadas con el SOAT, y la provisión de extintores y oxígeno como medidas de emergencia destacan como prácticas constantes que priorizan la seguridad de los turistas. Además, el mantenimiento regular de botiquines de primeros auxilios refuerza la capacidad de respuesta ante contingencias, reflejando una gestión integral orientada a la seguridad. En el ámbito promocional, aunque se realizan inversiones en marketing y publicidad, existe una limitada evaluación de los resultados, lo que podría estar restringiendo el impacto de estas estrategias. Este es un aspecto que requiere atención para fortalecer la competitividad del servicio en un mercado turístico creciente. Asimismo, se identifica la necesidad de ajustar los precios operativos para mejorar aspectos clave como la calidad de la alimentación y el trato al personal, asegurando una experiencia turística de alto nivel.

Cabe resaltar que los resultados obtenidos de los costos directos e indirectos en los objetivos específicos no se tomaron en cuenta los gastos administrativos y gastos de venta, de forma global la distribución de costos sería como sigue: gastos directos 44.00 soles; gastos indirectos 1.30 soles; gastos administrativos 6.60 soles; gastos de venta 1.30 y una utilidad de 6.90 soles.

VII Recomendaciones

1. Control de gastos y costos en el uso del combustible:

Es importante consolidar y extender las prácticas de control de gastos y costos de combustible entre los operadores turísticos. Aunque un 63.3% realiza siempre un control mensual del gasto en combustible, sería beneficioso establecer capacitaciones o talleres para que el restante 36.7% adopte esta práctica como un estándar regular. Asimismo, considerando que el 76.6% incluye siempre los costos de combustible en los costos del servicio de recojo de pasajeros, se podría promover la implementación de herramientas tecnológicas de gestión financiera para alcanzar una cobertura del 100%, asegurando así una administración más eficiente y sostenible de los recursos.

2. Presupuesto para mantenimiento y reparaciones:

Para mejorar las prácticas de mantenimiento entre los operadores turísticos, se debe motivar al 36.7% que no asigna siempre un presupuesto y al 30% que no sigue un plan preventivo a hacerlo regularmente. Esto puede lograrse mediante capacitaciones que muestren los beneficios económicos y operativos del mantenimiento preventivo.

3. Gastos operativos y administrativos:

Para optimizar la gestión del personal operativo y administrativo, se recomienda que el 26.6% de los operadores que aún no consideran siempre estos gastos como parte del servicio adopten esta práctica, asegurando una planificación financiera más completa. Además, sería beneficioso promover la implementación de políticas de incentivos para el personal, ya que actualmente solo el 60% de los operadores lo hace siempre. Esto podría lograrse mediante talleres que resalten cómo los incentivos mejoran la productividad y la satisfacción laboral, ayudando a cerrar la brecha del 40% y fortaleciendo la motivación del equipo.

4. Gestión de costos de alimentación:

Para mejorar la gestión de costos de alimentación, se sugiere incentivar a que el

56.7% de los operadores que no incluyen siempre el gasto de alimentación del personal operativo como parte del costo del servicio lo hagan regularmente, fortaleciendo la planificación financiera. Asimismo, sería ideal que el 33.3% que no asigna siempre un presupuesto para la alimentación de los turistas adopte esta práctica, garantizando un servicio más integral y competitivo. Esto puede lograrse mediante capacitaciones en gestión de costos y la promoción de estándares que destaquen la importancia de cubrir estas necesidades como parte del servicio turístico.

5. Gestión de alquileres y servicios básicos:

Se recomienda que el 43.3% de los operadores que no incluyen siempre el gasto de alquiler de locales como parte del costo del servicio lo hagan de manera constante, para garantizar una mejor planificación financiera. Asimismo, el 30% que aún no asegura contar siempre con servicios básicos debería priorizar su implementación para mejorar la calidad del servicio. Esto puede lograrse con capacitaciones en gestión de costos y planificación operativa, promoviendo estándares que aseguren locales funcionales y bien equipados.

6. Evaluación de la eficiencia de los servicios y costos asociados:

Para mejorar la gestión y seguridad de los servicios, se sugiere que más operadores adopten prácticas regulares en estas áreas. Es importante que el 56.7% que no evalúa siempre la eficiencia de los servicios en términos de costos comience a hacerlo, optimizando sus operaciones. Además, el 46.7% que no incluye siempre el seguro vehicular y el 50% que no prioriza el pago del SOAT deben integrarlos consistentemente para garantizar la seguridad y cumplimiento legal. Finalmente, el 33.3% que aún no considera siempre los costos de recarga de extintores debería incorporarlos en su presupuesto, reforzando las medidas de seguridad. Estas mejoras pueden lograrse mediante capacitaciones y el establecimiento de estándares obligatorios en el sector.

