

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial

en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco,

año 2024

Para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores:

Bach. Josselyn Daniela SALINAS SIMEON

Bach. David VERGARA JANAMPA

Asesor:

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

Cerro de Pasco – Perú – 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial

en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco,

año 2024

Sustentada y aprobada ante los miembros del Jurado:

Dr. León ALCÁNTARA NAVARRO
PRESIDENTE

Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO
MIEMBRO

Mg. Nemías CRISPÍN COTRINA
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias Económicas y Contables
Unidad de Investigación

“Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana”

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 005-2025

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Josselyn Daniela SALINAS SIMEON y David VERGARA JANAMPA

Escuela de Formación Profesional

Contabilidad

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024

Asesor:

Dr. Ladislao Espinoza Guadalupe

Índice de Similitud: **13%**

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 000033-2025-UNDAC/DFCEC.

Cerro de Pasco, 13 de marzo del 2025



Firmado digitalmente por BERNALDO
FAUSTINO Carlos David FAJ
20154605046.xml
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 13.03.2025 22:50:36 -05:00

Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

DEDICATORIA

A mis padres, quienes han sido los pilares fundamentales y los más grandes orientadores en mi camino de vida. Este logro representa una nueva meta cumplida, y con profunda gratitud y amor, lo dedico enteramente a ustedes.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestro más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, institución que nos formó académicamente durante nuestra etapa de pregrado. Asimismo, extendemos nuestro reconocimiento a nuestros docentes, quienes, con su conocimiento y experiencia, nos transmitieron valiosas enseñanzas que marcaron nuestra trayectoria profesional.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como propósito establecer la correlación existente entre la contabilidad de gestión y la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024. Para tal fin se aplicó un cuestionario a cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo.

Los estadísticos de Correlación de Pearson y Regresión Lineal fueron utilizados en la prueba de hipótesis, el valor de P es 0.040, 0.044 y 0.047, respectivamente, siendo P menor de 0.05, se rechaza las hipótesis nulas (H_0), confirmándose la hipótesis de estudio (H_1).

La conclusión general arribada es: La contabilidad de gestión incide significativamente en el desarrollo de la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024. Los resultados obtenidos evidencian que la implementación de herramientas específicas de contabilidad de gestión genera una mejora sustancial en la capacidad de estas empresas para competir eficazmente en el mercado, lo que se respalda en los altos coeficientes de correlación (R_{xy}) y valores de significancia estadística ($P < 0.05$) en cada hipótesis analizada.

Palabras claves: Contabilidad de gestión y Competitividad empresarial.

ABSTRACT

The purpose of this research was to establish the correlation between management accounting and business competitiveness in travel and tourism agencies in the province of Oxapampa - Pasco, year 2024. For this purpose, a questionnaire was applied to forty-five (45) workers of fifteen (15) travel and tourism agencies.

The Pearson Correlation and Linear Regression statistics were used in the hypothesis test, the P value is 0.040, 0.044 and 0.047, respectively, being P less than 0.05, the null hypothesis (Ho) is rejected, confirming the study hypothesis (Hi).

The general conclusion reached is: Management accounting has a significant impact on the development of business competitiveness in travel and tourism agencies in the province of Oxapampa - Pasco, year 2024. The results obtained show that the implementation of specific management accounting tools generates a substantial improvement in the ability of these companies to compete effectively in the market, which is supported by the high correlation coefficients (R_{xy}) and statistical significance values ($P < 0.05$) in each hypothesis analyzed.

Key words: Management accounting and business competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Según el Reglamento de Grados y Títulos de la UNDAC, sometemos a vuestro elevado criterio la tesis intitulada: “La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024”. Con la finalidad de optar el título profesional de Contador Público.

La hipótesis general formulada como una conjetura derivada del problema planteado es: La contabilidad de gestión incide significativamente en el desarrollo de la competitividad empresarial, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

Variable independiente: La contabilidad de gestión y la variable dependiente: Gestión empresarial.

La presente investigación está estructurada en cuatro capítulos principales:

Capítulo primero: Este capítulo aborda la realidad problemática, el planteamiento del problema en sus dimensiones general y específicas, los objetivos que orientaron la investigación, y finaliza con la justificación que sustenta la relevancia del estudio.

Capítulo segundo: Se desarrolla el marco teórico que fundamenta la investigación, acompañado de una revisión detallada de los antecedentes relevantes que aportan contexto y respaldo a los enfoques adoptados.

Capítulo tercero: Se presenta la metodología empleada, detallando las técnicas de investigación utilizadas. Esta es una investigación de enfoque cuantitativo, no experimental, clasificada como aplicada, con un diseño transversal de tipo correlacional.

Capítulo cuarto: Este capítulo expone los resultados obtenidos, respaldados por cuadros y gráficos que facilitan su interpretación. Además, incluye la contrastación de

las hipótesis formuladas y una discusión exhaustiva de los resultados en relación con el marco teórico y los antecedentes revisados.

Esta estructura integral busca proporcionar una visión clara y organizada de los elementos clave del proceso investigativo y de sus hallazgos.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.	Identificación y determinación del problema	1
1.2.	Delimitación de la investigación	3
1.3.	Formulación del problema.....	3
1.3.1.	Problema general	3
1.3.2.	Problemas específicos.....	3
1.4.	Formulación de objetivos	4
1.4.1.	Objetivo general.....	4
1.4.2.	Objetivos específicos	4
1.5.	Justificación de la investigación	4
1.6.	Limitaciones de la investigación	5

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1.	Antecedentes de estudio	6
2.2.	Bases teóricas – científicas	7

2.2.1.	Contabilidad de gestión	7
2.2.2.	Competitividad empresarial	9
2.3.	Definición de términos básicos.....	10
2.4.	Formulación de hipótesis	11
2.4.1.	Hipótesis general.....	11
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	12
2.5.	Identificación de variables	12
2.6.	Definición operacional de variables e indicadores	13

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1.	Tipo de investigación.....	14
3.2.	Nivel de investigación	14
3.3.	Métodos de investigación	15
3.4.	Diseño de investigación	15
3.5.	Población y muestra.....	17
3.5.1.	Población	17
3.5.2.	Muestra	17
3.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.7.	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación.....	19
3.8.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	19
3.9.	Tratamiento estadístico	21
3.10.	Orientación ética filosófica y epistémica.....	21

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Descripción del trabajo de campo.....	22
------	---------------------------------------	----

4.2.	Presentación, análisis e interpretación de resultados	23
4.3.	Prueba de hipótesis	42
4.3.1.	Primera hipótesis.....	42
4.3.2.	Segunda hipótesis	44
4.3.3.	Tercera hipótesis	46
4.4.	Discusión de resultados	48

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Identificación de variables.....	12
Tabla 2	Matriz de operacionalización de variables	13
Tabla 3	Muestreo aleatorio estratificado	18
Tabla 4	Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación ..	19
Tabla 5	Cuestionario pregunta: 01 - V.I.....	23
Tabla 6	Cuestionario pregunta: 02 - V.I.....	24
Tabla 7	Cuestionario pregunta: 03 - V.I.....	25
Tabla 8	Cuestionario pregunta: 04 - V.I.....	26
Tabla 9	Cuestionario pregunta: 05 - V.I.....	27
Tabla 10	Cuestionario pregunta: 06 - V.I.....	28
Tabla 11	Cuestionario pregunta: 07 - V.I.....	29
Tabla 12	Cuestionario pregunta: 08 - V.I.....	30
Tabla 13	Cuestionario pregunta: 09 - V.I.....	31
Tabla 14	Cuestionario pregunta: 01 - V.D.	32
Tabla 15	Cuestionario pregunta: 02 - V.D.	33
Tabla 16	Cuestionario pregunta: 03 - V.D.	34
Tabla 17	Cuestionario pregunta: 04 - V.D.	35
Tabla 18	Cuestionario pregunta: 05 - V.D.	36
Tabla 19	Cuestionario pregunta: 06 - V.D.	37
Tabla 20	Cuestionario pregunta: 07 - V.D.	38
Tabla 21	Cuestionario pregunta: 08 - V.D.	39
Tabla 22	Cuestionario pregunta: 09 - V.D.	40
Tabla 23	Cuestionario pregunta: 10 - V.D.	41

Tabla 24	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson	42
Tabla 25	Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1	42
Tabla 26	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson	43
Tabla 27	Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1	43
Tabla 28	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson	44
Tabla 29	Coeficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2	44
Tabla 30	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson	45
Tabla 31	Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2.....	45
Tabla 32	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson	46
Tabla 33	Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3	46
Tabla 34	Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson	47
Tabla 35	Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3.....	47

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cuestionario pregunta: 01 - V.I.....	23
Gráfico 2 Cuestionario pregunta: 02 - V.I.....	24
Gráfico 3 Cuestionario pregunta: 03 - V.I.....	25
Gráfico 4 Cuestionario pregunta: 04 - V.I.....	26
Gráfico 5 Cuestionario pregunta: 05 - V.I.....	27
Gráfico 6 Cuestionario pregunta: 06 - V.I.....	28
Gráfico 7 Cuestionario pregunta: 07 - V.I.....	29
Gráfico 8 Cuestionario pregunta: 08 - V.I.....	30
Gráfico 9 Cuestionario pregunta: 09 - V.I.....	31
Gráfico 10 Cuestionario pregunta: 01 - V.D.	32
Gráfico 11 Cuestionario pregunta: 02 - V.D.	33
Gráfico 12 Cuestionario pregunta: 03 - V.D.	34
Gráfico 13 Cuestionario pregunta: 04 - V.D.	35
Gráfico 14 Cuestionario pregunta: 05 - V.D.	36
Gráfico 15 Cuestionario pregunta: 06 - V.D.	37
Gráfico 16 Cuestionario pregunta: 07 - V.D.	38
Gráfico 17 Cuestionario pregunta: 08 - V.D.	39
Gráfico 18 Cuestionario pregunta: 09 - V.D.	40
Gráfico 19 Cuestionario pregunta: 10 - V.D.	41

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

La problemática actual de las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, se inscribe en un contexto internacional, nacional y regional que presenta desafíos significativos para su competitividad.

“A nivel internacional, la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto devastador en el sector turístico, obligando a las agencias a adaptarse rápidamente a nuevas realidades, como el aumento del turismo virtual y la necesidad de implementar medidas de salud y seguridad” (Kowalczyk-Anioł et al., 2021).

“Este cambio ha llevado a una reconfiguración del mercado, donde las agencias que no se adaptan a las nuevas tendencias digitales corren el riesgo de quedar obsoletas” (Elhaj & Barakeh, 2015a).

“La competencia no solo proviene de otras agencias tradicionales, sino también de plataformas en línea que ofrecen servicios directos al consumidor, lo que ha intensificado la presión sobre las agencias de viajes para innovar y mejorar su propuesta de valor” (Elhaj & Barakeh, 2015b).

“En el contexto nacional, Perú enfrenta retos similares; las agencias de viajes han tenido que lidiar con la transformación digital acelerada y la creciente preferencia de los consumidores por las reservas en línea” (Kerdpitak et al., 2022).

“Esto ha llevado a un análisis de cómo las agencias pueden utilizar la contabilidad de gestión para optimizar sus operaciones y mejorar su competitividad” (Alonso-Almeida et al., 2013).

“La implementación de prácticas de gestión de calidad se ha identificado como un factor clave para la supervivencia y el éxito de las agencias en tiempos de crisis, ya que un enfoque centrado en el cliente puede resultar en una mayor satisfacción y lealtad” (Mura & Kajzar, 2019).

“Sin embargo, muchas agencias aún luchan por adoptar estas prácticas debido a limitaciones en recursos y capacitación” (Kozák & Kolářová, 2019)..

“A nivel regional, en la provincia de Oxapampa, la situación es aún más crítica. La falta de infraestructura adecuada y el escaso desarrollo de productos turísticos diversificados limitan las oportunidades de crecimiento para las agencias locales” (Lin et al., 2014).

“Además, la competencia con agencias más grandes y establecidas en otras regiones del país crea un entorno desafiante para las pequeñas y medianas empresas turísticas” (Elgarhy & Abou-Shouk, 2022).

“La investigación sugiere que la adopción de estrategias de marketing innovadoras y la mejora de la calidad del servicio son esenciales para que estas agencias puedan competir eficazmente en el mercado” (Zhu et al., 2017).

“La gestión de la reputación también se ha vuelto crucial, ya que las percepciones de los consumidores sobre la calidad del servicio pueden influir

significativamente en la competitividad de las agencias” (Hoon-Ku et al., 2020).

En resumen, la problemática de las agencias de viajes y turismo en Oxapampa se caracteriza por la necesidad urgente de adaptarse a un entorno cambiante y competitivo, tanto a nivel internacional como nacional y regional; la contabilidad de gestión emerge como una herramienta fundamental para ayudar a estas agencias a desarrollar estrategias que mejoren su competitividad y les permitan sobrevivir en un mercado cada vez más desafiante.

1.2. Delimitación de la investigación

El estudio se delimitó en los siguientes aspectos:

Dimensión social. El cuestionario, comprende a cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo.

Dimensión espacial. Provincia Oxapampa y departamento de Pasco.

Dimensión temporal. Año 2024.

Dimensión conceptual. Variable independiente: La contabilidad de gestión. Variable dependiente: Competitividad empresarial.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿En qué medida la **contabilidad de gestión** incide en el desarrollo de la **competitividad empresarial**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?

1.3.2. Problemas específicos

¿En qué medida la implementación del **costeo directo** incide en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?

¿En qué medida la implementación del **punto de equilibrio** incide en el

desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?

¿En qué medida la implementación del **presupuesto maestro** incide en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Establecer en qué medida la **contabilidad de gestión** incide en el desarrollo de la **competitividad empresarial**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

Determinar en qué medida la implementación del **costeo directo** incide en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.

Determinar en qué medida la implementación del **punto de equilibrio** incide en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.

Determinar en qué medida la implementación del **presupuesto maestro** incide en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.

1.5. Justificación de la investigación

La presente investigación, es de suma importancia ya que la contabilidad de gestión puede facilitar el análisis de costos y la evaluación del rendimiento, lo que resulta crucial para mejorar la última eficiencia operativa y, en instancia, la competitividad del sector turístico en la región.

La justificación de la investigación:

Teórica, el enfoque teórico proporciona un marco sólido para entender cómo la contabilidad de gestión puede ser aplicada para lograr la competitividad empresarial en las agencias de viaje.

Metodológica, desde una perspectiva metodológica, la investigación se justifica al adoptar un enfoque cuantitativo que permita la recolección y análisis de datos estadísticos relevantes,

Empírica, la justificación empírica se fundamenta en la necesidad de abordar un vacío en la investigación sobre la contabilidad de gestión en el sector turístico.

1.6. Limitaciones de la investigación

“Una limitación representa elementos externos al control del equipo investigador que pueden actuar como barreras durante la ejecución del estudio; estos factores, fuera del alcance del control directo del investigador, tienen el potencial de afectar la realización y el término del estudio; en otras palabras, la limitación en este contexto se refiere a cualquier aspecto externo que podría impactar la calidad y fiabilidad del trabajo investigativo” (Moreno, 2013, p. 5).

Nada de limitaciones encontradas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

Alturo & Tusán (2016), en el artículo científico “*Contabilidad de gestión en la pequeña empresa manufacturera como herramienta estratégica para la competitividad: un estudio desde el espinal, Colombia*”, habiendo llegado a las siguientes conclusiones: “El modelo de contabilidad de gestión con estándares internacionales de contabilidad, información financiera y aseguramiento de la información, aporta datos útiles para poder tener una buena planeación estratégica que la lleve a ser competitiva; existe una relación significativa entre la contabilidad gestión y la competitividad empresarial” (p. 14).

