



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN

TESIS

**BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS
AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE CUSCO, 2024**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN**

AUTORA:

Br. JUDITH SAMATA HUAMAN

ASESOR:

Mg. YOVANA IRENE FERRO CABALLERO

ORCID: 0000-0003-0959-1874

CUSCO – PERÚ

2026



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor YOVANA IRENE FERRO CABALLERO.....
..... quien aplica el software de detección de similitud al
trabajo de investigación/tesistitulada: BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO
DE CUSCO, 2024

Presentado por: JUDITH SAMATA HUAMAN..... DNI N° 73893618 ;
presentado por: DNI N°:
Para optar el título Profesional/Grado Académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD
MENCION TRIBUTACION

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el
Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de
Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto**
las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 07 de abril de 2026

Firma

Post firma YOVANA IRENE FERRO CABALLERO

Nro. de DNI 44164830

ORCID del Asesor 0000-0003-0959-1874

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:575813899

JUDITH SAMATA HUAMAN

BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE CUSCO, 2024

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:575813899

Fecha de entrega

7 abr 2026, 2:06 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

7 abr 2026, 2:11 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

TESIS REPOSITORIO - JUDITH SAMATA HUAMAN.docx

Tamaño del archivo

1.7 MB

107 páginas

20.518 palabras

120.691 caracteres

10% Similitud general

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




Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 20 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 8%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 7%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES A TESIS

Dr. TITO LIVIO PAREDES GORDON, Director (e) de la Escuela de Posgrado, nos dirigimos a usted en condición de integrantes del jurado evaluador de la tesis intitulada **BENEFICIOS TRIBUTARIOS Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE TURISMO DEL DISTRITO DE CUSCO, 2024** de la Br. JUDITH SAMATA HUAMAN. Hacemos de su conocimiento que el (la) sustentante ha cumplido con el levantamiento de las observaciones realizadas por el Jurado el día **TRECE DE ENERO DE 2026**.

Es todo cuanto informamos a usted fin de que se prosiga con los trámites para el otorgamiento del grado académico de MAESTRO EN CONTABILIDAD MENCIÓN TRIBUTACIÓN.

Cusco, 30 de marzo del 2026

Dr. JORGE WASHINGTON GUILLERMO ESPINOZA
Primer Replicante

Mg. RUTH DELGADO CERECEDA
Segundo Replicante

Mg. MARTA ISABEL OLARTE CABRERA
Primer Dictaminante

Mg. SOCRATES DUEÑAS CAHUA
Segundo Dictaminante

DEDICATORIA

Con profundo amor y gratitud, dedico este logro a Dios, fuente infinita de sabiduría, fortaleza y guía, por iluminar cada uno de mis pasos a lo largo de mi camino académico y personal, y por darme la fe necesaria para no desfallecer ante las dificultades.

A mis queridos padres, por su ejemplo de perseverancia, su amor incondicional y su constante sacrificio, siendo el pilar fundamental que me sostuvo en cada etapa de mi formación. Gracias por creer en mí, por sus enseñanzas y por brindarme el apoyo necesario para alcanzar mis metas.

A mi familia, por su apoyo incondicional, comprensión y palabras de aliento en los momentos más desafiantes, por acompañarme con cariño y motivarme a seguir adelante incluso en los días más difíciles.

Judith Samata Huaman

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo agradecimiento a Dios, por concederme la fortaleza, la sabiduría y la claridad necesarias para culminar satisfactoriamente esta importante etapa de mi vida profesional.

Agradezco profundamente a la universidad y a los docentes de la Escuela de Posgrado por su compromiso, dedicación y orientación permanente en mi formación profesional; asimismo, expreso mi reconocimiento a mi asesor y a los miembros del jurado por sus valiosos aportes y sugerencias, que contribuyeron significativamente al fortalecimiento de esta investigación. Del mismo modo, agradezco a mis compañeros y amigos por su apoyo, motivación y constante ánimo durante este proceso; y, de manera especial, a mi familia, por su amor incondicional, paciencia y confianza, siendo el principal impulso para culminar con éxito este logro académico.

Judith Samata Huaman

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Índice de contenidos	I
Índice de Tablas.....	V
Índice de figuras	VII
Resumen	VIII
Abstract.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Situación problemática	12
1.2. Formulación del problema.....	14
a. Problema general	14
b. Problemas específicos.....	14
1.3. Justificación de la investigación.....	14
1.4. Objetivos de la investigación.....	15
a. Objetivo general.....	15
b. Objetivos específicos.....	16
II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	17
2.1. Bases teóricas	17
2.2. Marco conceptual	27
2.3. Antecedentes empíricos de la investigación.....	30
III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	37
3.1. Hipótesis.....	37
a. Hipótesis general.....	37
b. Hipótesis específicas	37
3.2. Identificación de variables.....	37
3.3. Operacionalización de variables.....	39
IV: METODOLOGÍA	40
4.1. Ámbito de estudio.....	40
4.2. Tipo y nivel de investigación	40
4.3. Unidad de análisis.....	42
4.4. Población de estudio.....	42
4.5. Tamaño de muestra.....	42
4.6. Técnicas de selección de muestra.....	42
4.7. Técnicas de recolección de información	43
4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	43

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas.....	44
V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.	45
5.2. Pruebas de hipótesis	80
5.3. Discusión de resultados	85
CONCLUSIONES.....	91
RECOMENDACIONES	94
REFERENCIAS	97
ANEXOS	102
Anexo I: Matriz de consistencia	103
Anexo II: Matriz operacional	104
Anexo III: Matriz de instrumentos de la variable 01.....	105
Anexo IV: Matriz de instrumentos de la variable 02.....	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	39
Tabla 2 Procedimientos de los datos	44
Tabla 3 Estadística de fiabilidad de las variables.....	45
Tabla 4 Beneficios tributarios.....	46
Tabla 5 Exoneraciones e inafectaciones.....	47
Tabla 6 Deducciones tributarias	48
Tabla 7 Tratamientos tributarios especiales	49
Tabla 8 Competitividad	50
Tabla 9 Factores empresariales	52
Tabla 10 Factores estructurales	53
Tabla 11 Factores sistémicos.....	54
Tabla 12 Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.....	56
Tabla 13 Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.....	57
Tabla 14 Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios	58
Tabla 15 Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios	59
Tabla 16 Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación.....	60
Tabla 17 Gastos Operativos.....	61
Tabla 18 Gastos Financieros.....	62
Tabla 19 Gastos de personal.....	63
Tabla 20 Régimen de Recuperación.....	64
Tabla 21 Anticipada del IGV.....	65
Tabla 22 Compensación	66
Tabla 23 Devolución	67
Tabla 24 Organización interna de la agencia.....	68
Tabla 25 Capacitación del personal.....	69
Tabla 26 Uso de tecnología	70
Tabla 27 Variedad de productos turísticos	71
Tabla 28 Atención al cliente.....	72
Tabla 29 Acceso a nuevos clientes o mercados.....	73
Tabla 30 Trámites y permisos municipales	74
Tabla 31 Disponibilidad de personal capacitado.....	75
Tabla 32 Temporadas turísticas.....	76

Tabla 33 Obligaciones tributarias.....	77
Tabla 34 Políticas de apoyo al turismo.....	78
Tabla 35 Tendencias del turismo global.....	79
Tabla 36 Prueba de normalidad	80
Tabla 37 Prueba de hipótesis general	81
Tabla 38 Prueba de hipótesis específica 1	82
Tabla 39 Prueba de hipótesis específica 2	83
Tabla 40 Prueba de hipótesis específica 3	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Beneficios tributarios	46
Figura 2 Exoneraciones e inafectaciones.....	47
Figura 3 Deducciones tributarias	48
Figura 4 Tratamientos tributarios especiales	49
Figura 5 Competitividad.....	51
Figura 6 Factores empresariales	52
Figura 7 Factores estructurales	53
Figura 8 Comercialización	55
Figura 9 Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.....	56
Figura 10 Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.....	57
Figura 11 Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios	58
Figura 12 Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios	59
Figura 13 Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación	60
Figura 14 Gastos Operativos	61
Figura 15 Gastos Financieros	62
Figura 16 Gastos de personal	63
Figura 17 Régimen de Recuperación	64
Figura 18 Anticipada del IGV	65
Figura 19 Compensación.....	66
Figura 20 Devolución	67
Figura 21 Organización interna de la agencia	68
Figura 22 Capacitación del personal	69
Figura 23 Uso de tecnología.....	70
Figura 24 Variedad de productos turísticos.....	71
Figura 25 Atención al cliente.....	72
Figura 26 Acceso a nuevos clientes o mercados	73
Figura 27 Trámites y permisos municipales.....	74
Figura 28 Disponibilidad de personal capacitado.....	75
Figura 29 Temporadas turísticas.....	76
Figura 30 Obligaciones tributarias	77
Figura 31 Políticas de apoyo al turismo	78
Figura 32 Tendencias del turismo global	79

RESUMEN

La investigación titulada "Beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del distrito de cusco, 2024", presento como objetivo "Determinar la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024". Para lograr esto, se empleó un marco metodológico con un tipo aplicado, el diseño fue no experimental correlacional de corte transversal, de enfoque cuantitativo, la población estuvo conformado por agencias de turismo del Distrito de Cusco, la técnica e instrumento utilizados fueron la encuesta y el cuestionario, y los datos recopilados fueron procesados mediante el software estadístico SPSS.

En conclusión, se determinó que existe una relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco. Este resultado demuestra que las políticas fiscales que contemplan incentivos tributarios inciden de manera positiva en el desempeño competitivo de estas organizaciones, ya que les permiten optimizar el uso de sus recursos financieros, fortalecer su estructura operativa y mejorar la calidad de los servicios que ofrecen al mercado. Asimismo, un entorno fiscal favorable contribuye a reducir la carga económica, facilitando mayores niveles de inversión, innovación y mejora continua en sus procesos internos. También los beneficios tributarios no solo representan un alivio financiero, sino también una herramienta estratégica que impulsa la generación de ventajas competitivas sostenibles. En consecuencia, se resalta la importancia de integrar estos incentivos dentro de las políticas públicas orientadas al fortalecimiento del sector turístico, especialmente en contextos de alta demanda como el de Cusco.

Palabras clave

Beneficios tributarios, Competitividad, Exoneraciones, Factores empresariales

ABSTRACT

The research titled "Tax Benefits and the Competitiveness of Tourism Agencies in the District of Cusco, 2024" aimed to "Determine the relationship between tax benefits and the competitiveness of tourism agencies in the District of Cusco, 2024." To achieve this, a methodological framework was employed with an applied type of research. The design was non-experimental, correlational, and cross-sectional, with a quantitative approach. The population consisted of tourism agencies in the District of Cusco. The data collection technique and instrument used were the survey and questionnaire, respectively, and the data gathered were processed using the statistical software SPSS.

In conclusion, there is a significant relationship between tax benefits and the competitiveness of tourism agencies in the District of Cusco in 2024. This finding highlights those fiscal policies aimed at providing tax incentives can positively influence the competitive performance of these organizations by enabling them to optimize resources, improve their service offerings, and adapt more effectively to the demands of the tourism market. The identified association suggests that a favorable fiscal environment not only eases the economic burden on agencies but also creates favorable conditions for innovation, continuous improvement, and the development of sustainable competitive advantages. Therefore, it underscores the importance of considering tax benefits as a strategic component within public policies aimed at strengthening the tourism sector, particularly in high-demand regions such as Cusco, where competitiveness plays a decisive role in the positioning and sustainability of agencies in the market.

Keywords:

Tax benefits, Competitiveness, Exemptions, Business factors.

INTRODUCCIÓN

El propósito principal de este estudio es determinar la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024. Para sustentar este análisis, se ha recurrido a diversas fuentes de información que conforman la base fundamental del estudio. La investigación se estructura en cinco secciones principales, descritas a continuación:

I. Planteamiento del problema: Se expone la problemática actual, abordando tanto el planteamiento general como los problemas específicos que la conforman. Del mismo modo, se definen el objetivo general y los objetivos específicos que orientan el desarrollo del estudio. Esta sección también presenta una justificación que sustenta la importancia y pertinencia de llevar a cabo la investigación.

II. Marco teórico y conceptual: Se recopila información pertinente de distintas fuentes para contextualizar el tema en los ámbitos internacional, nacional y local. Asimismo, se construye un marco conceptual que establece los fundamentos teóricos del estudio, y se plantean las hipótesis generales y específicas con base en las variables analizadas.

III. Hipótesis y variables: Se presentan las hipótesis formuladas para la investigación, tanto generales como específicas, sustentadas en una definición precisa y bien estructurada de las variables examinadas.

IV. Metodología: Esta sección expone el enfoque, tipo, nivel, método y diseño adoptados en la investigación. Asimismo, se define la población objeto de estudio, se establece el tamaño de la muestra y se detalla la unidad de análisis. Igualmente, se precisan las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de datos, garantizando la calidad y la fiabilidad del estudio.

V. Resultados y discusión: Se exponen los resultados obtenidos a partir del análisis de

los datos utilizando herramientas estadísticas. Se presenta información relacionada con la confiabilidad de los hallazgos, las pruebas de hipótesis aplicadas y las distribuciones de frecuencia observadas. Luego, estos resultados son analizados y discutidos en detalle, en contraste con los marcos teóricos pertinentes.

Finalmente, el estudio cierra con las conclusiones y recomendaciones obtenidas a partir del análisis de los resultados. Asimismo, se presenta la bibliografía consultada y se incorporan anexos que amplían y respaldan el contenido de la investigación.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación problemática

A nivel internacional, el sector turismo es considerado una de las principales fuentes de generación de empleo e ingresos para muchas economías, especialmente en países en desarrollo. Tras los efectos negativos provocados por la pandemia del COVID-19, diversos gobiernos han implementado beneficios tributarios como la reducción del IVA, exoneraciones fiscales temporales y subsidios dirigidos a pequeñas y medianas empresas turísticas. Estos mecanismos han sido fundamentales para reactivar el sector, permitiendo que muchas agencias de turismo mejoren su liquidez, inviertan en digitalización y eleven su competitividad en un entorno global cada vez más exigente. No obstante, en países de América Latina, aún persisten desafíos como la informalidad, la falta de capacitación tributaria y barreras administrativas que impiden que las pequeñas empresas accedan de forma efectiva a dichos beneficios, lo cual limita su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.

En el caso del Perú, el turismo representa una actividad estratégica por su impacto en el Producto Bruto Interno (PBI), en la generación de empleo formal y en la promoción del patrimonio cultural. El Estado ha desarrollado distintos beneficios tributarios y programas de apoyo a través de regímenes especiales como el RUS, RMT y el Régimen General, además de programas como Reactiva Perú y FAE-Turismo. Sin embargo, informes recientes evidencian que una gran parte de las micro y pequeñas empresas del sector turístico no acceden ni aprovechan correctamente estos beneficios tributarios, ya sea por desconocimiento, por falta de asesoría contable o por mantener operaciones en la informalidad. Esta situación ha debilitado su capacidad para crecer, competir y adaptarse a los cambios del mercado, generando una brecha considerable frente a empresas más consolidadas o plataformas tecnológicas con presencia internacional.

A nivel local, en el distrito de Cusco, principal destino turístico del país y uno de los más importantes de América Latina, existen numerosas agencias de turismo que desempeñan un rol clave en la economía local. Sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan múltiples dificultades relacionadas con su gestión tributaria. A pesar de la existencia de beneficios tributarios disponibles, estas agencias no logran aplicarlos eficazmente, lo cual limita su capacidad de inversión, innovación y mejora de servicios. La alta competencia, la estacionalidad del turismo, la falta de formación empresarial y el escaso acceso a asesoramiento especializado agravan esta situación, disminuyendo su nivel de competitividad y poniendo en riesgo su sostenibilidad en el mediano plazo.

Como diagnóstico, se puede señalar que existe una clara desconexión entre los beneficios tributarios existentes y su aprovechamiento real por parte de las agencias de turismo en Cusco. Esta brecha se relaciona principalmente con la baja cultura tributaria, el desconocimiento de la normativa vigente y la falta de herramientas de gestión financiera. En consecuencia, estas empresas no logran optimizar sus recursos ni aprovechar los incentivos estatales que podrían ayudarlas a fortalecerse frente a los nuevos retos del mercado turístico.

De mantenerse esta situación, se pronostica que la competitividad de las agencias de turismo del distrito de Cusco seguirá debilitándose, lo que podría generar una reducción en su participación de mercado, pérdida de empleo, disminución de ingresos y el eventual cierre de muchas de estas empresas. Además, se corre el riesgo de que operadores turísticos externos, con mayor capacidad financiera y fiscal, ocupen el espacio dejado por las agencias locales, afectando la identidad y sostenibilidad del turismo en la región.

Para controlar este pronóstico, es fundamental implementar acciones estratégicas que incluyan programas de capacitación tributaria para los empresarios del sector turismo, campañas de orientación promovidas por SUNAT y gobiernos locales, y el fortalecimiento de alianzas público-privadas para promover una gestión tributaria eficiente. Asimismo, es

necesario diseñar políticas locales que faciliten el acceso a los beneficios tributarios y que promuevan un entorno favorable para el desarrollo competitivo de las agencias de turismo en el distrito de Cusco.

1.2. Formulación del problema

a. Problema general

¿Cuál es la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?

b. Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?
- ¿Cuál es la relación los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?
- ¿Cuál es la relación los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?

1.3. Justificación de la investigación

a. Justificación teórica

La investigación se justificó teóricamente porque permitió fortalecer y ampliar el marco conceptual existente en torno a los beneficios tributarios y la competitividad. Para ello, se recurrió a una revisión exhaustiva de fuentes académicas y científicas de autores reconocidos a nivel internacional, nacional y local, lo cual enriqueció el sustento teórico del estudio.

b. Justificación práctica

La presente investigación se justificó en el ámbito práctico porque brinda soluciones concretas a las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024 al permitirle identificar los

beneficios tributarios, lo cual impacto positivamente en su competitividad. A partir del diagnóstico realizado, se propusieron estrategias de mejora que facilitaron una gestión más eficiente, fortaleciendo su posición en el entorno de formación profesional.

c. Justificación metodológica

Metodológicamente, el estudio se justificó porque aplico un enfoque cuantitativo con diseño correlacional, lo cual permitió analizar la relación existente entre las variables de estudio. Se utilizaron diversas técnicas y métodos, lo cual permitió obtener datos válidos y confiables.

d. Justificación social

La presente investigación presento una importante justificación social, ya que el turismo represento una de las principales fuentes de ingreso y empleo para la población cusqueña. Fortalecer la competitividad de las agencias de turismo mediante un mejor aprovechamiento de los beneficios tributarios contribuyeron a generar mayor estabilidad laboral, dinamizar la economía local y promover un desarrollo más equitativo y sostenible del sector. Además, al fomentar el cumplimiento tributario y la formalización empresarial, se fortalece también el tejido institucional y la recaudación fiscal, lo que redundo en mejores servicios públicos y bienestar colectivo para la sociedad cusqueña en su conjunto.

1.4. Objetivos de la investigación

a. Objetivo general

Determinar la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

b. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.
- Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.
- Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. *Beneficios tributarios*

Beneficios Tributarios (2019) Los beneficios tributarios constituyen un conjunto de medidas destinadas a disminuir la carga fiscal para un grupo específico de contribuyentes, estos beneficios pueden adoptar diversas formas, como créditos, exoneraciones, inafectaciones, reducciones de tasas, deducciones, diferimientos y devoluciones, entre otras, en términos generales, su aplicación responde a diversos objetivos de política económica y social por parte del Estado, no obstante, es importante señalar que estos beneficios generan gastos tributarios, definidos por la SUNAT como los ingresos que el Estado potencialmente deja de percibir al conceder incentivos o beneficios tributarios.

IPE (2019) Los beneficios fiscales comprenden exoneraciones, deducciones y tratamientos tributarios especiales que permiten la reducción de las obligaciones tributarias para ciertos contribuyentes, el propósito de estos beneficios está vinculado al impulso de determinados sectores económicos, al fomento del crecimiento en regiones específicas, a la generación de empleo y a la promoción de la inversión tanto nacional como extranjera, en resumen, los beneficios fiscales representan incentivos otorgados por el Estado con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo del país, alineados con metas socioeconómicas predefinidas.

Donoso (2017) El beneficio fiscal se refiere a una disposición legislativa que permite a los contribuyentes realizar pagos de impuestos reducidos de manera legal, a través de estos beneficios, el contribuyente abona una cantidad inferior a la que le correspondería sin la existencia de dicha medida, en resumen, los beneficios fiscales representan un ahorro impositivo para el contribuyente.

Jorge (2017) Los beneficios fiscales son conocidos como los ahorros o mejoras en el patrimonio de una persona o entidad resultantes de una reducción en el pago de impuestos. Estas mejoras suelen estar contempladas en la legislación actual y se otorgan como recompensa cuando una persona física o jurídica realiza ciertas prácticas consideradas beneficiosas, lo que se traduce en una disminución en el pago de impuestos.

2.1.1.1. Dimensiones de beneficios tributarios

a. Exoneraciones e inafectaciones

Trujillo (2022) enfatiza que el exonerar implica otorgar un beneficio a una persona física o jurídica al liberarla de una carga u obligación adquirida mediante contrato o por disposición de una norma. En otras palabras, al exonerar a alguien, se está condonando la deuda previamente asignada.

Mendoza (2019) en contraste con la exoneración, la exclusión de pago es continua e indefinida, esto implica que la actividad o sector excluido permanece permanentemente exento del tributo, es decir, queda fuera de su alcance (inafecto), en el caso de la exclusión, una actividad o sector que inicialmente estaría sujeta al pago de un tributo es eximida de esa obligación de manera continua, a diferencia de una exoneración que podría aplicarse por un periodo determinado, generalmente en años.

IUS (2018) las inafectaciones no constituyen un hecho sujeto a la aplicación de la norma mencionada ni generan una obligación tributaria. En otras palabras, representan un beneficio fiscal para aquellas personas exentas del cumplimiento de obligaciones tributarias.

Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados

Descripción: Las agencias de turismo que presentan servicios a turistas extranjeros no domiciliados pueden estar exoneradas del Impuesto General a las Ventas (IGV).

Requisitos:

- El servicio debe ser considerado una exportación.
- Registro en el Registro Especial de Operadores de Servicios de Turismo.
- Emisión de comprobantes de pago correctamente estructurados para exportaciones.

Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios

Descripción: Los servicios de paquetes turísticos o tours vendidos a extranjeros que no residen en Perú y que se consumen fuera del país están infectos al IGV.

Beneficio: Evita el incremento del precio del servicio por carga tributaria, haciéndolo más competitivo.

Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación

Ámbito: Las agencias que actúan como intermediarias (por ejemplo, organizando tours mediante terceros) no están afectas al IGV si los servicios subcontratados también son inafectos.

Ejemplo: Reservas de hoteles y transporte local que forman parte de un paquete turístico vendido al extranjero.

b. Deducciones tributarias

Fiscal (2022) las deducciones representan una forma de reducción aplicable tanto a personas físicas como jurídicas, consistente en descuentos que contribuyen a disminuir la carga tributaria que el contribuyente debe asumir, se componen principalmente de reducciones o rebajas aplicadas a los costos y gastos asociados a la producción y comercialización de bienes o servicios, así como a descuentos en las remuneraciones de los empleados, este mecanismo posibilita a las empresas reducir algunos de sus gastos en los ingresos, mitigando de esta manera su obligación tributaria.

Mendoza (2019) No se produce una exclusión directa del tributo, pero el contribuyente tiene la capacidad de disminuir la base imponible, que comprende, por ejemplo, el valor de las ventas o las utilidades, sujetas a tributación.

MPMC (2017) es un beneficio concedido a los pensionistas y a las personas adultas mayores no pensionistas que satisfacen los criterios establecidos en el artículo 19 del Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal, así como en el Decreto Supremo N° 401-2016-EF.

Gastos Operativos:

Gastos directamente vinculados a la generación de ingresos, como:

- Alquileres de oficinas o locales.
- Sueldos y beneficios sociales del personal.
- Gastos de publicidad y marketing.
- Servicios de transporte y logística.

Gastos Financieros:

Los intereses de préstamos utilizados para financiar la actividad empresarial, siempre que cumplan con los límites establecidos por la ley.

Gastos de personal

Los gastos de personal son aquellos desembolsos que realizan las empresas, incluidas las agencias de turismo en Cusco, para remunerar a sus trabajadores y cumplir con las obligaciones laborales y previsionales establecidas por la legislación peruana.

c. Tratamientos tributarios especiales

IPE (2019) Los beneficios fiscales engloban una variedad de medidas, entre ellas exoneraciones, deducciones y tratamientos tributarios especiales, destinadas a aliviar las

obligaciones tributarias de determinados contribuyentes, estos beneficios no solo buscan favorecer a los contribuyentes, sino que también tienen como objetivo principal impulsar el desarrollo de sectores específicos de la economía, fomentar el crecimiento económico en determinadas regiones, propiciar la generación de empleo y estimular la inversión, tanto nacional como extranjera, en este sentido, los beneficios tributarios desempeñan un papel estratégico al servir como incentivos proporcionados por el Estado, estos incentivos no solo persiguen aliviar la carga fiscal de ciertos actores económicos, sino que también buscan contribuir al crecimiento y desarrollo general del país, asimismo, se orientan hacia la consecución de objetivos socioeconómicos que respalden el progreso y bienestar de la sociedad en su conjunto.

Régimen de Recuperación Anticipada del IGV

- Permite recuperar el IGV de las inversiones realizadas durante la etapa preoperativa de proyectos en sectores como turismo, infraestructura y energía.
- **Beneficio:** Las empresas no necesitan esperar hasta la etapa de operación para recuperar el IGV asociado a bienes de capital.

Compensación Tributaria

La compensación consiste en aplicar un saldo a favor del contribuyente (producto de un pago en exceso o indebido) para cancelar o reducir otras obligaciones tributarias pendientes.

Características:

- Se realiza cuando el contribuyente tiene créditos tributarios o pagos en exceso de un tributo determinado.
- La compensación puede aplicarse automáticamente (por la SUNAT) o a solicitud del contribuyente.
- Permite optimizar el uso de los recursos financieros al evitar desembolsos adicionales.

Devolución Tributaria

La devolución es el reembolso que realiza la SUNAT cuando un contribuyente tiene saldos a su favor y solicita que estos sean devueltos en lugar de compensados.

Casos comunes:

Pago en Exceso o Indebido:

Cuando la empresa pagó más tributos de los que realmente debía.

Exportación de Servicios:

Las agencias de turismo que prestan servicios a turistas extranjeros no domiciliados pueden solicitar la devolución del IGV pagado en sus compras.

Requisitos:

- El contribuyente debe presentar una solicitud formal ante la SUNAT.
- Sustentar los créditos o pagos en exceso mediante comprobantes de pago y registros contables.
- Utilizar el Formulario Virtual N° 1649 de la SUNAT.

2.1.1.2. Importancia de los beneficios tributarios

Beneficios tributarios (2019) la relevancia de llevar a cabo estimaciones de beneficios o gastos tributarios radica en la capacidad de cuantificar los recursos que el Estado podría potencialmente emplear para respaldar otras actividades, de acuerdo con la autoridad tributaria, esta estimación busca fortalecer el nivel de transparencia en la política fiscal al hacer evidente la asignación de recursos, proporcionando así una visión más integral del uso del presupuesto público.

La evaluación precisa de los beneficios o gastos tributarios no solo ofrece una herramienta efectiva para calcular los recursos disponibles, sino que también contribuye a

mejorar la gestión financiera del Estado, al tener una comprensión más detallada de los beneficios fiscales y sus implicaciones económicas, se facilita la toma de decisiones informadas sobre la asignación de recursos, permitiendo una planificación más eficiente y estratégica.

Además, este proceso de estimación no solo se erige como un medio para evaluar el impacto financiero, sino que también promueve la rendición de cuentas al hacer transparente la relación entre la política fiscal y la distribución de recursos. En última instancia, la estimación de beneficios o gastos tributarios se convierte en un elemento esencial para la mejora de la gobernanza financiera y la eficacia en la administración de los recursos públicos. En este sentido, se fomenta una gestión gubernamental más informada y eficiente, al tiempo que se incrementa la comprensión pública sobre la asignación de recursos y el funcionamiento de la política fiscal.

2.1.2. Competitividad empresarial

Ferraz et al. (1996), la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible. Esas capacidades están relacionadas con diversos factores, controlados o no por las empresas, que van desde la capacitación técnica del personal y los procesos gerenciales-administrativos hasta las políticas públicas, la oferta de infraestructura y las peculiaridades de la demanda y la oferta.

TeamSystem (2023) La competitividad es la habilidad de una persona o empresa para destacarse por encima de sus competidores, alcanzando una posición más favorable en comparación con ellos. Se fundamenta en crear ventajas competitivas que permitan sobresalir, es decir, contar con uno o varios elementos que le proporcionen una ventaja sobre los demás.

Suñol (2006) La teoría de la competitividad se basa en la idea generalmente aceptada de que es necesario desarrollar factores productivos y competencias en economías con bajo nivel de desarrollo. Además, esta tarea debe ser asumida tanto por los gobiernos como por todos los sectores involucrados en el desarrollo nacional. El concepto de competitividad debe ser reconsiderado en toda su amplitud, ya que resulta fundamental abordar todas sus dimensiones. Esto adquiere especial relevancia al momento de buscar diseñar estrategias de desarrollo inclusivas y de impacto positivo sobre los procesos sociales y económicos de los países

Ramírez (2006) El término "competitividad" ha adquirido gran relevancia en las últimas dos décadas, especialmente en contextos donde participan gobiernos, estados, empresas, empresarios y universidades, entre otros actores. Generalmente, se utiliza para evaluar el éxito o fracaso de un agente económico en la creación de valor agregado o como un referente para medir el desempeño económico de un estado, una empresa, un sector o cualquier otro actor económico. Esto es comprensible, ya que cada uno de estos agentes contribuye, de manera directa o indirecta, a los resultados que reflejan el estado de una economía, un grupo económico, un sector social o una organización funcional.

Medeiros et al (2019), el estudio de la competitividad debe considerar una variedad de factores, como los procesos de impulso de ventas, la formación productiva, el acceso a fuentes de materias primas y proveedores de piezas y componentes, así como aquellos relacionados directamente con la innovación y la adopción de nuevas técnicas, que tienen el potencial de crear ventajas competitivas, para ello usa factores empresariales, estructurales y sistémicos .

2.2.2.1. Dimensiones de competitividad

Ferraz et al. (1996) elaboraron un enfoque de la competitividad como proceso dinámico, es decir, la competitividad de un país está determinada y limitada por una diversidad de factores empresariales, estructurales y sistémicos.

Diagrama 1
Factores determinantes de la competitividad



Nota. sobre la base de J. Ferraz, D. Kupfer y L. Haguenuer, *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*, Río de Janeiro, Campus, 1996

A. Factores empresariales

Ferraz et al. (1996) los “factores empresariales” son aquellos sobre los cuales la empresa tiene un control sustancial. Estos factores se relacionan con la acumulación de conocimiento generado por la empresa y sus estrategias, y, más específicamente, con la eficacia de la gestión, la capacitación y el desempeño, la capacitación tecnológica en procesos y productos, los métodos de organización y los recursos humanos, entre otros.

B. Factores estructurales

Ferraz et al. (1996) los “factores estructurales” son aquellos sobre los cuales la empresa no tiene pleno control, es decir, las empresas están limitadas por el propio proceso de competencia y sus especificidades. Además de las características de la demanda y la oferta, estos incluyen la influencia de instituciones fuera del mercado que definen el régimen de incentivos y regulación, la distribución geográfica, el grado de sofisticación tecnológica, las tasas de crecimiento, los sistemas de comercialización y las oportunidades de acceso a productos internacionales, entre otros.

C. Factores sistémicos

Ferraz et al. (1996) los “factores sistémicos” son aquellos sobre los cuales el control de la empresa es muy escaso o nulo. Estos factores son responsables de generar externalidades a las empresas, actuando como parámetros del proceso de decisión. Entre estos factores se destacan los siguientes: infraestructurales (disponibilidad, calidad y costo de la energía, transporte, telecomunicaciones, insumos básicos y servicios tecnológicos); macroeconómicos (tipo de cambio, carga tributaria, tasa de crecimiento del producto interno, oferta de crédito y tasas de interés y política salarial); político-institucionales (política tributaria, política arancelaria, apoyo fiscal al riesgo tecnológico, poder adquisitivo del gobierno); sociales (sistema de calificación de la mano de obra, políticas de educación y formación de recursos humanos, laboral y de seguridad social); legales y normativos (políticas de protección de la propiedad industrial, preservación del medio ambiente, defensa de la competencia y protección del consumidor); e internacionales (tendencias del comercio mundial, flujos internacionales de capital, inversiones de riesgo y tecnología, relaciones con organismos multilaterales).

2.2.2.2. Importancia de la competitividad

Medeiros et al (2019) La importancia de la competitividad se evidencia en su impacto favorable sobre el crecimiento económico sostenible. Un país se considera competitivo cuando gestiona eficientemente sus recursos y capacidades, logrando no solo incrementar la productividad empresarial, sino también elevar el nivel de vida de su población.

2.2. Marco conceptual

- **Acciones de cobranza:** Linares (2019) la acción de cobranza implica que el acreedor reclame el pago de la obligación por parte del deudor, las estrategias de cobranza tienen como objetivo impulsar la recuperación de los pagos y lograr que esta sea exitosa.
- **Ámbito de aplicación:** Expansión (2022) alcance de la normativa de un impuesto que incluye el área geográfica de aplicación, la naturaleza de las rentas, las operaciones o el patrimonio que son gravados, las personas a las que se aplica el impuesto y, en algunos casos, el período de tiempo durante el que se aplica el impuesto.
- **Amnistías:** Marín (2021) la amnistía es un proceso legal, mediante el cual se condonan y perdonan, a efectos jurídicos, una serie de delitos, a través de la amnistía, un Estado, más concretamente el poder legislativo, decide perdonar y eliminar los delitos realizados por una serie de personas.
- **Condonaciones:** Conceptos Jurídicos (2022) la condonación de deuda es un acto jurídico por el cual un acreedor libera al deudor de su obligación hacia él, puede ser sobre la deuda total o parcial, y de forma gratuita u onerosa.
- **Cobranza coactiva:** la cobranza coactiva es el último medio al cual recurren las entidades de la Administración Pública Nacional (SUNAT, ministerios, etc.) para garantizar el pago de las deudas pendientes, de esta manera, se denomina cobranza coactiva al procedimiento mediante el cual dichas entidades ejecutan el pago de las

deudas aun en contra de la voluntad de los deudores, a través del embargo de sus cuentas bancarias, inmuebles, muebles, acciones u otros bienes.

- **Exoneración parcial y total:** los edificios y estructuras integrantes del patrimonio nacional, al momento de su registro, gozan de una exención del 50% en el impuesto predial, en el caso de realizar reparaciones, si estas alcanzan al menos el 30% del valor catastral del bien, la exención se aplica por un periodo de 5 años contados desde la finalización de la obra (Castellanos, 2003), existen dos modalidades de exoneración: parcial y total, según Castellanos, la exoneración parcial implica una reducción del 50% en el tributo a pagar, específicamente para los inmuebles de propiedad nacional, por otro lado, las exoneraciones totales se consideran como prescripciones tributarias, lo que implica una reducción completa del tributo a abonar.
- **Préstamos de entidades financieras:** BBVA (2024) Un préstamo financiero es una operación financiera mediante la cual la prestamista entrega una cantidad de dinero al prestatario, que se compromete a devolver lo recibido, junto con los intereses pactados entre las partes, en unos pagos o contraprestaciones que han de realizarse en los plazos de tiempo establecidos.
- **Préstamos de terceros:** Bancolombia (2020) Los préstamos con terceros se refieren a aquellos financiamientos obtenidos de personas naturales o jurídicas que no forman parte del sistema financiero formal, como bancos o entidades reguladas. Estos acuerdos suelen realizarse de manera privada y pueden establecer condiciones más flexibles en términos de plazos, tasas de interés y requisitos, aunque también pueden implicar mayores riesgos debido a la falta de supervisión. Este tipo de préstamos es común en situaciones donde el acceso al crédito bancario es limitado o cuando se requiere liquidez de forma rápida.

- **Publicidad:** Giraldo (2023) La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.
- **Comisiones:** Runa (2023) Las comisiones son incentivos monetarios que se otorga a los miembros de un equipo de ventas por alcanzar ciertos objetivos de ventas. Es decir, es una forma de compensación adicional que se suma al salario base y que varía en función del desempeño individual o del equipo.
- **Actualización de productos:** FasterCapital (2024) Las actualizaciones de productos juegan un papel importante en la extensión del ciclo de vida de sus ofertas. Una actualización del producto puede definirse como una mejora o modificación significativa a un producto existente que agrega valor al cliente y diferencia al producto de sus competidores. Desde una perspectiva comercial, las actualizaciones de productos son una forma de mantenerse competitivos y relevantes en el mercado, al tiempo que atiende a las necesidades y preferencias en evolución de los clientes.
- **Capital financiero:** Facturama Blog (2023) El capital financiero se refiere al conjunto de recursos económicos disponibles para su inversión en instrumentos financieros y actividades relacionadas con el ámbito financiero. Se compone de dinero, bienes y activos líquidos que se utilizan para generar ingresos y obtener beneficios a través de operaciones financieras.
- **Bienes económicos:** CEUPE (2020) Un bien económico, también llamado bien escaso, es aquel que satisface una necesidad y al que se le atribuye un precio para poder adquirirse en el mercado.
- **Monitoreo de costos y gastos:** Team Asana (2024) Consiste en reconocer, analizar y disminuir los costos operativos y financieros con el objetivo de optimizar los recursos

disponibles y, de este modo, incrementar la rentabilidad y el margen de beneficios de la empresa. Este proceso requiere una evaluación detallada de las áreas de gasto, priorizando la eficiencia sin comprometer la calidad de los productos o servicios ofrecidos, lo que permite una gestión más sostenible y competitiva en el mercado.

- **Promoción:** Equipo de Enciclopedia Significados (2023) La publicidad y promoción tienen en común que ambas buscan incrementar el consumo de un producto o servicio. La publicidad es una forma de comunicación comercial para promover y difundir un mensaje al público a través de los medios de comunicación.
- **Competencia:** Superintendencia de Industria y Comercio (2020) La competencia es el conjunto de esfuerzos que desarrollan los agentes económicos que, actuando independientemente, rivalizan buscando la participación efectiva de sus bienes y servicios en un mercado determinado.

2.3. Antecedentes empíricos de la investigación

2.3.1. Antecedentes internacionales

Villacís (2019) en su artículo de investigación denominado “Las fuentes de financiamiento como estrategias de competitividad en las Pymes en la provincia de Santa Elena” presentado por la revista multidisciplinaria de investigación científica, tiene como objetivo analizar las diferentes formas de financiamiento para las Pymes, basados en la competitividad que presentan las empresas de la provincia de Santa Elena, el método de investigación usado es el descriptivo para realizar un análisis situacional de las fuentes de financiamiento que eligen las Pymes de la provincia de Santa Elena y concluye que es importante examinar cómo las pymes gestionan sus recursos productivos y abordan la toma de decisiones, aspectos fundamentales que los emprendedores deben priorizar para superar la aversión al riesgo asociada con el financiamiento. Realizar un análisis exhaustivo antes de buscar financiamiento es esencial para identificar las áreas prioritarias que impulsarán el

crecimiento empresarial, garantizando así la profesionalización de la dirección frente a un entorno competitivo.

Cedeño y Townsend (2021) en su artículo de investigación denominado “Evaluación de la inversión en TIC como factor de competitividad de las empresas de PYMES del cantón Guayaquil Evaluación de la inversión en TIC como factor de competitividad de las empresas de PYMES del cantón Guayaquil” presentado por la revista Ciencia y Sociedad que tiene como objetivo es evaluar los modelos de gestión de TI que promuevan la inversión en TI como un factor de competitividad, usando como metodología estudio correlacional; aplicando el método deductivo longitudinal y se complementó con una encuesta y concluye en que este trabajo de investigación evalúa modelos de gestión de TI que permiten generar competitividad mediante la inversión en TIC en las empresas PYMES del cantón Guayaquil. Los diferentes modelos evaluados sirven como guía para aquellas PYMES que deseen evaluar su inversión en tecnologías de la información. La investigación se basa en varios modelos, incluyendo el Balanced Scorecard de TI propuesto por el autor Van Grembergen, que analiza aspectos como la orientación empresarial, la orientación al usuario, la excelencia operativa y la orientación futura.

Gutierrez (2019) En su investigación: “Incidencia de los beneficios tributarios en el sector microempresarial de la provincia de El Oro (Ecuador)” donde tuvo como objetivo: determinar la incidencia de los beneficios tributarios, con la metodología a investigación realizada involucró dos aspectos de análisis, el primero una revisión documental para determinar los beneficios específicos que involucran a las Microempresas, y en segunda instancia se realizó un análisis cual cuantitativo, a través de una encuesta la cual fue sometida validación de pares externos, con la cual se determinó la relación existente entre la aplicación de beneficios tributarios y el cumplimiento oportuno de obligaciones y permanencia en el negocio de la empresa. Donde concluye: No se encontró relación alguna

entre el hecho de que el otorgamiento de incentivos o beneficios tributarios a los contribuyentes, incida sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por tal motivo se puede inferir que el hecho de cumplir con las obligaciones tributarias está vinculado a un aspecto de acatamiento normativo en lo relacionado a los deberes formales impuestos por el Código Tributario.

Martínez et al (2021), en su estudio titulado “Nueva Dinámica Empresarial que permitirá Reducir Costos e incrementar la competitividad a partir del 2021”, presentado a la Revista de la Universidad Militar Nueva Granada, donde se tiene como objetivo analizar la nueva dinámica empresarial que permitirá Reducir Costos e incrementar la competitividad, donde se utilizó una metodología básica cuantitativa, donde se concluyó que la modalidad de trabajo adoptada desde 2020 ha resultado clave para las empresas al permitirles identificar oportunidades significativas de reducción de costos, tales como la eliminación de arrendamientos de oficinas y la disminución de gastos en servicios públicos, aseo y cafetería, lo cual ha generado importantes ahorros. Esta estrategia de optimización no solo ha contribuido a la eficiencia operativa, sino que también se vincula estrechamente con la competitividad, ya que las empresas que tomaron decisiones visionarias para reducir estos costos han logrado una ventaja competitiva al incrementar su rentabilidad. Gerentes con una visión prospectiva fueron capaces de anticipar el impacto financiero de estos gastos, asegurando una gestión más eficiente que les permitió mantenerse competitivos en un entorno empresarial cambiante.

Cruz (2020) en su investigación científica denominada “La competitividad y el crecimiento empresarial en pymes manufactureras ¿están relacionados?”, presentada a la Revista Relayn Micro y pequeña empresa en Latinoamérica, con el objetivo de elaborar un modelo estratégico que permita a la PYME manufacturera de la localidad de Cd. Sahagún, Hgo, alcanzar el nivel de competitividad e innovación que requiere para crecer y permanecer

en el mercado, a través de un marco metodológico de enfoque mixto, nivel descriptivo correlacional y diseño no experimental transaccional, donde se llegó a la conclusión de que el crecimiento empresarial de las PYMES depende de un enfoque integral que combine innovación, alianzas estratégicas y eficiencia en la gestión de recursos. Al integrar estos elementos, una PYME no solo mejora su operación y reduce riesgos, sino que también se posiciona como una entidad sólida y competitiva en un mercado en constante evolución.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Llancay y Torres (2021) en su trabajo de investigación denominado “Gestión empresarial y competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020” presentado por la universidad Cesar Vallejo, tiene como objetivo determinar que la gestión empresarial y la competitividad se relacionan en Netcall Perú SAC, Lima, año 2020, usando como metodología de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, nivel correlacional, diseño no experimental-transversal y método hipotético-deductivo y concluye en que existe una relación significativa entre la gestión empresarial y la competitividad, lo que indica una conexión positiva considerable, esto demuestra que una gestión empresarial efectiva es crucial para mantener y mejorar la competitividad. Si no se implementa una gestión empresarial óptima, se verían afectados tanto la competitividad de la empresa como los resultados esperados, disminuyendo su capacidad para competir eficazmente en el mercado.

Baldeoset.al (2019) en su artículo de investigación denominado “Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú” presentado por la revista San Gregorio, tiene como objetivo estimar los indicadores de planeación estratégica que influyen en la competitividad del sector MYPE, situadas en la provincia de Huaura

usando como metodología tipo descriptiva correlacional tipo descriptiva correlacional y tiene como conclusión Según el estudio sobre las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en la provincia de Huaura, los indicadores de planificación estratégica más significativos son la planificación administrativa, la producción, los recursos humanos y la planificación financiera. Aunque estos indicadores no afectan negativamente el estudio, sí disminuyen la competitividad promedio. Por otro lado, la planificación de marketing es la variable menos explicada, lo que sugiere que una ineficiente planificación en áreas como el flujo de presupuesto, el flujo de caja, las inversiones y las aplicaciones podría llevar al cierre de la empresa debido a la incapacidad para enfrentar las presiones del mercado.