7. Seguridad y emergencias:

Para garantizar un estándar aún más alto de seguridad en las rutas turísticas, se

recomienda que el 23.4% de los operadores que no realizan siempre la recarga periódica de extintores y el 33.3% que no asigna siempre un presupuesto para oxígeno refuercen estas prácticas de forma regular. Además, se debe trabajar con el 13.3% que aún no dispone siempre de oxígeno en emergencias para asegurar que este recurso esté siempre disponible. Esto puede lograrse mediante controles regulares, capacitaciones en seguridad y la implementación de políticas que promuevan estas acciones como requisitos básicos para operar.

8. Mantenimiento del botiquín de primeros auxilios:

Para fortalecer la seguridad de los pasajeros, se recomienda que el 26.7% de los operadores que no asigna siempre un presupuesto para el botiquín comience a hacerlo regularmente. Además, el 33.3% que aún no revisa ni reemplaza siempre los suministros debería incorporar esta práctica de manera constante. Estas acciones pueden ser incentivadas mediante capacitaciones en protocolos de seguridad y bienestar, así como mediante auditorías regulares que aseguren el cumplimiento de estas medidas esenciales.

9. Inversión en marketing y publicidad:

Se sugiere que el 53.3% de los operadores que no invierte siempre en estrategias de marketing y publicidad comience a hacerlo de manera regular para mejorar la visibilidad de la ruta turística. Además, es importante que el 50% que no analiza siempre los resultados de sus estrategias implemente un sistema de evaluación constante, utilizando herramientas de medición como encuestas, análisis de tráfico web y retorno de inversión. Esto permitirá optimizar las acciones de marketing, asegurando una mayor efectividad y mejor uso de los recursos invertidos.

10. Contabilidad de costos

Los operadores de la ruta turística Montaña de Siete Colores deberían contratar un contador especializado en costeo, de esa manera establezcan técnicamente su estructura de costos y puedan determinar sus precios mediante la estructura planteada en la presente

investigación, para fijar un precio justo y rentable, generando utilidades y brindando un buen servicio a los turistas. La misma que les permitirá conocer los costos reales utilizados en la operación de la ruta en mención.

VIII Referencias

- Abanto, L. Y. (2024). *Contabilidad de Costos*. Gaceta Juridica.
- Almachi, C. (2019). Procedimiento de costeo a la operadora de turismo Journeyfleet Cía. Ltda. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/2261/1/UISRAEL-EC-CPA-378.242-2019-014.pdf>
- Álvarez, D. (2021). Costo del paquete turístico en la ruta del Camino Inca a Machupicchu y la fijación de precios de la agencia de viajes Cusco Explorers periodo 2017. Cusco, Cusco. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4621/David_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arroyo, G., & Del Rio, B. (2019). Decisiones financieras y la rentabilidad en las empresas de servicios de transporte de carga de Lima metropolitana, año 2017. Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4710/arroyo_del%20rio.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- auto-data. (2022). *Mercedes-Benz Sprinter Panel Van Compact*. Obtenido de auto-data: <https://www.auto-data.net/es/mercedes-benz-sprinter-panel-van-compact-w907-w910-315-cdi-150hp-w910-9g-tronic-48767>
- Aviles, M., & Quispe, Z. (2017). Costos de Operación y Fijación de Precios de la Empresa de Transporte Turístico Avalos Tours E.I.R.L. Periodo 2017. Cusco, Perú. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2436/Marc3%ada_Zandra_Tesis_bachiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Balanda, A. (2005). *Contabilidad de costos*. Misiones, Argentina: Editorial Universitaria de las Universidad Nacional de Misiones. Obtenido de https://editorial.unam.edu.ar/images/documentos_digitales/Contabilidad_de_Costos-Alberto_Balanda.pdf
- Barrio de Mendoza, R., Baca, E., & Valle-Riestra, E. (Julio de 2020). COVID-19 y turismo en Cusco: Balance de los primeros impactos en el sector. *Grupo Propuesta*. Obtenido de <https://propuestaciudadana.org.pe/wp->