Azogue (2019), en la tesis “*La contabilidad de gestión y la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil del cantón Ambato*”, habiendo llegado a la siguiente conclusión: “Se ha comprobado que existe una relación significativa entre la contabilidad de gestión y la competitividad empresarial en las pequeñas empresas del sector textil del cantón Ambato” (p. 73).

Evia (2006), en el artículo científico “*¿Es la contabilidad administrativa una herramienta útil para desarrollar la competitividad de las empresas?*”, habiendo llegado a la siguiente conclusión: “Las compañías que en su momento desarrollaron la técnica de contabilidad administrativa obtuvieron una ventaja competitiva originada por la aplicación de las mismas, la cual contribuyó a su posicionamiento como líderes de mercado” (p. 163).

Solís et al. (2022), en la tesis titulado “*La importancia de la contabilidad administrativa y la competitividad en las empresas*”, llegó a la siguiente conclusión: “El uso de una contabilidad administrativa les proporcionará la información pertinente para facilitar a la organización mejorar sus funciones y una toma de decisiones acertada así como la capacidad de ser competitiva; las herramientas y estrategias que las organizaciones aplican son seleccionadas en base a las necesidades empresariales que se ajustan a las posibilidades económicas de la empresa” (p. 67).

2.2. Bases teóricas – científicas

2.2.1. Contabilidad de gestión

“La contabilidad de gestión se ha consolidado como una herramienta crucial para la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones; esta disciplina no solo se limita a la recopilación de datos financieros, sino que también se enfoca en el análisis y la interpretación de la información para facilitar la planificación y el control de las operaciones” (Hernández & Dopico, 2018).

“A medida que las empresas enfrentan entornos cada vez más competitivos, la contabilidad de gestión se convierte en un elemento esencial para la identificación de oportunidades de mejora y la optimización de recursos” (Araujo-Asencios, 2023).

“Además, se ha demostrado que la implementación de prácticas de contabilidad de gestión puede influir positivamente en la eficiencia operativa y, por ende, en la competitividad empresarial” (Ahoña-Tigre & Freire, 2022).

“La evolución de la contabilidad de gestión ha estado marcada por la necesidad de adaptarse a los cambios en el entorno empresarial” (Ahoña-Tigre & Freire, 2022).

“Las empresas que integran la contabilidad de gestión con estrategias de responsabilidad social y sostenibilidad tienden a mejorar su desempeño competitivo; asimismo, la contabilidad de gestión permite a las organizaciones evaluar su rendimiento en relación con sus objetivos estratégicos, facilitando la identificación de áreas críticas que requieren atención” (Barrero et al., 2020).

“En este sentido, la contabilidad de gestión no solo proporciona información histórica, sino que también proyecta escenarios futuros que son vitales para la planificación estratégica” (Hernández & Dopico, 2018).

“La contabilidad de gestión también se relaciona con la innovación y la adaptabilidad organizacional; las empresas que utilizan herramientas de contabilidad de gestión para evaluar su desempeño son más propensas a innovar y adaptarse a las demandas cambiantes del mercado” (Nuñez-Lira, 2023).

“Esto se debe a que la contabilidad de gestión proporciona información valiosa que permite a las empresas identificar tendencias y patrones en el comportamiento del consumidor, lo que a su vez les ayuda a desarrollar productos y servicios que satisfacen mejor las necesidades del mercado; por lo tanto, la contabilidad de gestión no solo es un componente esencial de la administración financiera, sino que también juega un papel estratégico en la competitividad empresarial” (Carvalho et al., 2019).

2.2.2. Competitividad empresarial

“La competitividad empresarial es un concepto multidimensional que abarca diversos factores que influyen en el desempeño de las organizaciones en el mercado; la competitividad se puede entender a través de tres perspectivas: financiera, de gobernanza corporativa y de sostenibilidad” (Carvalho et al., 2019).

“Las empresas que adoptan prácticas sostenibles y responsables tienden a ser más competitivas, ya que logran mejorar su reputación y atraer a consumidores conscientes de la responsabilidad social” (Ahoña-Tigre & Freire, 2022).

“Además, la competitividad empresarial está intrínsecamente relacionada con la capacidad de innovación de las organizaciones, lo que implica que aquellas que invierten en investigación y desarrollo son más propensas a sobresalir en sus respectivos mercados” (Medeiros et al., 2020).

“El entorno empresarial actual, caracterizado por la globalización y la rápida evolución tecnológica, exige que las empresas adopten estrategias de competitividad efectivas; enfatizan que la competitividad no solo se mide por la cuota de mercado, sino también por la capacidad de las empresas para adaptarse a los cambios y anticiparse a las necesidades del consumidor” (Barrero et al., 2020).

“En este contexto, la innovación se convierte en un pilar fundamental de la competitividad, ya que permite a las empresas diferenciarse y ofrecer valor añadido a sus clientes” (Falcón et al., 2014).

“La investigación de Mejía et al. (2019) respalda esta afirmación, al señalar que las empresas que implementan estrategias de innovación y mejora continua logran un mejor desempeño en términos de competitividad”.

“Además, la competitividad empresarial se ve influenciada por factores externos, como el entorno económico y la calidad de las instituciones; un ambiente de negocios sofisticado, caracterizado por la calidad de los proveedores y la infraestructura de apoyo, es fundamental para el éxito de las empresas en el mercado global” (Medeiros et al., 2020).

“Esto resalta la importancia de la colaboración entre diferentes actores del ecosistema empresarial, incluyendo universidades, gobiernos y el sector privado, para fomentar un entorno que favorezca la competitividad” (Cruz et al., 2022).

En resumen, la competitividad empresarial es un fenómeno complejo que requiere un enfoque integral que considere tanto los factores internos como externos que afectan el rendimiento organizacional.

2.3. Definición de términos básicos

Competitividad empresarial. “La competitividad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa para ofrecer productos y servicios que sean superiores a los de sus competidores, lo que le permite mantener o aumentar su cuota de mercado; este concepto es fundamental en un entorno de hipercompetencia, donde las empresas deben adaptarse rápidamente a los cambios del mercado, la competitividad no solo se basa en la calidad del producto, sino también en la reputación y la fidelización de los clientes, lo que subraya la importancia de estrategias de marketing efectivas y la gestión de la relación con el cliente” (Acosta et al., 2016).

Costeo directo. “El costo directo, también conocido como costo variable, se refiere a un sistema contable que asigna únicamente los costos variables a la producción de bienes o servicios, excluyendo los costos fijos; este enfoque permite a las empresas identificar con mayor claridad el costo real de producción

y su impacto en la rentabilidad; el costeo directo se ha consolidado como una herramienta valiosa para la toma de decisiones gerenciales, ya que facilita la evaluación del desempeño financiero a corto plazo y la identificación de márgenes de contribución por producto” (Acosta et al., 2016).

Presupuesto maestro. “El presupuesto maestro es una herramienta integral de planificación financiera que reúne todos los presupuestos individuales de una organización, incluyendo ingresos, gastos y capital; este presupuesto sirve como un marco de referencia para la gestión y control de las operaciones empresariales; según, el presupuesto maestro permite a las empresas identificar debilidades y fortalezas operativas, así como anticipar ahorros en costos, lo que resulta esencial para la asignación eficiente de recursos y la maximización de la rentabilidad” (Amezcuca et al., 2020).

Punto de equilibrio. “El punto de equilibrio es un concepto financiero que se refiere al nivel de ventas en el cual los ingresos totales igualan los costos totales, resultando en una utilidad neta de cero; este análisis es crucial para la planificación financiera, ya que permite a las empresas determinar el volumen de ventas necesario para cubrir sus costos; según el punto de equilibrio no solo ayuda a las empresas a establecer metas de ventas, sino que también proporciona una base para evaluar la viabilidad de nuevos proyectos y la efectividad de las estrategias de precios” (Angulo, 2015).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La **contabilidad de gestión** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad empresarial**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

2.4.2. Hipótesis específicas

La implementación del **costeo directo** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

La implementación del **punto de equilibrio** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

La implementación del **presupuesto maestro** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

2.5. Identificación de variables

Tabla 1. Identificación de variables

Tipo de variables	Variables (Rxy)
Variable independiente (causa):	Contabilidad de gestión.
Variable dependiente (efecto):	Competitividad empresarial.

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 2. Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
X: Contabilidad de gestión. (Variable independiente)	“La contabilidad de gestión puede ser definida como un sistema de información de un ente económico orientado hacia la elaboración de informes de uso interno, que facilitan las funciones de planeación, control y toma de decisiones” (Cano, 2024, p. 22).	X1 Costeo directo.	<ul style="list-style-type: none"> • Costo variable unitario (CVU). • Margen de contribuciones (MC). • Análisis de las variaciones. 	Cuestionario	1 2 3
		X2 Punto de equilibrio.	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de equilibrio en unidades (PEU). • Punto de equilibrio en valor monetario (PEM). • Análisis de sensibilidad del punto de equilibrio. • Planeación de utilidades en base al punto de equilibrio. 		4 5 6 7
		X3 Presupuesto maestro.	<ul style="list-style-type: none"> • Calendario presupuestal. • Análisis de la desviación del presupuesto. 		8 9
Y: Competitividad empresarial. (Variable dependiente)	“Competitividad empresarial es la capacidad que tiene una empresa de hacer las cosas mejor que su competencia, ya sea en términos de producto, producción, costes, calidad, de manera que al final suponga una ventaja a la hora de hacer el negocio más rentable” (Cámara de Comercio de España, 2023).	Y1 Competitividad.	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento de la participación de mercado. • Crecimiento de ventas. • Rentabilidad sobre la inversión (ROI). • Índice de innovación. • Satisfacción del cliente. • Eficiencia operativa. • Calidad del producto/servicio. • Adaptabilidad al cambio tecnológico. • Desempeño financiero. • Desempeño en la responsabilidad social empresarial (RSE). 	Cuestionario	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Es una investigación **aplicada**.

“Un campo de la ciencia aplicada se centra en investigar problemas con un objetivo práctico, orientado a mejorar el bienestar humano. Muchas de las ciencias que estudian la realidad y los fenómenos con este fin dan lugar al desarrollo de nuevas tecnologías” (Sánchez et al., 2018, p. 28).

“La investigación aplicada es práctica porque sus resultados se utilizan de inmediato para resolver problemas reales; normalmente, identifica un problema, buscando solucionar de la mejor forma; las investigaciones en las empresas generalmente es de tipo aplicada, tiene como objetivo abordar un desafío específico en el funcionamiento diario de organizaciones” (Vara, 2015, p. 235).

3.2. Nivel de investigación

Es del nivel correlacional.

“Los objetivos son entender la conexión o el grado de vínculo con más de variables, categorías, conceptualizaciones de determinado tema” (Hernández-

Sampiere & Mendoza, 2018, p. 109).

Investigación correlacional, “Los estudios no muestran una relación de causalidad y su efecto; simplemente revelan una relación de probabilidad entre sucesos” (Supo, 2012, p. 5).

3.3. Métodos de investigación

El método de investigación es no experimental cuantitativa.

“Se caracteriza por el hecho de que no se manipulan intencionalmente las variables; en este tipo de estudios, lo que se hace es ver y cuantificar los acontecimientos y las variables de la forma que ocurren en el ambiente sin interferir ni buscar influir, las cosas se desarrollan de manera natural; el objetivo es analizar las variables sin haberlas modificado previamente” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 174).

“El término "cuantitativo" se origina del latín "quantitas" y se relaciona con los cálculos realizados con números y las matemáticas, implican una serie de procedimientos organizados con un conjunto de técnicas sistemáticas que se presentan como procedimientos estructurados y ordenados secuencialmente; en la actualidad, estas metodologías se utilizan para comprobar y validar ciertas hipótesis específicas de manera lógica y precisa ” (Niglas 2010, citado en Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 5,6).

3.4. Diseño de investigación

“Es una estrategia planificada para recopilar información necesaria en un estudio, fin de resolver de manera satisfactoria los problemas planteados” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 150).

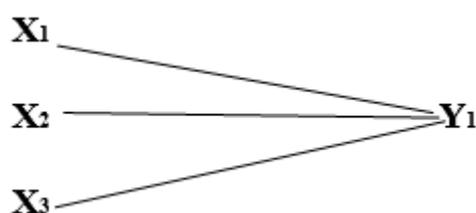
“Diversos expertos han utilizado diferentes enfoques para categorizar o clasificar una investigación no experimental; una forma comúnmente aceptada de

categorizarla se basa según el tiempo o la cantidad de momentos en los que se recopilan la información; en este contexto, el diseño transversal se refiere a la recopilación de datos en un único momento del tiempo, mientras que el diseño longitudinal abarca la recolección de información en varios puntos temporales distintos” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 176).

“Un diseño transversal pueden ser clasificados en exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 177)”.

“El diseño transversal es sumamente útil a fin de determinar conexiones con diferentes dimensiones, indicadores o variables, en determinado tiempo. Algunas veces, estas conexiones son simplemente relacionales, mientras que en otros casos implican una relación de causa y efecto” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 178).

Se utilizó un diseño **transeccional: correlacional**; se muestra a continuación:



X: Variable independiente (causa)

Y: Variable dependiente (efecto)

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

“Una población o universo es el total de sus componentes, como personas, objetos, datos, eventos que se van a estudiar o analizar” (Vara, 2015, p. 261).

“El término universo es referido al total de sus componentes, personas y unidades con aspectos comunes, las cuales pueden ser observadas, medidas o analizadas, y que conforman el objeto de estudio de cualquier investigación” (Gamarra et al., 2015, p. 136).

“La población está constituido por cincuenta (50) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, que laboran en oficinas relacionados con la elaboración de información financiera” (MINCETUR, 2024).

3.5.2. Muestra

“Una muestra es un segmento del universo seleccionado de manera lógica y sistemática, permite representar las características del grupo completo en un estudio; esta selección busca garantizar que los datos obtenidos sean válidos y confiables para inferir conclusiones aplicables al conjunto general” (Vara, 2015, p. 261).

“Una muestra para el proceso cuantitativo es una parte más pequeña de la población que se está estudiando, de la cual se recopilarán datos; esta muestra debe estar bien definida y delimitada de antemano, y también deberá representar a la población o universo” (Hernández et al., 2014, p. 173).

“A fin de establecer una muestra representativa del estudio, aplicamos las fórmulas para poblaciones finitas (Vara, 2015, p.269):

$$n = \frac{p(1-p) \cdot Z^2 \cdot N}{E^2 \cdot (N-1) + p(1-p)Z^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

Z= Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad, Z = 1.96).

p= Proporción de éxito (50% = 0.5)

E= Máximo error permisible = 0.05 (5%)

N= Tamaño de la población.

En la muestra obtenida, utilizando un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5% se obtuvo cuarenta y cinco (**45**) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa.