Alcca (2021) En su estudio titulado “Beneficios Tributarios y las Obligaciones Tributarias en las Agencias de Viaje y turismo del distrito de Wanchaq, Cusco, 2020”, donde se tiene como objetivo determinar la relación que existe entre el beneficio tributario y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las agencias de viaje y turismo del distrito de Wanchaq, Cusco, 2020, donde se utilizó una metodología básica de un diseño no experimental – transversal, donde se concluye que existe una correlación positiva moderada entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial en las agencias de viaje y turismo. Esto sugiere que la implementación de dichos beneficios en las actividades diarias no solo favorece el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sino que también impulsa la productividad y, por ende, la rentabilidad de las empresas. Al obtener mayores beneficios financieros, las agencias de viaje logran un mejor desempeño económico, lo que incentiva y facilita su capacidad de cumplir con las responsabilidades fiscales, promoviendo así un ciclo virtuoso de crecimiento y cumplimiento tributario.

Morales (2024) En su estudio titulado “Innovación empresarial en la competitividad de los negocios artesanales de joyería de plata en Piura, 2024”, presentado a la Universidad Cesar Vallejo para obtener el grado académico de maestra en administración de negocios –

MBA, donde se tiene como objetivo determinar la influencia de la innovación empresarial en la competitividad de los negocios artesanales de joyería de plata en Piura, 2024, donde se utilizó una metodología con un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con nivel correlacional y diseño no experimental, donde se concluye que las mejoras en la innovación empresarial juegan un papel crucial en el fortalecimiento de la competitividad de los negocios artesanales de joyería de plata en Piura. Este hallazgo resalta la importancia de la innovación como factor clave para mejorar la capacidad competitiva de las empresas, permitiéndoles adaptarse y destacarse en un mercado cada vez más exigente. En conclusión, fomentar la innovación no solo mejora la productividad y calidad de los productos, sino que también refuerza la posición competitiva de los negocios en un entorno global cada vez más competitivo.

Vergara (2024) en su trabajo de investigación titulada: “Innovación organizacional y competitividad de una empresa de servicios integrales, Lima, 2024” presentada para obtener el título profesional de administrador de empresas con el objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la innovación organizacional y la competitividad de una empresa de servicios integrales, Lima, 2024. El enfoque metodológico fue cuantitativo, de tipo básica, de diseño no experimental de corte transversal y alcance correlaciona. Donde concluye que la competitividad implica la innovación en productos, procesos, gestión administrativa y marketing potenciaría la eficiencia operativa y la competitividad, mejorando su posicionamiento en el mercado al ofrecer una mejor experiencia a los clientes

2.3.3. Antecedentes locales

Corbacho y Nieto (2024) En su estudio titulado “Gestión empresarial y competitividad en la empresa contratistas mineras sarmath SAC Tambopata madre de dios periodo 2023”, presentado a la Universidad Andina del Cusco para optar el título profesional de licenciado en administración, donde se tiene como objetivo determinar la relación entre la gestión empresarial y la competitividad en la empresa contratistas mineras Sarmath SAC,

donde se utilizó una metodología con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental-transeccional y de alcance correlacional, donde se concluye que la gestión empresarial desempeñó un papel importante en la competitividad de la empresa Contratistas Mineras Sarmath SAC en Tambopata, Madre de Dios, en 2023. Este caso destaca cómo una adecuada administración puede impactar directamente en el rendimiento y la capacidad de competir en el mercado. En conclusión, la competitividad de una empresa depende en gran medida de su capacidad para gestionar eficientemente sus recursos, procesos y estrategias, lo que le permite mantenerse relevante y destacar frente a sus competidores.

Oimas y Chooque (2020) en su trabajo de investigación titulada: “Place Branding y la Competitividad de la Actividad Artesanal del Barrio de San Blas – Cusco” con el objetivo de cuyo objetivo es determinar la influencia que tiene el Place Branding en la competitividad de la actividad artesanal del barrio de San Blas para desarrollar una estrategia de promoción y así promover la actividad artesanal a través de la creación y gestión de su marca con metodología utilizada en la presente investigación es de nivel descriptivo correlacional, diseño no experimental de corte transversal. Donde podemos concluir que los actores que determinan la competitividad favorecen la competitividad al tener un grado de rivalidad bajo, por lo que la competitividad de la actividad artesanal del barrio de San Blas - Cusco se encuentra en un nivel regularmente competitivo.

III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

a. Hipótesis general

Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

b. Hipótesis específicas

- Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.
- Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.
- Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

3.2. Identificación de variables

Variable 1:

Beneficios tributarios

Dimensiones

- Exoneraciones e inafectaciones
- Deducciones tributarias
- Tratamientos tributarios especiales

Variable 2:

Competitividad empresarial

Dimensiones

- Factores empresariales
- Factores estructurales
- Factores sistémicos.

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Variable 01 – Beneficios tributarios		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
<p>IPE (2019) los beneficios fiscales representan incentivos otorgados por el Estado con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo del país, alineados con metas socioeconómicas predefinidas.</p>	<p>IPE (2019) señala que los beneficios fiscales comprenden exoneraciones, deducciones y tratamientos tributarios especiales que permiten la reducción de las obligaciones tributarias para ciertos contribuyentes.</p>	<p>Exoneraciones e inafectaciones</p>	<p>Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación</p>
		<p>Deducciones tributarias</p>	<p>Gastos Operativos Gastos Financieros Gastos de personal</p>
		<p>Tratamientos tributarios especiales</p>	<p>Régimen de Recuperación Anticipada del IGV Compensación Devolución</p>
Variable 02 – Competitividad		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
<p>Ferraz et al. (1996), la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible.</p>	<p>Ferraz et al. (1996) elaboraron un enfoque de la competitividad como proceso dinámico, es decir, la competitividad de un país está determinada y limitada por una diversidad de factores empresariales, estructurales y sistémicos.</p>	<p>Factores empresariales</p>	<p>Organización interna de la agencia Capacitación del personal Uso de tecnología Variedad de productos turísticos Atención al cliente</p>
		<p>Factores estructurales</p>	<p>Acceso a nuevos clientes o mercados Trámites y permisos municipales Disponibilidad de personal capacitado Temporadas turísticas</p>
		<p>Factores sistémicos.</p>	<p>Obligaciones tributarias Políticas de apoyo al turismo Tendencias del turismo global</p>

Nota: El Tabla representa la operacionalización de variable

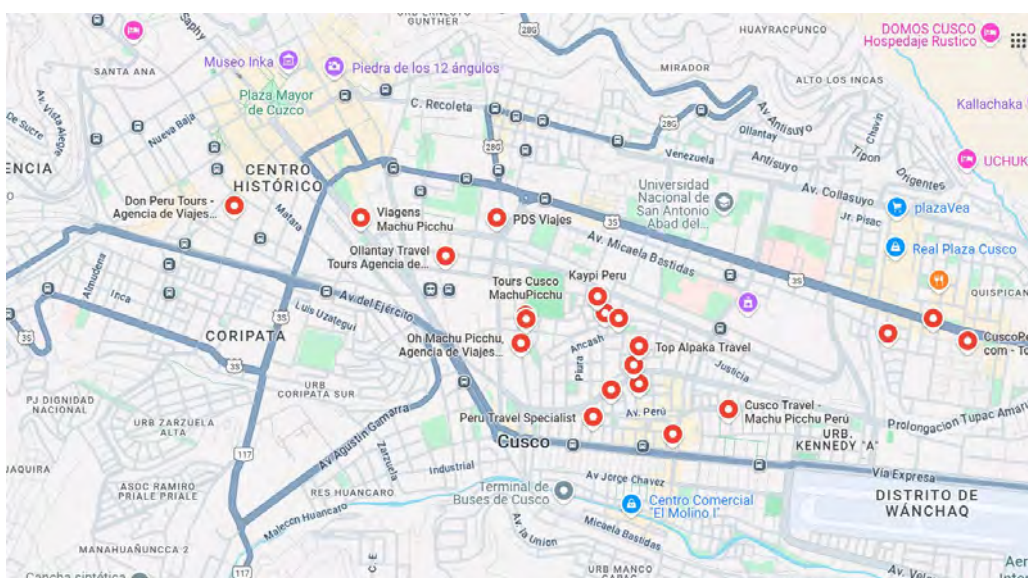
IV: METODOLOGÍA

4.1. Ámbito de estudio

Localización política

- **País:** Perú
- **Departamento:** Cusco
- **Provincia:** Cusco
- **Distrito:** Cusco

Localización geográfica



4.2. Tipo y nivel de investigación

4.2.1. Tipo de investigación

Carrasco (2019), señala que el tipo de investigación aplicada “busca ampliar, profundizar y generar soluciones prácticas que puedan aplicarse en contextos reales al caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad, su objetivo de estudio lo constituyen las teorías científicas, las mismas que las analiza para perfeccionar sus contenidos de tal forma que se pueda dar alternativas de solución” (p.43). El trabajo se

desarrolló a través del tipo de investigación aplicada, ya que se presentó por finalidad ampliar y profundizar los conocimientos de la ciencia y teoría contable relacionado con los beneficios tributarios y la competitividad empresarial para ello fue necesario una amplia información bibliográfica.

4.2.2. Nivel de investigación

Hernández et al (2014), “respecto al nivel de investigación es correlacional “tienen la finalidad de conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular, también ofrecieron predicciones y cuantificaron relaciones entre variables” (p.90). El trabajo de investigación se desarrolló a través de un nivel correlacional dado que se tiene por finalidad determinar la relación entre las unidades de estudio.

4.2.3. Diseño de investigación

4.2.3.1 Diseño no experimental

Hernández et al (2014), define a la investigación no experimental como: “podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto” (p. 152). En este estudio se empleó un diseño no experimental, dado que no se realizó ninguna manipulación de las variables. En su lugar, se buscó describir situación actual, así como establecer la relación entre las unidades de estudio.

4.2.3.1 Diseño transversal

Hernández et al (2014), respecto a “los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (p.154). La

recolección de datos se efectuó en un solo momento y dentro de un periodo específico, lo que permitió obtener una visión precisa y contextualizada de la realidad investigada.

4.3. Unidad de análisis

La investigación tomo como unidad de estudio a las agencias de turismo del distrito de Cusco.

4.4. Población de estudio

Hernández et al (2014), es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas específicas, así comenta al respecto una vez que se ha definido la unidad de análisis, se delimitara la población a estudiar y se generalizaran los resultados (p.174). La población de estudio estuvo constituida por las agencias de turismo del distrito de Cusco.

4.5. Tamaño de muestra

Hernández et al (2014), la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, este deberá ser representativo de dicha población (p.174) El tamaño de la muestra estuvo conformado por 30 agencias de turismo del distrito de Cusco.

4.6. Técnicas de selección de muestra

Hernández et al (2014), “en el muestreo no probabilístico la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra, aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación” (p.176). El muestreo que se consideró en el estudio fue en no probabilístico ya que para poder hallar la muestra no fue necesario recurrir

a ninguna fórmula estadística sino por el contrario la muestra se encontró de forma intencional y por conveniencia.

4.7. Técnicas de recolección de información

Técnicas

Hernández et al (2014), “señala que las técnicas son los recursos de que dispone el investigador para su trabajo, las técnicas necesitan los instrumentos para su realización”. (p.217). Para la recopilación de datos en el estudio, se utilizó la técnica de la encuesta, ya que esta facilitó la aplicación de procedimientos estandarizados que permiten obtener y analizar la información de manera ordenada y sistemática.

Instrumentos

Hernández et al (2014), “señala que el instrumento es cuando en la investigación disponemos de múltiples tipos de instrumentos para medir las variables de interés y en algunos casos llegan a combinarse varias técnicas de recolección de los datos”. (p.217). Para este trabajo de investigación, se utilizó como instrumento de recolección de datos el cuestionario el cual estuvo compuesto por una serie de preguntas por cada variable equitativamente donde las preguntas fueron cerradas en función a una escala Likert.

4.8. Técnicas de análisis e interpretación de la información

Se empleó el programa SPSS versión 27 para organizar y estructurar eficientemente la información recopilada, lo que permitió generar un archivo de datos adecuado para el análisis. Además, se elaboró una base de datos que facilitó la aplicación de diversas técnicas estadísticas. Para la representación de las variables obtenidas, se utilizaron Tablas y gráficos estadísticos desarrollados con el apoyo de Microsoft Excel.

4.9. Técnicas para demostrar la verdad o falsedad de las hipótesis planteadas

Para realizar el análisis de datos cuantitativos se realizaron los siguientes pasos:

Tabla 2

Procedimientos de los datos

Ordenamiento y clasificación	Esta técnica se utilizó para organizar de manera sistemática la información cuantitativa recopilada, permitiendo su adecuada interpretación y aprovechamiento en el análisis.
Registro manual	Los datos obtenidos a través del instrumento aplicado fueron digitalizados y procesados con el fin de facilitar su tratamiento.
Proceso computarizado se realizó con el programa SPSS versión 27	Asimismo, se realizó el cálculo de diversos indicadores matemáticos y estadísticos relevantes para el desarrollo de la investigación.

Nota: El Tabla muestra los procedimientos de los datos.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Procesamiento, análisis, interpretación y discusión de resultados.

5.1.1. Confiabilidad del estudio

Tabla 3

Estadística de fiabilidad de las variables

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Beneficios tributarios y Competitividad	0.880	24

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determine el grado de consistencia y precisión que tienen los instrumentos de medición” (p. 348). Con el fin de asegurar una evaluación precisa de la fiabilidad de los datos recolectados, se decidió emplear el coeficiente Alfa de Cronbach. Este estadístico permite evaluar la consistencia interna de un cuestionario, donde valores cercanos a 1 reflejan un elevado nivel de confiabilidad y exactitud en la información obtenida.

El análisis de confiabilidad estadística arrojó coeficientes de 0.880 para las variables analizadas, lo que indica un nivel aceptable de consistencia en los datos obtenidos. Es importante señalar que, mientras más próximo sea este valor a 1, mayor será la fiabilidad de la información recogida, lo que contribuye significativamente a la solidez del estudio. Estos resultados evidencian una adecuada coherencia interna en las respuestas de los participantes, lo que sugiere que el instrumento utilizado fue apropiado y efectivo para medir con precisión las variables en cuestión. Además, la estabilidad de los coeficientes obtenidos respalda la calidad del proceso de recopilación de datos, disminuyendo el riesgo de sesgos y asegurando que los resultados sean válidos y representativos para respaldar decisiones bien sustentadas dentro del marco de la investigación.

5.1.2. Análisis por variables y dimensiones

A. Variable 01 – Beneficios tributarios

Tabla 4

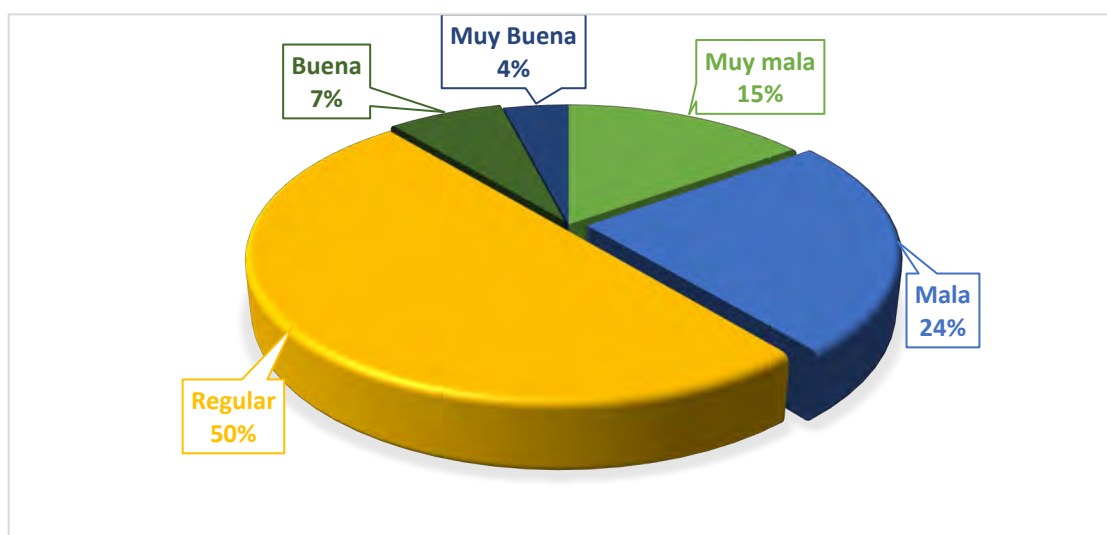
Beneficios tributarios

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Muy mala	5	15%	15%
	Mala	7	24%	39%
Valido	Regular	15	50%	89%
	Buena	2	7%	96%
	Muy Buena	1	4%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Beneficios tributarios

Figura 1

Beneficios tributarios



Nota: La figura representa los resultados de Beneficios tributarios

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 15% de los encuestados indicaron que los Beneficios tributarios es muy mala, el 24% mala, el 50% de los encuestados indican que es regular, el 7% Buena mientras que solo el 4% de los encuestados indican que los Beneficios tributarios es Muy buena, lo cual sugiere una posible desconexión entre las políticas fiscales implementadas y las expectativas o necesidades del sector evaluado. En teoría, cuando los mecanismos tributarios no son percibidos como eficaces o equitativos, pueden disminuir los

incentivos para la formalización, la inversión o el cumplimiento fiscal, afectando indirectamente la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones.

A.1. Dimensión 01 – Exoneraciones e inafectaciones

Tabla 5

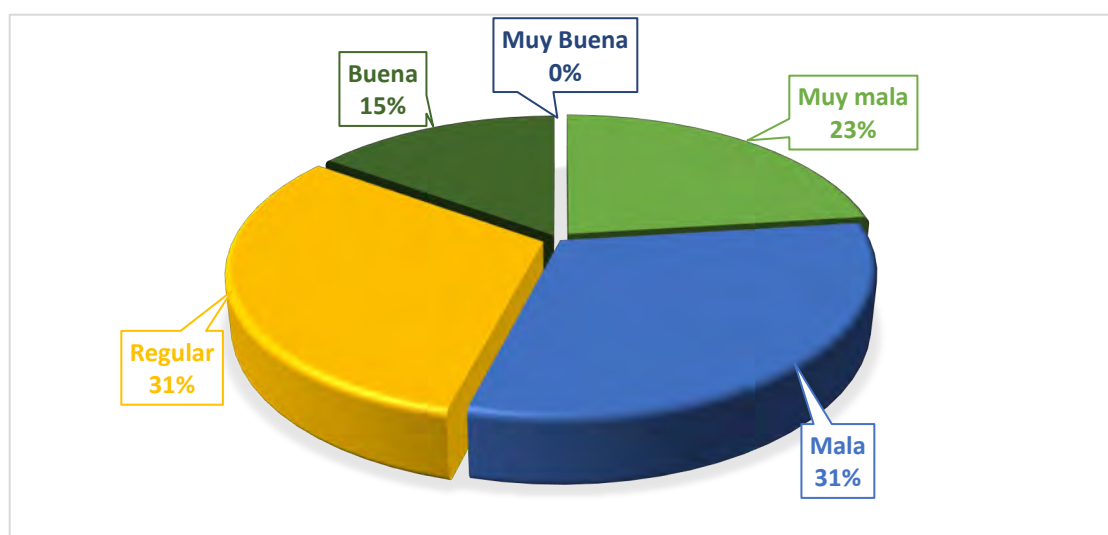
Exoneraciones e inafectaciones

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	7	23%	23%
	Mala	9	31%	54%
	Regular	9	31%	85%
	Buena	5	15%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Exoneraciones e inafectaciones.

Figura 2

Exoneraciones e inafectaciones



Nota: La figura representa los resultados de Exoneraciones e inafectaciones.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 23% de los encuestados indicaron que las Exoneraciones e inafectaciones es muy mala, el 31% mala, el 31% de los encuestados indican que es regular, el 15% Buena mientras que solo el 0% de los encuestados indican que las Exoneraciones e inafectaciones es Muy buena, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente negativa respecto a las exoneraciones e inafectaciones, lo cual puede interpretarse como una señal de descontento o falta de efectividad percibida en estas medidas

fiscales por parte de los encuestados, esto indica una baja aceptación o comprensión del impacto positivo que dichas políticas podrían tener en el sector. En términos teóricos, esta tendencia podría asociarse a una débil alineación entre las políticas fiscales implementadas y las necesidades reales del entorno económico evaluado, lo que limita su legitimidad ante los actores involucrados y reduce su potencial de contribuir al desarrollo sostenible del sector o región en cuestión.

A.2. Dimensión 02 – Deducciones tributarias

Tabla 6

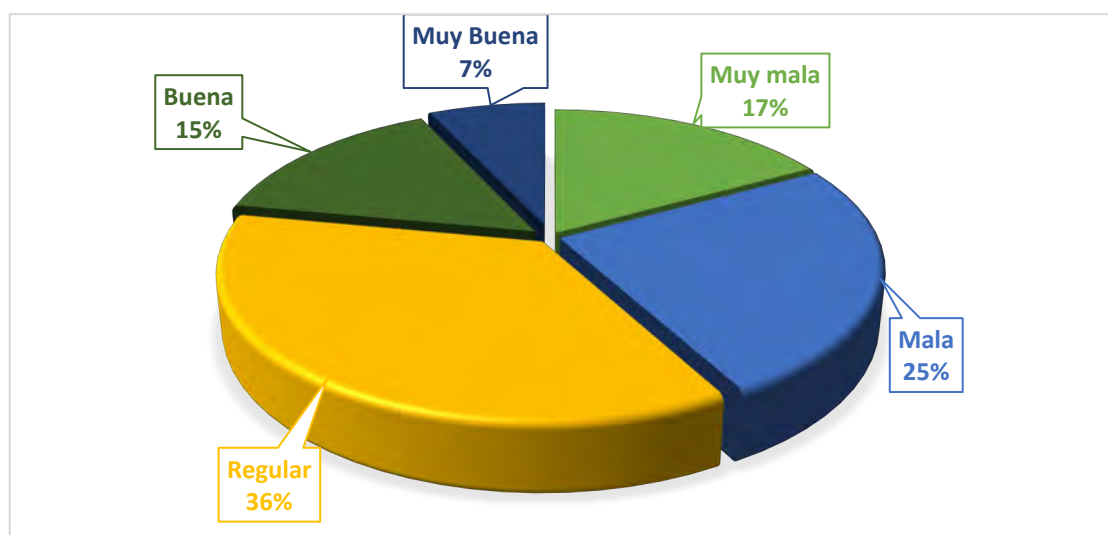
Deducciones tributarias

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	17%	17%
	Mala	8	25%	42%
	Regular	11	36%	78%
	Buena	5	15%	93%
	Muy Buena	2	7%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Deducciones tributarias.

