



# UNIVERSIDAD ANDINA DE CUSCO

## ESCUELA DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN CONTABILIDAD

#### CON MENCIÓN EN AUDITORÍA Y CONTROL INTERNO



---

## Costos de Operación e Ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco, Periodo 2018

---

Tesis presentada por:

Bach: Juan José Girón Gutiérrez

Para optar al Grado Académico de  
Magister en Contabilidad con mención en  
Auditoría y Control Interno

Asesor:

Dr. CPC: Juan Cancio Curiza Carrasco

CUSCO – PERÚ

2019



## Presentación

**Señor.**

Director de la Escuela de Pos Grado de la Universidad Andina del Cusco, presento la Tesis intitulado **“COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS DEL ATRACTIVO TURÍSTICO BASÍLICA CATEDRAL DEL CUSCO PERIODO 2018”**, con la finalidad de obtener el título de Magister en Contabilidad con mención en Auditoría y control interno.

Esta investigación tiene como propósito determinar en qué medida los costos de operación contribuyen a la determinación del precio de ingreso al museo Catedral del Cusco que tiene el Arzobispado del Cusco, dentro del Boleto Turístico Religioso período 2018.

Atentamente

Juan José Girón Gutiérrez



## Dedicatoria

Primero a Dios por permitir que exista y guiarme en los momentos más difíciles de la vida y encaminarme para tener en cuenta los principales objetivos de la vida.

A mis padres por todo el amor y apoyo que siempre han tenido hacia mi persona, y que han sabido dedicar tiempo y espacio para uno de sus cinco hijos.

A mi querida esposa, que ya no está presente con nosotros pero ha sido una pieza fundamental en la labor de seguimiento y ayuda emocional y económica en el alcance de mis metas.

A mis hermanos que siempre han estado en los momentos difíciles que me ha tocado vivir, y al apoyo de superación motivo por lo cual estoy en estos momentos dando este paso tan importante en mi carrera profesional.

Juan José Girón Gutiérrez



## Agradecimientos

En estos momentos quiero agradecer profundamente a un gran amigo y colega el Dr. Juan Cancio Curiza Carrasco, asesor de esta tesis, y con su orientación he podido corregir, mejorar y culminar el presente trabajo, asimismo a los docentes que forman el Staff de catedráticos de la Escuela de Pos Grado de la Universidad Andina del Cusco, por la enseñanza, aprendizaje y superación en la búsqueda de nuevos retos.

También agradecer a los señores docentes dictaminantes que con su ayuda he podido avanzar, corregir y presentar el presente trabajo de investigación.

Juan José Girón Gutiérrez



## Resumen

El presente trabajo de investigación, describe los costos de servicios que existe en la Basílica Catedral del Cusco y los ingresos que se recaudan por visitar dicho museo en el periodo 2018. La investigación demuestra los costos de servicios que se incurren en mantener la Catedral del Cusco, así como sus ingresos por la venta de boletos en diferentes nominaciones, como son los boletos por ingreso denominados parciales adultos que significa, que con este boleto de valor de veinticinco soles se puede visitar la catedral con una duración de diez días para las personas adultas tanto nacionales como extranjeros. También hay boletos parciales estudiantes cuyo costo es de doce cincuenta soles previa la presentación del carnet de estudiante, asimismo están los boletos integrales adultos de un valor de treinta, el cual da derecho a visitar tres museos más, como son el Museo Arzobispal, La Iglesia de San Cristóbal y el Templo de San Blas, y el boleto integral estudiante cuesta quince soles manteniendo las mismas condiciones que los demás. Para este propósito se ha previsto que metodológicamente sea una investigación básica, cuantitativa, descriptiva, y no experimental, teniendo como población la organización administrativa de la basílica catedral del Cusco y la documentación sustentatoria referente al año 2018. En relación a su fundamento teórico, se ha considerado de costos de operación, e ingresos así como el acuerdo con el vaticano respecto a las exoneraciones que tiene la iglesia católica, luego se ha insertado un conjunto de finalmente conceptos en el marco conceptual que van a contribuir a comprender de mejor manera la lectura de la presente investigación y entender a las variables que forman parte de la estructura central de la tesis. En los resultados se muestra en cuanto asciende los gastos, cómo los ingresos que percibió el atractivo de la Basílica Catedral del Cusco, además se describe los ingresos por boletos vendidos y se llegó a la conclusión de que los ingresos superan ampliamente los costos y gastos de servicio periodo 2018.

Palabras claves: Basílica, Catedral, Servicio, Boleto, Integral, Parcial.



## Abstract

This research paper describes the costs of services that exist in the Cathedral Basilica of Cusco and the revenues that are collected from visiting said museum in the 2018 period. The investigation demonstrates the costs of services incurred in maintaining the Cathedral of Cusco, as well as its income from the sale of tickets in different nominations, such as the entrance tickets called partial adult means, that with this ticket of twenty-five soles you can visit the cathedral with a duration of ten days for adults both domestic and foreign. There are also partial student tickets whose cost is twelve fifty soles prior to the presentation of the student card, there are also comprehensive adult tickets of a value of thirty, which entitles you to visit three more museums, such as the Archbishop's Museum, The Church from San Cristóbal and the Temple of San Blas, and the integral student ticket costs fifteen soles while maintaining the same conditions as the others. For this purpose it has been foreseen that methodologically it will be a basic, quantitative, descriptive, and non-experimental investigation, having as its population the administrative organization of the basilica cathedral of Cusco and the supporting documentation referring to the year 2018. In relation to its theoretical foundation, it is has considered operating costs, and income as well as the agreement with the Vatican regarding the exemptions that the Catholic church has, then a set of concepts has finally been inserted in the conceptual framework that will contribute to a better understanding of reading of this research and understand the variables that are part of the central structure of the thesis. The results show as soon as the expenses rise, how the income received by the attractiveness of the Cathedral Basilica of Cusco, also describes the income from tickets sold and it was concluded that the revenues far exceed the costs and expenses of 2018 period service.

Keywords: Basilica, Cathedral, Services, Ticket, Integral, Partial.



## Índice

Presentación.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice.....	vii
Índice de Tablas.....	x
Índice de Figuras.....	xi

### CAPITULO I INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	2
1.2.1 Problema General.....	2
1.2.2 Problemas Específicos.....	2
1.3 Objetivos de la Investigación.....	2
1.3.1 Objetivo General.....	2
1.3.2 Objetivo Específicos.....	2
1.4 Justificación de la Investigación.....	3
1.4.1 Relevancia Social.....	3
1.4.2 Implicancias Practicas.....	3
1.4.3 Valor Teórico.....	3
1.4.4 Utilidad Metodológica.....	4
1.4.5 Viabilidad o Factibilidad.....	4
1.5 Delimitación de la investigación.....	4
1.5.1 Delimitación Temporal.....	4
1.5.2 Delimitación Espacial.....	4
1.5.3 Delimitación Conceptual.....	4

### CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales.....	6
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	13



2.1.3	Antecedentes locales.....	15
2.2	Base legal.....	15
2.2.1	Acuerdo entre la Santa Sede y la República del Perú.....	15
2.2.2	La Constitución Política de 1993.....	21
2.2.3	Ley del Impuesto a la Renta – Decreto Supremo N° 179-2004 .....	21
2.3	Bases Teóricas .....	22
2.3.1	Contabilidad de Costos .....	22
2.3.2	Clasificación de costos .....	24
2.3.3	Medición de los Costos: .....	26
2.3.4	Costos de Operación .....	27
2.3.5	Costos de Servicios.....	22
2.3.6	Servicios .....	27
2.3.7	Ingreso .....	22
2.3.8	El precio.....	29
2.3.9	NIC 18 Ingresos de actividades ordinarias. ....	32
2.3.10	NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con clientes .....	32
2.3.11	Reseña Histórica de la Basílica Catedral del Cusco .....	33
2.4	Marco Conceptual .....	35
2.5	Hipótesis .....	39
2.5.1	Hipótesis General.....	39
2.5.2	Hipótesis Específicos.....	39
2.6	Variables de estudio .....	39
2.6.1	Variables .....	39
2.6.2	Conceptualización de las variables.....	39
2.6.3	Operacionalización de las variables.....	40

### CAPITULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación .....	42
3.2	Enfoque de investigación .....	42
3.3	Diseño de la investigación.....	42
3.4	Alcance de la Investigación.....	43
3.5	Población y muestra de la Investigación .....	43
3.5.1	Población .....	43
3.5.2	Muestra .....	43





3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos .....	44
3.6.1 Técnicas .....	44
3.6.2 Instrumentos .....	44
3.7 Procesamiento de Datos .....	45

#### CAPITULO IV RESULTADOS

4.1 Resultados obtenidos en relaciona a la variable costos de operación .....	46
4.2 Resultados Obtenidos en relación a la variable Ingresos .....	72
4.3 Resultados Obtenidos en relación a la Variable Ingresos .....	73

#### CAPITULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos .....	78
5.2 Descripción de las limitaciones del estudio.....	78
5.3 Comparación critica con la literatura existente .....	79
5.4 Implicancias del estudio .....	79
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES .....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	83

ANEXOS .....	85
Matriz de Consistencia .....	85
Matriz de Instrumentos .....	87
Instrumentos para la recolección de datos .....	88
Documentos de ingreso a la Catedral .....	92
Validación de Instrumentos .....	94
Anexo Fotográfico.....	95



## Índice de Tablas

Tabla 1. Tarifa publicada para el ingreso a la Catedral del Cusco en sus dos boletos .....	35
Tabla 2. Ingresos Boletos Parcial Adulto Basílica Catedral del Cusco.....	72
Tabla 3. Ingresos Boletos Parcial Estudiante Basílica Catedral del Cusco .....	72
Tabla 4. Ingresos de Venta de Boletos Integral Adulto en la Basílica Catedral del Cusco .....	73
Tabla 5. Ingresos de Venta de Boletos Integral Estudiante en la Basílica Catedral del Cusco .....	74
Tabla 6. Ingresos del Arzobispado en la Catedral del Cusco 2018 .....	75
Tabla 7. Hoja de costos de operación mensual y anual actual de la basílica Catedral del Cusco .....	76
Tabla 8. Hoja de costos de operación IDEAL mensual y anual de la basílica Catedral del Cusco .....	77

## Índice de Figuras

Figura 1. Catedral del Cusco .....	35
Figura 8. Aproximadamente conoce la cantidad de gastos indirectos utilizados para cada boleto de ingreso a la basílica Catedral del Cusco periodo 2018.....	46
Figura 9. Cuánto es la remuneración mensual de los trabajadores del atractivo basílica Catedral del Cusco.....	47
Figura 7. El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado. ....	48
Figura 2. Los costos se utilizan en la fijación de precios para el ingreso a la Basílica Catedral del Cusco.....	49
Figura 3. Cómo se establecen los costos en la Basílica Catedral del Cusco. ....	50
Figura 4. Conoce los costos directos (mano de obra directa, gastos indirectos) que intervienen en el proceso para la determinación del precio de ingreso al atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco.....	51
Figura 5. Conoce los costos indirectos (servicios e impuestos) que se realizan en el mantenimiento de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.....	52
Figura 6. Los precios de ingreso a la Basílica Catedral del Cusco como se determinan. ....	53
Figura 9. Cuánto es la remuneración mensual de los trabajadores del atractivo basílica Catedral del Cusco.....	54
Figura 10. ¿Cuánto cree que debería ser la remuneración mensual de un trabajador de la catedral? .....	55
Figura 11. ¿En la determinación de costo de operación considera la mano de obra directa? .....	56
Figura 12. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa? .....	57
Figura 13. ¿Realiza mantenimiento de limpieza a las instalaciones de la catedral? .....	58
Figura 14. ¿Cada cuánto realiza mantenimiento a sus instalaciones estructurales?.....	59
Figura 15. ¿Realiza depreciación a su bien inmueble, mueble y maquinaria?.....	60
Figura 16. ¿Su complejo catedralicio es propia o alquilada? .....	61
Figura 17. ¿En la determinación del costo de los boletos de ingreso, toma en cuenta los costos indirectos de fabricación como luz, agua, alquiler, teléfono, etc.? .....	62
Figura 18. El pago que hace de su servicio de agua es: .....	63
Figura 19. ¿La energía eléctrica que utiliza en sus servicios, es compartida con sus otros locales? .....	64
Figura 20. ¿Conoce Ud. la cantidad de energía eléctrica que utiliza para brindar el servicio de museo?.....	65
Figura 3. Cómo se establecen los costos en la Basílica Catedral del Cusco. ....	66
Figura 4. Conoce los costos directos (mano de obra directa, gastos indirectos) que intervienen en el proceso para la determinación del precio de ingreso al atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco.....	67
Figura 5. Conoce los costos indirectos (servicios e impuestos) que se realizan en el mantenimiento de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.....	68
Figura 6. Los precios de ingreso a la Basílica Catedral del Cusco como se determinan. ....	69
Figura 7. El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado. ....	70
Figura 7. El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado. ....	71



## CAPITULO I INTRODUCCIÓN

### 1.1 Planteamiento del Problema

En una ciudad como el Cusco en el que existe muchas iglesias que participan a nivel regional apoyando a la población en diferentes formas como: en educación, protección, salud, etc. Hay iglesias, las cuales no logran la sostenibilidad de los proyectos en los lugares en donde intervienen por lo que se observa un vacío y por ende un manejo inadecuado de fondos, los cuales no llegan para los que fueron destinados, o se utilizan para otros fines.

El sistema de costos de operación comprende todas las técnicas y procedimientos para la administración de una entidad para ayudar a lograr el objetivo de la administración de asegurar, tanto sea factible, la conducción ordenada y eficiente de su negocio, incluyendo adhesión a las políticas de administración, la prevención e integridad de los registros contables cumpliendo con las leyes y regulaciones aplicables y la oportuna preparación de información financiera contable. El sistema de costos de servicios va más allá de aquellos asuntos que se relacionen directamente en las funciones del sistema de contabilidad.

En resumen, el costo de servicio consiste en todas las medidas empleadas en una organización, con los objetivos siguientes:

- Promover la exactitud y confiabilidad de los informes contables y de operaciones.
- Juzgar la eficiencia de operaciones en todas las divisiones de la organización.

Si tal es el valor del costo de servicio dentro de las organizaciones católicas, es preocupante la ausencia de él, en las iglesias, que manejan importantes recursos financieros, provenientes de diversos organismos extranjeros y propios que confían su administración en el logro de objetivos sociales, otorgándoles autonomía económica y



funcional. Por consiguiente, es necesario establecer los costos de servicios y la determinación de los precios en el ingreso al museo de la Basílica Catedral del Cusco.

Esta realidad ha impulsado a efectuar el presente trabajo de investigación planteando las siguientes interrogantes.

## **1.2 Formulación del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿Cómo establecen sus costos de operación e ingresos en el atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

1. ¿Cómo establecen los costos de operación en el atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?
2. ¿Cuáles son los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?
3. ¿Cuáles son los ingresos por el boleto integral del Circuito turístico religioso del Cusco periodo 2018?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo General**

Establecer los costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco 2018.

### **1.3.2 Objetivo Específicos**

1. Identificar los costos de operación en el atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018



2. Determinar los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018
3. Determinar los ingresos por el boleto integral del circuito turístico religioso del Cusco periodo 2018

## **1.4 Justificación de la Investigación**

### **1.4.1 Relevancia Social**

La presente investigación servirá como instrumento de estudio en la determinación de los costos de operación e ingresos que incurren para las actividades que se realizan en la Catedral del Cusco, que pertenece al Arzobispado del Cusco, y se convierte en Museo para la visita de los turistas nacionales y extranjeros a partir de las diez de la mañana, y tiene trascendencia con la Iglesia cusqueña por que les permitirá tomar buenas decisiones en base al buen manejo de los costos de operación.