Tabla 3. Muestreo aleatorio estratificado
MUESTREO ALEATORIO ESTRATIFICADO CON AFIJACIÓN PROPORCIONAL

Número estrato	RUC	Identificación de estratos	Nº Sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
		Tamaño de la población	50		
		Tamaño de la muestra	45 (Obtenida con la fórmula)		
		Número de estratos considerados	15		
		A fijación simple: elegir de cada estrato	3.0 sujetos		
1	10466105614	Camilo Tours	2	4.00%	2
2	20492298795	Pachamama Adventures	4	8.00%	3
3	1044135970	Kushma	3	6.00%	3
4	10043006083	Loma Tours	4	8.00%	3
5	10258514471	Cornesha Tours	3	6.00%	3
6	20602872891	Amazon Tours-Oxapampa E.L.R.L	3	6.00%	3
7	20541357930	I - Business & Travel	4	8.00%	3
8	20603167083	Oxatours	4	8.00%	3
9	10434056522	Destinos Tours	3	6.00%	3
10	10075922286	Oxaperu Tours	3	6.00%	3
11	10431950818	Standard Adventure And Living	4	8.00%	4
12	10292898105	Agencia de Viajes y Turismo	4	8.00%	3
13	20604546193	Eco Tours Pozuzo	3	6.00%	3
14	20487231950	Villa Rica Travel	3	6.00%	3
15	20600863101	Rainforest Adventure Md	3	6.00%	3
Total			50	100.00%	45

NOTA: Elaboración propia con datos de MINCETUR.

“En el estudio, se empleó un método de selección aleatoria simple donde sus partes, individuos o segmentos son seleccionados al azar de un universo” (Bernal, 2010, p. 164).

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

“El análisis de datos es una herramienta valiosa para obtener información científica. Luego de ordenar los datos, se pueden analizar de manera cuantitativa o cualitativa, según su naturaleza; determinado la muestra del estudio, utilizando estadísticos para una población finita” (Vara, 2015, p. 459).

Tabla 4. Matriz de consistencia en la construcción de instrumentos de investigación

No	Técnicas	Instrumento	Informantes	Aspectos por informar
01	Encuesta	Cuestionario	<ul style="list-style-type: none"> Cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa. 	Variables de estudio.

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Realizando una probabilidad sobre la confiabilidad de Alfa Cronbach utilizando el estadístico SPSS, se obtuvo un 91,1% de confiabilidad:

“El coeficiente alfa de Cronbach como medida estadística es utilizado a fin de medir su validez interna y su fiabilidad del instrumento con múltiples elementos; este valor oscila entre -1 y 1, y se emplea comúnmente en instrumentos con opciones de respuesta que no son dicotómicas, teniendo varias opciones posibles” (Sánchez et al., 2018, p. 16).

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

“Recopilamos y analizamos la información recogida con el cuestionario, utilizando los programas SPSS y Excel; para analizar la información, empleamos Correlación de Pearson y Regresión Lineal” (Hernández-Sampiere & Mendoza,

2018, p. 345-349).

“En investigaciones cuantitativas mediante enfoques transversales y correlacionales, el Coeficiente de correlación de Pearson resulta adecuado para analizar la relación de dimensiones, en escala de intervalo o razón; no obstante, este método solo revela una asociación entre ellas, sin ofrecer evidencia de causalidad; por lo tanto, para un análisis buscando descubrir su efecto de una variable respecto a otra, una regresión lineal es más adecuada; este modelo estadístico se utiliza cuando se postulan hipótesis causales y permite estimar cómo una variable independiente influye en una variable dependiente; además, la regresión está vinculada al coeficiente r de Pearson, ya que ambos procedimientos se aplican cuando las variables están en una escala de intervalo o razón, pero la regresión va más allá, permitiendo hacer inferencias sobre la causalidad entre las variables” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 345-349).

“Los procedimientos para validar una hipótesis implica los siguientes pasos: plantear la hipótesis nula (H_0), plantear la hipótesis de investigación (H_1), establecer un nivel de significancia (generalmente 95% de confianza, $p=0.05$), llevar a cabo la prueba estadística de correlación de Pearson, realizar la prueba de regresión lineal y, finalmente, analizar los resultados obtenidos” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018,

“Para tomar decisiones utilizando las estadísticas de Correlación de Pearson y Regresión lineal, se tiene en cuenta lo siguiente: El coeficiente de correlación de Pearson puede ir de -1.00 a $+1.00$; donde -1.00 indica una correlación negativa perfecta (a mayor valor de X , menor valor de Y , o viceversa); $+1.00$ indica una correlación positiva perfecta (a mayor valor de X , mayor valor de Y , o viceversa); el signo del coeficiente indica la dirección de la correlación (positiva o negativa); y el valor numérico representa la magnitud de la correlación” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 346).

“Si el valor de P es menor a 0.05, el coeficiente se considera significativo a un nivel de 0.05 (95% de confianza en que la correlación es verdadera y 5% de probabilidad de error); si el valor de P es menor a 0.05, se confirma la hipótesis alternativa (hipótesis de estudio) porque hay significancia; si el valor de P es mayor a 0.05, se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula.” (Hernández-Sampiere & Mendoza, 2018, p. 341).

3.9. Tratamiento estadístico

“Para un estudio de correlación, las técnicas estadísticas relevantes son: Coeficiente de Correlación de Pearson y la Regresión Lineal, aplicadas mediante el software SPSS. Hay diversos métodos estadísticos disponibles, y la selección del más apropiado depende de cuatro criterios: la finalidad del análisis (descriptiva, de correlación, causal, predictiva, etc.), la cantidad de variables a estudiar (univariada, bivariada o multivariada), el tipo de escala de medición de las variables (nominal, ordinal, de intervalo o de razón), y el objetivo específico del análisis (describir variables, comparar grupos

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

Se reconoció los trabajos originales de las fuentes consultadas, siguiendo los lineamientos de citación y referencias de las Normas APA (Asociación Estadounidense de Psicología), “La ética es fundamental para los investigadores y debe respetarse mediante los estilos estandarizados de citar y hacer referencias” (Salazar et al., 2018).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

- **Recojo de información.** Se aplicó un cuestionario a cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa.
- **Organización de datos.** Las respuestas se trasladaron al Excel, donde se resumieron por dimensiones y se generaron cuadros estadísticos básicos.
- **Análisis estadístico.** Los datos procesados en Excel se exportaron al estadístico SPSS, donde se realizaron el análisis con el coeficiente de Correlación de Pearson y Regresión Lineal, respectivamente para validar las hipótesis.
- **Interpretación.** Los resultados se presentan en tablas y gráficos, permitiendo interpretar las relaciones entre las variables estudiadas.

“En los trabajos de campo, los autores se trasladan entorno específico donde se encuentra la información a recolectar su análisis académico; esta metodología implica recolectar las informaciones, realizar observaciones directas

y analizar a fondo el contexto, lo que facilita la formulación y validación de hipótesis relacionadas con el fenómeno investigado” (Godoy, 2022) .

4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

CONTABILIDAD DE GESTIÓN – VI
COSTEO DIRECTO

Gráfico 1. Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

¿La empresa obtuvo un adecuado costo variable unitario (CVU) en la aplicación del costeo directo?

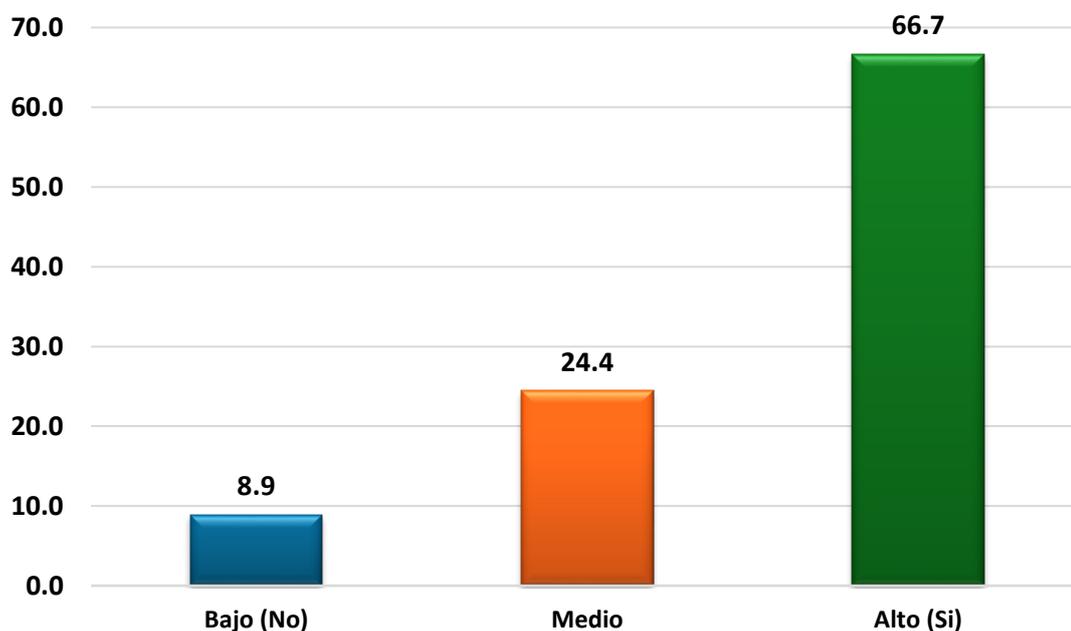


Tabla 5. Cuestionario pregunta: 01 - V.I.

1 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	4	8.9
Medio	11	24.4
Alto (Si)	30	66.7
Total	45	100

Con respecto a la interrogante, el gráfico muestra que el 66.7 % de los entrevistados afirman que la empresa obtuvo un adecuado costo variable unitario (CVU) en la aplicación del costeo directo; un 24.4% contemplan en forma mediana y un 8.9 % estiman que no.

Gráfico 2. Cuestionario pregunta: 02 - V.I.

¿La empresa obtuvo un adecuado margen de contribución (MC) en la aplicación del costeo directo?

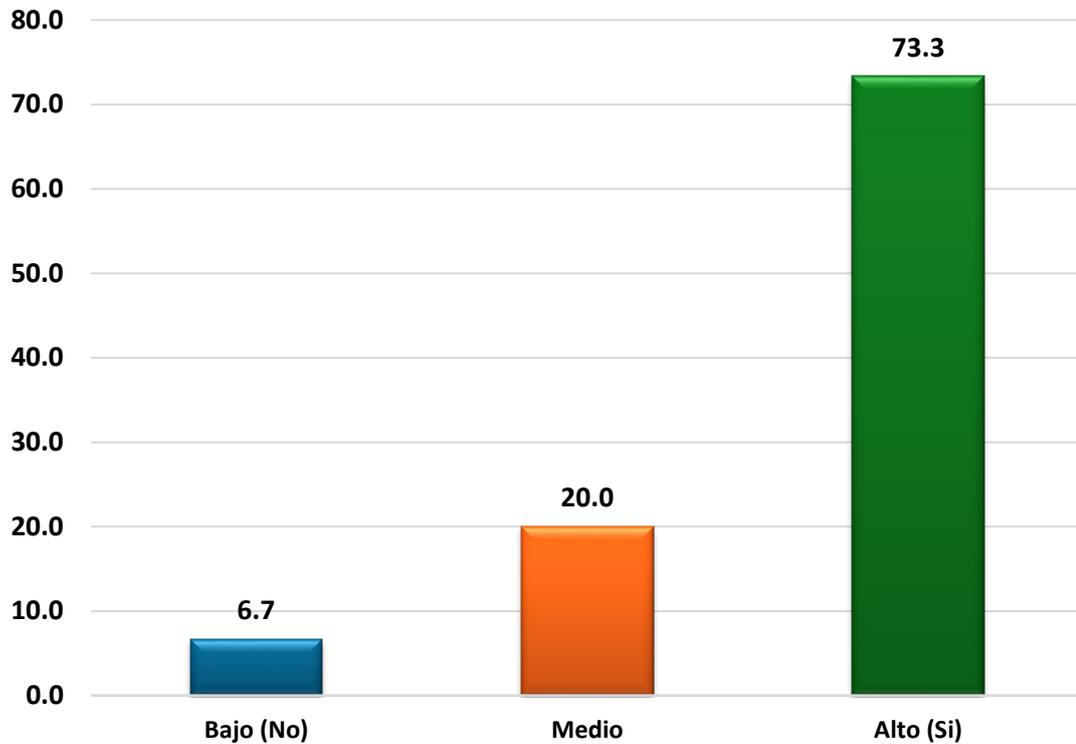


Tabla 6. Cuestionario pregunta: 02 - V.I.

2 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	9	20.0
Alto (Si)	33	73.3
Total	45	100

El gráfico muestra que el 73.3 % de los entrevistados aseveran que la empresa obtuvo un adecuado margen de contribución (MC) en la aplicación del costeo directo; un 20.0% contemplan en forma mediana y un 6.7 % estiman que no.

Gráfico 3. Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de las variaciones en la aplicación del costeo directo?

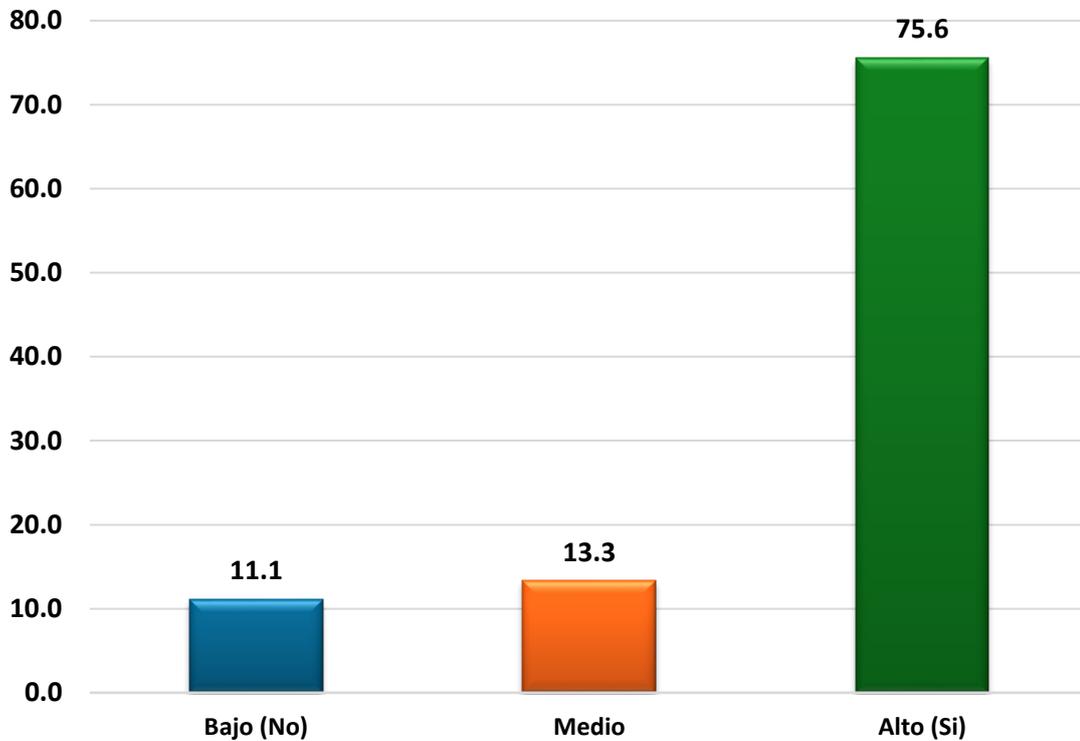


Tabla 7. Cuestionario pregunta: 03 - V.I.

3 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	5	11.1
Medio	6	13.3
Alto (Si)	34	75.6
Total	45	100

Los resultados de la muestra aseveran que el 75.6 % de los entrevistados afirman que la empresa realizó adecuadamente el análisis de las variaciones en la aplicación del costeo directo; un 13.3 % contemplan en forma mediana y un 11.1 % estiman que no.