Figura 3

Deducciones tributarias



Nota: La figura representa los resultados de Deducciones tributarias.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 17% de los encuestados indicaron que las Deducciones tributarias es muy mala, el 25% mala, el 36% de los encuestados indican que

es regular, el 15% Buena mientras que solo el 7% de los encuestados indican que las Deducciones tributarias es Muy buena, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente desfavorable respecto a las deducciones tributarias. Esta distribución sugiere una posible desconexión entre la normativa fiscal vigente y las expectativas o necesidades del contribuyente, lo cual puede interpretarse, desde teorías de aceptación de políticas públicas, como un indicador de baja legitimidad percibida en el diseño o aplicación del sistema de deducciones.

A.3. Dimensión 03 – Tratamientos tributarios especiales

Tabla 7

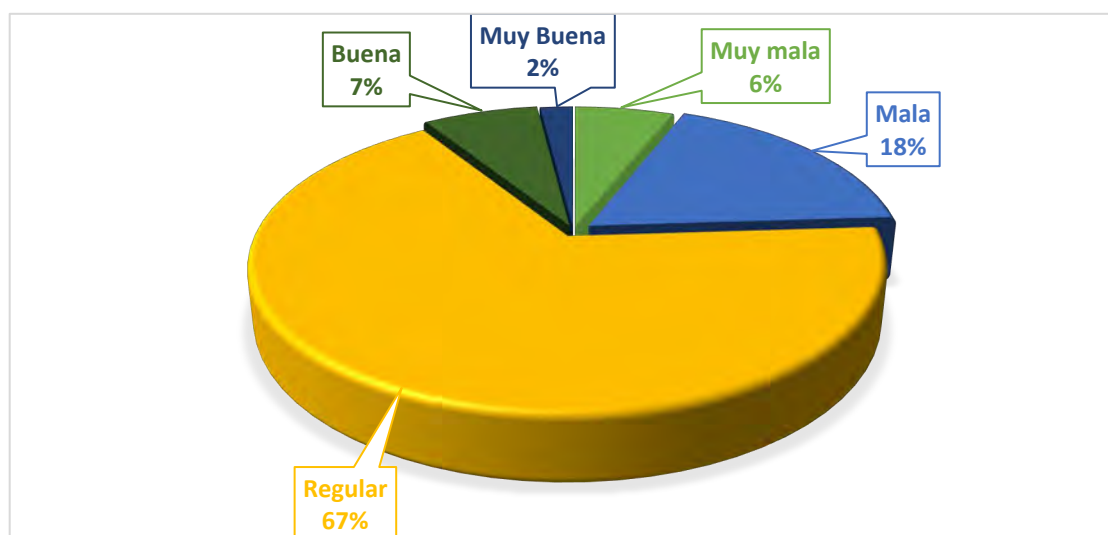
Tratamientos tributarios especiales

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	2	6%	6%
	Mala	5	18%	24%
	Regular	20	67%	91%
	Buena	2	7%	98%
	Muy Buena	1	2%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Tratamientos tributarios especiales.

Figura 4

Tratamientos tributarios especiales



Nota: La figura representa los resultados de Tratamientos tributarios especiales.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 6% de los encuestados indicaron que los Tratamientos tributarios especiales es muy mala, el 18% mala, el 67% de los encuestados indican que es regular, el 7% Buena mientras que solo el 2% de los encuestados indican los Tratamientos tributarios especiales es Muy buena, los resultados reflejan una percepción predominantemente neutral o insatisfactoria respecto a los tratamientos tributarios especiales por parte de los encuestados. Esto sugiere una valoración limitada del impacto positivo de estas medidas dentro del entorno evaluado. Según la teoría de la percepción organizacional y las políticas públicas, esta tendencia podría interpretarse como un indicio de que dichos tratamientos no están generando los beneficios esperados o no son lo suficientemente visibles para los actores implicados. Además, puede estar vinculado a una falta de claridad, accesibilidad o efectividad en la implementación de estos regímenes, lo que limita su reconocimiento como herramientas eficaces de estímulo fiscal.

B. Variable 02 – Competitividad

Tabla 8

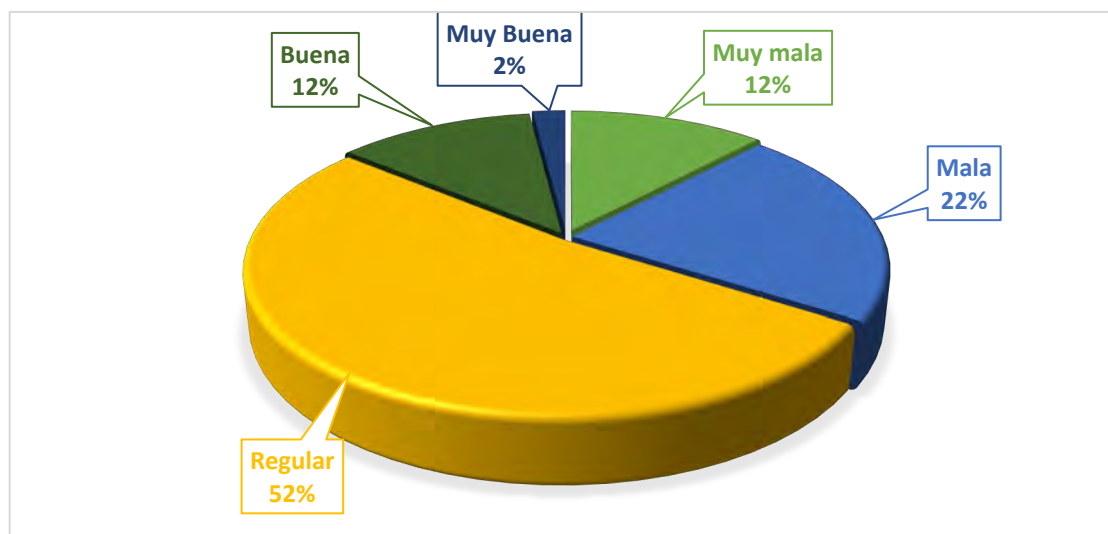
Competitividad

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Muy mala	4	12%	12%
	Mala	6	22%	34%
Valido	Regular	16	52%	86%
	Buena	4	12%	98%
	Muy Buena	1	2%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Competitividad

Figura5

Competitividad



Nota: La figura representa los resultados de Competitividad

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 12% de los encuestados indicaron que la Competitividad es muy mala, el 22% mala, el 52% de los encuestados indican que es regular, el 12% Buena mientras que solo el 2% de los encuestados indican que la Competitividad es Muy buena, los resultados reflejan una percepción predominantemente neutral o desfavorable respecto a la competitividad, lo cual sugiere la presencia de limitaciones en los factores que la determinan, como la innovación, adaptación al entorno y respuesta a las demandas del mercado. Esta distribución también puede interpretarse como una señal de alerta sobre la necesidad de fortalecer las condiciones sistémicas que permiten a las organizaciones posicionarse eficazmente en el sector turístico, tales como el acceso a información sobre tendencias globales, la formación del talento humano y la capacidad de adaptación al cambio.

B.1. Dimensión 01 – Factores empresariales

Tabla 9

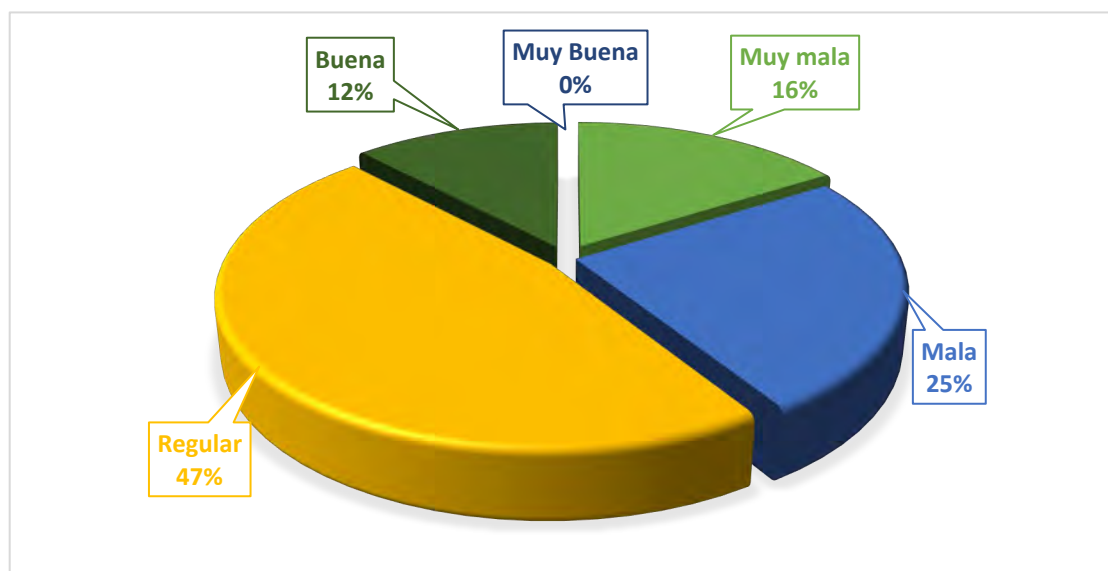
Factores empresariales

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Muy mala	5	16%	16%
	Mala	7	25%	41%
	Regular	14	47%	88%
	Buena	4	12%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Factores empresariales.

Figura 6

Factores empresariales



Nota: La figura representa los resultados de Factores empresariales.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 16% de los encuestados indicaron que los Factores empresariales es muy mala, el 25% mala, el 47% de los encuestados indican que es regular, el 12% Buena mientras que solo el 0% de los encuestados indican que los Factores empresariales es Muy buena, los resultados reflejan una percepción predominantemente desfavorable respecto a los factores empresariales, lo que sugiere la existencia de debilidades estructurales dentro del entorno organizacional evaluado. La escasa valoración positiva (12% buena y 0% muy buena) pone en evidencia una brecha entre las condiciones

empresariales actuales y las expectativas teóricas de un entorno organizativo alineado con estándares de eficiencia, adaptabilidad y sostenibilidad requeridos para generar ventajas competitivas en el mercado.

B.2. Dimensión 02 – Factores estructurales

Tabla 10

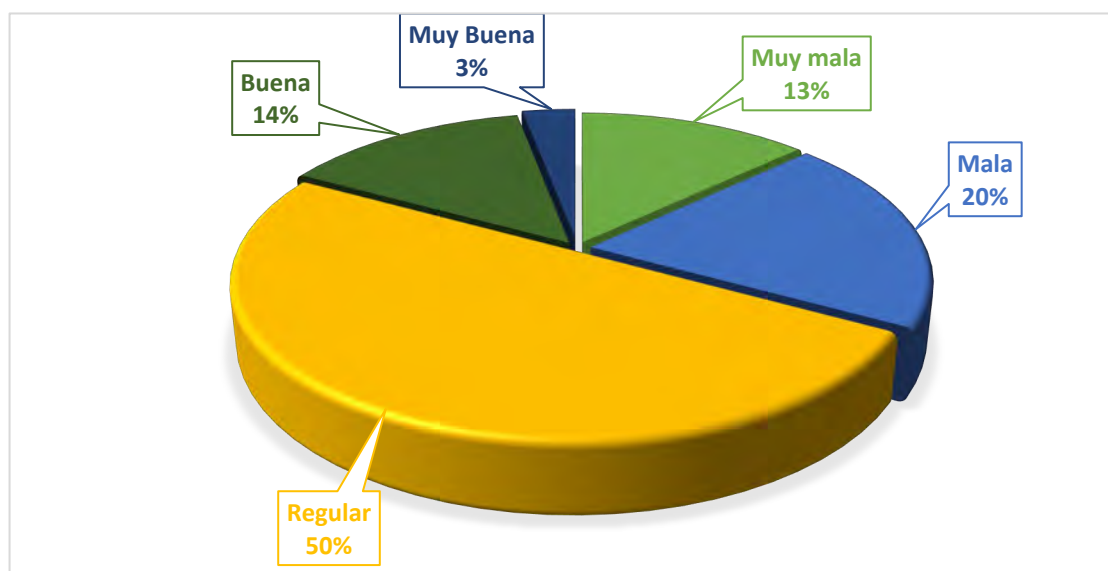
Factores estructurales

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Muy mala	4	13%	13%
	Mala	6	20%	33%
Valido	Regular	15	50%	83%
	Buena	4	14%	97%
	Muy Buena	1	3%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Factores estructurales.

Figura 7

Factores estructurales



Nota: La figura representa los resultados de Factores estructurales.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 13% de los encuestados indicaron que los Factores estructurales es muy mala, el 20% mala, el 50% de los encuestados indican que es regular, el 14% Buena mientras que solo el 3% de los encuestados indican que los Factores estructurales es Muy buena, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente moderada o negativa respecto a los factores estructurales, entendidos como los componentes organizacionales, normativos y tecnológicos que inciden en el funcionamiento del sector turístico. Esta distribución evidencia la necesidad de revisar los elementos sistémicos que sustentan el desarrollo turístico, ya que la percepción de insuficiencia en estos aspectos puede afectar directamente la eficiencia operativa, la capacidad de innovación y la adaptación a las demandas del entorno global.

B.3. Dimensión 03 – Factores sistémicos

Tabla 11

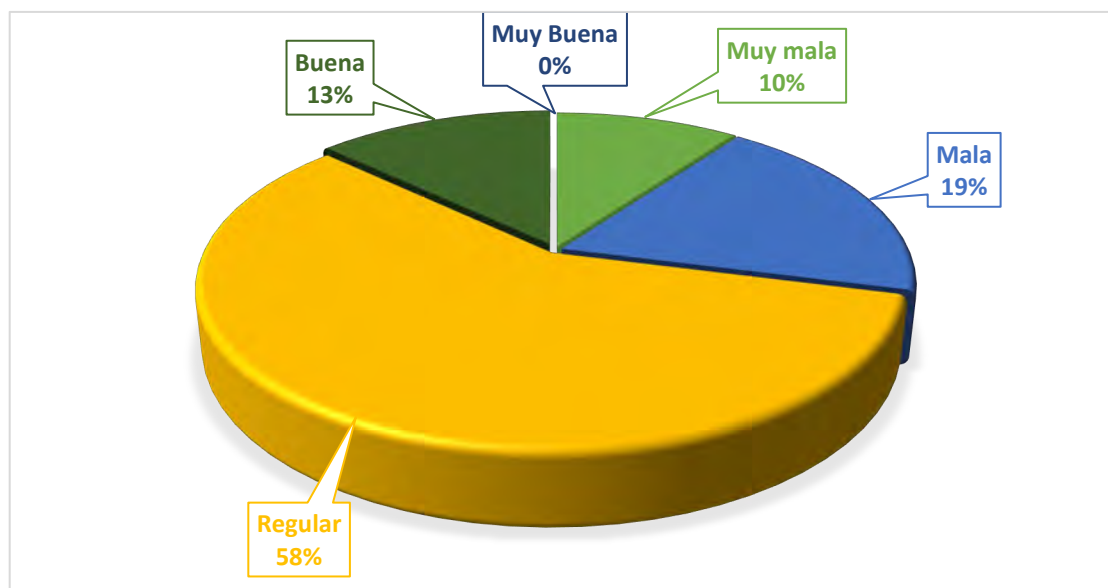
Factores sistémicos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
	Muy mala	3	10%	10%
	Mala	6	19%	29%
Valido	Regular	18	58%	87%
	Buena	4	13%	100%
	Muy Buena	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa los resultados de Factores sistémicos.

Figura 8

Comercialización



Nota: La figura representa los resultados de Factores sistémicos.

Interpretación

El resultado según el Tabla estadístico, el 10% de los encuestados indicaron que los Factores sistémicos es muy mala, el 19% mala, el 58% de los encuestados indican que es regular, el 13% Buena mientras que solo el 0% de los encuestados indican que los Factores sistémicos es Muy buena, los resultados reflejan una percepción predominantemente neutral o desfavorable respecto a los factores sistémicos vinculados a la competitividad en el contexto evaluado. La baja proporción de respuestas positivas (solo un 13% los valora como "buenos" y ningún encuestado como "muy buenos") indica una posible desconexión entre las condiciones estructurales del entorno y las necesidades del sector. En términos teóricos, esto podría interpretarse como una limitación en la capacidad de los factores sistémicos para facilitar la adaptación a las dinámicas del turismo global, afectando con ello la competitividad y sostenibilidad del servicio turístico.

5.1.3. Distribución de frecuencias

P-01: ¿La exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados ha generado beneficios económicos notorios para su agencia?

Tabla 12

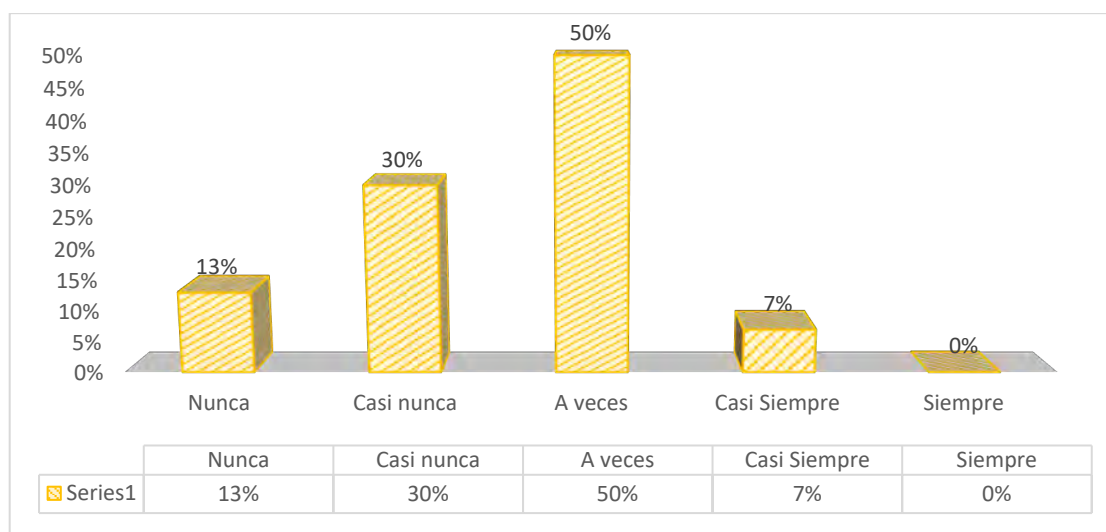
Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	9	30%	43%
	A veces	15	50%	93%
	Casi Siempre	2	7%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.

Figura 9

Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados



Nota: La figura representa el indicador Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados ha generado beneficios económicos notorios para su agencia?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 30% casi nunca, el 50% a veces, el 7% casi siempre y el 0% siempre.

P-02: ¿Considera que los procedimientos para acceder a la exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados son claros y accesibles?

Tabla 13

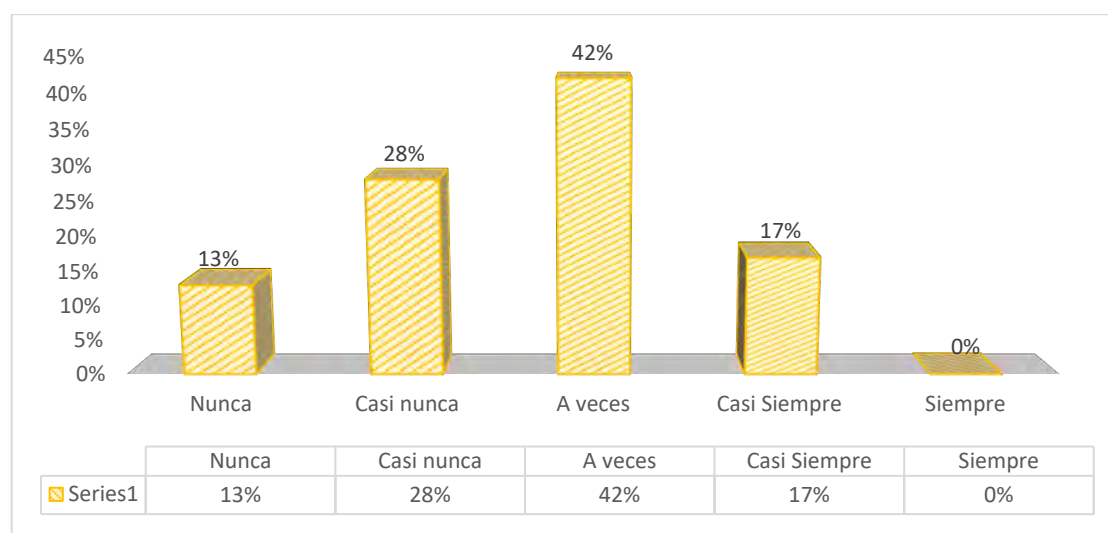
Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	9	28%	41%
	A veces	12	42%	83%
	Casi Siempre	5	17%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.

Figura 10

Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados



Nota: La figura representa el indicador Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Considera que los procedimientos para acceder a la exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados son claros y accesibles?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 28% casi nunca, el 42% a veces, el 17% casi siempre y el 0% siempre.

P-03: ¿La agencia donde trabaja aplica correctamente la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados?

Tabla 14

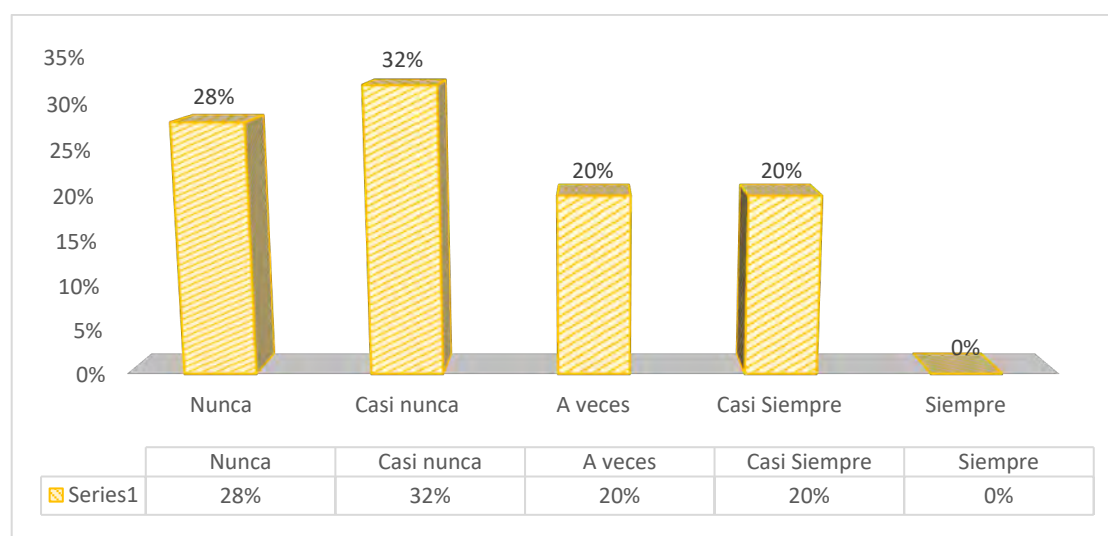
Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	8	28%	28%
	Casi nunca	9	33%	60%
	A veces	7	20%	80%
	Casi Siempre	6	19%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios.