### **1.4.2 Implicancias Practicas**

La presente investigación tendrá implicancias prácticas, pues permitirá resolver problemas reales como falta de conocimiento sobre la aplicación de la técnica de costos de servicios que son determinantes para este museo, por parte de los religiosos que manejan dicha empresa.

### **1.4.3 Valor Teórico**

El aporte de la investigación alcanzara información para tener una guía sobre costos de operación de iglesias convertidas en museos y generar ingresos propios para la arquidiócesis del Cusco.

El presente trabajo de investigación servirá como un importante precedente en el proceso de costeo de este tipo de servicio, que no es común, pues se enfocara en definir e



identificar los costos de servicios por el ingreso a la basílica catedral del Cusco y proceder a fijar el precio de los boletos de una manera fundamentada, estructurada y con proyecciones que podrían ayudar al crecimiento económico y financiero de este tipo de actividades.

#### **1.4.4 Utilidad Metodológica**

Con la presente investigación, se evaluará la recolección de datos en forma adecuada, de tal manera que permitan medir y/o establecer la relación de las variables de estudio como: Costos de operación y determinación de ingresos.

#### **1.4.5 Viabilidad o Factibilidad**

El presente trabajo es factible de ser investigado porque el investigador cuenta con acceso suficiente de información primaria, ya que la iglesia colabora con la entrega de documentación porque es de interés mutuo y para beneficio de la arquidiócesis cusqueña y por último el investigador ha laborado y sigue colaborando con la iglesia católica.

### **1.5 Delimitación de la investigación**

#### **1.5.1 Delimitación Temporal**

El presente trabajo de investigación se desarrollará con información correspondiente al periodo 2018.

#### **1.5.2 Delimitación Espacial**

El estudio se realizará en las oficinas del Arzobispado del Cusco, ubicado en la provincia y departamento del Cusco y en la propia basílica Catedral.

#### **1.5.3 Delimitación Conceptual**

En este estudio principalmente se investigará los conceptos de costos de operación, y los ingresos por la venta del boleto turístico religioso del arzobispado del Cusco,



correspondiente a la Basílica Catedral del Cusco, tanto como el boleto integral, que a su vez se subdivide en adulto y estudiante, y el boleto parcial que de igual manera tiene un valor de ingreso para el adulto y el estudiante.



## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Antecedentes Internacionales

- Antecedente N° 01: La Autora Alejandra Mery Gebauer en el año 2009 en su Tesis: *Museos y diversidad cultural: Propuesta para la sociedad multicultural del siglo XXI* Lugar Santiago de Chile: Para optar el grado de Magister en Gestión Cultural. Universidad de Chile. Objetivo general. Generar mediante la recopilación de información una reflexión en torno al contexto actual de los museos en Chile, revisar su normativa y proponer sugerencias en torno al mejoramiento de su función y gestión. Objetivos específicos 1.-Presentar diversas referencias bibliográficas que conduzcan a entender el problema al interior de los museos. 2.- Sugerir modificaciones y líneas de acción en el campo de la normativa vigente que los ampara. 3. - Realizar un análisis comparativo de tres espacios públicos museales de la Región Metropolitana, cuales son: Museo Nacional de Bellas Artes -MNBA, Museo de Arte Contemporáneo -MAC y Museo Histórico Nacional -MHN, con el fin de conocer sus necesidades y evaluar sus diversas políticas de gestión en el marco museológico global actual. Conclusiones Tras conocer los antecedentes que dieron inicio durante el siglo XIX y XX a un sinnúmero de acontecimientos culturales que, sin duda, gestaron el origen de cada uno de estos importantes museos de Santiago, es que puedo realizar una breve comparación en torno a sus tareas fundamentales y objetivos a los que apuntan. Se advierte primeramente el hito histórico y cultural que marcó primeramente la fundación de la Academia de Pintura. Aun cuando el material escrito acerca de ella es escaso, la Academia sobresalió ante todo por su principal objetivo cual era implementar y consolidar la producción de pintura histórica de la época en base a una enseñanza sistemática de las artes en Chile, lo que ciertamente da origen a la pintura chilena. Este hecho adquirió tal relevancia que forjó en el tiempo la



necesidad de crear el Museo Nacional de Bellas Artes, tarea que efectivamente llegó a concretarse dado el espíritu centenario que rodeó su creación y la motivación de los actores culturales del momento que deseaban contar con un espacio adecuado para reunir, mantener y exhibir las obras de los pintores chilenos y extranjeros que en ese momento hacían crecer la colección artística del país. De natural importancia es que desde su inicio, el MNBA ha marcado el firme deseo de gestar en sus aulas exposiciones que obedezcan a una ocasión histórica. Por ejemplo, la “Primera Exposición Internacional de Bellas Artes” llevada a cabo en su inauguración el año 1910, así como la insuperable muestra “De Manet a Nuestros Días” inaugurada en mayo de 1950, con una asistencia de 40.000 personas o la surrealista “René Magritte”, en 1999. Más aún, el año 2005 el Museo de Bellas Artes sorprendió nuevamente con la “Retrospectiva de Auguste Rodin”. Desde otro ángulo y contrariamente a la calidad de institución resguardadora, conservadora que ha manifestado históricamente el MNBA, nació el Museo de Arte Contemporáneo, siempre identificándose con la ruptura, con la diferencia temática y la novedad al amparo de la Universidad de Chile. Aun cuando hoy en día también evidencia en sí mismo nuestra propia historia del arte, lo hace de un modo radical, amparado en la transformación propia del arte, a través de la vanguardia y la expresividad inagotable del artista contemporáneo. Entre las exposiciones que el MAC ha realizado, cabe destacar: “De Cézanne a Miró” (1962) y “Contrabandistas de Imágenes”: Selección 26ª Bienal de Sao Paulo, en el año 2005. De igual manera, se pueden distinguir diferencias con respecto al Museo Histórico Nacional, toda vez que esta institución nace por la urgencia de acopiar el patrimonio histórico de Chile desde la Conquista, pasando por la Colonia hasta nuestros días en el afán de transmitir a la comunidad contemporánea episodios importantes y expresiones sociales de nuestra sociedad sucedidos a través del tiempo. En el marco de las celebraciones del Bicentenario de Chile, surge con especial trascendencia la colección del MHN, y es de



esperar que éste adquiriera rápidamente un lugar central en el interés de los habitantes, considerando que sus objetos son reflejos de la formación de nuestra sociedad. El Bicentenario es una oportunidad única para invitar a las personas a que se acerquen a los museos de Santiago y Regiones; no basta con tan sólo tener colecciones y montar exhibiciones de calidad, es necesario también trabajar al interior de los museos con el fin de lograr reemplazar el concepto de “lejano” por “nuestro” en la percepción de los visitantes, y esta tesis pretende dar con algunas luces en los cambios que son aconsejables de hacer. En los últimos años, gracias a iniciativas como el Día del Patrimonio o Museos de Medianoche, ha aumentado el número de visitas a los museos, edificios históricos e instituciones culturales y se ha logrado paulatinamente sensibilizar a la sociedad con respecto a conocer su patrimonio y valorarlo, no obstante, el museo deberá encontrar aún mayores formas de abrir los canales de acceso a la comunidad, aprovechando que el escenario actual se presenta tremendamente favorable y receptivo. No hay que dejar pasar la oportunidad (Gebauer, 2009)

- Antecedente No 2.- La Autora Doris Lilia Andrade Agudelo, en el año 2016 en su Tesis Doctoral *Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Una perspectiva desde la economía de la cultura*. Lugar Sevilla, España. Para optar el grado de Doctora en Análisis económico aplicado e historia económica. El objetivo es la caracterización económica del contexto cultural al que pertenecen las instituciones museísticas, mediante una revisión de literatura que, inicialmente, de cuenta de manera sucinta, de la definición, objeto y ámbitos de estudio de la economía de la cultura; para luego pasar a la descripción del patrimonio cultural, los rasgos diferenciales de los bienes y servicios culturales (capital cultural) que lo conforman, los argumentos para la intervención pública y los argumentos para su sostenibilidad. Todo esto como puente para explicar de una forma más clara los elementos que configuran la economía de los museos; para lo cual se desarrolla de una



manera concisa sus antecedentes históricos, se analizan: el nacimiento como rama disciplinar, los argumentos para la financiación de los museos y, su función de producción.

Capítulo IV. Conclusiones La tesis se cierra con este capítulo de conclusiones. De la revisión doctrinal y teórica Capítulo I El Capítulo I se estructura en torno al interrogante ¿Cómo llega a ser la economía de los museos, un ámbito de estudio de la economía de la cultura? La llegada de la ciencia económica al mundo de la cultura, entendida como un conjunto de actividades humanas susceptibles de ser analizadas a la luz de la racionalidad económica, se produce con mayor rigor a mediados de la década de los años sesenta, cuando la cultura es incorporada a su objeto de estudio al utilizar las herramientas del análisis económico, reconociéndose como un ár Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Una perspectiva desde la economía de la cultura 198 críticas al museo se ha centrado en un problema de credibilidad, de cuestionamientos sobre su financiación y utilidad. Sin embargo, el museo ha evolucionado respondiendo con flexibilidad y adaptación a los acontecimientos. La contribución distintiva de la presente tesis en este capítulo, se concreta en dos puntos: i) Una adecuada síntesis y conexión de la clasificación de los valores del patrimonio cultural, las características propias de cada uno de ellos, así como también los métodos que se utilizan para su estimación. Todo lo anterior, como argumentos que justifican la financiación de las artes y la cultura, y la importancia de la diversidad y sostenibilidad en el tiempo. ii) Se presenta de una manera clara y concisa todos los elementos que conforman la función de producción del museo, lo que permite identificar su papel en la sociedad, su utilidad y la capacidad adquirida en el tiempo de ser por sí mismo un motor de desarrollo y fortalecimiento económico, sin perder la esencia para lo que ha sido creado. Capítulo II El Capítulo II se construye en torno al interrogante ¿Qué variables determinan, que un museo sea visitado por un individuo? La demanda de museos puede ser considerada como el resultado de un proceso de maximización de la



utilidad individual, que contiene las preferencias del individuo y su capital humano, en un contexto de restricciones tanto económicas como de tiempo. Pero a su vez, esta demanda de museos puede también contemplarse como el resultado de un proceso de maximización de la utilidad de esta institución, donde la calidad de la colección exhibida es importante para el crecimiento de su número de visitantes, como también lo puede ser, que el museo haya logrado ubicarse en el punto de mira del turismo cultural. La contribución distintiva de la presente tesis en este capítulo, se concreta en dos puntos: Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Una perspectiva desde la economía de la cultura 200 se pueden clasificar en pequeños (83%) y medianos (17%), de acuerdo con el número de sus colecciones. Los museos se encuentran perfilados principalmente en las categorías de Historia (26%), Arte (23%) y Arqueología (22%), donde sólo el 57% se especializa exclusivamente en una categoría; el resto presenta hasta cuatro categorías en sus colecciones. El sector se caracteriza por combinar varias fuentes de financiación principalmente, recursos privados (13%), recursos públicos (41%), recursos propios (42%), y algunos recursos de cooperación nacional e internacional (4%). Sin embargo, con relación a sus costes de inversión y gastos de funcionamiento, se presenta un desequilibrio financiero que perjudica la gestión de estas instituciones; no obstante, sólo el 35% de las entidades informan sobre la planeación estratégica utilizada, o llevan algún tipo de seguimiento a la ejecución de los recursos. Por otra parte, los resultados con respecto a los factores que influyen en el individuo y su contexto para la asistencia a museos, no difieren sustancialmente de los encontrados en la literatura empírica disponible. Es así como, el perfil de los asistentes a museos según la evidencia no econométrica no es diferente del encontrado en los estudios de otros países. Los individuos que visitan museos en Colombia están en unos rangos de edad mayoritarios entre 12 y 25 años (42%) y 26 a 40 años (28%), presentando una edad promedio de 33



años, ampliamente femenino (54%), ya sea soltero (53%) o que viva en pareja (38.2%), no pertenece a ningún grupo étnico minoritario (90%), sin niños menores de cinco años en el hogar (96%) y con educación secundaria (43.6%) o universitaria (40.5%). Las variables asociadas a su entorno revelan que se sitúa en un estatus socio-económico medio (69%) y reside en las principales ciudades (64.5%). De los motivos de no asistencia a museos en Colombia, se encuentra mayoritariamente el desinterés (26.1%), que puede estar asociado a la falta de habilidades de consumo en el contexto de la educación, por falta de experiencias previas, derivada de los modelos de formación del gusto a través del capital de consumo cultural. Seguido, de la ausencia de este tipo de espacios culturales (18.1%) o la lejanía (17.2%), que es posible asociar con la concentración geográfica de los museos en un área específica y con poca participación en otras regiones del país. Determinantes de la asistencia a museos en Colombia. Una perspectiva desde la economía de la cultura 201

Revisando los modelos econométricos desarrollados, se puede concluir que la visita a museos en Colombia va aumentando con la edad. Donde se muestra que el individuo durante los años de conformación de la familia y consolidación en el mercado de trabajo, tiene probablemente un mayor coste de oportunidad en la asistencia, y en edades muy avanzadas la posibilidad de asistir disminuye a tasas crecientes. Así mismo, se muestra que ser soltero, como vivir en pareja, estudiar, pertenecer a un estatus socioeconómico medio o alto, aumenta la probabilidad de visitar los museos. Tanto en los modelos logit binomiales, como en los logit ordenados, con relación a la asistencia y a la frecuencia en la asistencia, los resultados dan cuenta de la importancia del capital cultural adquirido. Es así, como el nivel educativo muestra una relación positiva y estadísticamente significativa, donde los efectos marginales se hacen mayores en la medida en que se avanza en los niveles educativos. Igualmente, la inversión en cursos y talleres culturales, y las visitas a otros espacios como bibliotecas, galerías de arte y sitios arqueológicos, resultan positivas para la



visita y para la frecuencia en la visita, lo mismo, que contar con tiempo de ocio en la semana y vivir en las principales ciudades, donde se localiza la mayor oferta de museos. Por otra parte, dentro de los factores que reducen la probabilidad de asistencia se destacan, el ser hombre y pertenecer a grupos étnicos minoritarios, como afro descendientes o indígenas. Seguido, de realizar como actividad principal oficios en el hogar o estar incapacitado. Estos resultados pueden tener diversas explicaciones, entre ellas, otros intereses culturales, un menor nivel de renta y educación o la dificultad del desplazamiento hacia los museos. (Andrade Aguelo, 2016)

- Antecedentes N° 3. El Autor John P. Joseph año 2004 en su investigación denominada *La administración de los recursos financieros de la iglesia*. En este trabajo el autor habla sobre si alguna vez ha habido una época cuando los pastores deben tener en orden las finanzas de su iglesia, esa es hoy. Ya sea justificado o no, los medios publicitarios andan en busca de la mala administración. Los periódicos están llenos de historias sobre la mala administración, desde Enron a WorldCom. Cierta de esta búsqueda está justificada, pero hay un mensaje más profundo: Los líderes de corporaciones en las organizaciones con y sin lucro están siendo escudriñados por sus responsabilidades fiduciarias y como líderes. Sus inversionistas les piden cuentas, y en el caso de las organizaciones religiosas, las piden los miembros. ¿Cómo es que su iglesia está administrando sus recursos financieros? ¿Qué sucedería si alguien inspeccionara bajo un microscopio lo que su iglesia está haciendo? Como administrador de los negocios de la iglesia, he consultado con muchas iglesias. Al visitar las iglesias o al hablar con los pastores, las preguntas más comunes que se me hacen tienen que ver con la administración del dinero de la iglesia. En 1 Corintios 14:40 Pablo escribió: “Pero hágase todo decentemente y con orden.” Los líderes de las iglesias a veces se sienten inadecuados para



cumplir con la amonestación de Pablo, especialmente respecto a la administración del dinero de la iglesia. (Joseph, 2004)