Gráfico 4 Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

¿La empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en unidades (PEU)?

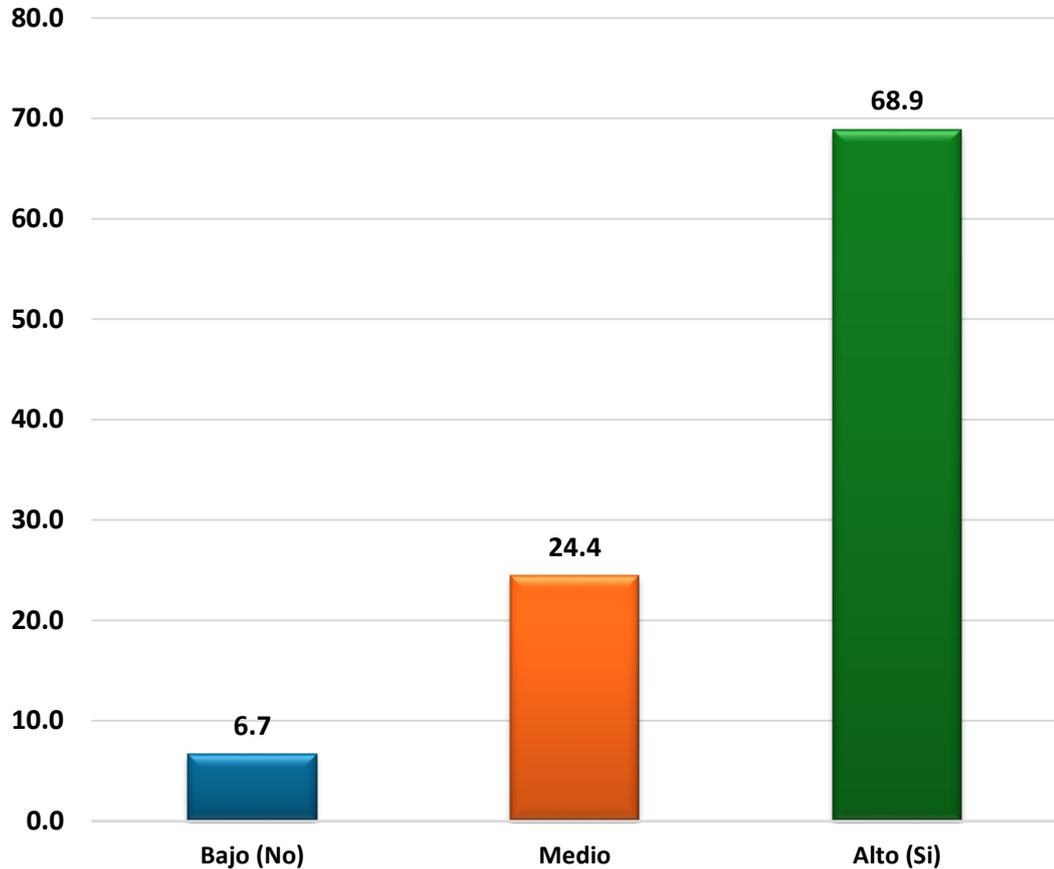


Tabla 8. Cuestionario pregunta: 04 - V.I.

4 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	11	24.4
Alto (Si)	31	68.9
Total	45	100

La estadística muestra que el 68.9 % de los entrevistados afirman la empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en unidades (PEU); un 24.4 % contemplan en forma mediana y un 6.7 % estiman que no.

Gráfico 5. Cuestionario pregunta: 05 - V.I.

¿La empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en valor monetario (PEM)?

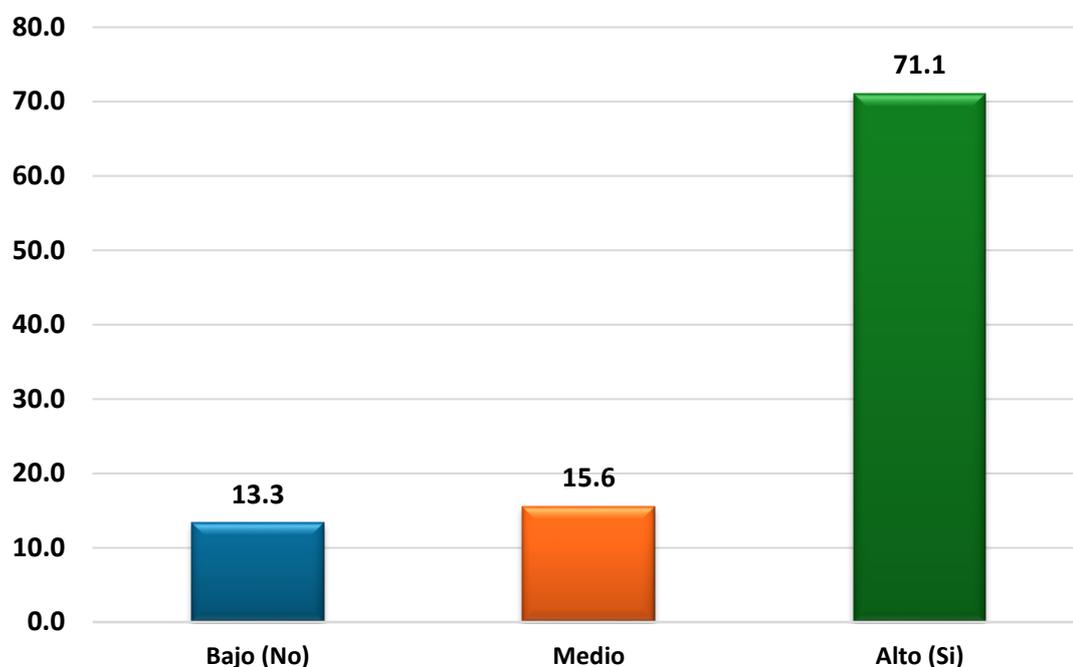


Tabla 9. Cuestionario pregunta: 05 - V.I.

5 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	6	13.3
Medio	7	15.6
Alto (Si)	32	71.1
Total	45	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿La empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en valor monetario (PEM)?; el 71.1 % de los encuestados lo afirman, el 15.6 % contemplan en forma mediana y un 13.3 % lo niegan.

Gráfico 6. Cuestionario pregunta: 06 - V.I.

¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de sensibilidad del punto de equilibrio?

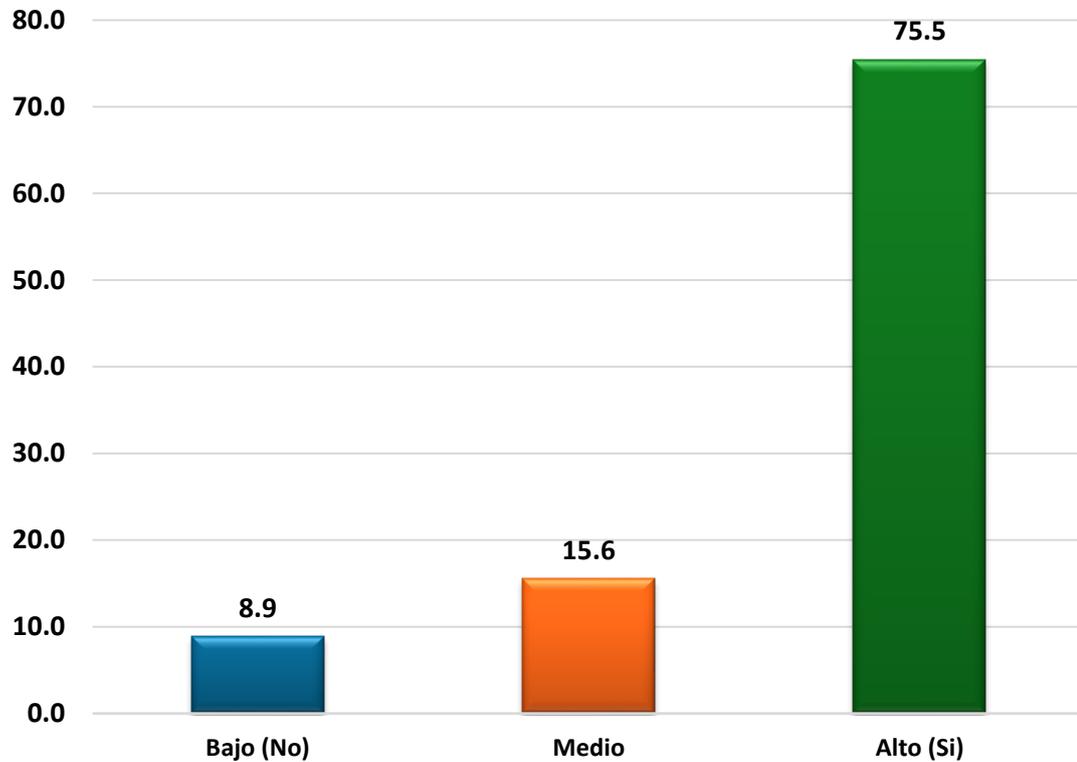


Tabla 10. Cuestionario pregunta: 06 - V.I.

6 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	4	8.9
Medio	7	15.6
Alto (Si)	34	75.5
Total	45	100

Con respecto a la interrogante: ¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de sensibilidad del punto de equilibrio?; el 75.5 % afirman, el 15.6 % contemplan en forma mediana y un 8.9 % respondieron negativamente.

Gráfico 7. Cuestionario pregunta: 07 - V.I.

¿La empresa realizó adecuadamente la planeación de utilidades en base al punto de equilibrio?

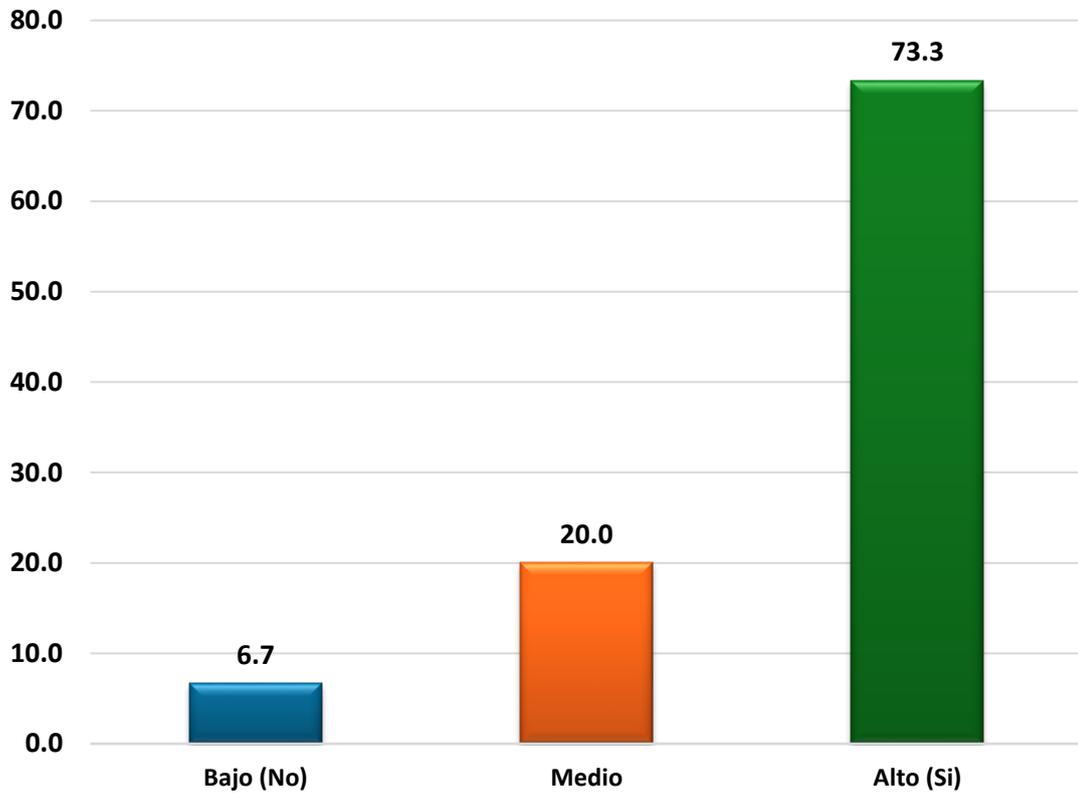


Tabla 11. Cuestionario pregunta: 07 - V.I.

7 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	9	20.0
Alto (Si)	33	73.3
Total	45	100

En el presente cuadro estadístico, el 73.3 % de los consultados indican que la empresa realizó adecuadamente la planeación de utilidades en base al punto de equilibrio; contemplan en forma mediana un 20.0 % y un 6.7 % lo niegan.

Gráfico 8. Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

¿La empresa realizó adecuadamente el calendario presupuestal en la aplicación del presupuesto maestro?

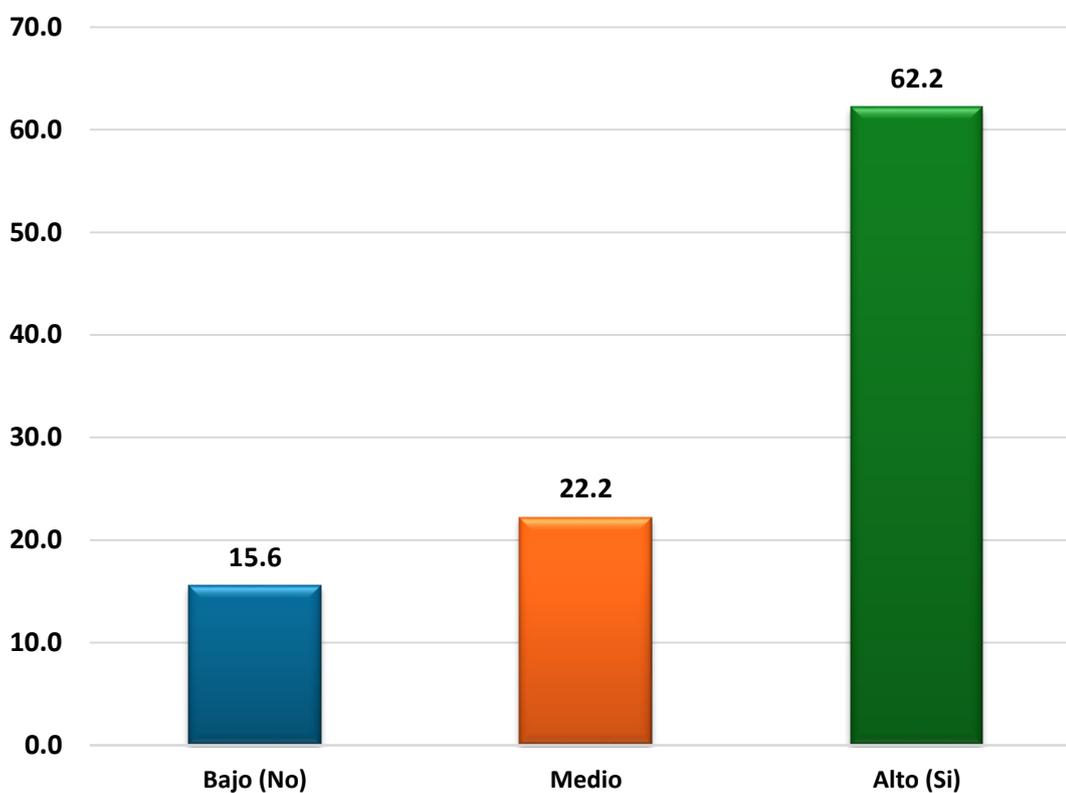


Tabla 12. Cuestionario pregunta: 08 - V.I.