Figura 11

Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios



Nota: La figura representa el indicador Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La agencia donde trabaja aplica correctamente la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados?; según la estadística se considera que el 28% nunca, el 33% casi nunca, el 20% a veces, el 19% casi siempre y el 0% siempre.

P-04: ¿La agencia tiene procesos internos que garantizan el cumplimiento de la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados?

Tabla 15

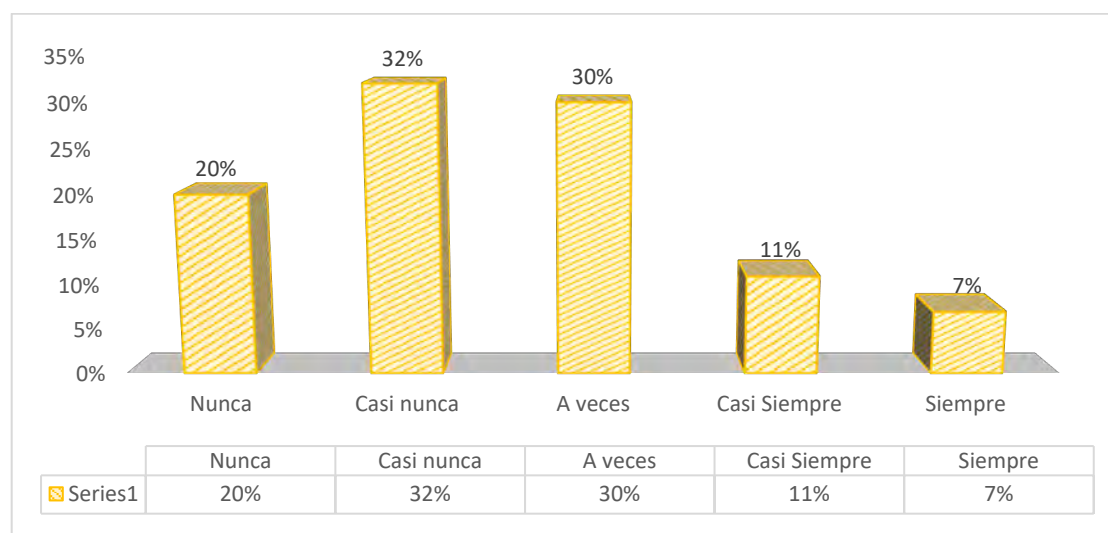
Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	6	20%	20%
	Casi nunca	8	32%	52%
	A veces	10	30%	82%
	Casi Siempre	4	11%	93%
	Siempre	2	7%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios.

Figura 12

Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios



Nota: La figura representa el indicador Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La agencia tiene procesos internos que garantizan el cumplimiento de la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados?; según la estadística se considera que el 20% nunca, el 32% casi nunca, el 30% a veces, el 11% casi siempre y el 7% siempre.

P-05: ¿La inafectación del IGV en operaciones de intermediación es aplicada correctamente en los servicios turísticos que ofrece su agencia?

Tabla 16

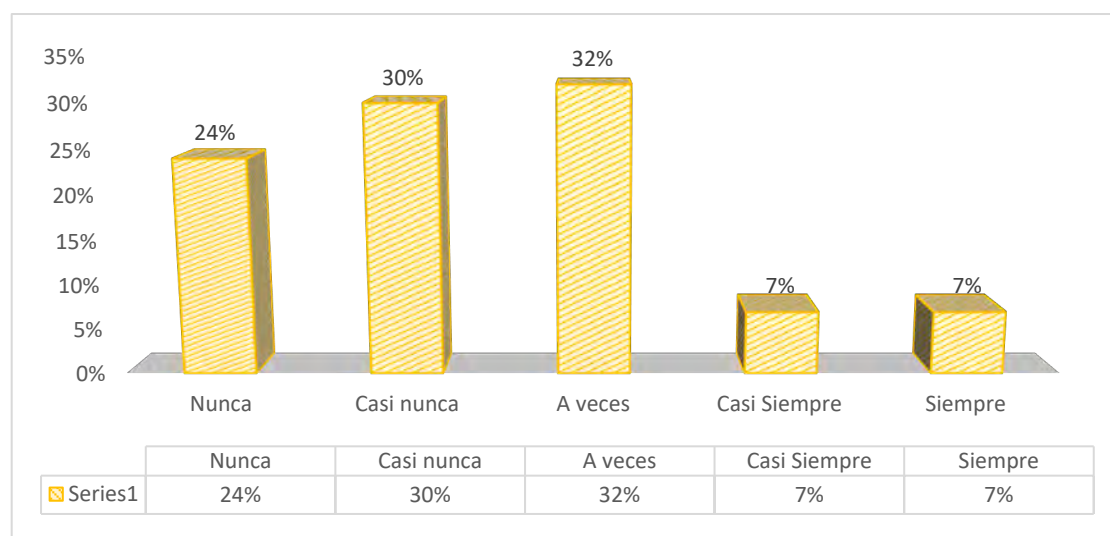
Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	7	24%	24%
	Casi nunca	8	30%	54%
	A veces	11	32%	86%
	Casi Siempre	2	7%	93%
	Siempre	2	7%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación.

Figura 13

Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación



Nota: La figura representa el indicador Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La inafectación del IGV en operaciones de intermediación es aplicada correctamente en los servicios turísticos que ofrece su agencia?; según la estadística se considera que el 24% nunca, el 30% casi nunca, el 32% a veces, el 7% casi siempre y el 7% siempre.

P-06: ¿Los gastos operativos de la agencia son considerados al momento de aplicar deducciones tributarias?

Tabla 17

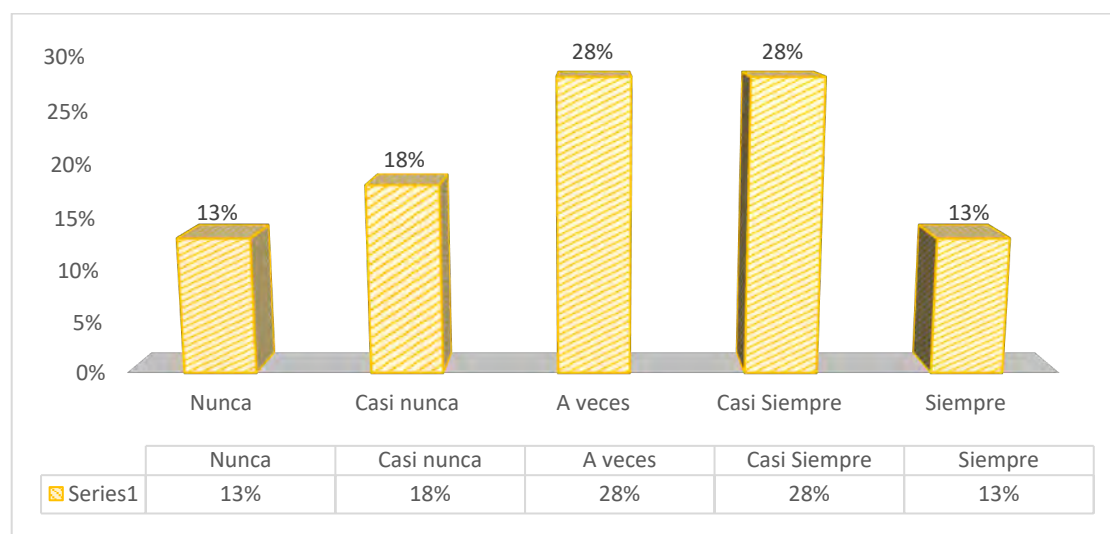
Gastos Operativos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	6	20%	31%
	A veces	7	26%	59%
	Casi Siempre	9	28%	87%
	Siempre	4	13%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Gastos Operativos.

Figura 14

Gastos Operativos



Nota: La figura representa el indicador Gastos Operativos.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Los gastos operativos de la agencia son considerados al momento de aplicar deducciones tributarias?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 20% casi nunca, el 26% a veces, el 28% casi siempre y el 13% siempre.

P-07: ¿Se incluyen los gastos financieros por uso de tarjetas de crédito corporativas como parte de las deducciones tributarias?

Tabla 18

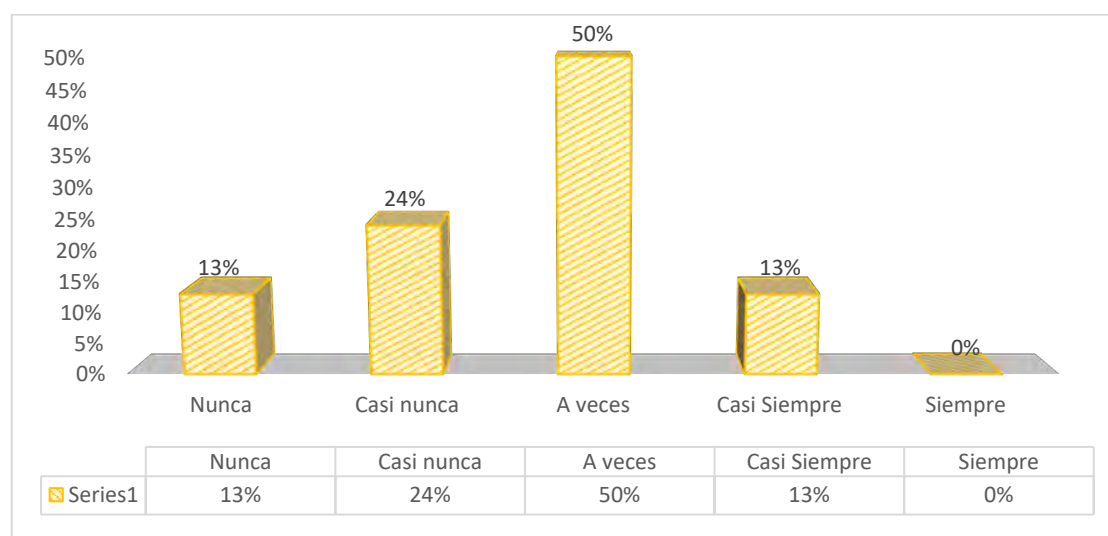
Gastos Financieros

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	13%	13%
	Casi nunca	9	24%	37%
	A veces	15	50%	87%
	Casi Siempre	3	13%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Gastos Financieros.

Figura 15

Gastos Financieros



Nota: La figura representa el indicador Gastos Financieros.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Se incluyen los gastos financieros por uso de tarjetas de crédito corporativas como parte de las deducciones tributarias?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 24% casi nunca, el 50% a veces, el 13% casi siempre y el 0% siempre.

P-08: ¿La administración revisa periódicamente si los gastos de personal están optimizados para deducciones tributarias?

Tabla 19

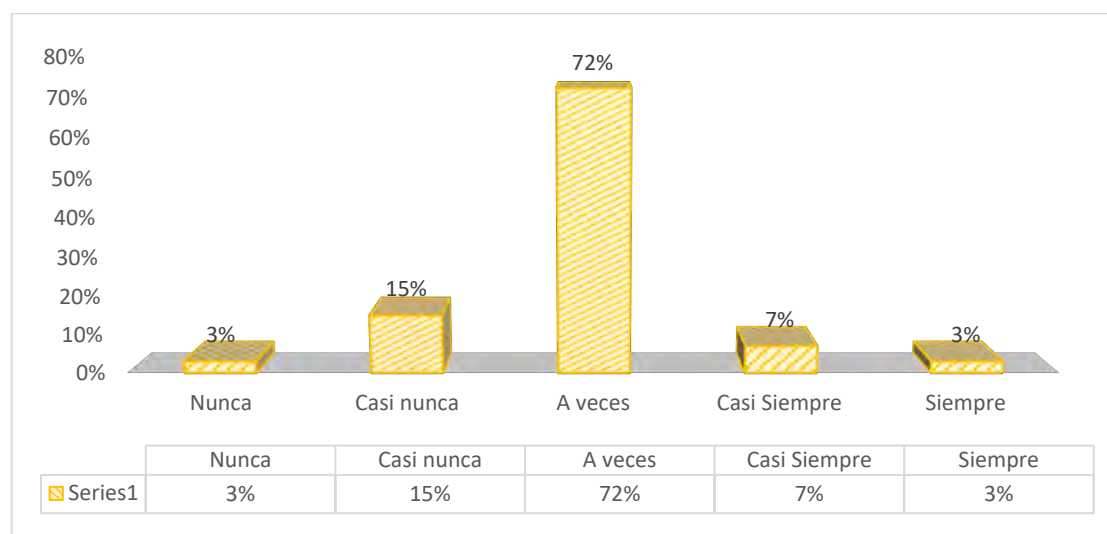
Gastos de personal

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	1	3%	3%
	Casi nunca	4	15%	18%
	A veces	22	72%	90%
	Casi Siempre	2	7%	97%
	Siempre	1	3%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Gastos de personal.

Figura 16

Gastos de personal



Nota: La figura representa el indicador Gastos de personal.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La administración revisa periódicamente si los gastos de personal están optimizados para deducciones tributarias?; según la estadística se considera que el 3% nunca, el 15% casi nunca, el 72% a veces, el 7% casi siempre y el 3% siempre.

P-09: ¿El Régimen de Recuperación es aplicado correctamente en su agencia para la devolución de impuestos?

Tabla 20

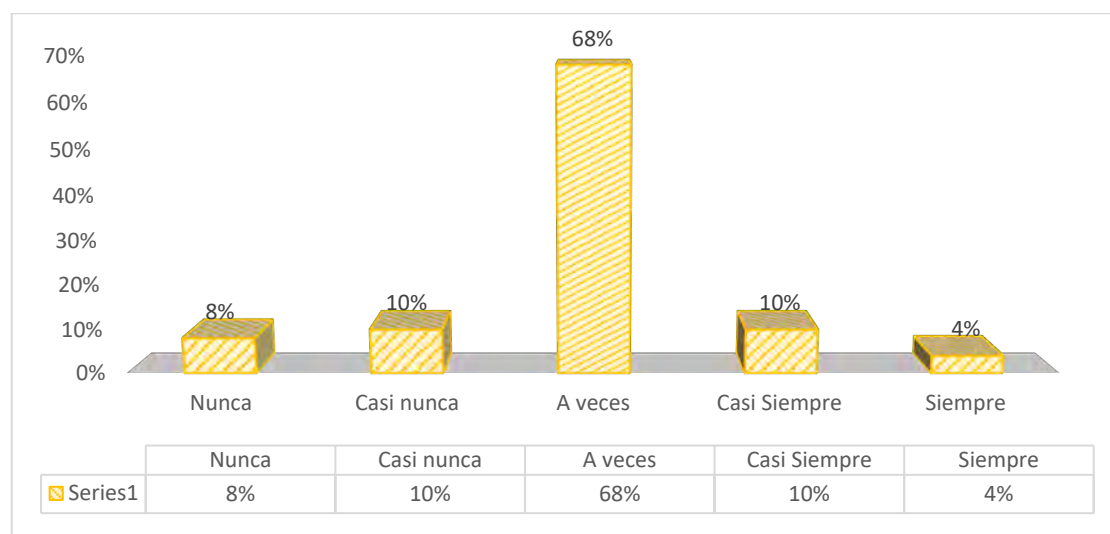
Régimen de Recuperación

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	8%	8%
	Casi nunca	3	10%	18%
	A veces	21	68%	86%
	Casi Siempre	3	10%	96%
	Siempre	1	4%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Régimen de Recuperación.

Figura 17

Régimen de Recuperación



Nota: La figura representa el indicador Régimen de Recuperación.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿El Régimen de Recuperación es aplicado correctamente en su agencia para la devolución de impuestos?; según la estadística se considera que el 8% nunca, el 10% casi nunca, el 68% a veces, el 10% casi siempre y el 4% siempre.

P-10: ¿La administración tributaria ha reconocido el uso correcto de la anticipada del IGV por parte de su agencia?

Tabla 21

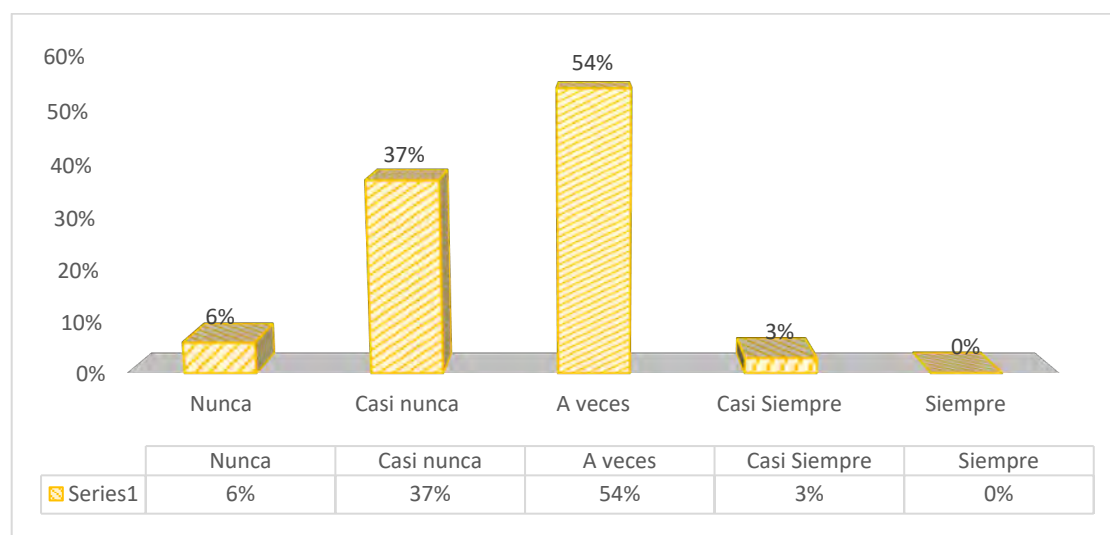
Anticipada del IGV

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	6%	6%
	Casi nunca	9	37%	43%
	A veces	18	54%	97%
	Casi Siempre	1	3%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Anticipada del IGV.

Figura 18

Anticipada del IGV



Nota: La figura representa el indicador Anticipada del IGV.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿El Régimen de Recuperación es aplicado correctamente en su agencia para la devolución de impuestos?; según la estadística se considera que el 8% nunca, el 10% casi nunca, el 68% a veces, el 10% casi siempre y el 4% siempre.

P-11: ¿La empresa donde trabaja ofrece compensación adicional gracias a los beneficios tributarios que recibe?

Tabla 22

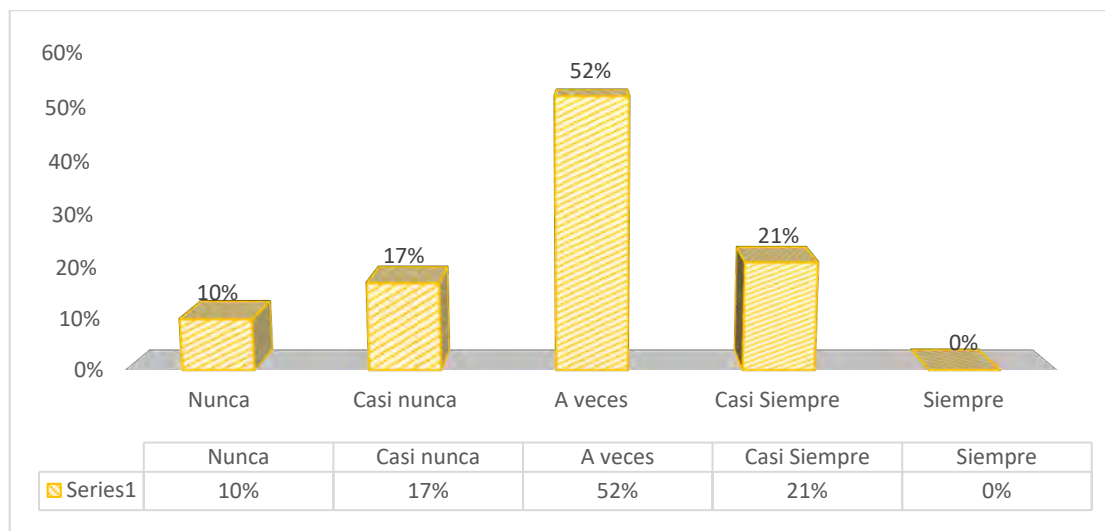
Compensación

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	10%	10%
	Casi nunca	5	17%	27%
	A veces	16	52%	79%
	Casi Siempre	6	21%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Compensación.

Figura 19

Compensación



Nota: La figura representa el indicador Compensación.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La empresa donde trabaja ofrece compensación adicional gracias a los beneficios tributarios que recibe?; según la estadística se considera que el 10% nunca, el 17% casi nunca, el 52% a veces, el 21% casi siempre y el 0% siempre.

P-12: ¿En su agencia se realiza seguimiento constante a las solicitudes de devolución, aprovechando los beneficios de tratamientos especiales?