### 2.1.2 Antecedentes nacionales

- Antecedente N° 1: El Autor Christian Farfán Tevés en el año 2015 en su Tesis: *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: Museo de San Francisco de Lima* para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Turismo. Objetivo general Proponer la gestión del servicio como un instrumento de mejora para la satisfacción de clientes en el Museo de San Francisco de Lima. Objetivos específicos Objetivo específico 1: Realizar un análisis situacional y desarrollar una metodología adecuada para gestionar el servicio en el Museo San Francisco de Lima. Objetivo específico 2: Diseñar una propuesta de una guía de gestión para implementar un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001 para optimizar la satisfacción de clientes. Objetivo específico 3: Diseñar una propuesta de un manual de calidad para mejorar la gestión de servicio en el Museo San Francisco de Lima. Objetivo específico 4: Formular y diseñar indicadores de gestión que permitan medir y evaluar los niveles de satisfacción y gestión. Conclusiones Primera. El Museo de San Francisco de Lima tiene necesidades particulares que merecen ser atendidas de acuerdo a su realidad y necesidad. La gestión del servicio permite optimizar la satisfacción de clientes en el museo San Francisco de Lima. La satisfacción de los trabajadores (clientes internos) representa un 58.1% de satisfacción, mientras que el nivel de satisfacción de los clientes externos (visitantes) representa un 69.69% de satisfacción. Estos niveles de satisfacción son optimizables si se gestiona adecuadamente el servicio. La eficiente gestión del servicio necesita utilizar herramientas como: el análisis situacional del museo para poder determinar las necesidades y conocer la realidad del museo, el manual de calidad que permite establecer lineamientos de acción del museo, el diseño de una guía de gestión para





implementar un sistema de gestión de calidad que permita mejorar los procesos eficientemente y la propuesta de diseño de indicadores de gestión y satisfacción. Segunda. El análisis situacional del museo puede realizarse en función a actores internos (trabajadores) y externos (clientes). Permite tener información clara y objetiva sobre la situación del museo, la que permite tomar acciones efectivas de acción y mejora. Los visitantes sienten satisfacción cuando sus expectativas han sido cubiertas y superadas, mientras que los trabajadores ofrecen un servicio de calidad cuando el servicio es gestionado adecuadamente. La satisfacción de los trabajadores mediante una gestión de servicio permite un servicio de calidad que se ve reflejado en el cumplimiento de las expectativas de los visitantes y por ende clientes satisfechos. Tercera. El diseño de una guía de gestión para implementar un sistema de gestión de calidad en el Museo San Francisco permite obtener mejoras en el proceso de ofrecer servicio. La guía de gestión es un instrumento que permite revisar el proceso para implementar la propuesta del SGC ISO 9001:2008. Cuarta. Se puede diseñar un manual de calidad alineado a la gestión del servicio para mejorar los procesos, actividades, tareas y procedimientos en el Museo San Francisco de Lima. El Museo de San Francisco de Lima propone, diseña e implementa el manual de calidad con el fin de entender y satisfacer adecuadamente las necesidades y las expectativas de sus clientes, gestionar eficientemente el servicio, detallar el proceso y procedimientos del servicio, documentar las mejores prácticas del museo, mejorar la gestión global del museo, satisfacer los requisitos de la norma internacional ISO. 111. Quinta. La formulación y el diseño de indicadores son indispensables para evaluar y medir los niveles de satisfacción y gestión. Toda la información ha sido procesada medida y cuantificada en función a los indicadores, así también ha sido indispensable para tomar acciones de acción y mejora. (Farfan T., 2015)



### 2.1.3 Antecedentes locales

- Antecedente N° 1: Los Autores Luz Marina García Holgado y Hugo Erick Montufar Fernández en el año 2016 en la Tesis *Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de la empresa de servicios García E.I.R.L. periodo 2015*, para optar el título profesional de Contador Público. Universidad Andina del Cusco. Objetivos. -Determinar los costos de posesión, operación de la empresa de servicios García E-I-R-L- periodo 2015 y establecer el nivel de rentabilidad de la empresa de servicios García E.I.R.L. periodo 2015. Conclusiones. -La empresa de servicios García E.I.R.L. no cuenta con la información adecuada respecto al tratamiento de costos y sus influencias en la rentabilidad; sus costos operativos son determinados en forma empírica, no tomando en cuenta los costos que directamente afectan su nivel de rentabilidad el cual es sobreestimado e irreal debido a la falta de determinación de costos operativos según norma. La estructura de costos ideal para la empresa de servicios García E.I.R.L. se compone esencialmente por los costos de operación y costos de posesión los cuales están explícitos en base a horas maquinas, así mismo está compuesta por los gastos administrativos del cual su tratamiento ya está distinguido. Cómo se aprecia en la tabla 34 en el periodo 2015 refleja una rentabilidad empírica de S/ 257,200.00, sin embargo, a partir del análisis y sistema de costeo aplicado, vemos que la rentabilidad establecida técnicamente es S/ 54,535.00, por lo tanto, existe una diferencia de 372% de la rentabilidad empírica frente a la rentabilidad técnica. (García H. & Montufar F., 2016)

## 2.2 Base legal

### 2.2.1 Acuerdo entre la Santa Sede y la República del Perú

Que según el Acuerdo entre La Santa Sede y la República del Perú, de fecha 19 de julio de 1980 y deseosas de seguir garantizando de manera estable y más conforme a las



nuevas condiciones históricas la tradicional y fecunda colaboración entre la Iglesia Católica, Apostólica, Romana y el Estado Peruano para el mayor bien de la vida religiosa y civil de la Nación, han determinado celebrar un Acuerdo sobre materia de común interés.

A este fin Su Santidad el Sumo Pontífice Juan Pablo II y Su Excelencia el General D. Francisco Morales Bermúdez Cerruti, Presidente de la República del Perú, han nombrado sus Plenipotenciarios, respectivamente, a Su Excelencia Reverendísima Monseñor Mario Tagliaferri, Nuncio Apostólico en el Perú, y al Excelentísimo Señor Embajador Dr. Arturo García, Ministro de Relaciones Exteriores, quienes, después de haber canjeado sus respectivos Plenos Poderes, hallados en buena y debida forma, han convenido en lo siguiente:

### **ARTÍCULO I**

La Iglesia Católica en el Perú goza de plena independencia y autonomía. Además, en reconocimiento a la importante función ejercida en la formación histórica, cultural y moral del país, la misma Iglesia recibe del Estado la colaboración conveniente para la mejor realización de su servicio a la comunidad nacional.

### **ARTÍCULO II**

La Iglesia Católica en el Perú continúa gozando de la personería jurídica de carácter público, con plena capacidad y libertad para la adquisición y disposición de bienes, así como para recibir ayudas del exterior.

### **ARTÍCULO III**

Gozan también de tal personería y capacidades jurídicas, la Conferencia Episcopal Peruana, los Arzobispados, Obispados, Prelaturas y Vicariatos Apostólicos existentes, y los que posteriormente puedan crear la Santa Sede.



#### **ARTÍCULO IV**

La personería y capacidad jurídicas de tales Jurisdicciones Eclesiásticas comprenden también a los Cabildos Eclesiásticos, a los Seminarios Diocesanos, y a las Parroquias y Misiones dependientes de aquéllas.

#### **ARTÍCULO V**

Ninguna parte del territorio peruano dependerá de diócesis cuya sede esté en el extranjero, y las diócesis establecidas en territorio peruano no se extenderán más allá de las fronteras nacionales.

#### **ARTÍCULO VI**

La Santa Sede comunicará al presidente de la República la creación de cualquier diócesis o jurisdicción eclesiástica, sin cuya notificación no gozarán de la situación jurídica que le reconoce el numeral III de este Acuerdo. Trámite similar se realizará para la supresión de jurisdicciones eclesiásticas.

#### **ARTÍCULO VII**

Nombrado un eclesiástico por la Santa Sede para ocupar algún cargo de arzobispo u Obispo o Coadjutor con derecho a sucesión, Prelado o Vicario Apostólico, o para regir alguna diócesis temporalmente, la Nunciatura Apostólica comunicará el nombre del mismo al presidente de la República antes de su publicación; producida ésta el Gobierno le dará el correspondiente reconocimiento para los efectos civiles.

Los arzobispos y Obispos residenciales serán ciudadanos peruanos.



### **ARTÍCULO VIII**

El sistema de subvenciones para las personas, obras y servicios de la Iglesia Católica seguirá como hasta ahora. Las asignaciones personales no tienen el carácter de sueldo ni de honorarios, por tanto, no constituyen renta sujeta a tributación.

### **ARTÍCULO IX**

Las Órdenes y Congregaciones Religiosas y los Institutos Seculares podrán organizarse como Asociaciones, conforme al Código Civil Peruano, respetándose su régimen canónico interno.

### **ARTÍCULO X**

La Iglesia Católica y las jurisdicciones y comunidades religiosas que la integran continuarán gozando de las exoneraciones y beneficios tributarios y franquicias que les otorgan las leyes y normas legales vigentes.

### **ARTÍCULO XI**

Consideradas las creencias religiosas de la mayoría nacional, el Estado continúa garantizando que se preste por parte del Vicariato Castrense la asistencia religiosa a los miembros de la Fuerza Armada, Fuerzas Policiales y a los servidores civiles de aquéllos que sean católicos.

### **ARTÍCULO XII**

El presente Vicario Castrense, así como todos los Capellanes actualmente en servicio, o en situación de retiro, conservan sus grados y prerrogativas.

### **ARTÍCULO XIII**

En el futuro, ni el Vicario Castrense, ni los Capellanes dependientes de él, tendrán asimilación a grado militar ni a la Jerarquía Policial. Al Vicario Castrense le serán



reconocidas las prerrogativas propias de un General de Brigada, y a los Capellanes las de un Capitán o su equivalente, según el Instituto Armado o Policial en que él sirviere.

#### **ARTÍCULO XIV**

Los Capellanes Castrenses tendrán derecho a promociones similares al que tienen los empleados civiles de los Institutos Armados o Policiales.

#### **ARTÍCULO XV**

El Vicario Castrense, por las peculiares circunstancias en que deberá ejercer su servicio, será peruano de nacimiento y teniendo en cuenta su condición episcopal, será nombrado por la Santa Sede, de acuerdo con el presidente de la República.

#### **ARTÍCULO XVI**

Los Capellanes Castrenses, de preferencia peruanos, por su condición de sacerdotes, serán nombrados por el Vicario Castrense, y reconocidos por los Comandos Generales de los Institutos Armados y Direcciones Superiores de los Institutos Policiales.

#### **ARTÍCULO XVII**

Los Capellanes Castrenses, en lo posible, serán tomados del Clero de la Diócesis en cuyo territorio se encuentra la Unidad Militar en la que prestarán servicios, y los cambios de colocación se harán previo acuerdo del Vicario Castrense con el Obispo del lugar, para su posterior presentación a los Comandos Generales o Direcciones Superiores.

#### **ARTÍCULO XVIII**

El Estado garantiza que se preste asistencia religiosa a los católicos internados en los centros sanitarios y de tutela a su cargo, así como en los establecimientos penitenciarios.



Para el ejercicio de las Capellanías de tales obras y centros se requiere contar con nombramiento eclesiástico, sin que sea exigible el requisito de nacionalidad; efectuado éste, será presentado a la autoridad competente para los efectos subsiguientes. Los Capellanes forman parte del Servicio Civil del Estado, con todos los derechos y obligaciones, incluida la Seguridad Social.

### **ARTÍCULO XIX**

La Iglesia tiene plena libertad para establecer centros educacionales de todo nivel, de conformidad con la legislación nacional, en el ámbito de la educación particular. Los eclesiásticos que prestan servicio en la educación pública tienen, sin que sea exigible el requisito de nacionalidad, al amparo del artículo 65° del Decreto Ley N° 22875, los mismos derechos que los demás maestros. Para el nombramiento civil de los profesores de Religión Católica de los centros educacionales públicos, en los que continuará impartándose, como materia ordinaria, la enseñanza religiosa, se requiere presentación del Obispo respectivo. El Profesor de Religión podrá ser mantenido en su cargo mientras goce de la aprobación del Obispo.

### **ARTÍCULO XX**

Los Seminarios diocesanos y los Centros de formación de las Comunidades Religiosas serán reconocidos como Centros Educativos del segundo ciclo de la Educación Superior, de conformidad con el artículo N° 154 del Decreto Ley N° 19326 (Ley General de Educación) mediante una certificación de reconocimiento expedida por la Conferencia Episcopal Peruana.

Dichas entidades, de conformidad con el Art. 163 de la citada Ley General de Educación, otorgarán los títulos propios a nombre de la Nación.



## **ARTÍCULO XXI**

Las eventuales diferencias que pudieran presentarse acerca del contenido del presente acuerdo u otros puntos que pudiesen darse se resolverán amistosamente entre las Partes.

## **ARTÍCULO XXII**

El presente Acuerdo entrará en vigencia en la fecha del canje de los instrumentos de ratificación.

En fe de lo cual los Plenipotenciarios firman y sellan el presente Acuerdo, en doble ejemplar, en la Ciudad de Lima, el diecinueve de Julio del Año mil novecientos ochenta.

### **2.2.2 La Constitución Política de 1993**

La Constitución de 1993 (Congreso de la Republica, 1993) hace una mención expresa de la Iglesia Católica, Romana y apostólica, y mantiene el reconocimiento hacia ella en el artículo 50°, el cual señala que: “Dentro de un régimen de independencia y autonomía, el Estado reconoce a la Iglesia Católica como elemento importante en la formación histórica, cultural y moral del Perú, y le presta su colaboración.

El Estado respeta otras confesiones y puede establecer formas de colaboración con ellas”.

Su vigencia es a partir del 1 de enero de 1994 hasta la actualidad.

### **2.2.3 Ley del Impuesto a la Renta – Decreto Supremo N° 179-2004**

Al revisar dicho texto apreciamos que el literal a) del artículo 19 de la Ley del Impuesto a la Renta vigente a dicha fecha determinó que se encontraban exentos de dicho impuesto, las rentas de sociedades o instituciones religiosas, tales como conventos,





monasterios, seminarios, órdenes y congregaciones, en tanto sean destinadas por las mismas a la realización de sus fines específicos en el país.

## **2.3 Bases Teóricas**

### **2.3.1 Costos de Servicios**

Son aquellos costos en los que incurren las empresas que prestan servicios. Se puede decir que venden productos que, sin ser tangibles satisfacen necesidades de sus clientes. Estos costos comprenden fundamentalmente, mano de obra y materiales indirectos.

Ejemplos de empresas de servicios son las empresas de transporte, de vigilancia o seguridad, de banca, de seguros, de servicios de salud, entretenimiento, hospedaje, comunicaciones, museos, etc (Zans, 2014).