8 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	7	15.6
Medio	10	22.2
Alto (Si)	28	62.2
Total	45	100

El gráfico nos muestra que un 62.2 % de los entrevistados indican que la empresa realizó adecuadamente el calendario presupuestal en la aplicación del presupuesto maestro; el 22.2 % contemplan en forma mediana y el 15.6 % se manifiestan negativamente.

Gráfico 9. Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de la desviación del presupuesto en la aplicación del presupuesto maestro?

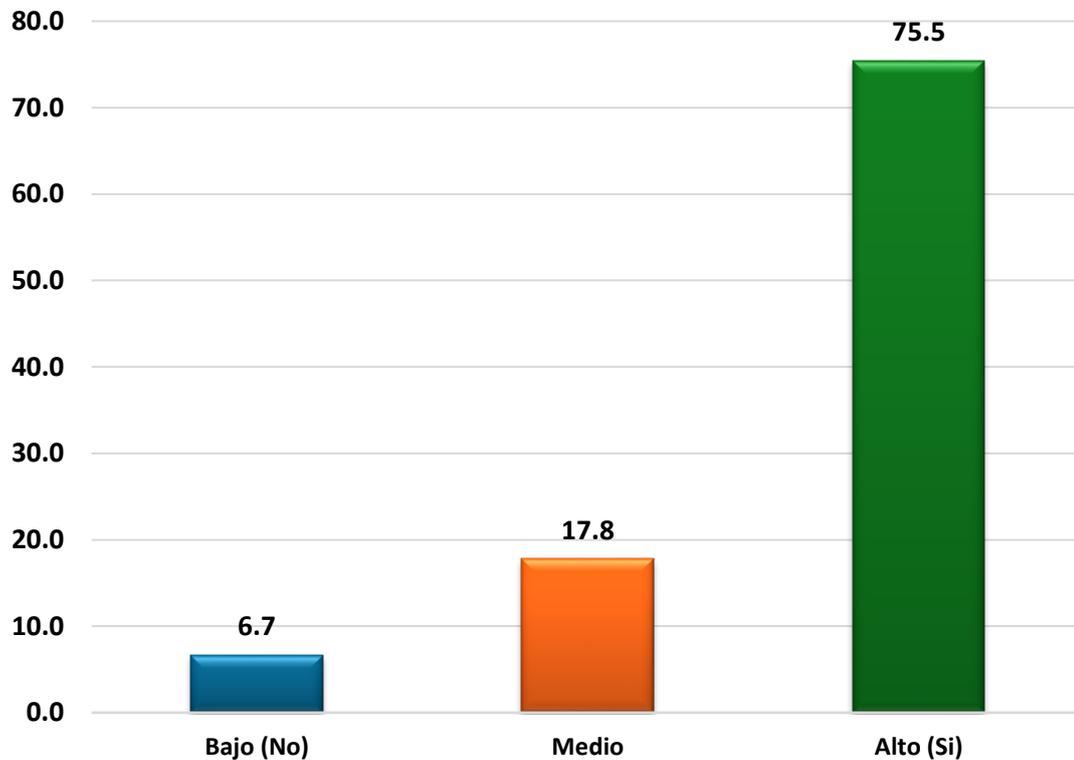


Tabla 13. Cuestionario pregunta: 09 - V.I.

9 - VI	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	8	17.8
Alto (Si)	34	75.5
Total	45	100

En el presente gráfico podemos apreciar que el 75.5 % de los entrevistados afirman que la empresa realizó adecuadamente el análisis de la desviación del presupuesto en la aplicación del presupuesto maestro; indican en forma mediana el 17.8 % y el 6.7 % indican negativamente.

Gráfico 10. Cuestionario pregunta: 01 - V.D.

¿La empresa obtuvo un adecuado crecimiento en la participación en el mercado, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

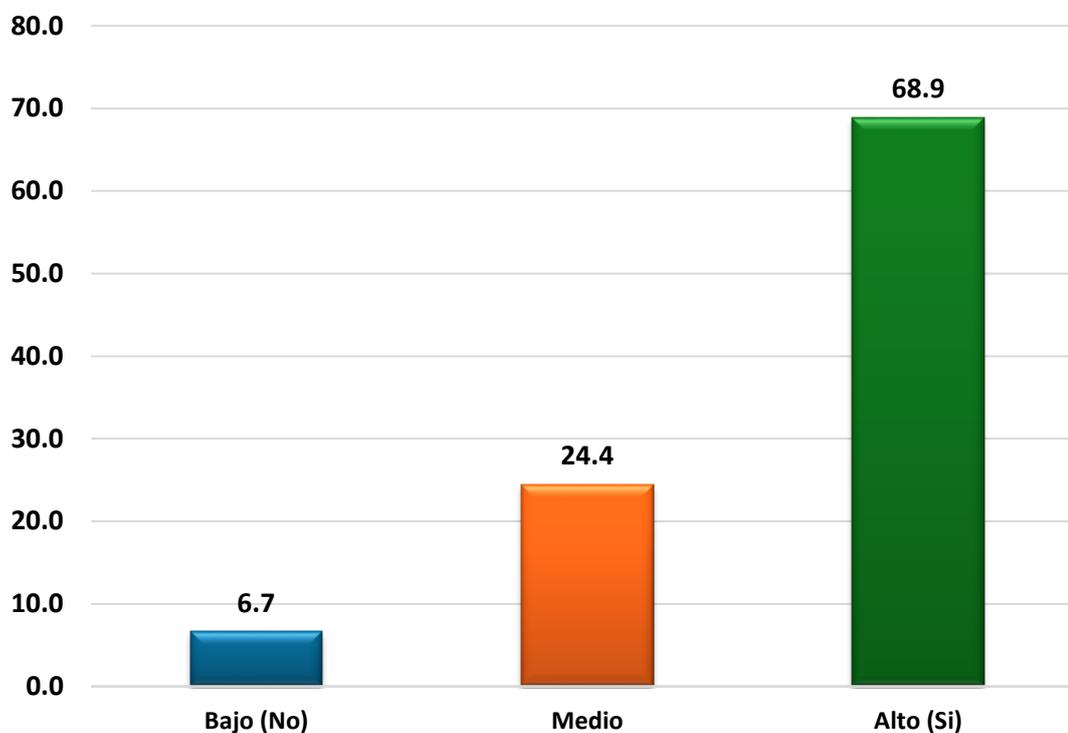


Tabla 14. Cuestionario pregunta: 01 - V.D.

1 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	11	24.4
Alto (Si)	31	68.9
Total	45	100

El gráfico muestra que el 68.9 % de los encuestados aseveran que la empresa obtuvo un adecuado crecimiento en la participación en el mercado, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; un 24.4 % contemplan en forma mediana y el 6.7 % se manifiestan en forma negativa.

Gráfico 11. Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

¿La empresa obtuvo un adecuado crecimiento en las ventas, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

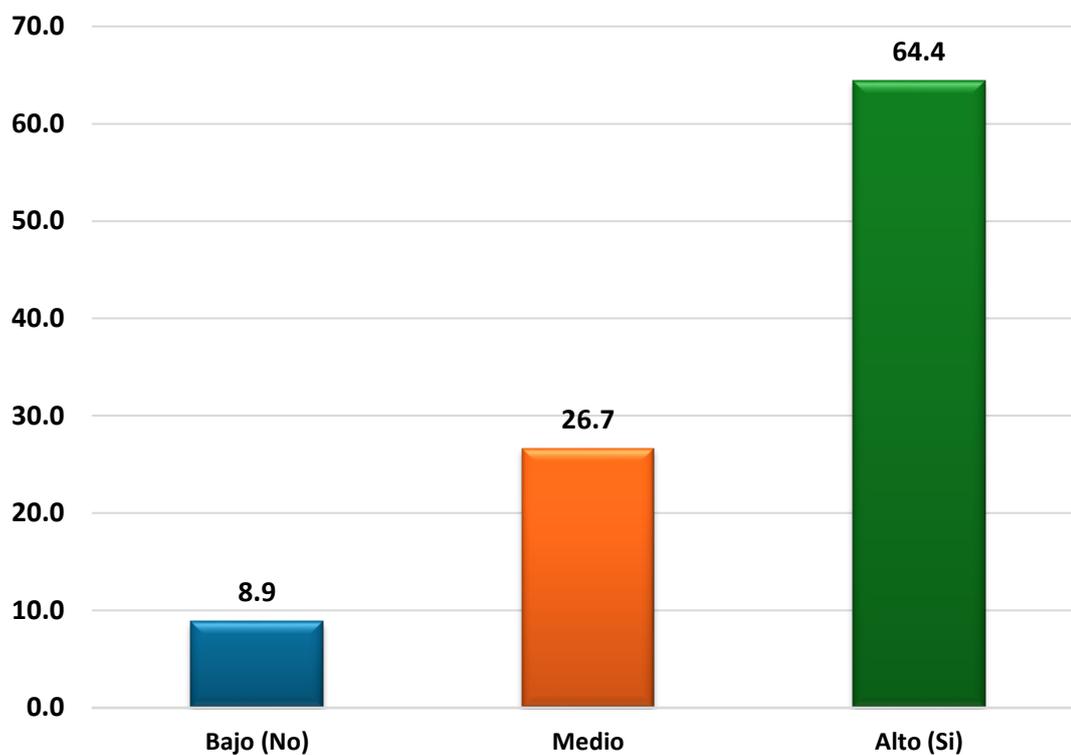


Tabla 15. Cuestionario pregunta: 02 - V.D.

2 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	4	8.9
Medio	12	26.7
Alto (Si)	29	64.4
Total	45	100

Los resultados de la muestra indican que el 64.4 % de los encuestados afirman que la empresa obtuvo un adecuado crecimiento en las ventas, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; un 26.7 % contemplan en forma mediana y el 8.9 % indican que no.

Gráfico 12. Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

¿La empresa obtuvo una adecuada rentabilidad sobre la inversión (ROI), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

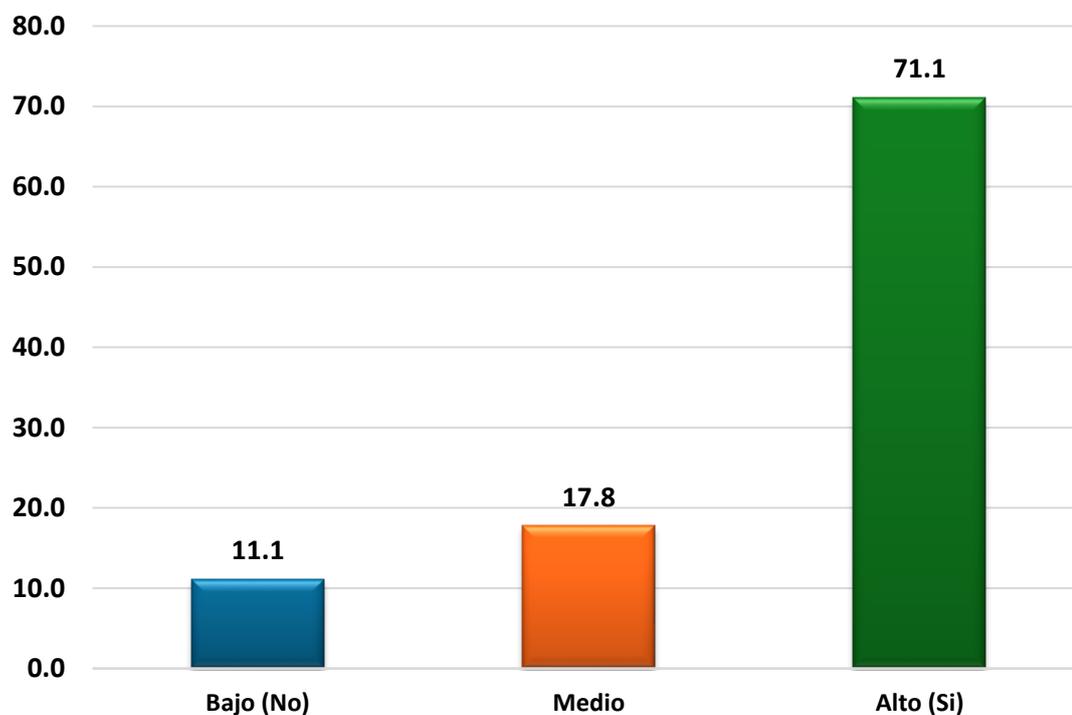


Tabla 16. Cuestionario pregunta: 03 - V.D.

3 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	5	11.1
Medio	8	17.8
Alto (Si)	32	71.1
Total	45	100

La estadística muestra que el 71.1 % de los entrevistados indican que la empresa obtuvo una adecuada rentabilidad sobre la inversión (ROI), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; el 17.8 % contemplan en forma mediana y el 11.1 % se manifiestan negativamente.

Gráfico 13. Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

¿La empresa obtuvo un adecuado índice de innovación, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

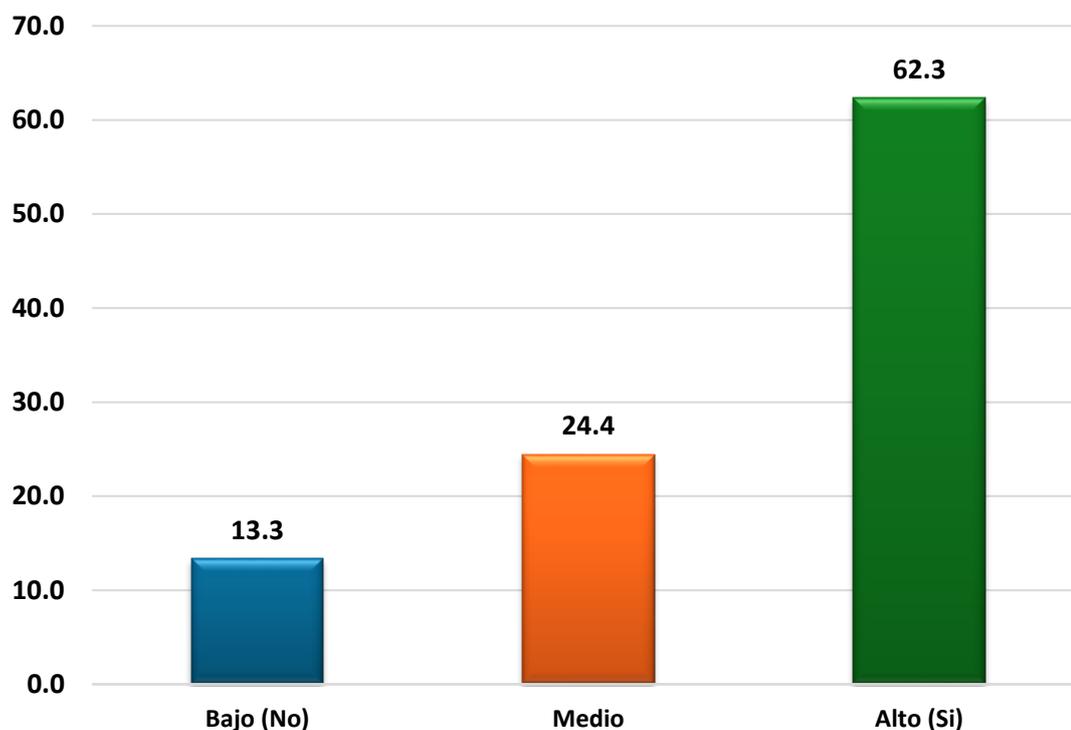


Tabla 17. Cuestionario pregunta: 04 - V.D.