Tabla 23

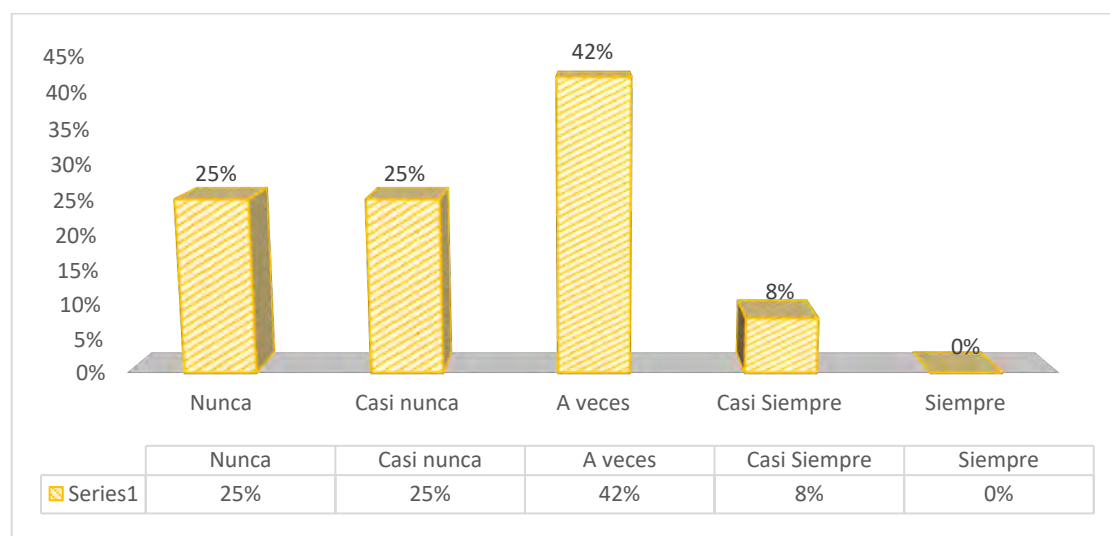
Devolución

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	7	25%	25%
	Casi nunca	8	26%	50%
	A veces	13	43%	92%
	Casi Siempre	2	8%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Devolución.

Figura 20

Devolución



Nota: La figura representa el indicador Devolución.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿En su agencia se realiza seguimiento constante a las solicitudes de devolución, aprovechando los beneficios de tratamientos especiales?; según la estadística se considera que el 25% nunca, el 26% casi nunca, el 43% a veces, el 8% casi siempre y el 0% siempre.

P-13: ¿La organización interna de la agencia permite distribuir adecuadamente las tareas entre los trabajadores?

Tabla 24

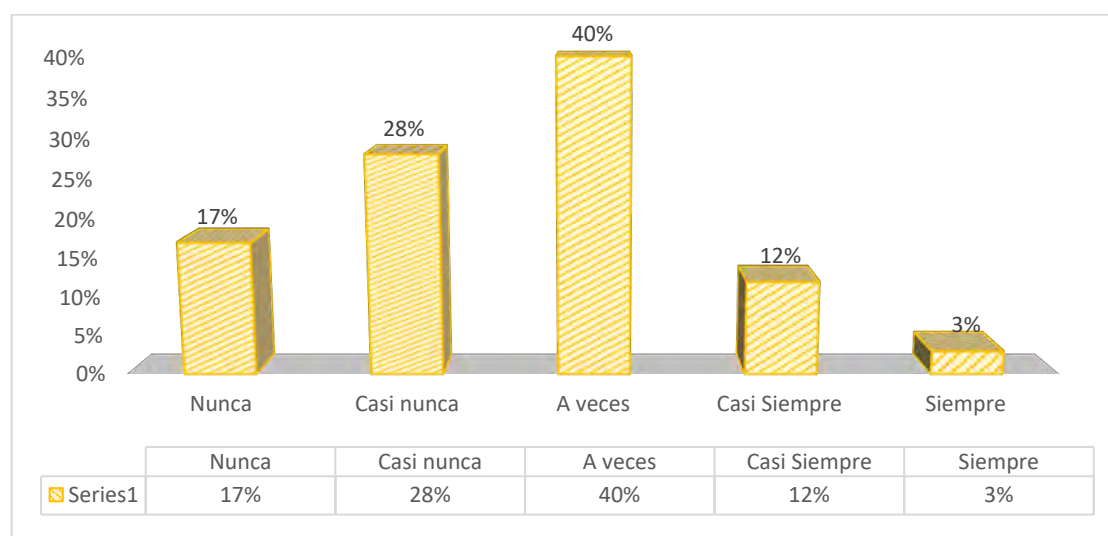
Organización interna de la agencia

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	17%	17%
	Casi nunca	9	28%	45%
	A veces	13	40%	85%
	Casi Siempre	3	12%	97%
	Siempre	1	3%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Organización interna de la agencia.

Figura 21

Organización interna de la agencia



Nota: La figura representa el indicador Organización interna de la agencia.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La organización interna de la agencia permite distribuir adecuadamente las tareas entre los trabajadores?; según la estadística se considera que el 17% nunca, el 28% casi nunca, el 40% a veces, el 12% casi siempre y el 3% siempre.

P-14: ¿La capacitación del personal mejora directamente la calidad del servicio que ofrece su agencia?

Tabla 25

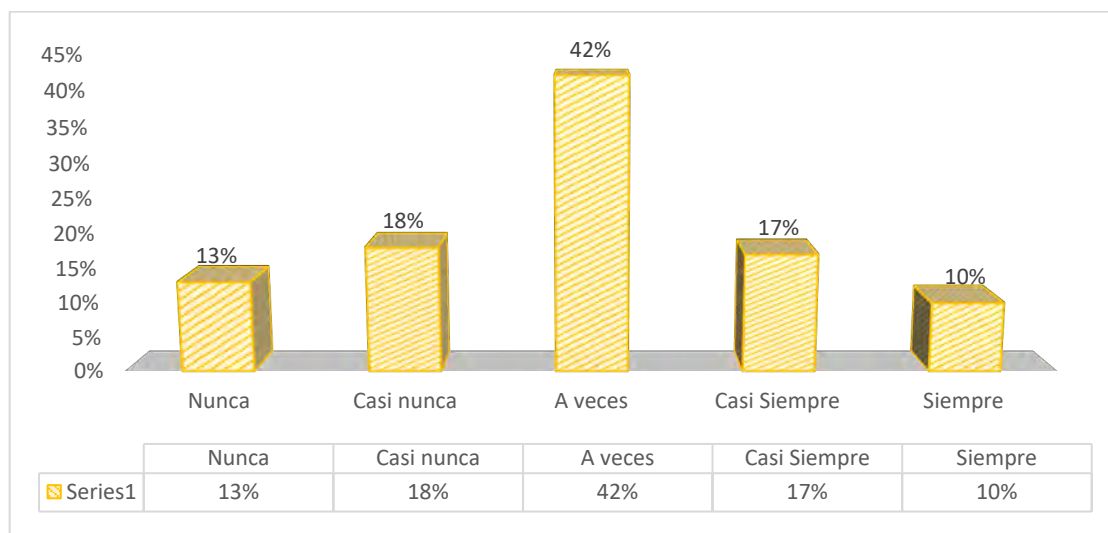
Capacitación del personal

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	5	18%	31%
	A veces	12	42%	73%
	Casi Siempre	6	17%	90%
	Siempre	3	10%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Capacitación del personal.

Figura 22

Capacitación del personal



Nota: La figura representa el indicador Capacitación del personal.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La capacitación del personal mejora directamente la calidad del servicio que ofrece su agencia?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 18% casi nunca, el 42% a veces, el 17% casi siempre y el 10% siempre.

P-15: ¿El uso de tecnología en su agencia de turismo contribuye a mejorar los procesos de atención al cliente?

Tabla 26

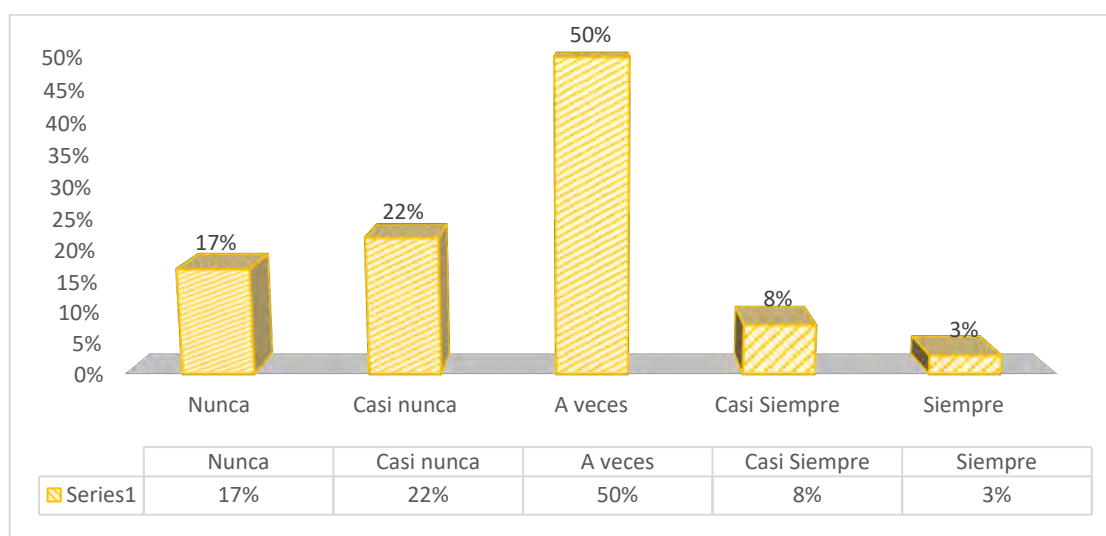
Uso de tecnología

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	17%	17%
	Casi nunca	8	22%	39%
	A veces	15	50%	89%
	Casi Siempre	2	8%	97%
	Siempre	1	3%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Uso de tecnología.

Figura 23

Uso de tecnología



Nota: La figura representa el indicador Uso de tecnología.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿El uso de tecnología en su agencia de turismo contribuye a mejorar los procesos de atención al cliente?; según la estadística se considera que el 17% nunca, el 22% casi nunca, el 50% a veces, el 8% casi siempre y el 3% siempre.

P-16: ¿Se ofrece constantemente una variedad de productos turísticos que se adaptan a las tendencias del mercado?

Tabla 27

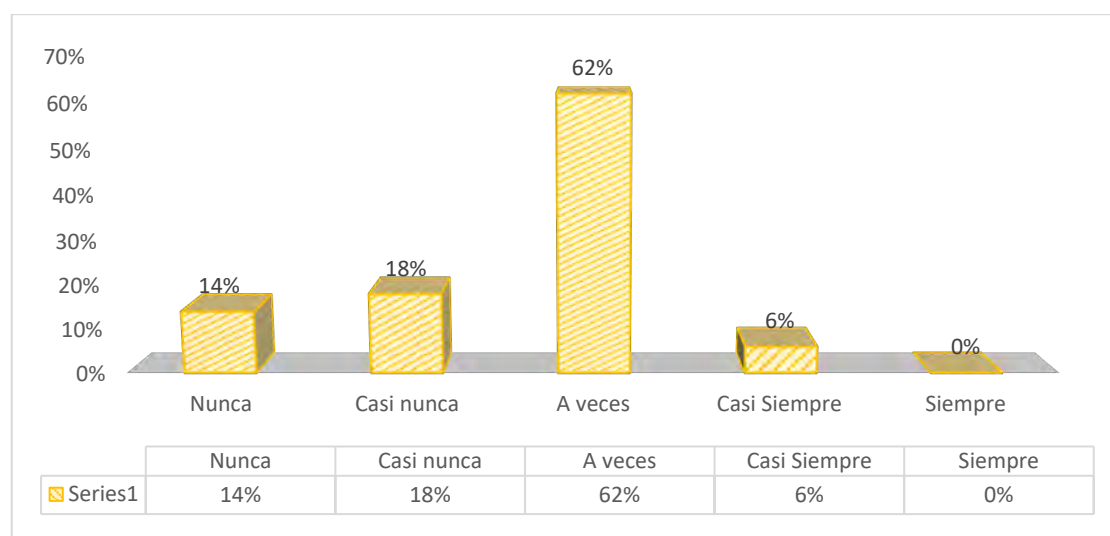
Variedad de productos turísticos

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	14%	14%
	Casi nunca	5	18%	32%
	A veces	19	62%	94%
	Casi Siempre	2	6%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Variedad de productos turísticos.

Figura 24

Variedad de productos turísticos



Nota: La figura representa el indicador Variedad de productos turísticos.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Se ofrece constantemente una variedad de productos turísticos que se adaptan a las tendencias del mercado?; según la estadística se considera que el 14% nunca, el 18% casi nunca, el 62% a veces, el 6% casi siempre y el 0% siempre.

P-17: ¿Cree usted que la calidad en la atención al cliente le da una ventaja competitiva a su agencia frente a otras?

Tabla 28

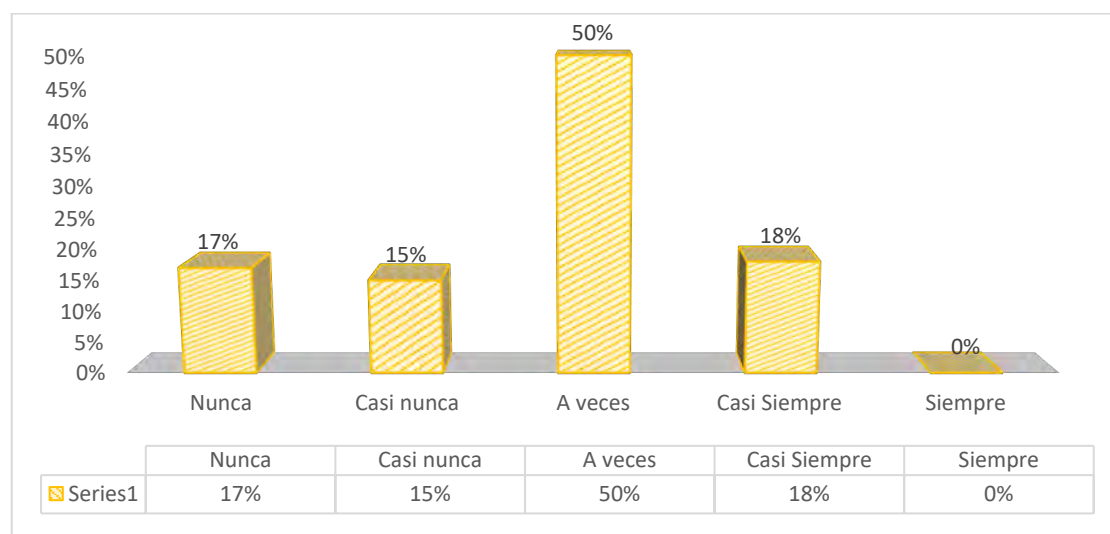
Atención al cliente

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	17%	17%
	Casi nunca	5	15%	32%
	A veces	15	50%	82%
	Casi Siempre	6	18%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Atención al cliente.

Figura 25

Atención al cliente



Nota: La figura representa el indicador Atención al cliente.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Cree usted que la calidad en la atención al cliente le da una ventaja competitiva a su agencia frente a otras?; según la estadística se considera que el 17% nunca, el 15% casi nunca, el 50% a veces, el 18% casi siempre y el 0% siempre.

P-18: ¿El mobiliario y equipamiento con que cuenta su agencia influyen en el acceso a nuevos clientes o mercados?

Tabla 29

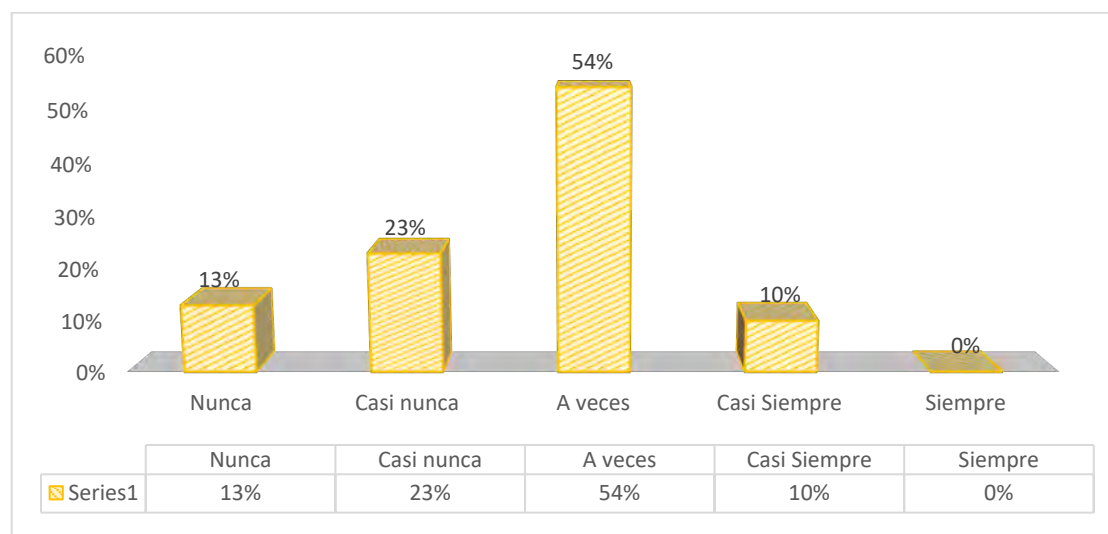
Acceso a nuevos clientes o mercados

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	6	23%	36%
	A veces	17	54%	90%
	Casi Siempre	3	10%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Acceso a nuevos clientes o mercados.

Figura 26

Acceso a nuevos clientes o mercados



Nota: La figura representa el indicador Acceso a nuevos clientes o mercados.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿El mobiliario y equipamiento con que cuenta su agencia influyen en el acceso a nuevos clientes o mercados?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 23% casi nunca, el 54% a veces, el 10% casi siempre y el 0% siempre.

P-19: ¿Considera que los trámites y permisos municipales se gestionan en tiempos adecuados para no afectar las operaciones de su agencia?

Tabla 30

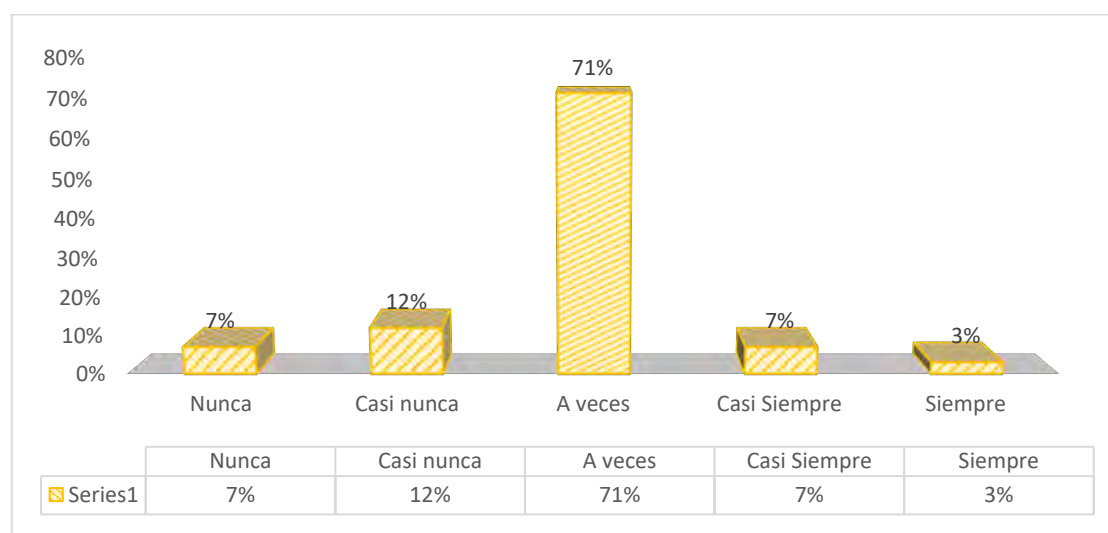
Trámites y permisos municipales

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	7%	7%
	Casi nunca	3	12%	19%
	A veces	22	71%	90%
	Casi Siempre	2	7%	97%
	Siempre	1	3%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Trámites y permisos municipales.

Figura 27

Trámites y permisos municipales



Nota: La figura representa el indicador Trámites y permisos municipales.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Considera que los trámites y permisos municipales se gestionan en tiempos adecuados para no afectar las operaciones de su agencia?; según la estadística se considera que el 7% nunca, el 12% casi nunca, el 71% a veces, el 7% casi siempre y el 3% siempre.

P-20: ¿Considera que la disponibilidad de personal capacitado contribuye a resolver eficazmente los problemas que surgen en la operación turística?

Tabla 31

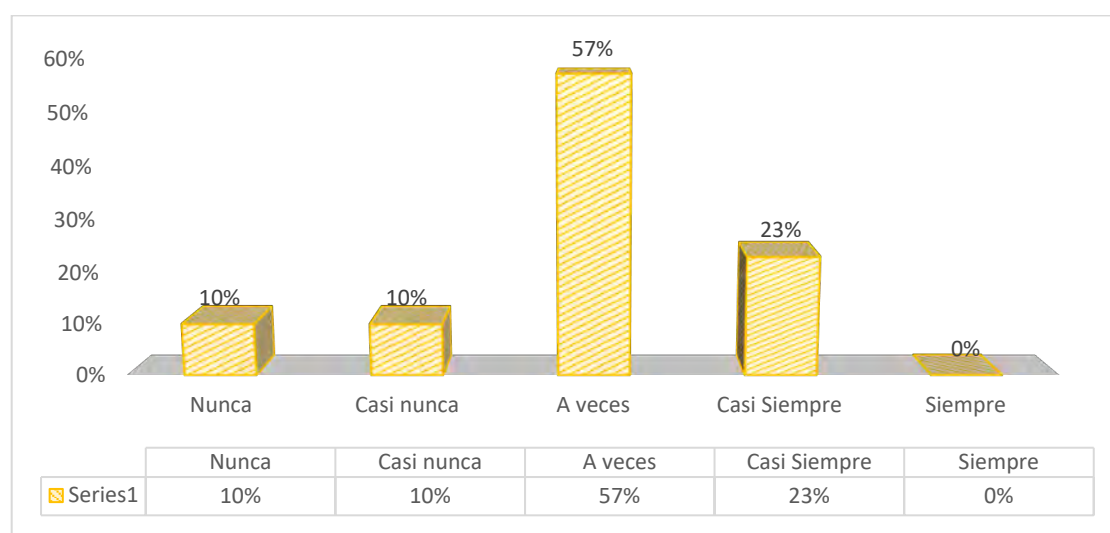
Disponibilidad de personal capacitado

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	3	10%	10%
	Casi nunca	3	10%	20%
	A veces	18	57%	77%
	Casi Siempre	6	23%	100%
	Siempre	0	0%	100%
	Total	30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Disponibilidad de personal capacitado.

Figura 28

Disponibilidad de personal capacitado



Nota: La figura representa el indicador Disponibilidad de personal capacitado.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Considera que la disponibilidad de personal capacitado contribuye a resolver eficazmente los problemas que surgen en la operación turística?; según la estadística se considera que el 10% nunca, el 10% casi nunca, el 57% a veces, el 23% casi siempre y el 0% siempre.

P-21: ¿La demanda de servicios turísticos en su agencia aumenta significativamente durante las temporadas turísticas?