#### **2.3.1.1 Costos Directos**

Los costos directos son costos que forman parte y se relacionan directamente con un objeto de costos en particular. Para efectos de costeo, es importante además que dicha identificación sea económicamente viable. Los costos directos son cargados directamente al objeto de costos.

#### **2.3.1.2 Costos Indirectos**

Los costos indirectos son costos que no están relacionados directamente con un objeto de costos en particular y requieren de algún proceso de asignación para reconocer los costos que le corresponden a cada objeto de costos. Los costos indirectos se asignan a los diferentes objetos de costos con los que se relacionan indirectamente usando bases o inductores (drivers) de asignación.

### **2.3.2 Ingreso**

Un ingreso es el incremento de los activos o del decremento de los pasivos de una entidad, durante un periodo contable, con un impacto favorable en la utilidad o pérdida



neta o en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y, consecuentemente, en el capital ganado o patrimonio contable, respectivamente (Kotler, 2003).

Es la entrada de dinero, esto se consigue principalmente, mediante las ventas de productos o servicios, en contabilidad se entiende por ingreso el aumento de los recursos económicos, esté aumento no puede deberse a nuevas aportaciones de los socios, sino que deben proceder de su actividad de prestar servicios o por venta de bienes (Calvo, 2018).

Los ingresos provocan el incremento del patrimonio empresarial, ya que por un lado puede aumentar el activo de una empresa, y por otro reducir el pasivo y las obligaciones que existen (Calvo, 2018).

#### **2.3.2.1 Monto recaudado, año 2018**

El monto recaudado total correspondiente al año 2018 es de 6,407,128 soles.

#### **2.3.3 Contabilidad de Costos**

La contabilidad de costos mide, analiza y reporta información financiera y no financiera relacionada con los costos de adquisición o uso de los recursos dentro de una organización (Horngren, Datar, & Rajan, 2012). Por tanto, la contabilidad de costos forma parte de la contabilidad administrativa y tiene como objetivos fundamentales: Clasificar, acumular, controlar y asignar los costos (Arredondo, contabilidad de costos, 2015). Además, sirve para medir la utilidad y valorar el inventario correctamente, y el impacto fue directo en el estado de resultados (dentro del costo de ventas) y en el estado de situación financiera (inventarios).

La contabilidad de costos proporciona información a la administración que se fundamenta en el proceso de planeación, control y toma de decisiones. Además, ayuda a la gerencia en la planeación y control de los costos de operación; pero el principal objetivo es la toma de decisiones en la contabilidad administrativa y permiten a una empresa tener



ventaja competitiva y obtener el liderazgo en costos con una diferenciación clara con respecto a otras empresas. La contabilidad de costos apoya a la contabilidad financiera para la elaboración de los estados financieros y a la contabilidad administrativa para darle información sobre costos y gastos para la toma de decisiones. En conclusión, la contabilidad de costos forma parte fundamental para la gestión empresarial, la misma que calcula, controla el proceso de cada departamento, analiza, orienta y motiva para conseguir el objetivo trazado, contribuye al control y a la toma de decisiones (Arredondo, 2015)

#### **2.3.4 Clasificación de costos**

La apropiada clasificación de los costos que permite medir, analizar y controlar las empresas de tal forma que permita a la gerencia tener la información necesaria para fijar el precio al producto y determinar correctamente la utilidad se compone de la siguiente manera en:

##### **2.3.4.1 Costos de Producción:**

Se incurre para lograr que los productos manufacturados estén listos para su venta e incluyen:

- a) Costos de materia prima directa
- b) Costos de mano de obra directa
- c) Costos indirectos de producción o gastos indirectos de fabricación (GIF).

##### **2.3.4.2 Costos del Periodo**

Son aquellos que no se identifican con el producto y están relacionados con un periodo determinado. Aquí encontramos los costos de administración y venta que van inmediatamente después de la utilidad bruta en estado de resultados. Llamados gastos



generales (NIIF B-3). En el caso de las compañías del sector de servicios no existen costos inventariables, todos los costos del estado de resultados son costos del periodo.

#### **2.3.4.3 Costos Fijos y Variables**

Los costos de producción y los del periodo pueden clasificarse como variables o fijos. Por tanto, los costos variables son los que varían en forma directa y proporcional con las unidades producidas o vendidas; y conforme aumenta la producción o las ventas, los costos variables aumentan en la misma proporción. Por ejemplo, la materia usada en la elaboración de un producto o las comisiones a los vendedores.

Por otra parte, los costos fijos permanecen constantes dentro de un rango específico de producción y en un determinado periodo; de tal manera que, no importa si se produce o se vende una unidad o cien, los costos fijos siempre serán los mismos.

Es importante recordar que el comportamiento de los costos fijos y variables es diferente cuando se hace un análisis sobre los costos totales y sobre los costos unitarios, ya que el comportamiento que tienen es inverso.

El generador de costos de un costo variable es el nivel de actividad o volumen, cuyo cambio ocasiona modificaciones proporcionales en los costos variables.

Los costos que son fijos en el corto plazo no tienen un generador de costos en el corto plazo, aunque sí podrían tenerlo en el largo plazo **Horngren, Datar y Rajan (2012)**.

#### **2.3.4.4 Costos totales y costos unitarios: Se definen de la siguiente manera:**

**Costos Totales:** Es el registro de los costos de los recursos adquiridos y usados, que permite a los administradores observar la manera como se comportan los costos. Un **costo variable** cambia totalmente en proporción con los cambios relacionados con el nivel de actividad o volumen total. Un **costo fijo** se mantiene estable en su totalidad durante cierto periodo de tiempo, a pesar de los amplios cambios en el nivel de actividad o



volumen total. Los costos se definen como variables o fijos, con respecto a una actividad específica y durante un periodo de tiempo determinado (Horngren, Datar y Rajan 2012).

**Costos Unitarios:** Por lo general, el tomador de decisiones debería pensar en términos de costos totales, en vez de costos unitarios. Sin embargo, en muchos contextos de decisión, el cálculo del costo unitario es esencial.

Los sistemas de contabilidad por lo general reportan tanto los montos del costo total, como los montos del costo promedio por unidad. Un costo unitario, el cual también se denomina costo promedio, se calcula dividiendo el costo total entre el número de unidades relacionadas. Las unidades se podrían expresar en varias formas.

**Importancia del uso de los costos unitarios:** Aunque los costos unitarios se usan, por lo general, en los reportes financieros y para tomar decisiones acerca de la mezcla de productos y la asignación de precios, los gerentes deberían pensar en términos de los costos totales, en vez de los costos unitarios para muchas decisiones.

### 2.3.5 Medición de los Costos:

La medición de los costos requiere buen juicio, porque hay diferentes alternativas para definir y clasificar los costos. Diferentes compañías, o en algunas ocasiones, incluso diferentes subunidades dentro de una misma compañía, suelen definir y clasificar los costos de manera distinta. Se debe tener cuidado al definir y entender las formas en que se miden los costos para una compañía o en una determinada.

#### 2.3.5.1 Medición de los costos de la mano de obra:

En las clasificaciones de costos de la mano de obra varían entre compañías, muchas empresas usan diversas categorías para medir el costo de la mano de obra:

- Costos directos de mano de obra de programación que pueden atribuirse a productos individuales.



- Gastos indirectos (a continuación, se presentan ejemplos relevantes de conceptos de mano de obra a nivel de gastos indirectos):
  - Remuneración de la mano de obra indirecta Personal de oficina
  - Seguridad en la oficina
  - Mano de obra por reprocesamientos (tiempo que utilizan los trabajadores directos para corregir errores)
  - Pago de tiempo extra
  - Tiempo ocioso
- Sueldos de gerentes, jefes de departamento y supervisores
- Costos por prestaciones, por ejemplo, prima de gastos médicos mayores y de costos de pensiones.

Los *costos indirectos de mano de obra* se dividen, a menudo, en muchas sub clasificaciones, por ejemplo, personal de oficina y tiempo ocioso para mantener información sobre las diferentes categorías de la mano de obra indirecta.

### **2.3.6 Costos de Operación**

Los costos de operación son los gastos que están relacionados con la operación de un negocio, o para el funcionamiento de un dispositivo componente, equipo o servicio, ellos son el costo de los recursos utilizados por una organización solo para mantener su existencia (Soria, C.J., 2011).

### **2.3.7 Servicios**

(Choy, 2012) Define en su revista el servicio: “Los servicios son actividades identificables, intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni



transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”

Por lo que los servicios son un conjunto de actividades realizadas entre sí, con el objetivo de satisfacer una necesidad, son productos intangibles, que se consumen al momento de venderlo.

### **2.3.7.1 Características de los servicios:**

Los servicios que tienen como finalidad responder y satisfacer las necesidades del cliente, tiene las siguientes particularidades: Intangibilidad:

Los servicios son intangibles a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse.

**Inseparabilidad:** Los servicios por lo regular se producen y consumen simultáneamente. Esto no sucede con los bienes físicos, que se fabrican, se colocan en inventarios, se distribuyen a través de varios intermediarios y se consumen posteriormente.

**Variabilidad:** Puesto que los servicios dependen de quien los presta y de donde se prestan, son muy variables. Por ejemplo, algunos doctores saben tratar muy bien a los pacientes; otros no les tienen tanta paciencia.

**Imperdurabilidad:** Los servicios no pueden almacenarse. El hecho de que los servicios sean imperdurables no es un problema cuando la demanda es constante, si la demanda fluctúa, las empresas de servicios tienen problemas.

Es decir, hay empresas que brindan servicio específico, que se brinda a los consumidores de forma permanente; o están orientadas a ofrecer un servicio integrado, que se caracteriza por ofrecer servicios complementarios entre sí, para satisfacer necesidades



más complejas de los clientes, como las compañías de seguros de vida, bancos comerciales, hospitales, empresas de transportes entre otros.

### **2.3.8 El precio**

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro denominado “Fundamentos de Marketing”, el precio es en el sentido más estricto la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio, a lo largo del tiempo el precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de compra.

Según Laura Fisher y Jorge Espejo (Fischer, 2011), en su libro “Mercadotecnia”, el precio de un producto es solo una oferta para probar el pulso del mercado. Si los clientes aceptan la oferta, el valor asignado es correcto; si la rechazan debe cambiarse con rapidez. Por otro lado, si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y, en última instancia el producto irá al fracaso, pero si el precio es muy alto las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasaran.

#### ***2.3.8.1 Principales estrategias de fijación de precios***

El precio que cobra cualquier compañía se ubica entre uno que es demasiado bajo para generar utilidades y otro que es demasiado alto para motivar la demanda. Las percepciones del consumidor acerca del valor de un producto establecen el límite máximo para su precio. Si los consumidores perciben que el precio es mayor que su valor, no lo comprarán, asimismo los costos del producto establecen el límite mínimo de su precio. Si la compañía fija un precio por debajo de los costos del producto, sus utilidades se verán afectadas.





Se indica tres estrategias principales de determinación de precios: Fijación de precios basada en el valor para el cliente, fijación de precios basada en el costo y fijación de precios basada en la competencia (Kotler y Armstrong, 2017).

a. Fijación de precios basada en el valor para el cliente

En última instancia, el consumidor es quien decidirá si el precio del producto es correcto. Las decisiones de fijación de precios, al igual que otros referentes a la mezcla de marketing, deben partir del valor para el cliente.

Cuando los consumidores adquieren un producto, intercambian algo de valor “el precio” para obtener algo de valor “los beneficios de tener o utilizar el producto”. La fijación de precios eficaz y orientada al comprador implica entender que tanto valor otorgan los consumidores a los beneficios que reciben del producto y fijar un precio que refleje ese valor.

La fijación de precios basada en el valor para el cliente toma en consideración el valor percibido por los compradores, esto significa que el especialista en marketing no puede diseñar un producto y un programa de marketing y después establecer el precio, más bien el precio debe considerarse junto con todas las otras variables de la mezcla de marketing antes de establecer el programa de marketing.

b. Fijación de precios basada en el costo

Mientras que las percepciones que tienen los clientes del valor establecen el límite máximo de los precios, los costos fijan el nivel mínimo del precio que la compañía puede cobrar, la fijación de precios basada en el costo consiste en establecer los precios a partir de los costos de producción, distribución y venta del producto más una tarifa justa de utilidades por el esfuerzo que realizó la compañía y los riesgos que asumió. Los costos podrían ser un elemento importante de la estrategia de fijación de precios de una empresa.



c. Fijación de precios basada en la competencia

La fijación de precios basada en la competencia implica establecer precios con base en estrategias, costos, precios y ofertas de mercado de los competidores. Los consumidores basaran sus juicios de valor del producto según los precios que la competencia cobra por productos similares.

Al evaluar las estrategias de precios de los competidores, la compañía debería plantearse varias preguntas. Primera, ¿La oferta de mercado de la empresa es comparable con la oferta de los competidores en términos de valor para los clientes? Si los consumidores perciben que el producto o servicio brinda un mayor valor, entonces podría cobrar un precio más alto; si perciben menos valor respecto a los productos de la competencia, la compañía deberá cobrar un precio más bajo o modificar las percepciones de los clientes para justificar el precio más alto.

Después habrá que preguntarse, ¿Qué tan fuerte son los competidores actuales y que estrategias de fijación de precios están utilizando? Si la empresa enfrenta un grupo de competidores más bien pequeños que cobran precios altos respecto al valor que entregan, podría cobrar precios más bajos para sacar ventaja a los competidores más débiles del mercado. Si el mercado se encuentra dominado por competidores más grandes que establecen precios bajos, la empresa debería servir a nichos de mercado desatendidos ofreciéndoles productos y servicios de valor agregado a precios más altos.

Es importante señalar que el objetivo no es igualar o mejorar los precios de los competidores sino fijar precios adecuados al valor relativo que ofrece la empresa respecto a sus competidores.



### **2.3.9 NIC 18 Ingresos de actividades ordinarias.**

Los ingresos son definidos, en el Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de Estados Financieros, como incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminuciones de los pasivos, que dan como resultado aumentos del patrimonio y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios de la entidad. El concepto de ingreso comprende tanto los ingresos de actividades ordinarias como las ganancias. Los ingresos de actividades ordinarias propiamente dichos surgen en el curso de las actividades ordinarias de la entidad y adoptan una gran variedad de nombres, tales como ventas, comisiones, intereses, dividendos y regalías. El objetivo de esta Norma es establecer el tratamiento contable de los ingresos de actividades ordinarias que surgen de ciertos tipos de transacciones y otros eventos.

La principal preocupación en la contabilización de ingresos de actividades ordinarias es determinar cuándo deben ser reconocidos. El ingreso de actividades ordinarias es reconocido cuando es probable que los beneficios económicos futuros fluyan a la entidad y estos beneficios puedan ser medidos con fiabilidad. Esta Norma identifica las circunstancias en las cuales se cumplen estos criterios para que los ingresos de actividades ordinarias sean reconocidos. También suministra una guía práctica sobre la aplicación de tales criterios.

### **2.3.10 NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con clientes**

La NIIF 15 establece un nuevo modelo de reconocimiento de ingresos derivados de contratos con clientes. Esta norma presenta de forma integrada todos los requerimientos aplicables y sustituirá a las normas actuales de reconocimiento de ingresos, la NIC 18



Ingresos de actividades ordinarias y la NIC 11 Contratos de construcción, así como otras interpretaciones del IFRIC relacionadas.