4 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	6	13.3
Medio	11	24.4
Alto (Si)	28	62.3
Total	45	100

Los resultados que se muestran corresponden a la interrogante: ¿La empresa obtuvo un adecuado índice de innovación, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?; el 62.3 % de los encuestados afirman, el 24.4 % contemplan en forma mediana y el 13.3 % lo niegan.

Gráfico 14. Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

¿La empresa obtuvo una adecuada satisfacción del cliente, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

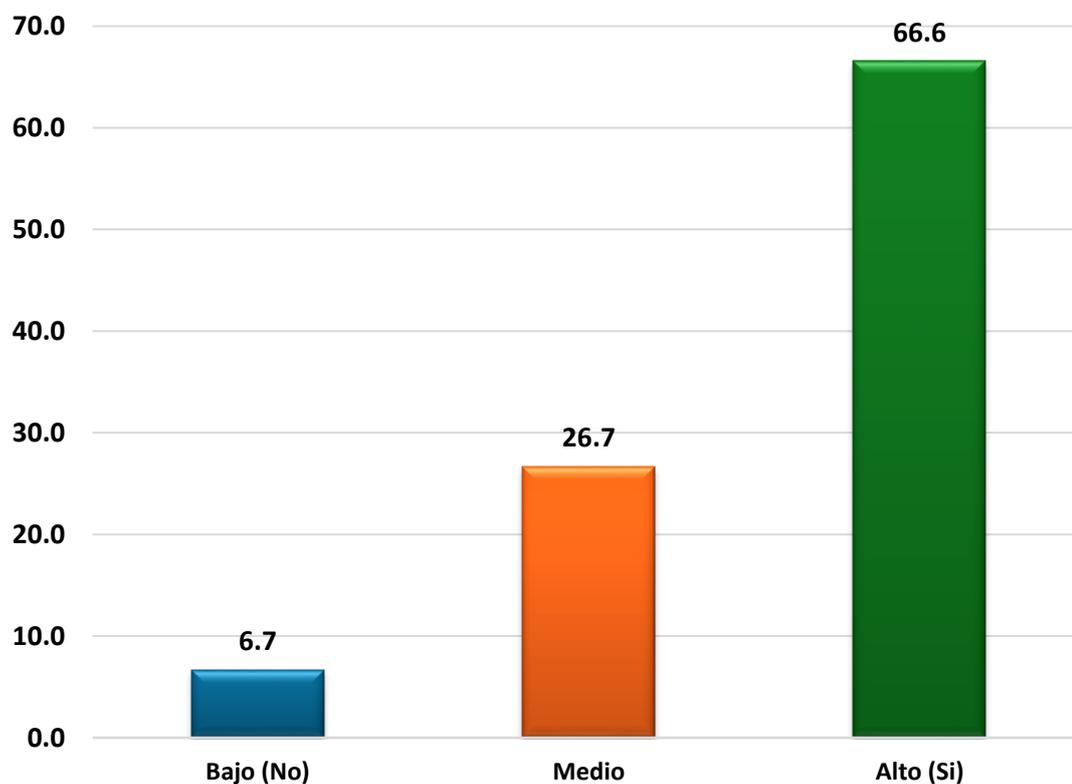


Tabla 18. Cuestionario pregunta: 05 - V.D.

5 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	12	26.7
Alto (Si)	30	66.6
Total	45	100

Con respecto a la interrogante: ¿La empresa obtuvo una adecuada satisfacción del cliente, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión? Un 66.6 % afirman, un 26.7 % contemplan en forma mediana y un 6.7 % respondieron en forma negativa.

Gráfico 15. Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

¿La empresa obtuvo una adecuada eficiencia operativa, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

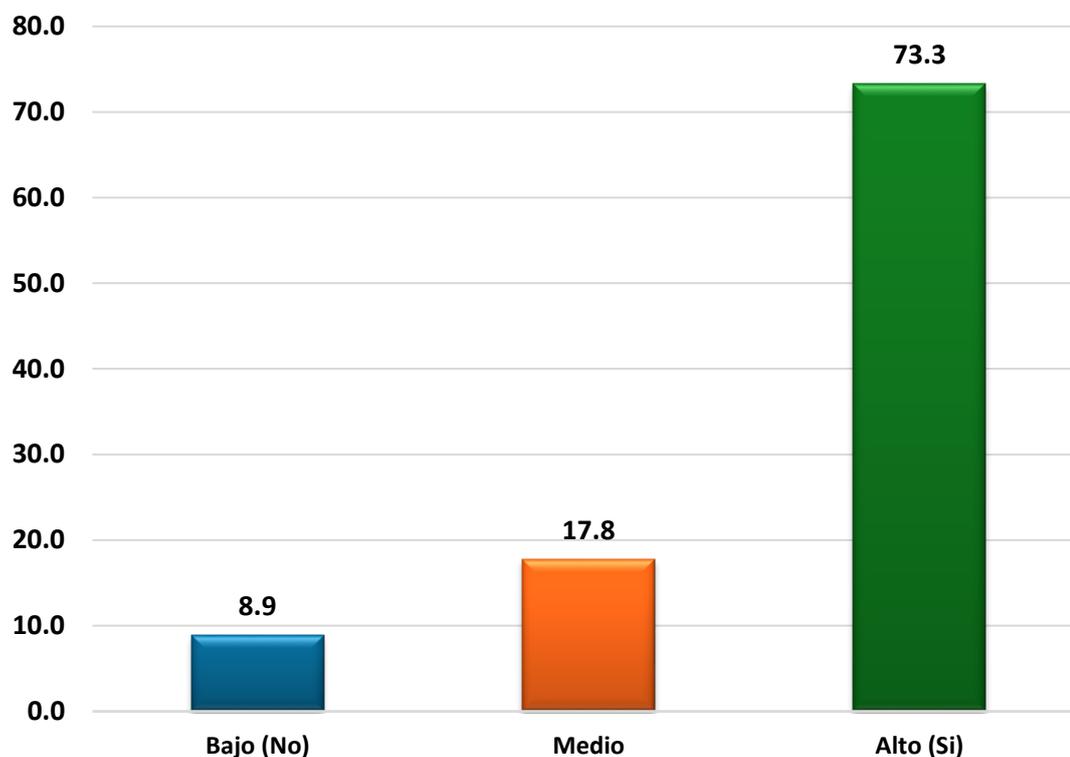


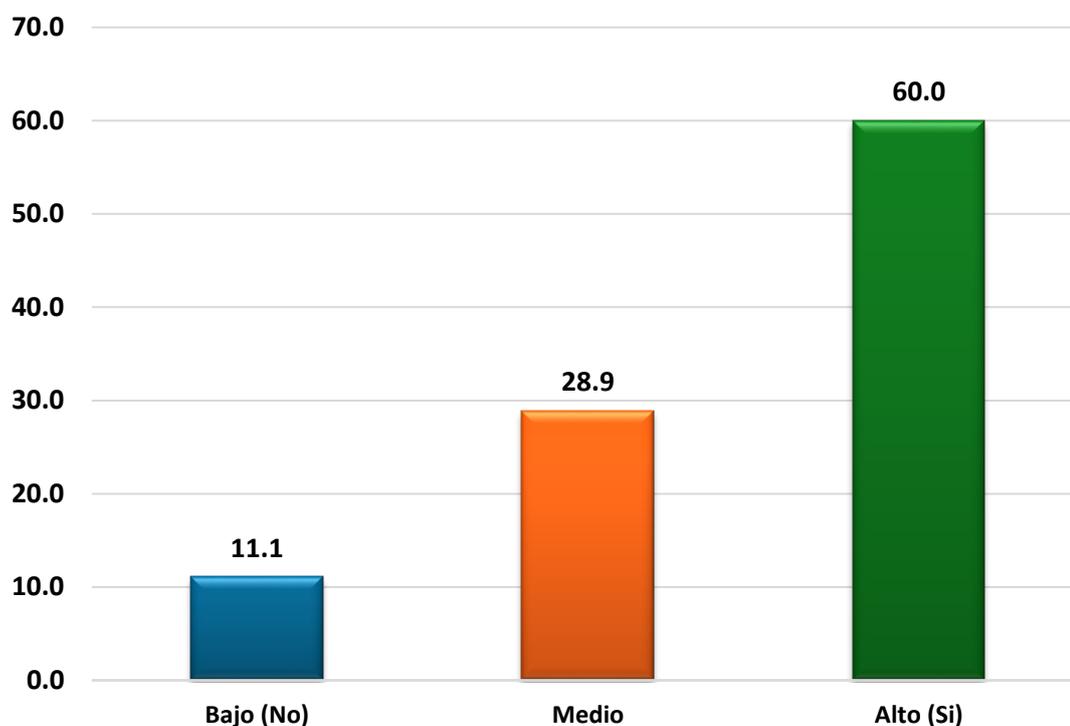
Tabla 19. Cuestionario pregunta: 06 - V.D.

6 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	4	8.9
Medio	8	17.8
Alto (Si)	33	73.3
Total	45	100

En el presente cuadro estadístico, el 73.3 % de los consultados indican que la empresa obtuvo una adecuada eficiencia operativa, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; contemplan en forma mediana el 17.8 % y el 8.9 % se manifestaron en forma negativa.

Gráfico 16. Cuestionario pregunta: 07 - V.D.

¿La empresa obtuvo una adecuada calidad del producto de sus servicios turísticos, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

**Tabla 20. Cuestionario pregunta: 07 - V.D.**

7- VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	5	11.1
Medio	13	28.9
Alto (Si)	27	60.0
Total	45	100

Del gráfico y cuadro estadístico, un 60.0 % de los encuestados indican que la empresa obtuvo una adecuada calidad del producto de sus servicios turísticos, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; el 28.9 % contemplan en forma mediana y el 11.1 % indican negativamente.

Gráfico 17. Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

¿La empresa obtuvo una buena adaptabilidad al cambio tecnológico, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

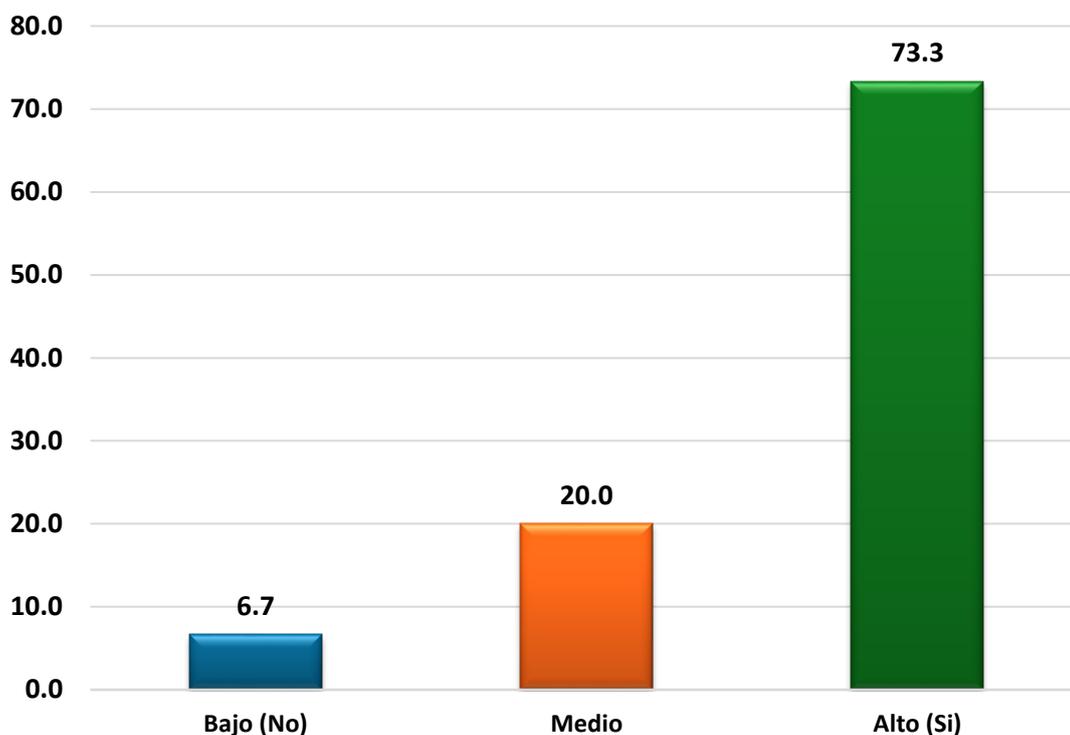


Tabla 21. Cuestionario pregunta: 08 - V.D.

8 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	3	6.7
Medio	9	20.0
Alto (Si)	33	73.3
Total	45	100

Del gráfico y cuadro estadístico, un 73.3 % de los encuestados indican que la empresa obtuvo una buena adaptabilidad al cambio tecnológico, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; el 20.0 % contemplan en forma mediana y el 6.7 % indican negativamente.

Gráfico 18. Cuestionario pregunta: 09 - V.D.

¿La empresa obtuvo un adecuado desempeño financiero, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

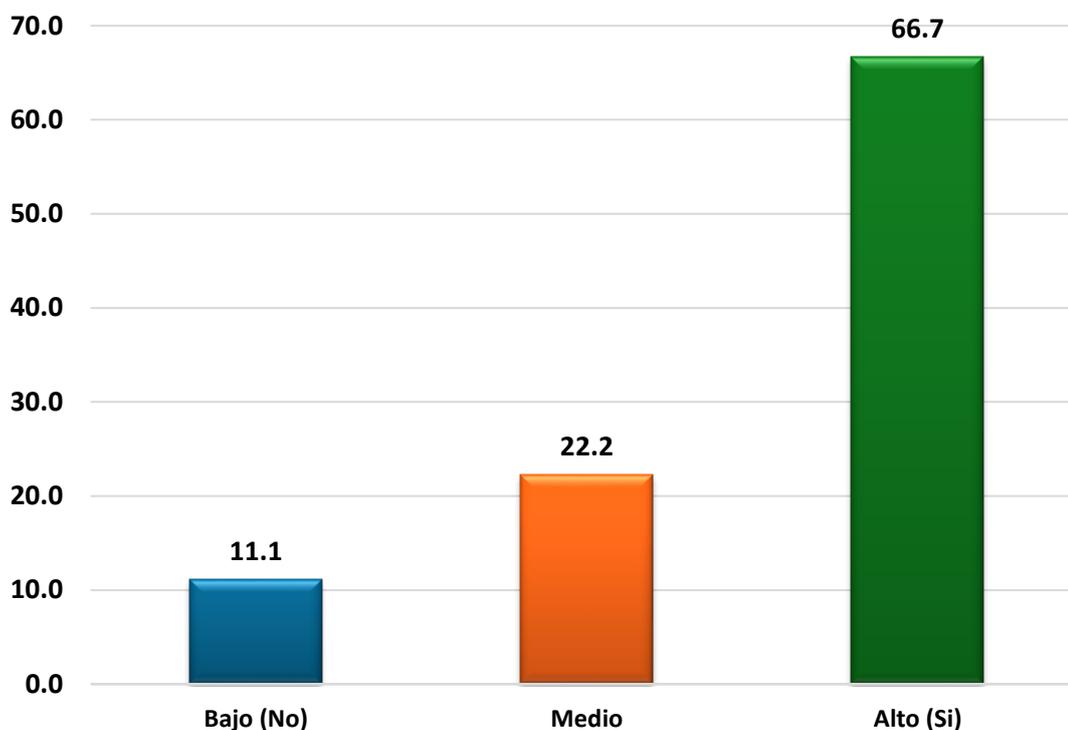


Tabla 22. Cuestionario pregunta: 09 - V.D.