Tabla 32

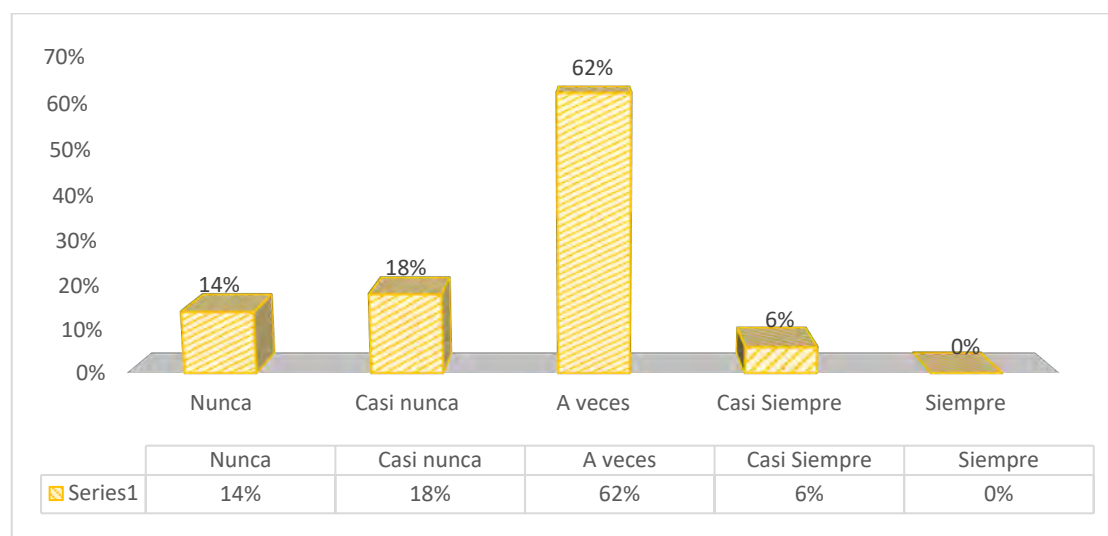
Temporadas turísticas

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	14%	14%
	Casi nunca	5	18%	32%
	A veces	19	62%	94%
	Casi Siempre	2	6%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Temporadas turísticas.

Figura 29

Temporadas turísticas



Nota: La figura representa el indicador Temporadas turísticas.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿La demanda de servicios turísticos en su agencia aumenta significativamente durante las temporadas turísticas?; según la estadística se considera que el 14% nunca, el 18% casi nunca, el 62% a veces, el 6% casi siempre y el 0% siempre.

P-22: ¿Considera que el cumplimiento de las obligaciones tributarias reduce los recursos disponibles para invertir en mejoras o innovación?

Tabla 33

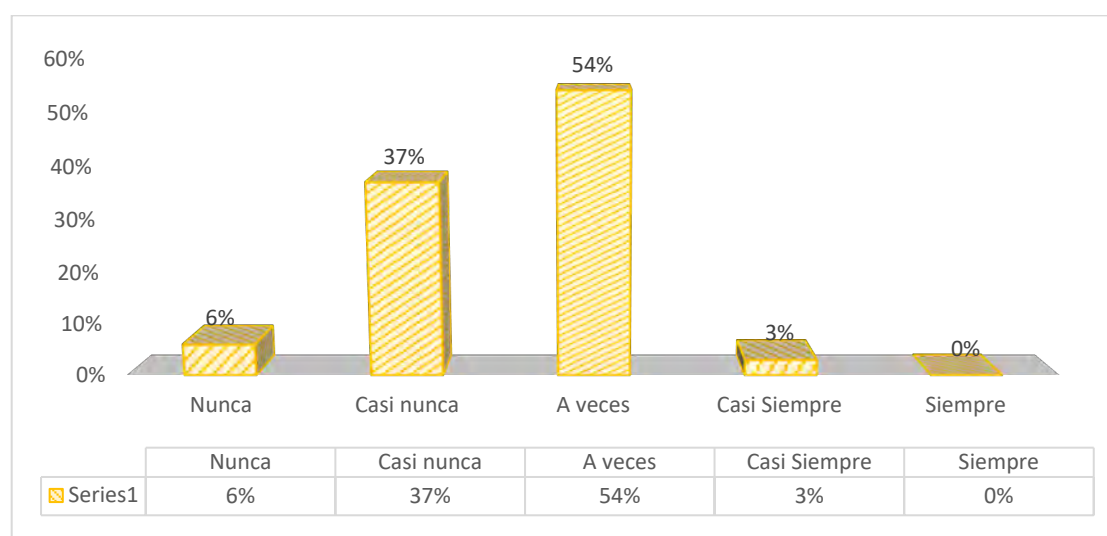
Obligaciones tributarias

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	2	6%	6%
	Casi nunca	9	37%	43%
	A veces	18	54%	97%
	Casi Siempre	1	3%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Obligaciones tributarias.

Figura 30

Obligaciones tributarias



Nota: La figura representa el indicador Obligaciones tributarias.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Considera que el cumplimiento de las obligaciones tributarias reduce los recursos disponibles para invertir en mejoras o innovación?; según la estadística se considera que el 6% nunca, el 37% casi nunca, el 54% a veces, el 3% casi siempre y el 0% siempre.

P-23: ¿Las políticas de apoyo al turismo implementadas por el gobierno benefician directamente el desempeño de su agencia?

Tabla 34

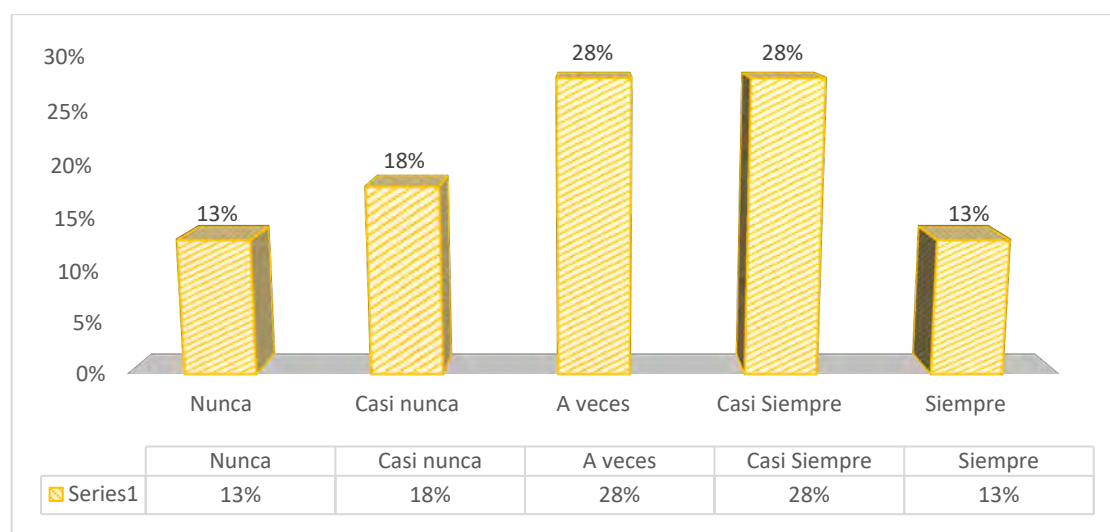
Políticas de apoyo al turismo

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	6	20%	31%
	A veces	7	26%	59%
	Casi Siempre	9	28%	87%
	Siempre	4	13%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Políticas de apoyo al turismo.

Figura 31

Políticas de apoyo al turismo



Nota: La figura representa el indicador Políticas de apoyo al turismo.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Las políticas de apoyo al turismo implementadas por el gobierno benefician directamente el desempeño de su agencia?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 20% casi nunca, el 26% a veces, el 28% casi siempre y el 13% siempre.

P-24: ¿Se promueve la actualización del personal sobre las tendencias del turismo global en su lugar de trabajo?

Tabla 35

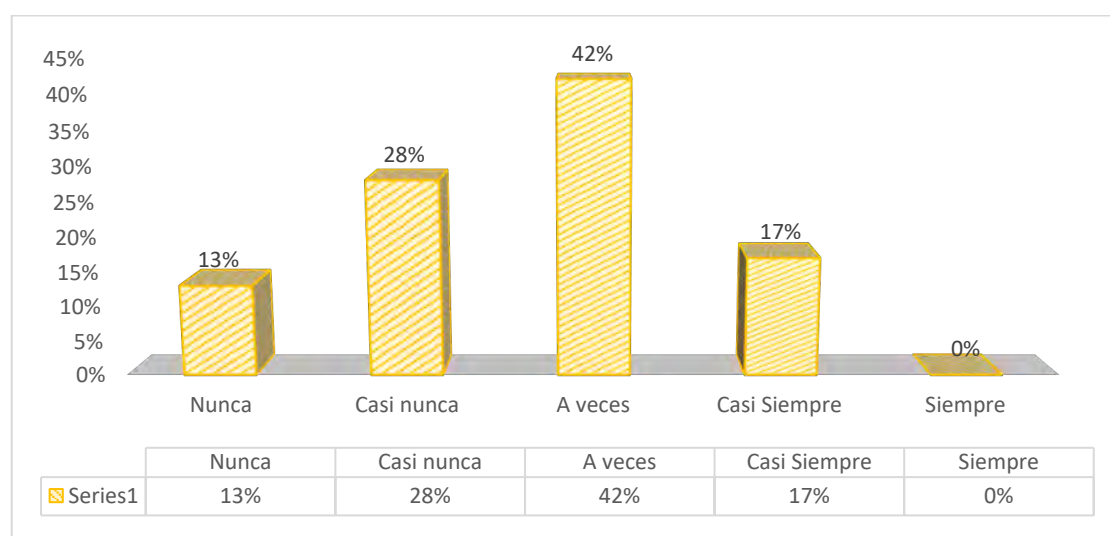
Tendencias del turismo global

	Escala Valorativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido	Nunca	4	13%	13%
	Casi nunca	9	28%	41%
	A veces	12	42%	83%
	Casi Siempre	5	17%	100%
	Siempre	0	0%	100%
Total		30	100%	

Nota: El Tabla representa el indicador Tendencias del turismo global.

Figura 32

Tendencias del turismo global



Nota: La figura representa el indicador Tendencias del turismo global.

Interpretación

Con respecto a la pregunta realizada: ¿Se promueve la actualización del personal sobre las tendencias del turismo global en su lugar de trabajo?; según la estadística se considera que el 13% nunca, el 28% casi nunca, el 42% a veces, el 17% casi siempre y el 0% siempre.

5.2. Pruebas de hipótesis

Prueba de normalidad

H0: Los datos tienen distribución normal

H1: Los datos no tienen distribución normal

Tabla 36

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Beneficios tributarios	0.92	30	^0.000
Exoneraciones e inafectaciones	0.98	30	^0.000
Deducciones tributarias	1.19	30	^0.000
Tratamientos tributarios especiales	0.50	30	^0.000
Competitividad	0.80	30	^0.000
Factores empresariales	0.82	30	^0.000
Factores estructurales	0.88	30	^0.000
Factores sistémicos	0.66	30	^0.000

Nota: Elaboración propia

Interpretación

A través del análisis de normalidad representado en el Tabla, se evidencia la conexión entre los datos presentados en grados de libertad (gl) y la cantidad de personas consideradas en la muestra, lo cual permite contextualizar estadísticamente la solidez del estudio. Por esta razón, se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk, adecuada para muestras pequeñas o medianas, con el fin de determinar si los datos seguían una distribución normal. Al examinar el valor de significancia (sig), se logró deducir la forma de distribución de los datos, teniendo en cuenta las variables y dimensiones abordadas en el estudio. Dado que el valor fue superior a 0.05, se interpreta que los datos no siguen una distribución normal, lo que implica que el análisis debe ajustarse a un enfoque no paramétrico. En consecuencia, se optó por la prueba de Tau_b de Kendall, adecuada para analizar la relación entre variables ordinales, permitiendo validar las hipótesis de manera coherente con la naturaleza de los datos y garantizando así la pertinencia metodológica del procedimiento estadístico empleado.

Hipótesis general

H1: Si existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

H0: No existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

O.G: *Determinar la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.*

Tabla 37

Prueba de hipótesis general

			Beneficios tributarios	Competitividad
Rho de Spearman	Beneficios tributarios	Coefficiente de correlación	1	0.778
		Sig. (bilateral)		0.000
	Competitividad	N	30	30
		Coefficiente de correlación	0.778	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	30	30

Nota. *El Tabla representa la prueba de hipótesis general*

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.778. Este hallazgo respalda la idea de que incentivos fiscales pueden actuar como mecanismos de estímulo que favorecen el desempeño competitivo en contextos turísticos, al facilitar la inversión, mejorar la capacidad operativa o incentivar la innovación.

Hipótesis específica 1

H1: Si existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

H0: No existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

O.E.1: *Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.*

Tabla 38

Prueba de hipótesis específica 1

			Beneficios tributarios	Factores empresariales
Rho de Spearman	Beneficios tributarios	Coeficiente de correlación	1	0.850
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	30	30
	Factores empresariales	Coeficiente de correlación	0.850	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	30	30

Nota. El Tabla representa la prueba de hipótesis específica 01

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia menor a 0.05, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la alterna, confirmando la existencia de una relación significativa. Se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente de 0.850, lo que indica que a mayores beneficios tributarios, se favorece el desarrollo de los factores empresariales, fundamentales para el desempeño y sostenibilidad de las agencias en un entorno competitivo.

Hipótesis específica 2

H1: Si existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

H0: No existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

O.E.2: *Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.*

Tabla 39

Prueba de hipótesis específica 2

			Beneficios tributarios	Factores estructurales
Rho de Spearman	Beneficios tributarios	Coeficiente de correlación	1	0.720
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	30	30
	Factores estructurales	Coeficiente de correlación	0.720	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	30	30

Nota. El Tabla representa la prueba de hipótesis específica 02

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia menor a 0.05, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la alterna, confirmando una relación significativa. Se aplicó la prueba Rho de Spearman, obteniendo un coeficiente de 0.720, lo que indica que los beneficios tributarios influyen en la capacidad operativa y organizativa de las empresas del sector turístico.

Hipótesis específica 3

H1: Si existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

H0: No existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.

O.E.3: *Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.*

Tabla 40

Prueba de hipótesis específica 3

			Beneficios tributarios	Factores sistémicos
Rho de Spearman	Beneficios tributarios	Coefficiente de correlación	1	0.768
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	30	30
	Factores sistémicos	Coefficiente de correlación	0.768	1
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	30	30

Nota: El Tabla representa la prueba de hipótesis específica 03

Interpretación

Para determinar el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.768. Este hallazgo respalda la noción de que los incentivos tributarios no solo tienen efectos directos sobre la gestión financiera, sino que también inciden en aspectos sistémicos.

5.3. Discusión de resultados

Una vez obtenidos y analizados los resultados, se procedió al desarrollo de la etapa de discusión del estudio, fundamentada en los aportes teóricos de los autores previamente mencionados. En primer lugar, se evaluó la fiabilidad del instrumento utilizado mediante la prueba Alfa de Cronbach, la cual arrojó un coeficiente de 0.880 para ambas variables: Beneficios tributarios y Competitividad. Este valor, al estar próximo a 1, refleja una consistencia interna adecuada, lo que respalda la validez del instrumento y su pertinencia en el contexto investigado. Posteriormente, se aplicó la prueba de normalidad con el propósito de identificar la técnica estadística más adecuada para contrastar las hipótesis formuladas, garantizando así la coherencia metodológica del estudio y la fundamentación de las conclusiones alcanzadas.

En relación con la hipótesis general que indica el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.778. Este hallazgo respalda la idea de que incentivos fiscales pueden actuar como mecanismos de estímulo que favorecen el desempeño competitivo en contextos turísticos, al facilitar la inversión, mejorar la capacidad operativa o incentivar la innovación.

Estos resultados son corroborados por Baldeos et al (2019) mencionan que según el estudio sobre las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) en la provincia de Huaura, los indicadores de planificación estratégica más significativos son la planificación administrativa, la producción, los recursos humanos y la planificación financiera. Aunque

estos indicadores no afectan negativamente el estudio, sí disminuyen la competitividad promedio. Por otro lado, la planificación de marketing es la variable menos explicada, lo que sugiere que una ineficiente planificación en áreas como el flujo de presupuesto, el flujo de caja, las inversiones y las aplicaciones podría llevar al cierre de la empresa debido a la incapacidad para enfrentar las presiones del mercado. Así mismo Gutierrez (2019) señala que no se encontró relación alguna entre el hecho de que el otorgamiento de incentivos o beneficios tributarios a los contribuyentes, incida sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias. Por tal motivo se puede inferir que el hecho de cumplir con las obligaciones tributarias está vinculado a un aspecto de acatamiento normativo en lo relacionado a los deberes formales impuestos por el Código Tributario. Como también Villacís (2019) señala que es importante examinar cómo las pymes gestionan sus recursos productivos y abordan la toma de decisiones, aspectos fundamentales que los emprendedores deben priorizar para superar la aversión al riesgo asociada con el financiamiento. Realizar un análisis exhaustivo antes de buscar financiamiento es esencial para identificar las áreas prioritarias que impulsarán el crecimiento empresarial, garantizando así la profesionalización de la dirección frente a un entorno competitivo.

En relación con la hipótesis 1, que indica el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.850. Esto sugiere que, a mayores beneficios tributarios, es más probable que se desarrollen favorablemente los

factores empresariales, entendidos estos como elementos clave para el desempeño, adaptación y sostenibilidad de las agencias de turismo en un entorno competitivo.

Estos resultados son corroborados por Cruz (2020) menciona que el crecimiento empresarial de las PYMES depende de un enfoque integral que combine innovación, alianzas estratégicas y eficiencia en la gestión de recursos. Al integrar estos elementos, una PYME no solo mejora su operación y reduce riesgos, sino que también se posiciona como una entidad sólida y competitiva en un mercado en constante evolución. Así mismo Morales (2024) señala que las mejoras en la innovación empresarial juegan un papel crucial en el fortalecimiento de la competitividad de los negocios artesanales de joyería de plata en Piura. Este hallazgo resalta la importancia de la innovación como factor clave para mejorar la capacidad competitiva de las empresas, permitiéndoles adaptarse y destacarse en un mercado cada vez más exigente. En conclusión, fomentar la innovación no solo mejora la productividad y calidad de los productos, sino que también refuerza la posición competitiva de los negocios en un entorno global cada vez más competitivo. Como también Alcca (2021) indica que existe una correlación positiva moderada entre los beneficios tributarios y el crecimiento empresarial en las agencias de viaje y turismo. Esto sugiere que la implementación de dichos beneficios en las actividades diarias no solo favorece el cumplimiento de las obligaciones tributarias, sino que también impulsa la productividad y, por ende, la rentabilidad de las empresas. Al obtener mayores beneficios financieros, las agencias de viaje logran un mejor desempeño económico, lo que incentiva y facilita su capacidad de cumplir con las responsabilidades fiscales, promoviendo así un ciclo virtuoso de crecimiento y cumplimiento tributario.

En relación con la hipótesis 2, que indica el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia

inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.720. Este hallazgo respalda modelos teóricos que plantean que los incentivos fiscales no solo alivian cargas económicas, sino que también influyen directamente en la capacidad operativa, estratégica y organizativa de las empresas dentro del sector turístico.

Estos resultados son corroborados por Martínez et al (2021), indican que la modalidad de trabajo adoptada desde 2020 ha resultado clave para las empresas al permitirles identificar oportunidades significativas de reducción de costos, tales como la eliminación de arrendamientos de oficinas y la disminución de gastos en servicios públicos, aseo y cafetería, lo cual ha generado importantes ahorros. Esta estrategia de optimización no solo ha contribuido a la eficiencia operativa, sino que también se vincula estrechamente con la competitividad, ya que las empresas que tomaron decisiones visionarias para reducir estos costos han logrado una ventaja competitiva al incrementar su rentabilidad. Gerentes con una visión prospectiva fueron capaces de anticipar el impacto financiero de estos gastos, asegurando una gestión más eficiente que les permitió mantenerse competitivos en un entorno empresarial cambiante. Así mismo Cedeño y Townsend (2021) mencionan en que este trabajo de investigación evalúa modelos de gestión de TI que permiten generar competitividad mediante la inversión en TIC en las empresas PYMES del cantón Guayaquil. Los diferentes modelos evaluados sirven como guía para aquellas PYMES que deseen evaluar su inversión en tecnologías de la información. La investigación se basa en varios modelos, incluyendo el Balanced Scorecard de TI propuesto por el autor Van Grembergen, que analiza aspectos como la orientación empresarial, la orientación al usuario, la excelencia operativa y la orientación futura. Como también Oimas y Chooque (2020) mencionan que

los actores que determinan la competitividad favorecen la competitividad al tener un grado de rivalidad bajo, por lo que la competitividad de la actividad artesanal del barrio de San Blas - Cusco se encuentra en un nivel regularmente competitivo.

En relación con la hipótesis 3, que indica el coeficiente de correlación entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, se realizó previamente la prueba de hipótesis, obteniéndose un valor de significancia inferior a 0.05, lo cual permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, confirmando así que existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos, se aplicó la prueba Rho de Spearman, adecuada para datos no paramétricos y ordinales, obteniendo un coeficiente Rho de 0.768. Este hallazgo respalda la noción de que los incentivos tributarios no solo tienen efectos directos sobre la gestión financiera, sino que también inciden en aspectos sistémicos.

Estos resultados son corroborados por Llancay y Torres (2021) indican que existe una relación significativa entre la gestión empresarial y la competitividad, lo que indica una conexión positiva considerable, esto demuestra que una gestión empresarial efectiva es crucial para mantener y mejorar la competitividad. Si no se implementa una gestión empresarial óptima, se verían afectados tanto la competitividad de la empresa como los resultados esperados, disminuyendo su capacidad para competir eficazmente en el mercado. Así mismo Corbacho y Nieto (2024) señala que la gestión empresarial desempeñó un papel importante en la competitividad de la empresa Contratistas Mineras Sarmath SAC en Tambopata, Madre de Dios, en 2023. Este caso destaca cómo una adecuada administración puede impactar directamente en el rendimiento y la capacidad de competir en el mercado. En conclusión, la competitividad de una empresa depende en gran medida de su capacidad para gestionar eficientemente sus recursos, procesos y estrategias, lo que le permite mantenerse relevante y destacar frente a sus competidores. Como también Vergara (2024)

indica que la competitividad implica la innovación en productos, procesos, gestión administrativa y marketing potenciaría la eficiencia operativa y la competitividad, mejorando su posicionamiento en el mercado al ofrecer una mejor experiencia a los clientes.

CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco en el año 2024. Este hallazgo pone en evidencia que las políticas fiscales orientadas a otorgar incentivos tributarios pueden influir positivamente en el desempeño competitivo de estas organizaciones, al permitirles optimizar recursos, mejorar su oferta de servicios y adaptarse con mayor eficacia a las exigencias del mercado turístico. La asociación encontrada sugiere que un entorno fiscal favorable no solo alivia la carga económica de las agencias, sino que también crea condiciones propicias para la innovación, la mejora continua y la consolidación de ventajas competitivas sostenibles. Por tanto, se destaca la importancia de considerar los beneficios tributarios como un componente estratégico dentro de las políticas públicas dirigidas al fortalecimiento del sector turístico, particularmente en regiones de alta demanda como Cusco, donde la competitividad juega un papel determinante en el posicionamiento y la permanencia de las agencias en el mercado.
- Se concluye que existe una relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales en las agencias de turismo del Distrito de Cusco durante el año 2024. Este vínculo sugiere que las medidas fiscales implementadas, como incentivos o exoneraciones, influyen de manera directa en el desempeño y funcionamiento de dichas agencias, afectando aspectos clave como la inversión, la gestión financiera, la competitividad y la sostenibilidad operativa. Los beneficios tributarios no solo representan un alivio económico, sino que también actúan como un estímulo para la planificación estratégica y el fortalecimiento de capacidades internas, permitiendo a las agencias adaptarse con mayor eficiencia a las demandas del entorno turístico actual. En este sentido, los resultados del estudio evidencian la importancia de diseñar políticas

tributarias alineadas con las necesidades reales del sector turismo, promoviendo así condiciones más favorables para su desarrollo y contribuyendo al crecimiento económico regional.

- Se concluye que existe una relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco en el año 2024. Este hallazgo permite afirmar que las políticas fiscales aplicadas influyen directamente en la configuración y desempeño de la estructura organizacional de estas agencias, afectando aspectos como la capacidad operativa, la planificación financiera, la sostenibilidad económica y la posibilidad de invertir en mejoras e innovación. Los beneficios tributarios, en este sentido, no solo representan un alivio fiscal, sino que también actúan como un estímulo que puede favorecer la competitividad y el fortalecimiento institucional del sector turístico. Por tanto, se evidencia la necesidad de diseñar estrategias fiscales orientadas a fomentar un entorno más favorable para el desarrollo de las agencias, considerando sus particularidades locales y el potencial del turismo como motor económico en la región. Esta relación subraya la importancia de mantener un enfoque integral en las políticas públicas, en el que los incentivos tributarios se alineen con las necesidades estructurales del sector para generar un impacto positivo y sostenido.
- Se concluye que existe una relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos en las agencias de turismo del Distrito de Cusco durante el año 2024. Este hallazgo evidencia que los incentivos fiscales no solo impactan en la sostenibilidad económica de las empresas turísticas, sino que también influyen directamente en elementos estructurales como la capacidad de adaptación al entorno, la innovación en los servicios ofrecidos, la gestión estratégica y la integración con el mercado global. La vinculación entre estos beneficios y los factores sistémicos sugiere que una política

tributaria adecuada puede convertirse en una herramienta que favorezca la competitividad del sector, especialmente en un contexto dinámico como el del turismo en Cusco, donde las agencias deben responder con eficiencia a las exigencias del mercado y a las tendencias internacionales. En consecuencia, fortalecer el acceso y la aplicación de beneficios tributarios puede contribuir significativamente al desarrollo sostenible de estas organizaciones, mejorando su desempeño global y su capacidad de mantenerse vigentes frente a los desafíos económicos y sociales actuales.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los propietarios de las agencias de turismo del distrito de Cusco fortalecer su conocimiento y aplicación de los beneficios tributarios vigentes, reconociendo su impacto directo en el incremento de la competitividad empresarial. Al identificar una relación significativa entre ambos aspectos, resulta fundamental que el personal administrativo y operativo comprenda cómo las exoneraciones, incentivos fiscales o deducciones pueden optimizar los recursos de la agencia, permitiendo una mejor planificación financiera, inversión en innovación, mejora de la calidad del servicio y adaptación a las tendencias del turismo global. Asimismo, se sugiere fomentar espacios de capacitación interna sobre normativa tributaria actualizada y su aprovechamiento estratégico, con el fin de contribuir al posicionamiento sostenible de las agencias en un mercado turístico cada vez más dinámico y exigente.
- Se recomienda a los propietarios de las agencias de turismo del distrito de Cusco fortalecer la gestión interna de sus organizaciones mediante un mayor conocimiento y aprovechamiento de los beneficios tributarios vigentes, dado que se ha evidenciado una relación significativa entre dichos beneficios y los factores empresariales que influyen en el desempeño del sector. Esta relación sugiere que una adecuada aplicación de incentivos fiscales puede contribuir al desarrollo de capacidades administrativas, a la mejora de la competitividad y a una mayor sostenibilidad económica. Por ello, es importante que el personal esté capacitado para identificar las oportunidades que ofrece el marco tributario, implementar estrategias que optimicen su impacto y fomentar una cultura organizacional orientada al cumplimiento fiscal y al uso eficiente de los recursos. Asimismo, se sugiere mantener una comunicación constante con las entidades gubernamentales encargadas de la administración tributaria, a fin de mantenerse actualizados respecto a cambios

normativos y nuevas disposiciones que puedan beneficiar directamente la actividad turística en el distrito.

- Se recomienda a los propietarios de las agencias de turismo del distrito de Cusco fortalecer su conocimiento y participación activa en la gestión de los beneficios tributarios disponibles, dado que se ha identificado una relación significativa entre estos incentivos fiscales y los factores estructurales que influyen en el desempeño y sostenibilidad de sus organizaciones. Es fundamental que el personal, en todos los niveles, comprenda cómo los beneficios tributarios pueden ser aprovechados estratégicamente para optimizar recursos, mejorar la infraestructura operativa y fomentar una planificación más eficiente. Además, se sugiere promover espacios de capacitación interna y colaboración con especialistas en tributación, con el fin de alinear las decisiones administrativas con las oportunidades fiscales existentes. Esta práctica no solo contribuirá al fortalecimiento institucional, sino que también permitirá a las agencias adaptarse mejor a los cambios del entorno económico y turístico, manteniendo su competitividad en un mercado cada vez más dinámico y exigente.
- Se recomienda a los propietarios de las agencias de turismo del distrito de Cusco que fortalezcan sus conocimientos y prácticas relacionadas con los beneficios tributarios vigentes, ya que se ha evidenciado una relación significativa entre estos incentivos fiscales y los factores sistémicos que inciden en el desempeño y la competitividad del sector. Es fundamental que el personal comprenda cómo aprovechar adecuadamente los beneficios tributarios para optimizar los recursos disponibles, mejorar la gestión interna y adaptarse a las dinámicas del entorno turístico. Asimismo, se sugiere implementar espacios de capacitación continua que permitan al equipo mantenerse actualizado respecto a las disposiciones legales y fiscales aplicables, así como promover una cultura organizacional orientada a la eficiencia y la innovación. Este enfoque contribuirá no solo

al cumplimiento normativo, sino también al fortalecimiento de las capacidades institucionales, facilitando una mejor adaptación a los cambios del mercado y al posicionamiento sostenible de las agencias en un contexto turístico cada vez más competitivo.

REFERENCIAS

- Alcca de la Cruz , M. R. (2021). Beneficios Tributarios y las Obligaciones Tributarias en las Agencias de Viaje y turismo del distrito de Wanchaq, Cusco,2020. Lima: Universidad cesar vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65283/Alcca_DLCMR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Baldeos Ardian, L. A., Lioo Jordan, F. d., & Vellon Flores, V. I. (2019). Planeación estratégica y la competitividad de las MYPES en la provincia de Huaura del Perú. Revista San Gregorio, 1-14. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rsan/n43/2528-7907-rsan-43-00078.pdf>
- Bancolombia. (02 de Julio de 2020). Bancolombia. Obtenido de <https://www.bancolombia.com/educacion-financiera/finanzas-personales/como-salir-rapido-prestamos-terceros#:~:text=Los%20pr%C3%A9stamos%20con%20terceros%20son,por%20fuera%20del%20sistema%20financiero.>
- BBVA. (07 de Agosto de 2024). BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-un-prestamo-financiero-tipos-y-diferencias-con-un-credito/>
- Beneficios tributarios. (15 de marzo de 2019). Beneficios tributarios. Obtenido de Beneficios tributarios: <https://beneficiotributarios.pe/gastos-tributarios/#:~:text=Los%20beneficios%20tributarios%20son%20un,diferimientos%20y%20devoluciones%2C%20entre%20otros.>
- Carrasco, S. (2019). Metodología de la Investigacion Cientifica (Vol. 2da Edicion). Lima Peru: San Marcos. Obtenido de https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_
- Cedeño Troya, F., & Townsend Valencia, J. (2021). Evaluación de la inversión en TIC como factor de competitividad de las empresas de PYMES del cantón Guayaquil. Revista Universidad y Sociedad, 452-462. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n2/2218-3620-rus-13-02-452.pdf>
- CEUPE. (12 de Abril de 2020). CEUPE. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/bien-economico.html>

- Conceptos Jurídicos. (05 de marzo de 2022). Condonación de deuda. Obtenido de Conceptos Jurídicos: <https://www.conceptosjuridicos.com/condonacion-de-deuda/>
- Corbacho Mena, S. A., & Nieto Muñoz, D. A. (2024). Gestión empresarial y competitividad en la empresa contratistas mineras sarmath SAC Tambopata madre de dios periodo 2023. Cusco: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/90b77f4b-0745-4b59-8ce6-77ace8ee5948/content>
- Cruz, D. P. (2020). La competitividad y el crecimiento empresarial en pymes manufactureras ¿están relacionados? Revista Relayn Micro y pequeña empresa en Latinoamerica. Obtenido de <https://iquatroeditores.org/revista/index.php/relayn/article/view/23/30>
- Donoso Sánchez, A. (30 de junio de 2017). Beneficio fiscal. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/beneficio-fiscal.html>
- Economía, I. P. (2019). IPE. Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/beneficios-tributarios/>
- Equipo de Enciclopedia Significados. (15 de Septiembre de 2023). Equipo de Enciclopedia Significados. Obtenido de [significados.com: https://www.significados.com/promocion/](https://www.significados.com/promocion/)
- Expansión. (14 de enero de 2022). Ámbito de aplicación. Obtenido de Expansión: <https://www.expansion.com/diccionario-economico/ambito-de-aplicacion-del-impuesto.html>
- Facturama Blog . (15 de Octubre de 2023). Facturama Blog . Obtenido de [facturama.mx: https://facturama.mx/blog/capital-financiero/](https://facturama.mx/blog/capital-financiero/)
- FasterCapital. (15 de Enero de 2024). FasterCapital. Obtenido de [fastercapital.com: https://fastercapital.com/es/tema/la-importancia-de-las-actualizaciones-de-productos.html#:~:text=Una%20actualizaci%C3%B3n%20del%20producto%20puede,al%20producto%20de%20sus%20competidores.](https://fastercapital.com/es/tema/la-importancia-de-las-actualizaciones-de-productos.html#:~:text=Una%20actualizaci%C3%B3n%20del%20producto%20puede,al%20producto%20de%20sus%20competidores.)
- Ferraz, J. C. (1996). Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria, Río de Brasil: Editora Campus.
- Giraldo, V. (19 de Agosto de 2023). rockcontent. Obtenido de [rockcontent.com: https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/](https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/)
- Gutierrez, N. (2019). Incidencia de los beneficios tributarios en ele sector microempresarial de la provicnia de eL ORO. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n18/19401814.html>

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación 6TA Edición. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación 6TA Edición. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- IUS. (29 de diciembre de 2018). Inafectaciones. Obtenido de IUS360: <https://ius360.com/semajanzas-y-distinciones-entre-la-inafectacion-exoneracion-inmunidad-y-beneficio-tributario-proposito-de-la-ley-n-30899/>
- Jorge Pedrosa, S. (07 de febrero de 2017). Beneficio fiscal. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/beneficios-fiscales.html>
- Linares Rebaza, D. J. (2019). Acciones de cobranza y derechos fundamentales. Derecho, Justicia & Sociedad.
- Llancay Cardenas, Y. V., & Torres Barrios, D. G. (2021). Gestión empresarial y competitividad en NETCALL PERU SAC, Lima 2020. Lima-Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65289/Llancay_CYV-Torres_BDG-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Martínez Pardo, R. A., Tavera Leal, A. L., & Zambrano Polanía, J. (2021). Nueva Dinámica Empresarial que permitirá Reducir Costos e incrementar la competitividad a partir del 2021. Universidad Militar Nueva Granada, 16. Obtenido de <https://digitk.areandina.edu.co/server/api/core/bitstreams/9754a412-e582-4b66-9e3f-838846f176c4/content>
- Medeiros, V., Gonçalves Godoi, L., & Camargos Teixeira, E. (2019). La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo. Revista de la CEPAL, 20. Obtenido de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content#:~:text=En%20este%20contexto%2C%20la%20competitividad,de%20mercado%20de%20manera%20sostenible.>
- Mendoza Nava, A. (15 de noviembre de 2019). Beneficios tributarios. Lima: Grupo de Justicia Fiscal Peru. Obtenido de https://cng-cdn.oxfam.org/peru.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/Beneficios_Tributarios_2019.pdf

- Morales Pimentel, V. (2024). Innovación empresarial en la competitividad de los negocios artesanales de joyería de plata en Piura, 2024. Piura-Peru: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de [file:///C:/Users/Pc/Downloads/Morales_PV-SD%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Pc/Downloads/Morales_PV-SD%20(1).pdf)
- Municipalidad Provincial de Morropon-Chulucanas. (28 de junio de 2017). Características del impuesto predial. Obtenido de Municipalidad Provincial de Morropon-Chulucanas: https://www.munichulucanas.gob.pe/jdownloads/pdf%20Tributos%20Municipales/2017/caracteristicasdel_impuesto_predial_28_06_2017.pdf
- Oimas Oxacopa, Y., & Chooque Chumbisuca, B. (2020). Place BRANDING Y LA COMPETITIVIDAD DE LA ACTIVIDAD. Cusco: Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/5221/253T20200077_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez Díaz, L. F. (2006). La competitividad ... ¿a qué se refiere? Revista Universidad EAFIT, 11. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/36929/24712-86693-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- runa. (12 de Enero de 2023). runa. Obtenido de [runahr.com: https://runahr.com/mx/recursos/nomina/comisiones-por-ventas/](https://runahr.com/mx/recursos/nomina/comisiones-por-ventas/)
- SAT. (03 de agosto de 2021). Impuesto predial. Obtenido de SAT: <https://www.sat.gob.pe/websitev9/tributosmultas/predialyarbitrios/informacion>
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. Dialnet, 19. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7438487>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (14 de Abril de 2020). Superintendencia de Industria y Comercio. Obtenido de [sic.gov.co: https://www.sic.gov.co/que-es-la-libre-competencia](https://www.sic.gov.co/que-es-la-libre-competencia)
- Team Asana. (03 de Junio de 2024). Team Asana. Obtenido de [asana.com: https://asana.com/es/resources/cost-control](https://asana.com/es/resources/cost-control)
- TeamSystem. (23 de Junio de 2023). TeamSystem. Obtenido de [sdelsol.com: https://www.sdelsol.com/glosario/competitividad/?srsltid=AfmBOorgnGIcn10rRjdxHa3LvqDQLk7jehAGkfy4cV_2H2dzjE7aGKZe](https://www.sdelsol.com/glosario/competitividad/?srsltid=AfmBOorgnGIcn10rRjdxHa3LvqDQLk7jehAGkfy4cV_2H2dzjE7aGKZe)
- Trujillo, E. (01 de enero de 2022). Exonerar. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/exonerar.html>

- Vergara Mendoza, R. H. (2024). Innovación organizacional y competitividad de una empresa de. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/154727/Vergara_MR_H-SD.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Villacís, E. P., Meléndez Elena, J. P., Muños Villacís, M., Benavides Rodríguez, A., & Pico-Gutiérrez, E. (2019). Las fuentes de financiamiento como estrategias de competitividad en las Pymes en la provincia de Santa Elena. *Espiraes revista multidisciplinaria* de, 1-10. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=573263325011>

ANEXOS

Anexo I: Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cuál es la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?	Determinar la relación entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y la competitividad de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	VARIABLE 01 Beneficios Tributarios	Tipo – Aplicada Nivel – Correlacional Diseño – No experimental – Corte transversal Enfoque – Cuantitativo Población – Agencias de Turismo del Distrito de Cusco Muestra – 30 agencias de Turismo del Distrito de Cusco Técnica – Encuesta Instrumento – Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cuál es la relación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?	Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores empresariales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	DIMENSIONES Exoneraciones inafectaciones Deducciones tributarias Tratamientos tributarios especiales VARIABLE 02 Competitividad Empresarial	
¿Cuál es la relación los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?	Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores estructurales de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.		
¿Cuál es la relación los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024?	Determinar la relación entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.	Existe relación significativa entre los beneficios tributarios y los factores sistémicos de las agencias de turismo del Distrito de Cusco, 2024.		

Nota: La tabla representa la matriz de consistencia del estudio

Anexo II: Matriz operacional

Variable 01 – Beneficios tributarios		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
<p>IPE (2019) los beneficios fiscales representan incentivos otorgados por el Estado con el objetivo de contribuir al crecimiento y desarrollo del país, alineados con metas socioeconómicas predefinidas.</p>	<p>IPE (2019) señala que los beneficios fiscales comprenden exoneraciones, deducciones y tratamientos tributarios especiales que permiten la reducción de las obligaciones tributarias para ciertos contribuyentes.</p>	Exoneraciones e inafectaciones	<p>Exoneración del IG V a Servicios Turísticos a No Domiciliados Inafectación al IG V en la Exportación de Servicios Inafectación del IG V en Operaciones de Intermediación</p>
		Deducciones tributarias	<p>Gastos Operativos Gastos Financieros Gastos de personal</p>
		Tratamientos tributarios especiales	<p>Régimen de Recuperación Anticipada del IG V Compensación Devolución</p>
Variable 02 – Competitividad		Dimensiones	Indicadores
Definición conceptual	Definición operacional		
<p>Ferraz et al. (1996), la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible.</p>	<p>Ferraz et al. (1996) elaboraron un enfoque de la competitividad como proceso dinámico, es decir, la competitividad de un país está determinada y limitada por una diversidad de factores empresariales, estructurales y sistémicos.</p>	Factores empresariales	<p>Organización interna de la agencia Capacitación del personal Uso de tecnología Variedad de productos turísticos Atención al cliente</p>
		Factores estructurales	<p>Acceso a nuevos clientes o mercados Trámites y permisos municipales Disponibilidad de personal capacitado Temporadas turísticas</p>
		Factores sistémicos.	<p>Obligaciones tributarias Políticas de apoyo al turismo Tendencias del turismo global</p>

Nota: la tabla representa la matriz operacional del estudio

Anexo III: Matriz de instrumentos de la variable 01

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items
Beneficios tributarios	Exoneraciones e inafectaciones	Exoneración del IGV a Servicios Turísticos a No Domiciliados	¿La exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados ha generado beneficios económicos notorios para su agencia? ¿Considera que los procedimientos para acceder a la exoneración del IGV a servicios turísticos a no domiciliados son claros y accesibles?
		Inafectación al IGV en la Exportación de Servicios	¿La agencia donde trabaja aplica correctamente la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados? ¿La agencia tiene procesos internos que garantizan el cumplimiento de la inafectación al IGV en la exportación de servicios a no domiciliados?
		Inafectación del IGV en Operaciones de Intermediación	¿La inafectación del IGV en operaciones de intermediación es aplicada correctamente en los servicios turísticos que ofrece su agencia?
	Deducciones tributarias	Gastos Operativos	¿Los gastos operativos de la agencia son considerados al momento de aplicar deducciones tributarias?
		Gastos Financieros	¿Se incluyen los gastos financieros por uso de tarjetas de crédito corporativas como parte de las deducciones tributarias?
		Gastos de personal	¿La administración revisa periódicamente si los gastos de personal están optimizados para deducciones tributarias?
	Tratamientos tributarios especiales	Régimen de Recuperación	¿El Régimen de Recuperación es aplicado correctamente en su agencia para la devolución de impuestos?
		Anticipada del IGV	¿La administración tributaria ha reconocido el uso correcto de la anticipada del IGV por parte de su agencia?
		Compensación	¿La empresa donde trabaja ofrece compensación adicional gracias a los beneficios tributarios que recibe?
	Devolución	¿En su agencia se realiza seguimiento constante a las solicitudes de devolución, aprovechando los beneficios de tratamientos especiales?	

Nota: El Tabla representa la matriz de instrumentos de la variable 01

Anexo IV: Matriz de instrumentos de la variable 02

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items
Competitividad	Factores empresariales	Organización interna de la agencia	¿La organización interna de la agencia permite distribuir adecuadamente las tareas entre los trabajadores?
		Capacitación del personal	¿La capacitación del personal mejora directamente la calidad del servicio que ofrece su agencia?
		Uso de tecnología	¿El uso de tecnología en su agencia de turismo contribuye a mejorar los procesos de atención al cliente?
		Variedad de productos turísticos	¿Se ofrece constantemente una variedad de productos turísticos que se adaptan a las tendencias del mercado?
		Atención al cliente	¿Cree usted que la calidad en la atención al cliente le da una ventaja competitiva a su agencia frente a otras?
	Factores estructurales	Acceso a nuevos clientes o mercados	¿El mobiliario y equipamiento con que cuenta su agencia influyen en el acceso a nuevos clientes o mercados?
		Trámites y permisos municipales	¿Considera que los trámites y permisos municipales se gestionan en tiempos adecuados para no afectar las operaciones de su agencia?
		Disponibilidad de personal capacitado	¿Considera que la disponibilidad de personal capacitado contribuye a resolver eficazmente los problemas que surgen en la operación turística?
		Temporadas turísticas	¿La demanda de servicios turísticos en su agencia aumenta significativamente durante las temporadas turísticas?
	Factores sistémicos	Obligaciones tributarias	¿Considera que el cumplimiento de las obligaciones tributarias reduce los recursos disponibles para invertir en mejoras o innovación?
		Políticas de apoyo al turismo	¿Las políticas de apoyo al turismo implementadas por el gobierno benefician directamente el desempeño de su agencia?
		Tendencias del turismo global	¿Se promueve la actualización del personal sobre las tendencias del turismo global en su lugar de trabajo?

Nota: El Tabla representa la matriz de instrumentos de la variable 02