La norma amplia considerablemente los desgloses actuales sobre el reconocimiento de ingresos ordinarios como son:

- La desagregación de los ingresos al objeto de reflejar la forma de su naturaleza, el momento, el importe y la incertidumbre de los ingresos y flujos de efectivo se ven afectados por factores económicos.
- Determinadas separaciones sobre los saldos con clientes o pasivos contractuales, sus movimientos por ejemplo modificaciones de precios.
- En el caso de Contratos cuya duración se espera que sea superior a un año, el importe total del precio de la transacción atribuido a las obligaciones que queden por satisfacer.
- Descripción de las consideraciones significativas acerca del importe y el marco temporal del reconocimiento de ingresos.
- Normas adoptadas por la entidad respecto a la política en materia del valor temporal del dinero y de los costes de obtención o cumplimiento de un contrato.

La entrada en vigor de la norma es para los ejercicios 2019 en adelante, en el Perú.

### **2.3.11 Reseña Histórica de la Basílica Catedral del Cusco**

La Basílica Catedral del Cusco es un monumento histórico, ubicado en la plaza de armas y que alberga en su interior valiosas obras artísticas elaboradas por artistas indígenas y españoles, muchas de estas obras están enmarcadas en plata y oro, obtenidas de las minas del interior del país.



La construcción de este monumento catedralicio llevo 132 años, recibiendo su consagración final en 1669.

Hoy en día es el icono de la ciudad de Cusco, está construido en un área de más de 4,000 metros cuadrados y guarda en su interior 11 capillas,1 sacristía, 1 sala capitular,7 retablos,1 coro bajo íntegramente tallado en madera de cedro cusqueña, obra ejecutada por un maestro indígena y un maestro español. Siendo el mentor ideológico el canónigo catedralicio Diego Arias de la Cerda, además posee más de 300 pinturas así como diversas tallas y esculturas.

Sobresale en este conjunto el altar mayor, construido a finales del siglo XVIII y concluido en 1,803,este retablo esta íntegramente recubierto de láminas de plata cusqueña con un peso total de 1,250 kilos, equivalente a 15 mil marcos de plata pura(medida de peso virreinal),destaca también la platería de la catedral donde se aprecia la carroza de plata cusqueña, sur montada de un templete, en esta carroza es sacado en procesión el viril de la magnífica custodia catedralicia, durante la fiesta religiosa del corpus christi.

La planta arquitectónica es rectangular con crucerías que dan acceso a los templos de la sagrada familia y el triunfo, confundiéndose la planta como de una cruz latina, la catedral posee 5 naves, 28 pilares y 56 arcos.

Tabla 1.

*Tarifa publicada para el ingreso a la Catedral del Cusco en sus dos boletos*

<b>Boletos</b>	<b>Adultos</b>	<b>Estudiantes</b>
Boleto Integral (incluye 4 sitios: Catedral, San Cristóbal, San Blas, Palacio arzobispal)	<b>S/.30.00</b>	<b>S/.15.00</b>
Boleto parcial Catedral	<b>S/.25.00</b>	<b>S/.12.50</b>

Fuente: Arzobispado del Cusco



Figura 1. Catedral del Cusco

*Fuente: Arzobispado del Cusco*

## 2.4 Marco Conceptual

### - **Cliente**

El receptor de un producto o servicio, se considera a toda persona que compra un bien o servicio, sobre todo haciéndolo en forma habitual (Balcazar, 2015).

### - **Costo**

Es el valor monetario de la adquisición de artículos, propiedades o servicios que permiten obtener beneficios futuros (Udolkin Dakota, 2017).



- **Costo de operación**

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien o servicio (Soria, C.J., 2011).

- **Costo de los servicios prestados**

Se relaciona con todos aquellos desembolsos o acumulaciones relacionados con la generación de ingresos en una empresa que se dedica a la prestación de servicios en la cual no se dan procesos de transformación profundos, ya que el costo por lo general está formado por mano de obra directa, especializada en intensiva, aplicada a la prestación del servicio (Soria, C.J, 2011).

- **Catedral**

Es el lugar donde está la tribuna desde la cual el maestro imparte la cátedra a sus alumnos, en el caso de la catedral como templo es la sede (asiento episcopal) donde se enseña y gobierna la jurisdicción eclesiástica (Hinojosa,A.,2012).

- **Depreciación**

Disminución que sufre el valor de un bien tangible como consecuencia de una pérdida en su valor material o funcional, por uso, desgaste u obsolescencia (López, 2001).

- **Fijación de precios basada en la competencia**

Consiste en fijar precios tomando como referencia a los competidores. Se siguen sectores oligopólicos con empresas pequeñas que replican las variaciones de precios de una o dos empresas grandes (Billene, 2016).

- **Gasto**

Es el costo que ha ayudado a la generación de ingresos en un periodo determinado en forma directa, como el costo de los productos vendidos, o indirectamente como los



gastos administrativos y de ventas de la empresa que sirven de apoyo permanente a la obtención de los ingresos (Udolkin Dakota, 2017).

- **Ingresos**

Ordinarios o de operación. Son aquellos que provienen de la actividad normal y propia de la entidad económica. Por ejemplo, los ingresos obtenidos por venta de mercancías en el caso de una entidad comercial o prestación de servicios (Piña P. R., 2009).

- **Innovación**

La existencia de un flujo constante de productos o servicios innovadores es la base para el éxito continuo de una compañía (Horngren, 2012).

- **Insumos**

El termino insumo se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se puedan denominar como materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos. El recurso insumo siempre tiene que ver con actividades productivas que tienen por fin la realización de otro bien más complejo y que implica un mayor proceso de elaboración (Edukavital., 2013).

- **Materiales Directos**

Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado o servicio, fácilmente se asocian con este y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto o prestación de un servicio (Gómez, 2018).

- **Materiales indirectos**

Son los que están involucrados en la elaboración de un producto o servicio, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos (Gómez, 2018).





- **Mano de obra directa**

Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado, que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran influencia en la elaboración (Gomez, 2018).

- **Mano de obra indirecta**

Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto (Gómez, 2018).

- **Mantenimiento**

Es aquel desembolso de dinero que sirve para mantener la maquinaria e instalaciones en perfectas condiciones de funcionamiento (Sacristan, 2001).

- **Mercado**

Según Roberth Pindyck, un mercado es un conjunto de compradores y vendedores que se interrelacionan posibilitando realizar intercambios (Bocanegra, 2005).

- **Precio**

Valor mercantil de un bien o servicio en dinero, estimación que hacemos de una mercancía en términos de otra. Es decir, la parte del excedente de un bien cualquiera que esté dispuesto a traspasar para adquirir el excedente que experimenta un sujeto respecto de otro bien que posee (Billene, 2016).

- **Publicidad**

Conjunto de técnicas de métodos que se utilizan para poder dar a conocer un producto en el mercado y estimular su demanda (Espinoza, 2016).



## - Valor de venta

Es aquel precio que se le da a un producto, o servicio, sin considerar el impuesto general a las ventas (Soria, C.J., 2011).

## 2.5 Hipótesis

### 2.5.1 Hipótesis General

Los costos de operación y los ingresos del atractivo Basílica Catedral del Cusco, período 2018, son significativos.

### 2.5.2 Hipótesis Específicos

- Los costos de operación del atractivo Basílica Catedral del Cusco periodo 2018 son significativos.
- Los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco, período 2018 es significativo.
- Los ingresos por el boleto integral del atractivo Basílica Catedral del Cusco periodo 2018 es significativo.

## 2.6 Variables de estudio

### 2.6.1 Variables

- Costos de operación
- Ingresos

### 2.6.2 Conceptualización de las variables

#### Costos de operación

Los costos de operación son los gastos que están relacionados con la operación de un negocio, o para el funcionamiento de un dispositivo componente, equipo o servicio,



ellos son el costo de los recursos utilizados por una organización solo para mantener su existencia (Soria, C.J., 2011).

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien o servicio (Soria, C.J., 2011).

### Ingresos

Ordinarios o de operación. Son aquellos que provienen de la actividad normal y propia de la entidad económica. Por ejemplo, los ingresos obtenidos por venta de mercancías en el caso de una entidad comercial o prestación de servicios (Piña P. R., 2009).

### 2.6.3 Operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores
Costos de operación	Los costos de operación son los gastos que están relacionados con la operación de un negocio, o para el funcionamiento de un dispositivo componente, equipo o servicio, ellos son el costo de los recursos utilizados por una organización solo para mantener su existencia (Soria, C.J., 2011).	Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien o servicio (Soria, C.J., 2011).	Costos directos.  Costos indirectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mano de obra directa</li> <li>• Útiles de aseo y limpieza</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Mantenimiento</li> <li>• Depreciación</li> </ul>



Ingresos	Es la entrada de dinero, esto se consigue principalmente mediante las ventas de productos o servicios (Calvo, 2018).	Ingresos propios anuales	Monto recaudado año 2018	<ul style="list-style-type: none"><li>• Usuarios</li><li>• Tarifas</li><li>• Precio de ingreso</li></ul>
----------	--	--------------------------	--------------------------	--



## CAPITULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

### 3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es básica porque, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación pura, en razón, que se utilizan conocimientos de la ciencia contable, a fin de aplicarlas en el proceso de evaluación del sistema de costos de operación y los ingresos que tiene la iglesia católica sobre la Basílica Catedral del Cusco (Carrasco, 2007).

### 3.2 Enfoque de investigación

De acuerdo a la naturaleza del estudio la investigación, tiene un enfoque cuantitativo, ya que se trabaja con datos numéricos que nos ayudan a establecer y determinar el costo de operación y los ingresos que obtiene la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.

El enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

### 3.3 Diseño de la investigación

Se desarrolla el diseño no experimental, para la obtención de la información que se requiere en la investigación, tal como se dan en su contexto para después describirlos de acuerdo a los resultados encontrados en la investigación.

Según Hernández la investigación no experimental se define, 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 independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

### **3.4 Alcance de la Investigación**

Por el alcance: La presente investigación es descriptiva, porque va a describir de forma detallada todos los procedimientos que intervienen en los hechos sobre las variables.

Es la forma más elemental de investigación a la que puede recurrir un investigador. En este diseño el investigador busca y recoge información actual con respecto a una situación previamente determinada, no presentándose la administración o control de un tratamiento. En esta investigación no podemos suponer la influencia de variables extrañas, nos limitamos a recoger la información que nos proporciona la situación actual (Paniagua, 2017).

### **3.5 Población y muestra de la Investigación**

#### **3.5.1 Población**

La población está conformada por 10 personas: La Gerencia, Personal Administrativo y operaciones 7 colaboradores y 2 asistentes contables de la dirección en la Basílica Catedral del Cusco, periodo 2018, asimismo la documentación sustentadora correspondiente al ejercicio 2018.

#### **3.5.2 Muestra**

La muestra utilizada fue por conveniencia por la disposición del personal administrativo disponible en la empresa. Además del muestreo fue No Probabilístico que fue dirigido a la gerencia y administración de la empresa que comprendió de cuatro (04)



personas que laboran en la gerencia y administración de la empresa: El gerente de la empresa (01), el personal encargado de la administración del personal (01), personal de operaciones (01), asistente contable (01), así como también la documentación respectiva.

### **3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos**

Las técnicas e instrumentos que se utilizó para la recolección y tratamiento de la información que conduce al logro de los objetivos: general y específicos del presente trabajo de Investigación es como sigue:

#### **3.6.1 Técnicas**

Se ha seleccionado las siguientes técnicas para obtener los datos:

**Análisis Bibliográficos.** - Utilizando como fuentes: libros, revistas, artículos de internet, normas legales y trabajos afines existentes en las bibliotecas.

**Observación y análisis.** - Se han utilizado durante todo el proceso de la investigación, la observación de documentos para obtener datos de los costos de operación e ingresos.

#### **3.6.2 Instrumentos**

**Entrevista.** - Se desarrolla para cumplir con la etapa de consulta sobre el correcto proceso de los costos operativos y los ingresos.

**Guía de Observación.** - Donde se utilizó como instrumentos: fichas textuales y de resumen; recurriendo como fuentes a los documentos de la Basílica Catedral del Cusco para así obtener datos de dominios de las variables. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014)



### **3.7 Procesamiento de Datos**

Los datos obtenidos mediante la utilización de las técnicas e instrumentos antes mencionados, recurriendo a los informantes o fuentes también ya indicados, serán incorporados al programa de Excel; y con ellos se elaborarán informaciones en la forma de gráficos de pastel con ordenamientos de izquierda a derecha, de mayor a menor; y de barras, así como tablas, con precisiones porcentuales.



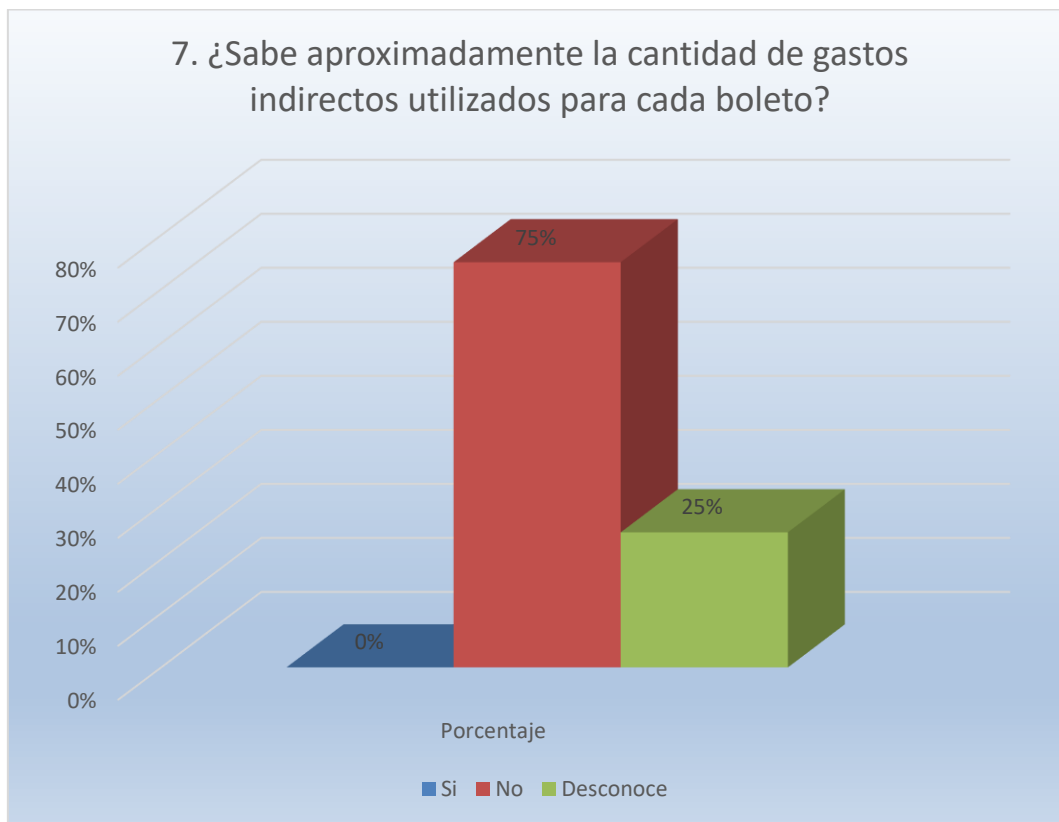
## CAPITULO IV RESULTADOS

### 4.1 Resultados obtenidos en relación al Objetivo General.

Establecer los costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018

De la entrevista realizada al Gerente, Administrador y trabajadores de la catedral del Cusco, se obtuvo la siguiente información.