9 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	5	11.1
Medio	10	22.2
Alto (Si)	30	66.7
Total	45	100

Del gráfico y cuadro estadístico, un 66.7 % de los encuestados indican que la empresa obtuvo un adecuado desempeño financiero, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; el 22.2 % contemplan en forma mediana y el 11.1 % indican negativamente.

Gráfico 19. Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

¿La empresa obtuvo un adecuado desempeño en la responsabilidad social empresarial (RSE), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?

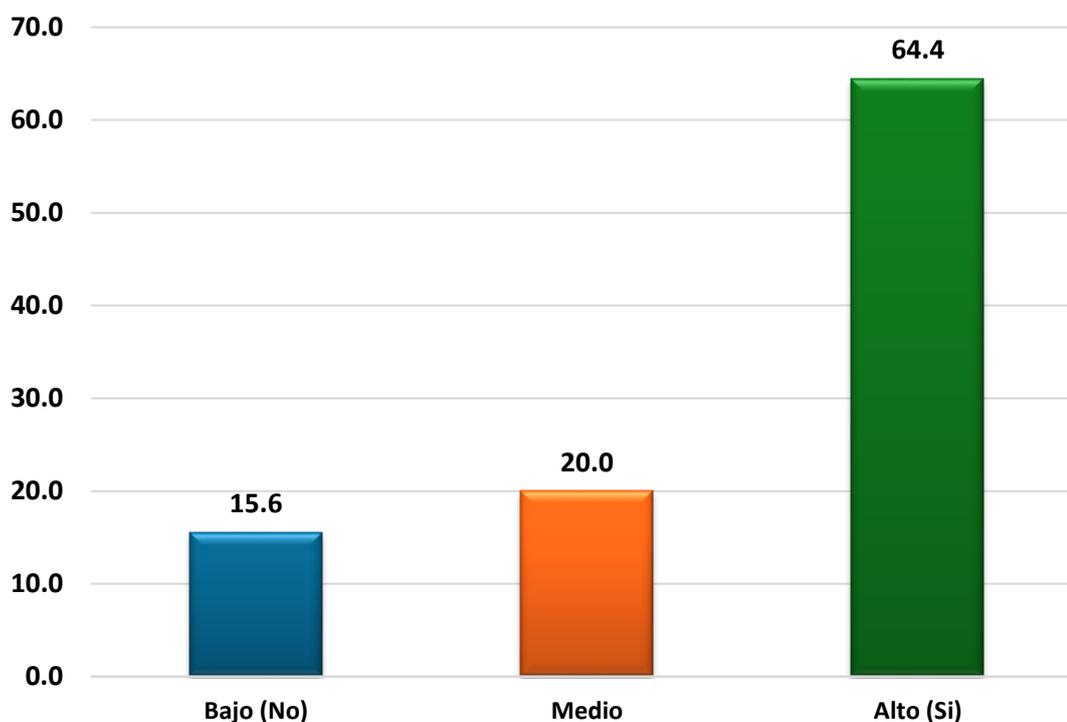


Tabla 23. Cuestionario pregunta: 10 - V.D.

10 - VD	Frecuencia	Porcentaje
Bajo (No)	7	15.6
Medio	9	20.0
Alto (Si)	29	64.4
Total	45	100

Del gráfico y cuadro estadístico, un 64.4 % de los encuestados indican que la empresa obtuvo un adecuado desempeño en la responsabilidad social empresarial (RSE), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión; el 20.0 % contemplan en forma mediana y el 15.6 % indican negativamente.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Primera hipótesis

a) Hipótesis nula (H₀)

La implementación del **costeo directo NO** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

b) Hipótesis de estudio (H₁)

La implementación del **costeo directo** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024,

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 24. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 1	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Costeo directo - V.I.	12	26	97	135

Tabla 25. Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 1

		Correlaciones	
		COSTEO DIRECTO	COMPETITIVIDAD
COSTEO DIRECTO	Correlación de Pearson	1	,998*
	Sig. (bilateral)		,040
	N	3	3
COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	,998*	1
	Sig. (bilateral)	,040	
	N	3	3

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) **Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson**

Tabla 26. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 1, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 1	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Costeo directo - V.I.	12	26	97	135

Tabla 27. Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 1

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,998 ^a	,996	,992	11,932

a. Predictores: (Constante), COSTEO DIRECTO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	36195,629	1	36195,629	254,235	,040 ^b
	Residuo	142,371	1	142,371		
	Total	36338,000	2			

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

b. Predictores: (Constante), COSTEO DIRECTO

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error			
1	(Constante)	17,167	10,810		1,588	,358
	COSTEO DIRECTO	2,952	,185	,998	15,945	,040

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

f) Interpretación

El coeficiente de correlación (Rxy) es **0.998**. El valor de **P** es **0.040**, siendo menor de 0.05, se confirma la **hipótesis de investigación (Hi)**.

4.3.2. Segunda hipótesis

a) Hipótesis nula (H₀)

La implementación del **punto de equilibrio** **NO** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

b) Hipótesis de estudio (H_i)

La implementación del **punto de equilibrio** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 28. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 2	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Punto de equilibrio - V.I.	16	34	130	180

Tabla 29. Coeficiente de Correlación de Pearson, Hipótesis específico 2

		PUNTO DE EQUILIBRIO	COMPETITIVIDAD
PUNTO DE EQUILIBRIO	Correlación de Pearson	1	,998*
	Sig. (bilateral)		,044
	N	3	3
COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	,998*	1
	Sig. (bilateral)	,044	
	N	3	3

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) **Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson**

Tabla 30. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 2, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 2	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Punto de equilibrio - V.I.	16	34	130	180

Tabla 31. Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 2

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,998 ^a	,995	,990	13,229

a. Predictores: (Constante), PUNTO DE EQUILIBRIO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	36162,982	1	36162,982	206,625	,044 ^b
	Residuo	175,018	1	175,018		
	Total	36338,000	2			

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

b. Predictores: (Constante), PUNTO DE EQUILIBRIO

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados Beta	t	Sig.
		B	Desv. Error			
1	(Constante)	18,355	11,925		1,539	,367
	PUNTO DE EQUILIBRIO	2,194	,153	,998	14,374	,044

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

f) Interpretación

El coeficiente de correlación (Rxy) es **0.998**. El valor de **P** es **0.044**, siendo menor de 0.05, se confirma la **hipótesis de investigación (Hi)**.

4.3.3. Tercera hipótesis

a) Hipótesis nula (H_0)

La implementación del **presupuesto maestro** **NO** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

b) Hipótesis de estudio (H_i)

La implementación del **presupuesto maestro** incide significativamente en el desarrollo de la **competitividad**, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.

c) Nivel de significancia= 5%

d) Coeficiente de Correlación de Pearson

Tabla 32. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación de Pearson

Hipótesis específico 3	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Presupuesto maestro - V.I.	10	18	62	90

Tabla 33. Coeficiente de Correlación de Pearson: Hipótesis específico 3

		Correlaciones	
		PRESUPUESTO MAESTRO	COMPETITIVIDAD
PRESUPUESTO MAESTRO	Correlación de Pearson	1	,997*
	Sig. (bilateral)		,047
	N	3	3
COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	,997*	1
	Sig. (bilateral)	,047	
	N	3	3

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

e) **Coefficiente de Correlación Lineal de Pearson**

Tabla 34. Resumen cuestionario: Hipótesis específico 3, Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson

Hipótesis específico 3	Bajo	Medio	Alto	Total
Competitividad - V.D.	45	103	302	450
Presupuesto maestro - V.I.	10	18	62	90

Tabla 35. Coeficiente de Correlación Lineal de Pearson: Hipótesis específico 3

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,997 ^a	,995	,989	13,997

a. Predictores: (Constante), PRESUPUESTO MAESTRO

ANOVA^a

Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	36142,082	1	36142,082	184,475	,047 ^b
	Residuo	195,918	1	195,918		
	Total	36338,000	2			

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

b. Predictores: (Constante), PRESUPUESTO MAESTRO

Coefficientes^a

Modelo		Coefficients no estandarizados		Coefficients estandarizados Beta	t	Sig.
		B	Desv. Error			
1	(Constante)	5,969	13,333		,448	,732
	PRESUPUESTO MAESTRO	4,801	,353	,997	13,582	,047

a. Variable dependiente: COMPETITIVIDAD

f) Interpretación

El coeficiente de correlación (R_{xy}) es **0.997**. El valor de **P** es **0.047**, siendo menor de 0.05, se confirma la **hipótesis de investigación (Hi)**.

4.4. Discusión de resultados

En la presente investigación correlacional, se analizó la incidencia de la contabilidad de gestión en la competitividad empresarial, específicamente en las agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa – Pasco, en el año 2024. Los resultados obtenidos confirman una relación significativa entre estas variables, lo que está en consonancia con los antecedentes de estudio revisados.

Relación con antecedentes de estudio

Los hallazgos respaldan las conclusiones de Alturo y Tusán (2016), quienes destacaron que la implementación de un modelo de contabilidad de gestión con estándares internacionales permite una planificación estratégica eficiente que incrementa la competitividad. Similarmente, Azogue (2019) evidenció una correlación significativa entre la contabilidad de gestión y la competitividad empresarial en el sector textil. Ambos estudios refuerzan la premisa de que la contabilidad de gestión, al proporcionar información precisa y relevante, es un factor determinante para mejorar el desempeño empresarial.

Asimismo, Evia (2006) destacó que el uso de técnicas de contabilidad administrativa otorga una ventaja competitiva que posiciona a las empresas como líderes del mercado, lo cual es consistente con los resultados obtenidos en esta investigación, donde cada herramienta analizada (costeo directo, punto de equilibrio y presupuesto maestro) mostró una incidencia significativa en el desarrollo de la competitividad. Por último, Solís et al. (2022) recalcaron la importancia de adaptar las herramientas contables a las necesidades y posibilidades de cada organización, un aspecto que también se refleja en este estudio al evaluar las herramientas específicas para agencias de viajes.

Análisis por hipótesis

- 1. Hipótesis 1: Implementación del costeo directo** El coeficiente de correlación ($R_{xy} = 0.998$) y el valor de significancia ($P = 0.040$) confirman una relación positiva y significativa entre la implementación del costeo directo y la competitividad empresarial. Estos resultados coinciden con los estudios de Alturo y Tusán (2016) y Azogue (2019), que enfatizan el impacto positivo de herramientas contables estratégicas en el desempeño competitivo.
- 2. Hipótesis 2: Implementación del punto de equilibrio** El coeficiente de correlación ($R_{xy} = 0.998$) y el valor de significancia ($P = 0.044$) también verifican la incidencia significativa del análisis del punto de equilibrio en la competitividad. Esto se alinea con las conclusiones de Solís et al. (2022), quienes destacaron que esta herramienta permite a las organizaciones tomar decisiones acertadas basadas en sus necesidades económicas.
- 3. Hipótesis 3: Implementación del presupuesto maestro** Con un coeficiente de correlación ($R_{xy} = 0.997$) y un valor de significancia ($P = 0.047$), se confirma la importancia del presupuesto maestro para mejorar la competitividad. Este resultado concuerda con las conclusiones de Evia (2006) y Solís et al. (2022), al señalar que la planificación presupuestaria contribuye a la eficiencia operativa y al logro de ventajas competitivas.

Implicaciones de los resultados

Los resultados de este estudio resaltan la relevancia de la contabilidad de gestión como una herramienta estratégica para las agencias de viajes y turismo en Oxapampa – Pasco. La alta correlación encontrada para cada herramienta evidencia que su correcta implementación no solo mejora la gestión interna, sino que también posiciona a las empresas para competir de manera más efectiva en el

mercado. Además, los valores significativos de P confirman que las herramientas seleccionadas son determinantes en el contexto empresarial analizado.

En conclusión, esta investigación no solo confirma las hipótesis planteadas, sino que también valida los aportes teóricos de los estudios previos, subrayando la utilidad de la contabilidad de gestión para fomentar la competitividad empresarial.

CONCLUSIONES

1. La contabilidad de gestión incide significativamente en el desarrollo de la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024. Los resultados obtenidos evidencian que la implementación de herramientas específicas de contabilidad de gestión genera una mejora sustancial en la capacidad de estas empresas para competir eficazmente en el mercado, lo que se respalda en los altos coeficientes de correlación (R_{xy}) y valores de significancia estadística ($P < 0.05$) en cada hipótesis analizada.
2. **Costeo directo:** La implementación del costeo directo tiene una incidencia significativa en el desarrollo de la competitividad empresarial, con un coeficiente de correlación (R_{xy}) de 0.998 y un valor de P de 0.040. Esto confirma una relación positiva y altamente significativa entre esta herramienta y la competitividad, destacando su importancia en la optimización de costos y toma de decisiones estratégicas.
3. **Punto de equilibrio:** La aplicación del análisis del punto de equilibrio incide de manera significativa en la competitividad empresarial, con un coeficiente de correlación (R_{xy}) de 0.998 y un valor de P de 0.044. Este resultado valida el impacto de esta herramienta en la identificación de estrategias para alcanzar sostenibilidad económica y operativa.
4. **Presupuesto maestro:** La implementación del presupuesto maestro contribuye significativamente al desarrollo de la competitividad empresarial, evidenciado por un coeficiente de correlación (R_{xy}) de 0.997 y un valor de P de 0.047. Este hallazgo resalta la relevancia de la planificación financiera integral como una base para la toma de decisiones efectivas y la mejora continua en las empresas.

RECOMENDACIONES

1. **Capacitación en contabilidad de gestión:** Las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa deben organizar programas de capacitación para sus gerentes y personal clave en herramientas de contabilidad de gestión, como costeo directo, análisis del punto de equilibrio y presupuesto maestro. Estas capacitaciones deben estar orientadas a mejorar la toma de decisiones estratégicas y operativas.
2. **Implementación del costeo directo:** Se recomienda incorporar el costeo directo como una herramienta esencial para identificar costos relevantes y optimizar recursos. Esto permitirá mejorar la eficiencia operativa y establecer precios competitivos en el mercado.
3. **Análisis del punto de equilibrio:** Las agencias deben implementar el análisis del punto de equilibrio para identificar el nivel de ingresos necesario para cubrir sus costos operativos. Esto ayudará a diseñar estrategias de sostenibilidad económica y a tomar decisiones más informadas respecto a la gestión de sus servicios.
4. **Adopción de presupuestos maestros:** Es crucial que las empresas implementen presupuestos maestros para planificar y controlar sus recursos financieros de manera integral. Esto permitirá anticipar posibles escenarios y ajustar las estrategias empresariales en función de sus objetivos de competitividad.
5. **Asesoría externa:** En caso de limitaciones de conocimiento o recursos internos, se recomienda contratar servicios de consultoría especializada en contabilidad de gestión. Esto asegurará una correcta implementación y seguimiento de las herramientas contables.
6. **Seguimiento y evaluación continua:** Las agencias deben establecer mecanismos de monitoreo y evaluación periódica para medir el impacto de las herramientas de contabilidad de gestión en la competitividad empresarial. Esto permitirá identificar

áreas de mejora y realizar ajustes oportunos en su aplicación.