- content/uploads/2020/08/NIA-32-2020-COVID-19-y-turismo-en-Cusco.-
Balance-de-los-primeros-impactos-en-el-sector.pdf
- BBVA. (05 de Octubre de 2024). *Turismo sostenible: ¿Qué es y cómo respeta el planeta?* Recuperado el 13 de Enero de 2025, de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>
- Bernardo, E., Morales, M., & Condezo, J. (2020). El costo de producción y la determinación de precios de las empresas metalmecánica en la provincia de Huánuco – año 2018. Huánuco, Perú. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/item/31fbe9e3-47e3-4bef-888a-b30dbbf847fe>
- Berni, L., Zambrano, N., & Chávez, A. (2018). Procedimiento para determinar los costos de calidad por fallas en procesos empresariales. 39 (42), 28. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n42/a18v39n42p28.pdf>
- Boulandier, J., Esparza, F., Garayoa, J., & González-Orduña, C. (2001). Extinción de incendios. Pamplona, España. Obtenido de https://www.bomberosdenavarra.com/documentos/ficheros_documentos/indice.pdf
- Bunge, M. (1971). La ciencia. Su método y su filosofía. Obtenido de https://users.dcc.uchile.cl/~cguierr/cursos/INV/bunge_ciencia.pdf
- Caballero, N. (2016). Alimentación colectiva. Obtenido de <https://es.scribd.com/presentation/169401359/Alimentacion-colectiva>
- Cabrera, M., Serna, M., & Ome, D. (2023). Estudio de implementación de un sistema de costo en los alojamientos turísticos rurales creadas hasta el año 2022 en el municipio de San Agustín Huila. Bogotá, Colombia. Obtenido de <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/a6959f24-b2f2-4396-8518-4d6ae7afd751/content>
- Casanova, C., Núñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(1), 302-314. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7817700>
- Casanova, C., Núñez, R., Navarrete, C., & Proaño, E. (2021). Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065533025>

- Ccori, V. (2023). Costo de servicios turísticos y rentabilidad en las agencias de viaje del Cusco, 2023. Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/148230/Ccori_VJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chávez, B. (2018). "Sistema de costos por órdenes específicas y fijación de precios en empresas de fabricación de rodillos de caucho, distrito de los Olivos, 2017. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23531/Chavez_ABY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Comisión de Normalización y de Fiscalización de Barreras Comerciales no Arancelarias - INDECOPI. (2011). extintores portátiles. Selección, distribución, inspección, mantenimiento, recarga y prueba hidrostática. Lima , Perú. Obtenido de <https://sst.regionpiura.gob.pe/documentos/dependencias/phpmZ0ZJJ.pdf>
- Costerg, L. (2021). Implementación de un sistema de costos en el hotel Howard Johnson Carlos Paz. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <https://repositorio.21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/24365/TFG%20-%20COSTERG,%20Luis%20Ignacio.pdf?sequence=1>
- Cusihuaman, M. (2022). los costos de servicios de transportes y la rentabilidad, caso: empresa Arone travel tours EIRL., periodo 2021. Perú. Obtenido de http://3.17.44.64/bitstream/handle/20.500.12819/1856/Mercedes_tesis_titulo_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- DDACOL, P. (2023). Ficha técnica Mercedes-Benz Sprinter 315 CDI Panel. Obtenido de https://www.mercedes-benz.com.co/mercedes/site/docs/20230808/20230808104330/ficha_tecnica_sprinter_315_panel.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Durán, M., & Zolano, M. (2019). La importancia de la planeación de costo de producción y su efecto en la fijación de precios de productos. (31). Hermosillo, Sonora, México. Obtenido de https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIA_SF/article/view/272/244
- Equipos Contra Incendio Super. (2024). Recarga de Extintores: Tú Preguntas, ECIS Responde. Santiago de Chile. Recuperado el 20 de 02 de 2024, de <https://www.ecis.cl/recarga-de-extintores-tu-preguntas-ecis->

- Obtenido de <https://avia.edu.pe/wp-content/uploads/2023/02/ministeriodeeconomia.pdf>
- Montalvo, D. (2021). La rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020. Arequipa, Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/62842/Montalvo_CDR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morales, Y., & Rodriguez, A. (2022). Los costos de producción y la fijación del precio en la empresa maderera “Asesores y servicios Placencia EIRL”– Chimbote, 2022. Trujillo, Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/108482/Morales_RYP-Rodriguez_VAY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nationwide. (2024). Calculadora de depreciación del auto. Recuperado el 20 de 02 de 2024, de <https://espanol.nationwide.com/lc/resources/auto-insurance/articles/car-depreciation-calculator#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20depreciaci%C3%B3n?,como%20lo%20sacas%20del%20concesionario>.
- Navarrete, R., & Conto, D. (2018). Los costos de operación en los servicios turísticos Santuario Histórico Machupicchu en la modalidad de pool y la fijación de precios y tarifas en la empresa Andean World Expedition´s E.I.R.L., Periodo 2016. Cusco, Perú. Obtenido de https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2966/Ruth_Dayssi_Tesis_bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/B0028.pdf>
- Ñiquen, Y. (2021). Costo del paquete turístico en el sinceramiento de la fijación de precios de Minorte Travel S.A.C., Trujillo 2020. Perú. Obtenido de <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a4aad2c8-efc1-430f-9a33-b71ab07408d1/content>
- Organización de Estados Americanos. (2014). Competitividad y Sostenibilidad en el Turismo. *Noticias SEDI:Diálogo político, cooperación técnica y acción dirigida*.

- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2024). Barómetro OMT del Turismo Mundial . 22(1). Obtenido de <https://www.unwto.org>
- Peralta, L. (2022). La recuperación del turismo como pilar del gran impulso para la sostenibilidad. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/3da051b8-968d-40a7-94a2-8fcb9710bc1e/content>
- Pérez, D., & Martínez, I. (2006). *Marketing. El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación*. Obtenido de <https://static.eoi.es/savia/documents/componente45108.pdf>
- Pérez, D., Pérez, & Isabel. (2006). *Marketing. La Comunicación con el Mercado*. Obtenido de <https://www.eoi.es/sites/default/files/savia/documents/componente45096.pdf>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2023). Qué es, usos, definición y concepto. Obtenido de <https://definicion.de/fijacion/>
- Polimeni, R., Fabozzi, F., & Adelberg, A. (1997). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Martha Edna Suarez R. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/0B1yljg3v3iiCYkJXa3ViZ2FvNWM/view?usp=sharing&resourcekey=0-ZnYn9n4MJOVuh_19Q4sn3w
- Ramirez, D. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México, México: McGRAW-HILL/Interamericana editores, S.A. DE C.V. Obtenido de <https://www.resistenciacontable.org.py/index.php/descargas/libros?download=53:contabilidad-administrativa>
- Ramirez, T. (2010). *Como hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo. Obtenido de https://drive.google.com/file/d/1pm_ww1KmrVkQ7C5Ahmefcu2Gpw_5nGIM/view
- Red Nacional de Asistentes Técnicos en Presupuesto por Resultados. (2012). Una propuesta de asistencia técnica. Lima, Perú. Obtenido de https://www.mesadeconcertacion.org.pe/sites/default/files/archivos/2015/documentos/09/publicacion_b0eca481487f70318b3ee1e25aa2f01d.pdf
- Renault. (2022). Ficha técnica Renault Master. Obtenido de <https://derco-pe-prod.s3.amazonaws.com/images/models/2022-05-17->

- Ficha%20t%C3%A9cnica%20-%20Master_compressed%20%281%29.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Rivas, V. (2018). La Determinación De Costos De Producción Y La Fijación De Precios En El Sector Artesanal De Calzado En La Ciudad De Ambato. Ambato, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/27554>
- Rosa, I., Rondán, F., & Díez, E. (2013). *Gestión de precios*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524425326_2_.pdf
- Rosales, E. (2019). Costos por servicios y fijación del precio de venta del Hotel Tabuba, Comuna Montañita, Provincia de Santa Elena, Año 2018. La Libertad, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5192>
- Salazar, K., & Vera, P. (2021). Impactos Socioeconomicos Y Ambientales de la Actividad Turistica en El Ambito de la Montaña de Siete Colores - Vinicunca, Distrito de Pitumarca - Cusco. Obtenido de http://200.48.82.27/bitstream/handle/20.500.12918/6001/253T20210267_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salluca, L., & Huamán, L. (2016). Costos de operación de servicios turísticos y fijación de precios, en la ruta de alta montaña Salkantay, en el operador de turismo - Andean Trecks - Cusco, periodo 2016. Cusco, Perú.
- Santander Universidades. (15 de 04 de 2022). *Santander*. Recuperado el 13 de 01 de 2025, de ¿Qué es la gestión empresarial? Claves del management: <https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/gestion-empresarial.html>
- SUNAT. (2017). Perú. Obtenido de <https://orientacion.sunat.gob.pe/recibos-por-honorarios-electronicos>
- Superintendencia de banca, seguros y AFP. (2015). Finanzas en el Cole. Lima, Perú. Obtenido de https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/7_%20Sistema%20de%20Seguros.pdf
- Tarazona, F. (2020). Oxígeno medicinal e industrial: la gran demanda ante el COVID-19. Lima, Perú. Obtenido de <https://utec.edu.pe/blog-de-carreras/ingenieria-quimica/oxigeno-medicinal-e-industrial-la-gran-demanda-ante-el-covid->