La investigación realizada ha podido llegar a los siguientes resultados



*Figura 2. Aproximadamente conoce la cantidad de gastos indirectos utilizados para cada boleto de ingreso a la basílica Catedral del Cusco periodo 2018.*

### INTERPRETACIÓN

En la figura 7 se pregunta sobre los gastos indirectos como son útiles de aseo, limpieza, servicios básicos etc., para el cálculo del boleto de ingreso que se vende para la visita de la catedral, lo cual no se conoce en un 75%.

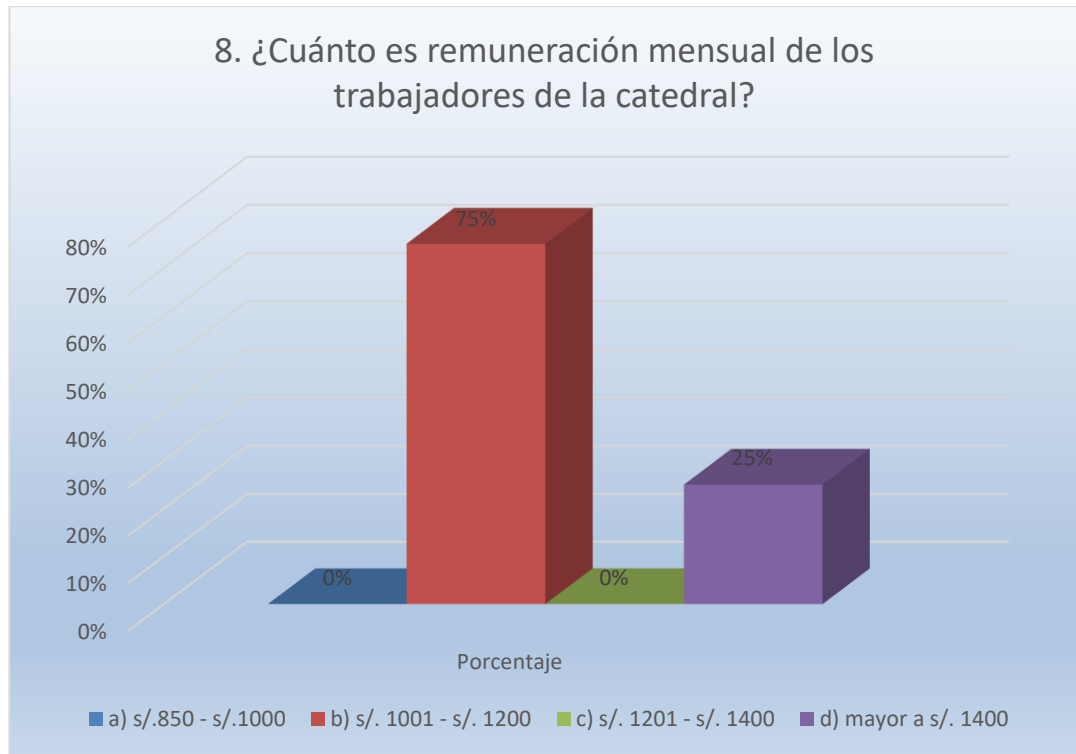
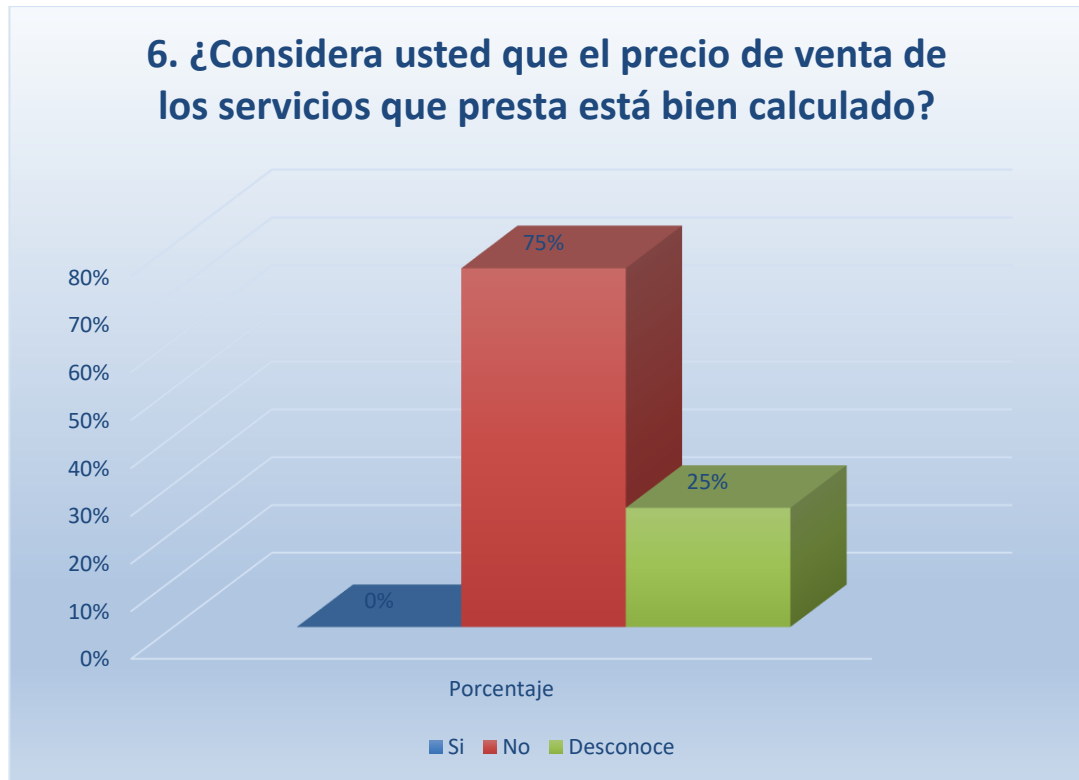


Figura 3. Cuánto es la remuneración mensual de los trabajadores del atractivo basílica Catedral del Cusco.

### INTERPRETACIÓN

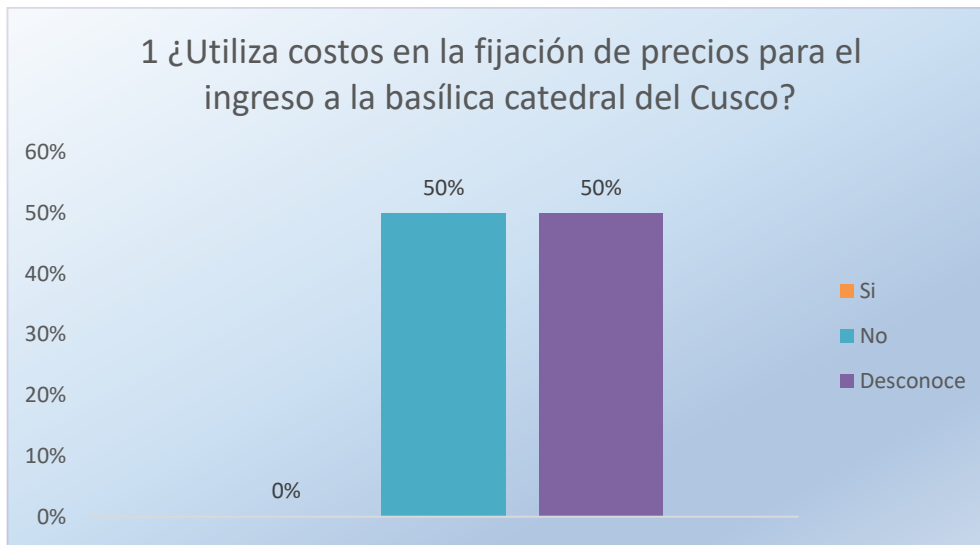
En la figura 8 se pregunta sobre la remuneración de los trabajadores que laboran dentro del atractivo turístico religioso de la basílica catedral del Cusco, el cual está sobre un promedio de 1,200 soles, para la gran mayoría de trabajadores y otro 25% está sobre los 1,400 soles.



*Figura 4.* El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado.

#### INTERPRETACIÓN

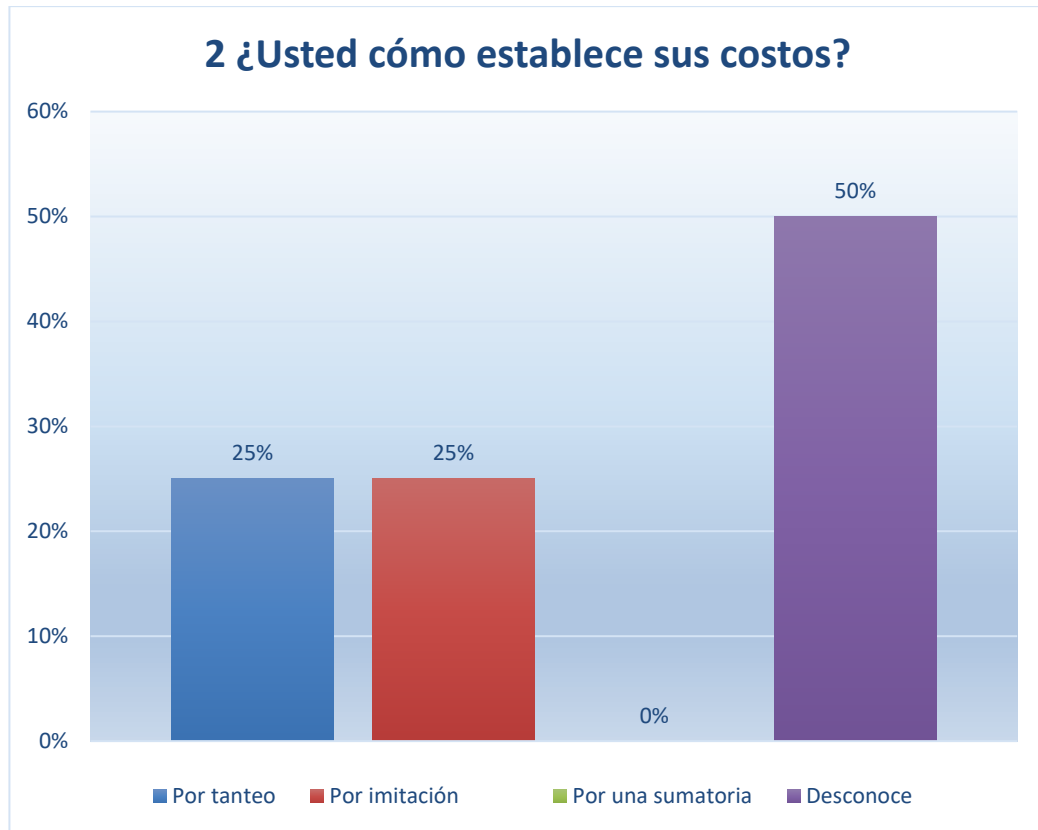
En la figura 6 se muestra que los servicios que se prestan con relación a la visita del museo de la Catedral del Cusco no están debidamente calculados y el 25 % desconoce el cálculo del precio de ingreso de los boletos para visitar la catedral.



*Figura 5. Los costos se utilizan en la fijación de precios para el ingreso a la Basílica Catedral del Cusco.*

#### INTERPRETACIÓN

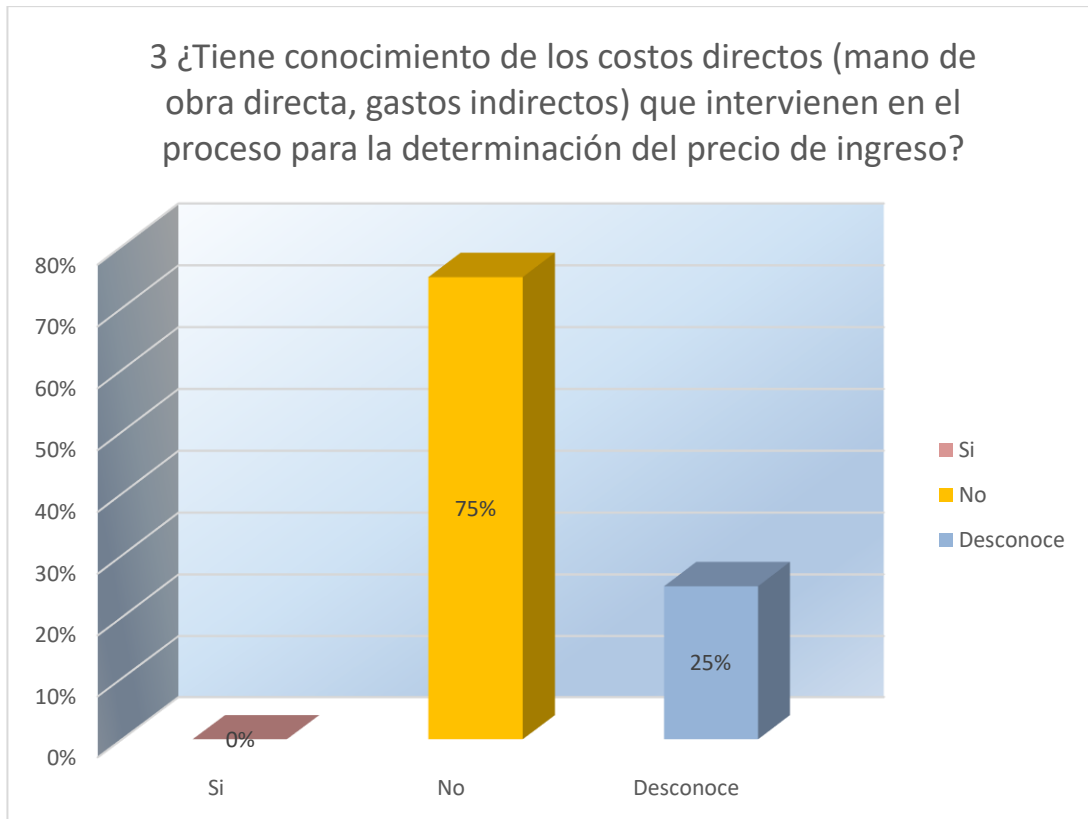
En la figura 1 se observa que el 50% de funcionarios y trabajadores equivalentes a 2 colaboradores manifestaron que en la administración de la catedral museo, no utiliza un sistema de costos para la fijación de precios, de igual manera el otro 50% desconoce si utilizan costos para la determinación de precios de ingreso al atractivo turístico religioso.