7. **Fomento del uso de tecnología:** Se sugiere integrar software especializado en contabilidad de gestión para automatizar procesos, mejorar la precisión de los datos y facilitar el análisis de la información financiera, lo que contribuirá a una toma de decisiones más ágil y efectiva.
8. **Promoción de alianzas estratégicas:** Las agencias podrían formar alianzas con instituciones educativas o asociaciones del sector para acceder a capacitación, recursos y herramientas que faciliten la implementación efectiva de la contabilidad de gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, J. F. P., Hernández, S. A. M., & González, Y. C. P. (2016). Costeo Variable vs. Costeo Por Absorción. Retomando Una Vieja Forma De Su Enseñanza. *Activos*, 12(22), 111. <https://doi.org/10.15332/s0124-5805.2014.0022.04>
- Ahoña-Tigre, W. E., & Freire, C. (2022). Evaluación De La Responsabilidad Social Y La Competitividad en La Empresa Hidronormandia, Morona, Ecuador. *Ingenium Et Potentia*, 4(1), 258. <https://doi.org/10.35381/i.p.v4i1.1900>
- Alonso-Almeida, M. M. d., Bagur-Femenías, L., & Llach, J. (2013). The Adoption of Quality Management Practices and Their Impact on Business Performance in Small Service Companies: The Case of Spanish Travel Agencies. *Service Business*, 9(1), 57-75. <https://doi.org/10.1007/s11628-013-0218-6>
- Alturo, C. A., & Dussán, C. (2016). Contabilidad de gestión en la pequeña empresa manufacturera como herramienta estratégica para la competitividad: Un estudio desde El Espinal, Colombia. <http://dx.doi.org/10.16925/greylit.1900>
- Amezcuca, J. E. L., Zárate, S., & Sarabia, A. L. S. (2020). El Presupuesto Maestro Y Los Indicadores De Control en El Plan Estratégico. *Diagnóstico Facil Empresarial Finanzas Auditoría Contabilidad Impuestos Legal*, 13, 42-48. <https://doi.org/10.32870/dfe.vi13.31>
- Angulo, J. A. G. (2015). Panorama Histórico De La Contabilidad Interna. *Contaduría Universidad De Antioquia*, 7, 61-74. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.24963>
- Araujo-Asencios, G. (2023). Corporate Social Responsibility and Competitiveness in Supermarkets in North Lima 2018-2021. *Salud Ciencia Y Tecnología - Serie De Conferencias*, 2, 393. <https://doi.org/10.56294/sctconf2023393>
- Azogue, A. P. (2019). La contabilidad de gestión y la competitividad de las pequeñas empresas del sector textil del cantón Ambato [bachelorThesis, Universidad

- Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera Contabilidad y Auditoría]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/29720>
- Barrero, M. S. R., Mejía, A. B., Rodríguez, G. A. R., & Triana, N. V. (2020). Configuración Interna De Las Empresas Que Conforman El Tejido Empresarial Colombiano: Una Perspectiva Desde La Competitividad. 225-242. <https://doi.org/10.47212/tendencias2020.15>
- Cámara de Comercio de España. (2023). Competitividad empresarial. <https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-ser-competitivo>
- Cano, A. M. (2024). Contabilidad gerencial y presupuestaria bajo normas internacionales de contabilidad (NIC) y normas internacionales de información financiera (NIIF). Ediciones de la U.
- Cruz, J. G. S., Jaramillo, W. A., & Saltos-Cruz, C. (2022). Gestión De Marca Y Competitividad Empresarial: Un Estudio Explicativo De Procesos Fundamentales. *Revista Venezolana De Gerencia*, 27(Edición Especial 7), 186-202. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.13>
- Elgarhy, S., & Abou-Shouk, M. (2022). Effects of Entrepreneurial Orientation, Marketing, and Innovation Capabilities, on Market Performance: The Mediating Effect of Sustainable Competitive Advantage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 1986-2004. <https://doi.org/10.1108/ijchm-04-2022-0508>
- Elhaj, M. R., & Barakeh, M. Z. (2015a). Contemporary Financial Challenges for the U.S Travel Agencies in Respect of Their Experience. *Review of Contemporary Business Research*, 4(2). <https://doi.org/10.15640/rcbr.v4n2a7>

- Elhaj, M. R., & Barakeh, M. Z. (2015b). The Impact of E-Commerce on Travel Agencies Profitability in Respect of Size: Evidence From the U.S. *Advances in Economics and Business*, 3(10), 436-446. <https://doi.org/10.13189/aeb.2015.031003>
- Evia, M. (2006). ¿Es la contabilidad administrativa una herramienta útil para desarrollar la competitividad de las empresas? Universidad Nacional Autónoma de México.
- Falcón, L. M. M., Ruiz-Guajala, M. E., Mayorga-Abril, C. M., & Vilcacundo-Córdova, A. G. (2014). La Competitividad De Las Pymes Manufactureras Del Ambato—Ecuador. *Panorama Económico*, 22, 17-30. <https://doi.org/10.32997/2463-0470-vol.22-num.0-2014-1371>
- Hernández, R. M., & Dopico, M. I. B. (2018). Aproximación a La Contabilidad De Gestión Estratégica: Una Mirada a Su Evolución Y Vigencia. *Cuadernos De Contabilidad*, 18(46). <https://doi.org/10.11144/javeriana.cc18-46.acge>
- Hernández-Sampiere, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación (Primera edición). MCGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.
- Hoon-Ku, S., Chi, X., & Han, H. (2020). Measurement Development for Tourism Destination Business Environment and Competitive Advantages. *Sustainability*, 12(20), 8587. <https://doi.org/10.3390/su12208587>
- José Ribamar Marques de Carvalho, Chim-Miki, A. F., Silva, C. C. d., & Enyedja Kerlly Martins de Araújo Carvalho. (2019). Análise Multicriterial Da Competitividade Empresarial Sob Tríplice Perspectiva: Financeira, Governança Corporativa E Sustentabilidade. *Journal of Globalization Competitiveness and Governability*, 13(2). <https://doi.org/10.3232/gcg.2019.v13.n2.06>
- Kerdpitak, C., Kerdpitak, N., Pongpeng, T., & Pungnirund, B. (2022). Development of Historical and Cultural Tourism Areas for the Competitive Business of U-Don

Thani Province. *International Journal of Health Sciences*, 2499-2513.
<https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns1.5226>

Kowalczyk-Anioł, J., Grochowicz, M., & Pawlusiński, R. (2021). How a Tourism City Responds to COVID-19: A CEE Perspective (Kraków Case Study). *Sustainability*, 13(14), 7914. <https://doi.org/10.3390/su13147914>

Kozák, V., & Kolářová, V. (2019). A Trip Project for More Demanding Clientele Involving the Climb on Matterhorn. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 13(1), 900-910. <https://doi.org/10.2478/picbe-2019-0079>

Lin, S.-P., Yang, C., & Ho, T.-M. (2014). Tourism Service Quality Improvement – ‘The Early Bird Catches the Worm’. *Total Quality Management & Business Excellence*, 26(7-8), 793-810. <https://doi.org/10.1080/14783363.2014.886371>

Medeiros, V., Godoi, L. G., & Teixeira, E. C. (2020). La Competitividad Y Sus Factores Determinantes: Un Análisis Sistémico Para Países en Desarrollo. *Revista De La Cepal*, 2019(129), 7-27. <https://doi.org/10.18356/9c2a7060-es>

Mejía, A. B., Barrero, M. S. R., & Gómez, H. S. (2019). Modelo De Evaluación De La Gestión Y Competitividad Empresarial. *Podium*, 35, 97-118.
<https://doi.org/10.31095/podium.2019.35.7>

MINCETUR. (2024). Prestadores de servicios turísticos con el sello Safe Travels. https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/safeTravels/destinos/DESTINOS_PASCO_Nov21.pdf

Moreno, E. (2013, agosto 7). Metodología de investigación, pautas para hacer tesis. *Metodología de investigación, pautas para hacer tesis*. <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/limitaciones-del-problema-de.html>

- Mura, L., & Kajzar, P. (2019). Small Businesses in Cultural Tourism in a Central European Country. *Journal of Tourism and Services*, 10(19), 40-54.
<https://doi.org/10.29036/jots.v10i19.110>
- Murnan, J. (2004). Research Limitations and the Necessity of Reporting Them. *American Journal of Health Education*, 35(2), 66-67.
<https://doi.org/10.1080/19325037.2004.10603611>
- Núñez-Lira, L. A. (2023). Toma De Decisiones Estratégicas en Empresas: Innovación Y Competitividad. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(Especial 9), 628-641.
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.39>
- Salazar, M. B., Icaza, M. de F., & Alejo, O. J. (2018). La importancia de la ética en la investigación. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 305-311.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202018000100305&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Sánchez, F. G. (2024). *Guía de tesis y proyectos e investigación. Segunda edición.* Centrum Legalis.
- Solis, H. J., Hidalgo, N. G., & Delgado, G. I. (2022). La importancia de la contabilidad administrativa y la competitividad en las empresas. *Journal of finance*, 4(1), Article 1. <https://rfinanzas.com/index.php/RDF/article/view/28>
- Vara, A. A. (2015). *7 Pasos para elaborar una tesis (Primera edición).* Empresa Editora Macro EIRL.
- Zhu, H., Liu, J., Wei, Z., Li, W., & Lei, W. (2017). Residents' Attitudes Towards Sustainable Tourism Development in a Historical-Cultural Village: Influence of Perceived Impacts, Sense of Place and Tourism Development Potential. *Sustainability*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.3390/su9010061>

ANEXOS

ANEXO 01

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

INVESTIGACIÓN: “La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024”.

CUESTIONARIO: Cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa.

OBJETIVOS: Obtener datos de los indicadores: contabilidad de gestión y competitividad empresarial.

INSTRUCCIÓN:

Lea usted con atención y conteste a las preguntas indicando los datos solicitados. Por favor responda a todos los reactivos, recuerda que su participación es de suma importancia, para el logro de los objetivos.

GRACIAS POR TU COOPERACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL:

Fecha: ____/____/2024.

V.I. CONTABILIDAD DE GESTIÓN				
COSTEO DIRECTO		BAJO	MEDIO	ALTO
01	¿La empresa obtuvo un adecuado costo variable unitario (CVU) en la aplicación del costeo directo?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
02	¿La empresa obtuvo un adecuado margen de contribución (MC) en la aplicación del costeo directo?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
03	¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de las variaciones en la aplicación del costeo directo?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
PUNTO EQUILIBRIO		BAJO	MEDIO	ALTO
04	¿La empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en unidades (PEU)?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
05	¿La empresa obtuvo un adecuado punto de equilibrio en valor monetario (PEM)?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
06	¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de sensibilidad del punto de equilibrio?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
07	¿La empresa realizó adecuadamente la planeación de utilidades en base al punto de equilibrio?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
PRESUPUESTO MAESTRO		BAJO	MEDIO	ALTO
08	¿La empresa realizó adecuadamente el calendario presupuestal en la aplicación del presupuesto maestro?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
09	¿La empresa realizó adecuadamente el análisis de la desviación del presupuesto en la aplicación del presupuesto maestro?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente

V.D. COPETITIVIDAD EMPRESARIAL				
COMPETITIVIDAD		BAJO	MEDIO	ALTO
01	¿La empresa obtuvo un adecuado crecimiento en la participación en el mercado, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
02	¿La empresa obtuvo un adecuado crecimiento en las ventas, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
03	¿La empresa obtuvo una adecuada rentabilidad sobre la inversión (ROI), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
04	¿La empresa obtuvo un adecuado índice de innovación, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
05	¿La empresa obtuvo una adecuada satisfacción del cliente, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
06	¿La empresa obtuvo una adecuada eficiencia operativa, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
07	¿La empresa obtuvo una adecuada calidad del producto de sus servicios turísticos, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
08	¿La empresa obtuvo una buena adaptabilidad al cambio tecnológico, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
09	¿La empresa obtuvo un adecuado desempeño financiero, como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente
10	¿La empresa obtuvo un adecuado desempeño en la responsabilidad social empresarial (RSE), como consecuencia de la implementación de la contabilidad de gestión?	No	Mediana mente	Si Adecuadamente

MEDICIÓN DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN:

Contabilidad de gestión – Variable independiente (V.I.):

Alto = Adecuada implementación de la contabilidad de gestión.
Medio = Mediana adecuada implementación de la contabilidad de gestión.
Bajo = Inadecuada implementación de la contabilidad de gestión,

Competitividad empresarial – Variable dependiente (V.D.):

Alto = Adecuada competitividad empresarial.
Medio = Mediana competitividad empresarial.
Bajo = Inadecuada competitividad empresarial.

ANEXO 02

ALFA DE CRONBACH

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

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

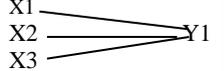
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	19

ANEXO 03

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“La contabilidad de gestión para desarrollar la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024”

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES.	METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	POBLACIÓN Y MUESTRA.
<p>PROBLEMA GENERAL: ¿En qué medida la contabilidad de gestión incide en el desarrollo de la competitividad empresarial, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL: Establecer en qué medida la contabilidad de gestión incide en el desarrollo de la competitividad empresarial, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL: La contabilidad de gestión incide significativamente en el desarrollo de la competitividad empresarial, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.</p>	<p>VI: Contabilidad de gestión. VD: Competitividad empresarial.</p>	<p>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN. No experimental cuantitativo.</p>	<p>TÉCNICAS: - Entrevista.</p>	<p>POBLACIÓN: Cincuenta (50) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco, que laboran en oficinas relacionados con la elaboración de información financiera.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿En qué medida la implementación del costeo directo incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Determinar en qué medida la implementación del costeo directo incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS: La implementación del costeo directo incide significativamente en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.</p>	<p>VI: Contabilidad de gestión. DIMENSIONES: X1 Costeo directos. X2 Punto de equilibrio. X3 Presupuesto maestro.</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN. Investigación aplicada.</p>	<p>HERRAMIENTAS: - Cuestionario</p>	<p>MUESTRA Según los cálculos estadísticos, con un error muestral del 5%, la muestra aleatoria simple es: Cuarenta y cinco (45) trabajadores de quince (15) agencias de viajes y turismo de la provincia de Oxapampa, departamento de Pasco.</p>
<p>¿En qué medida la implementación del punto de equilibrio incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?</p>	<p>Determinar en qué medida la implementación del punto de equilibrio incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.</p>	<p>La implementación del punto de equilibrio incide significativamente en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.</p>	<p>VD: Competitividad empresarial. DIMENSIONES: Y1 Competitividad.</p>	<p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. Transeccional o transversal: Correlacional.</p>	<p>TRATAMIENTO DE DATOS. - Prueba de fiabilidad de alfa de Cronbach. - Excel. - SPSS versión 25.</p>	
<p>¿En qué medida la implementación del presupuesto maestro incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024?</p>	<p>Determinar en qué medida la implementación del presupuesto maestro incide en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa - Pasco, año 2024.</p>	<p>La implementación del presupuesto maestro incide significativamente en el desarrollo de la competitividad, en las agencias de viajes y turismo en la provincia de Oxapampa – Pasco, año 2024.</p>		<p>X1 X2 X3</p> 	<p>TRATAMIENTO ESTADÍSTICO. - Correlación de Pearson. - Regresión lineal.</p>	