*Figura 6. Cómo se establecen los costos en la Basílica Catedral del Cusco.*

### INTERPRETACIÓN

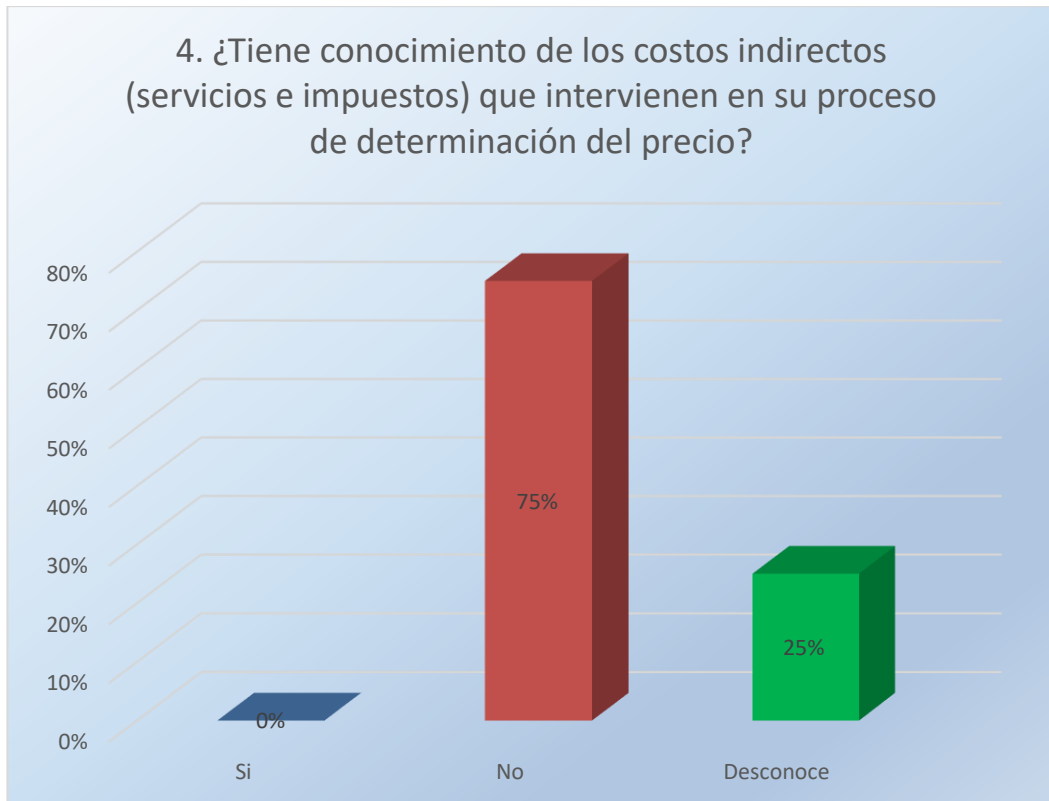
En la figura 2 se observa que el 50% de los funcionarios y trabajadores desconoce la aplicación de costos en la determinación del precio de ingreso a la Catedral del Cusco, el 25% piensa que se aplica costos por imitación con otros museos, y el restante 25 % cree que se hace por tanteo.



*Figura 7. Conoce los costos directos (mano de obra directa, gastos indirectos) que intervienen en el proceso para la determinación del precio de ingreso al atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco.*

#### INTERPRETACIÓN

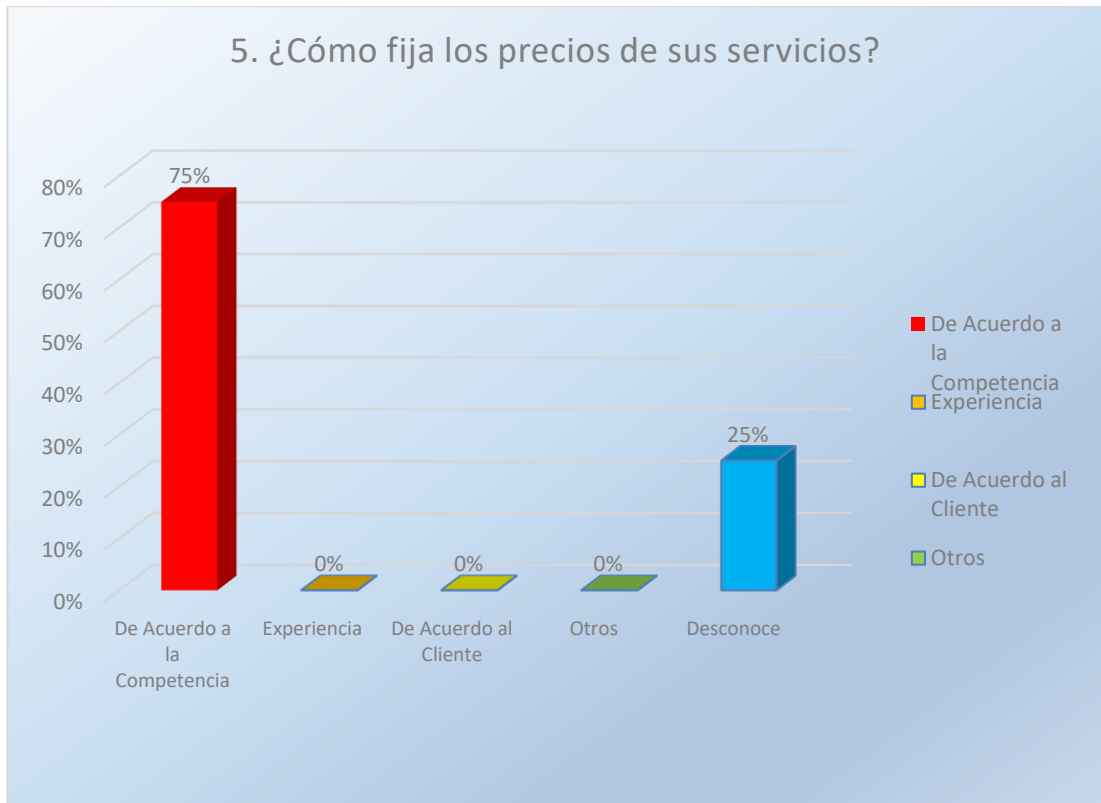
En la figura 3 se observa que de los 4 trabajadores, tres colaboradores indican que no tienen conocimiento de la determinación de los precios de ingreso a la Catedral del Cusco y el 25% restante desconoce los costos directos que intervienen en la fijación de precios para el ingreso al atractivo turístico religioso.



*Figura 8. Conoce los costos indirectos (servicios e impuestos) que se realizan en el mantenimiento de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.*

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 4 se observa que tampoco tienen conocimiento sobre los costos indirectos como impuestos y servicios básicos que intervienen para el mantenimiento y el uso de la basílica Catedral del Cusco como museo.



*Figura 9.* Los precios de ingreso a la Basílica Catedral del Cusco como se determinan.

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 5 se muestra como se fijan los precios de ingreso a la Catedral del Cusco de acuerdo de la competencia pero a nivel internacional y solo el 25% desconoce cómo se determinan los precios de ingreso al atractivo turístico religioso.



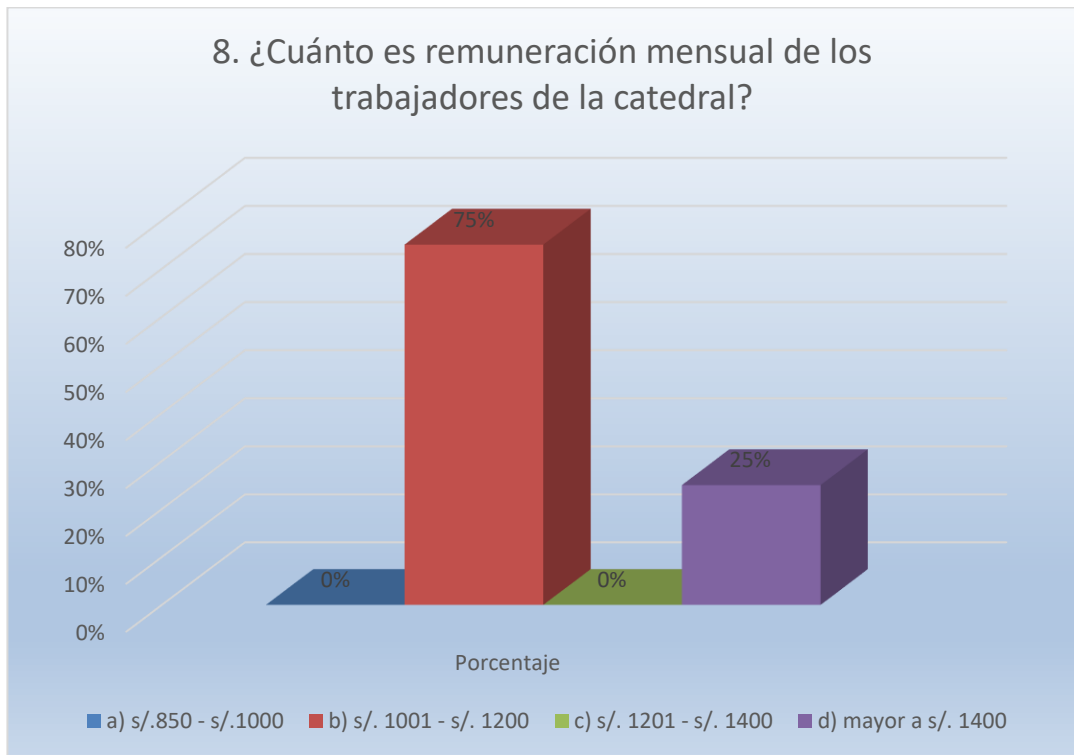
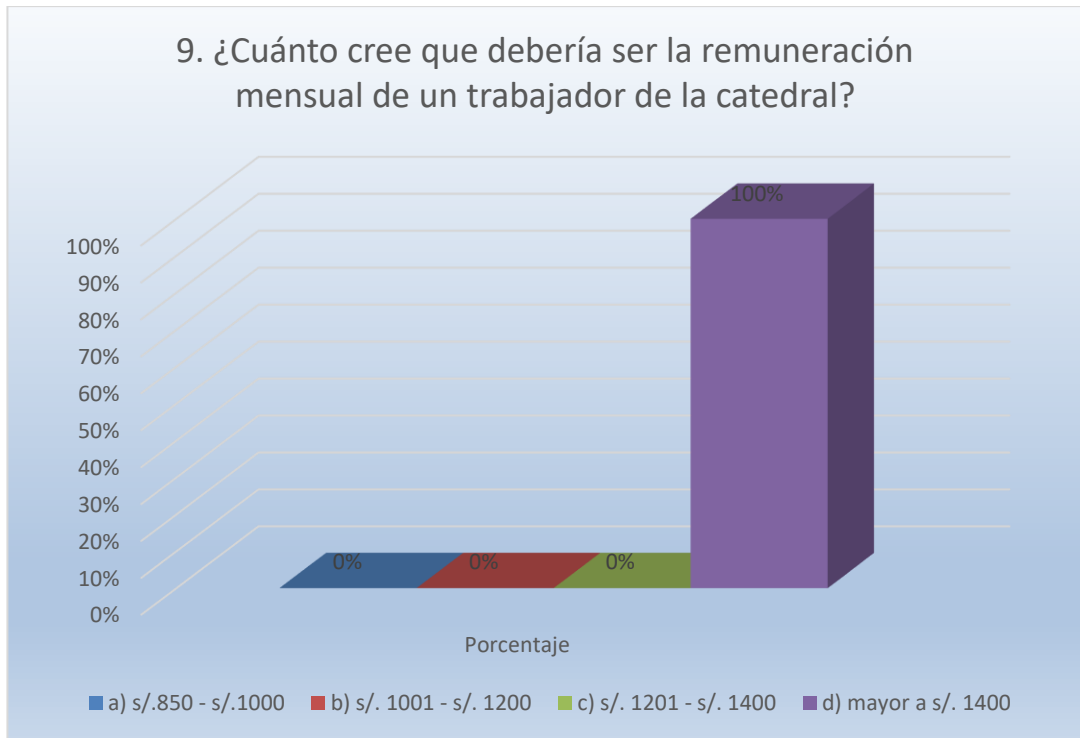


Figura 10. Cuánto es la remuneración mensual de los trabajadores del atractivo basílica Catedral del Cusco.

### INTERPRETACIÓN

En la figura 8 se pregunta sobre la remuneración de los trabajadores que laboran dentro del atractivo turístico religioso de la basílica catedral del Cusco, el cual está sobre un promedio de 1,200 soles, para la gran mayoría de trabajadores y otro 25% está sobre los 1,400 soles.



*Figura 11.* ¿Cuánto cree que debería ser la remuneración mensual de un trabajador de la catedral?

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 9 se muestra que las remuneraciones para los trabajadores de la catedral, debería estar en un promedio mayor de 1400 soles mensuales de acuerdo a la respuesta del 100% de los encuestados.



Figura 12. ¿En la determinación de costo de operación considera la mano de obra directa?

### INTERPRETACIÓN

En la figura 10 se pregunta sobre los costos de operación si considera la mano de obra, y la respuesta es que no lo consideran, el cual tampoco es considerado en la fijación del precio de ingreso al atractivo turístico religioso de la catedral del Cusco.

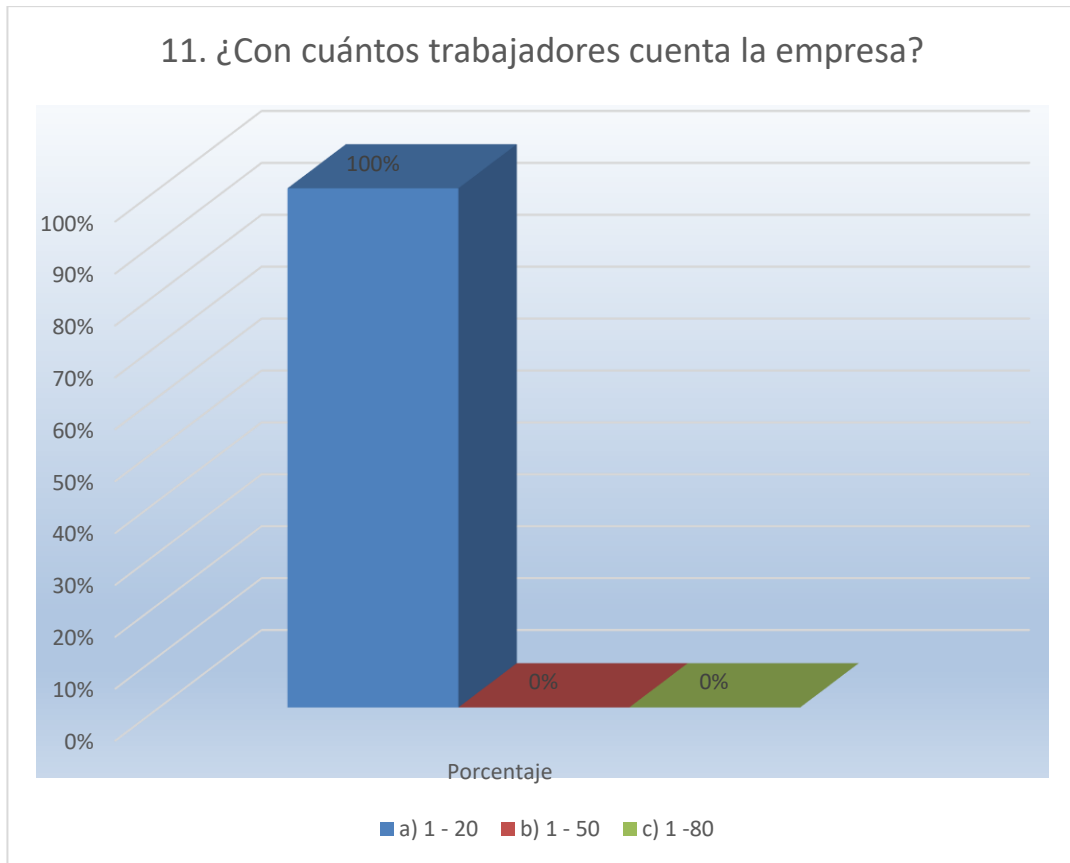


Figura 13. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?

### INTERPRETACIÓN

En la figura 11 se muestra la cantidad de trabajadores que cuenta el museo de la Catedral del Cusco para su vigilancia y mantenimiento, en los horarios de atención al público que es de lunes a domingo y son aproximadamente de 20 trabajadores.

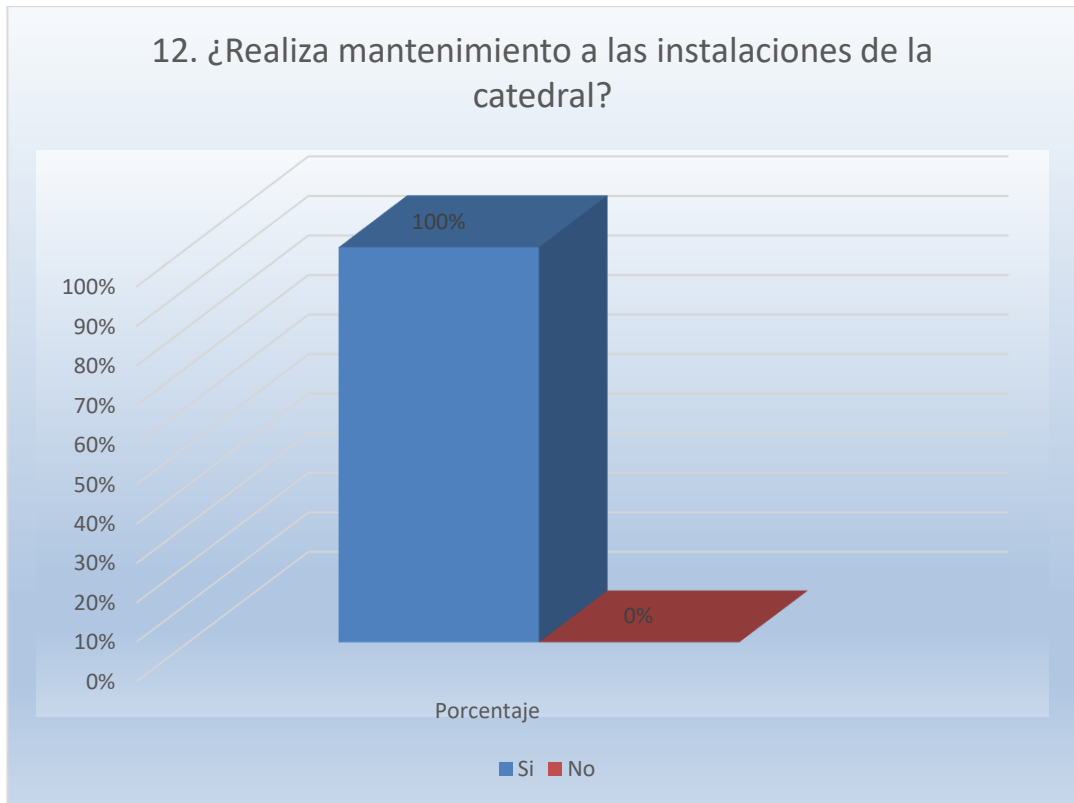


Figura 14. ¿Realiza mantenimiento de limpieza a las instalaciones de la catedral?

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 12 se muestra que en el atractivo turístico religioso del museo de la Catedral del Cusco se realiza mantenimiento diario de limpieza, para la visita de turistas en general, según la respuesta de los encuestados al 100%.

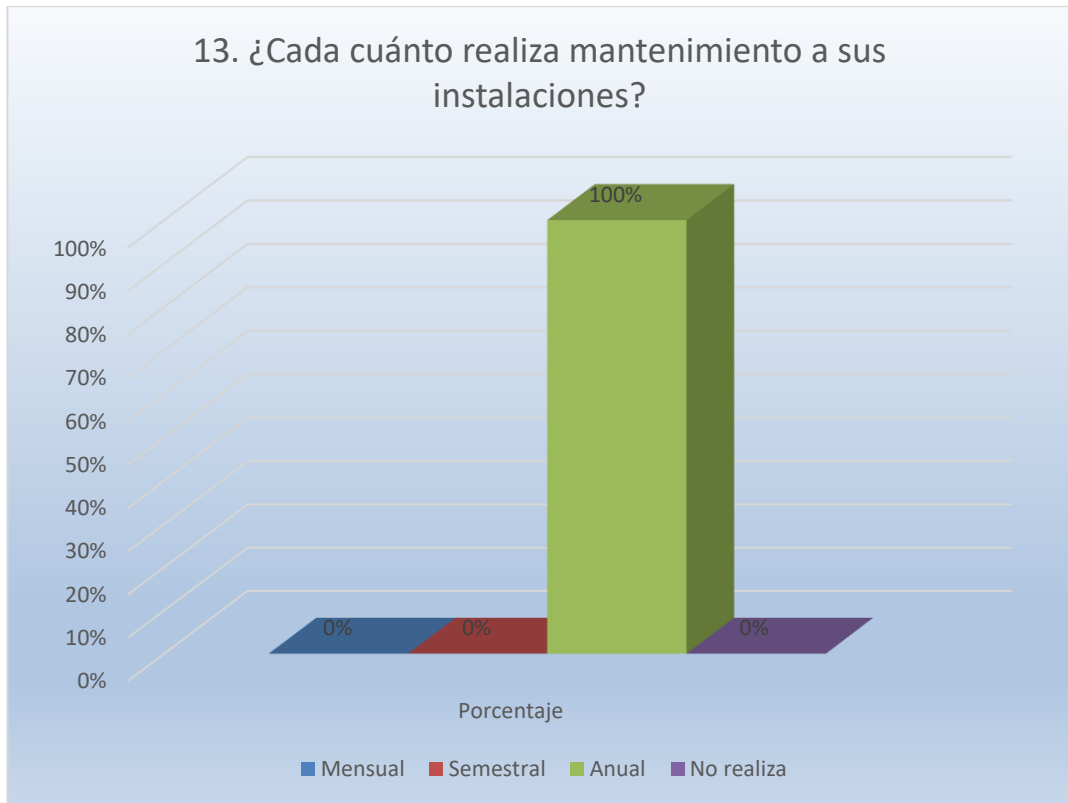


Figura 15. ¿Cada cuánto realiza mantenimiento a sus instalaciones estructurales?

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 13 se preguntó cada que tiempo se realiza mantenimiento total al monumento catedralicio, y la respuesta fue cada anualmente se revisa y arregla sus instalaciones tanto estructurales como eléctricas.

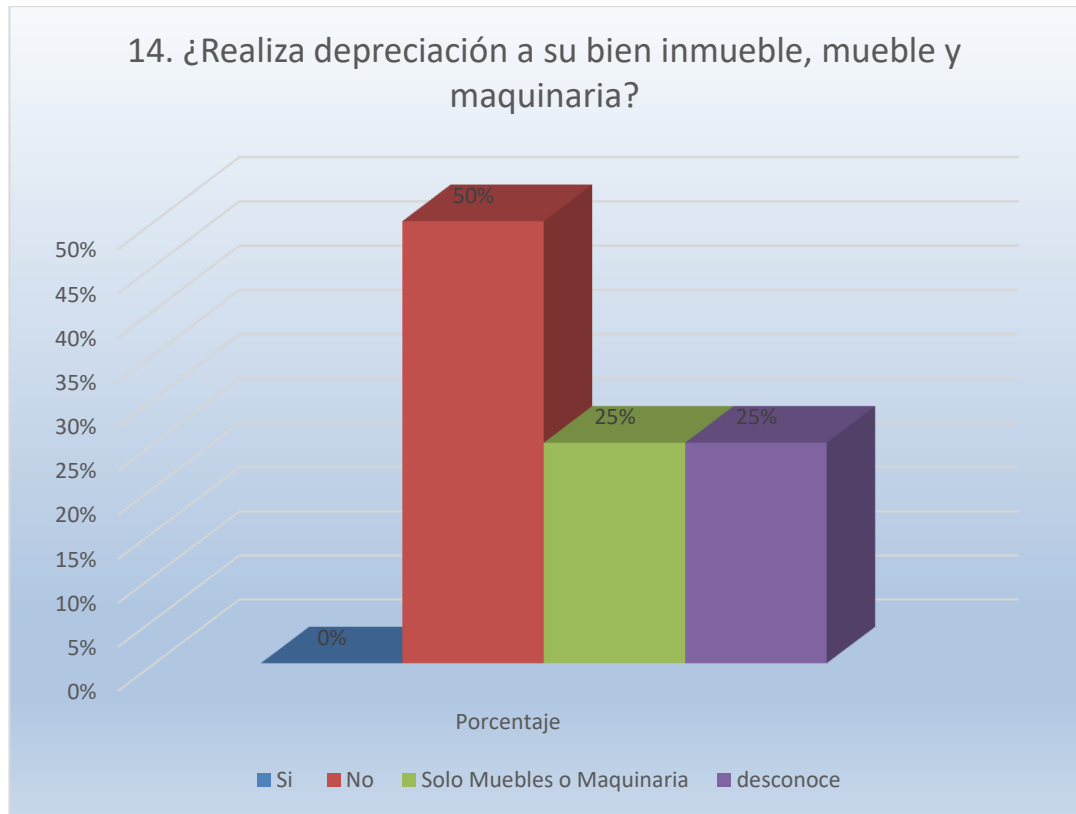


Figura 16. ¿Realiza depreciación a su bien inmueble, mueble y maquinaria?

### INTERPRETACIÓN

En la figura 14 se muestra que nunca se ha realizado una depreciación al inmueble en donde está construida la Catedral del Cusco, pero si a los muebles, enseres y maquinaria que tiene el atractivo turístico religioso de la ciudad del Cusco.



Figura 17. ¿Su complejo catedralicio es propia o alquilada?

### INTERPRETACIÓN

En la figura 15 se preguntó si el complejo catedralicio es propio o alquilada y la respuesta fue contundente, pertenece al Arzobispado del Cusco, según los encuestados al 100%.

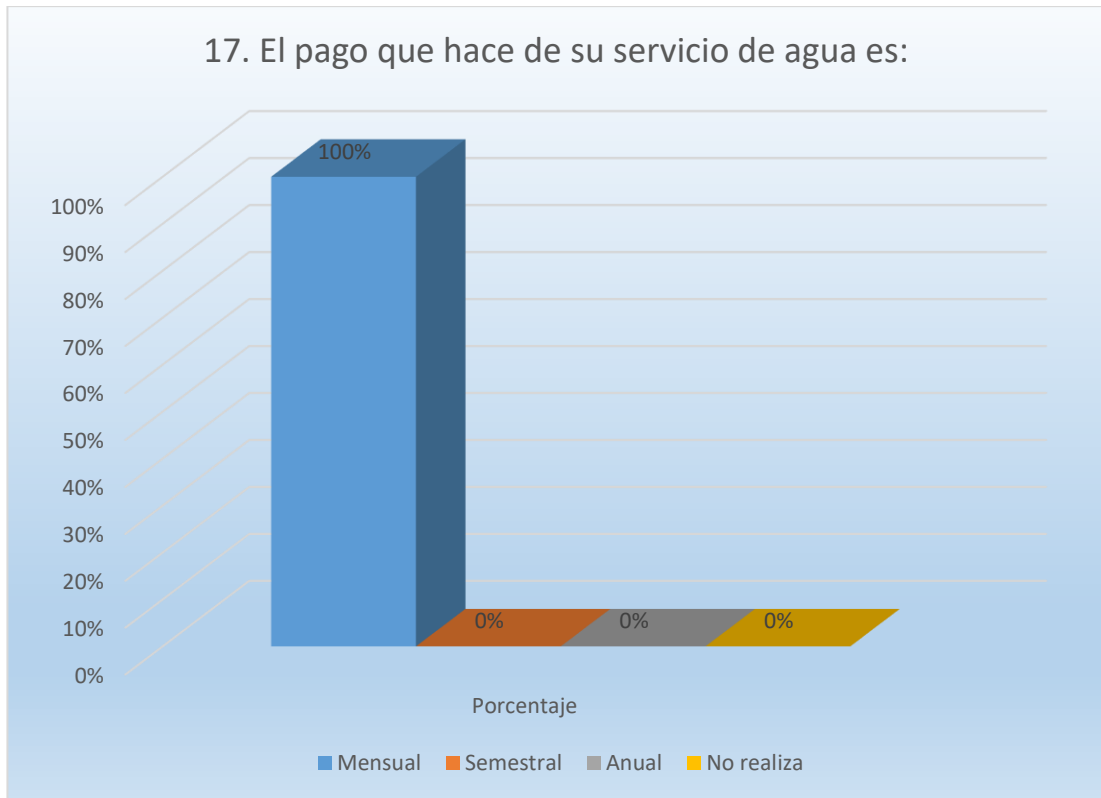




*Figura 18.* ¿En la determinación del costo de los boletos de ingreso, toma en cuenta los costos indirectos de fabricación como luz, agua, alquiler, teléfono, etc.?

### INTERPRETACIÓN

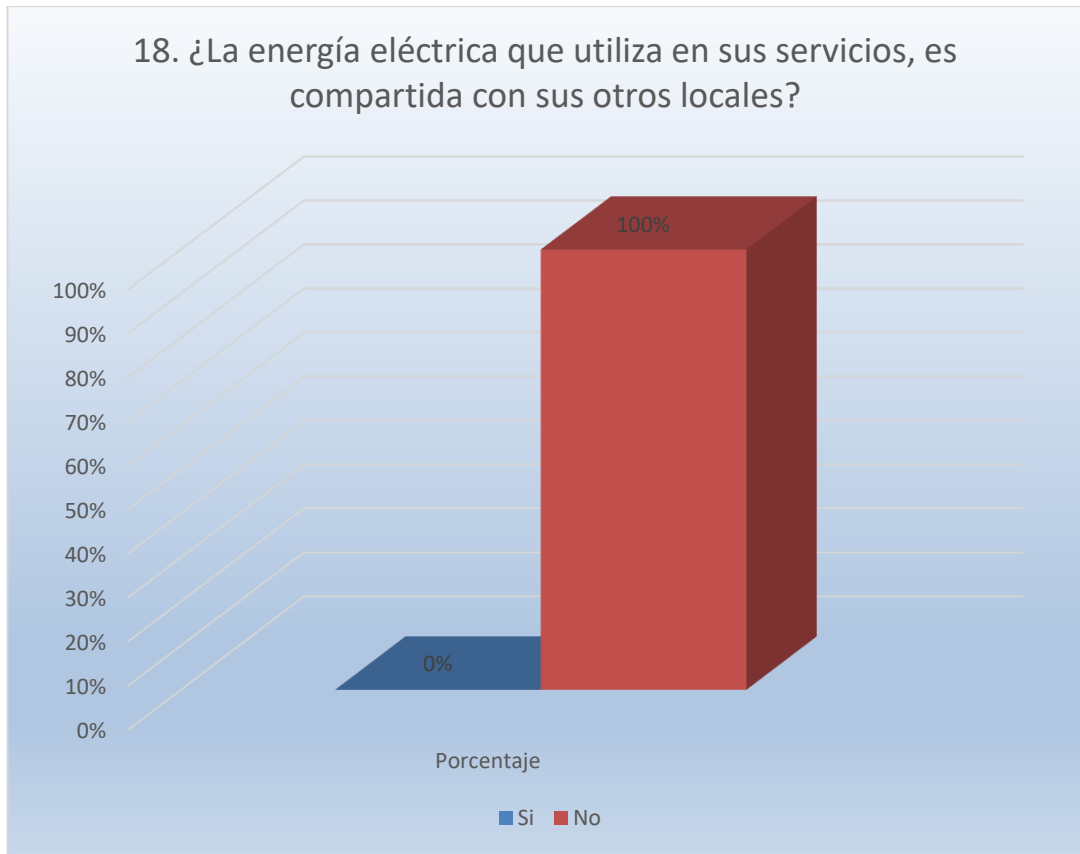
En la figura 16 se pregunta sobre la determinación de los costos indirectos para los costos del boleto de ingreso a la catedral y tampoco se toma en cuenta en un 75%.



*Figura 19.* El pago que hace de su servicio de agua es:

#### INTERPRETACIÓN

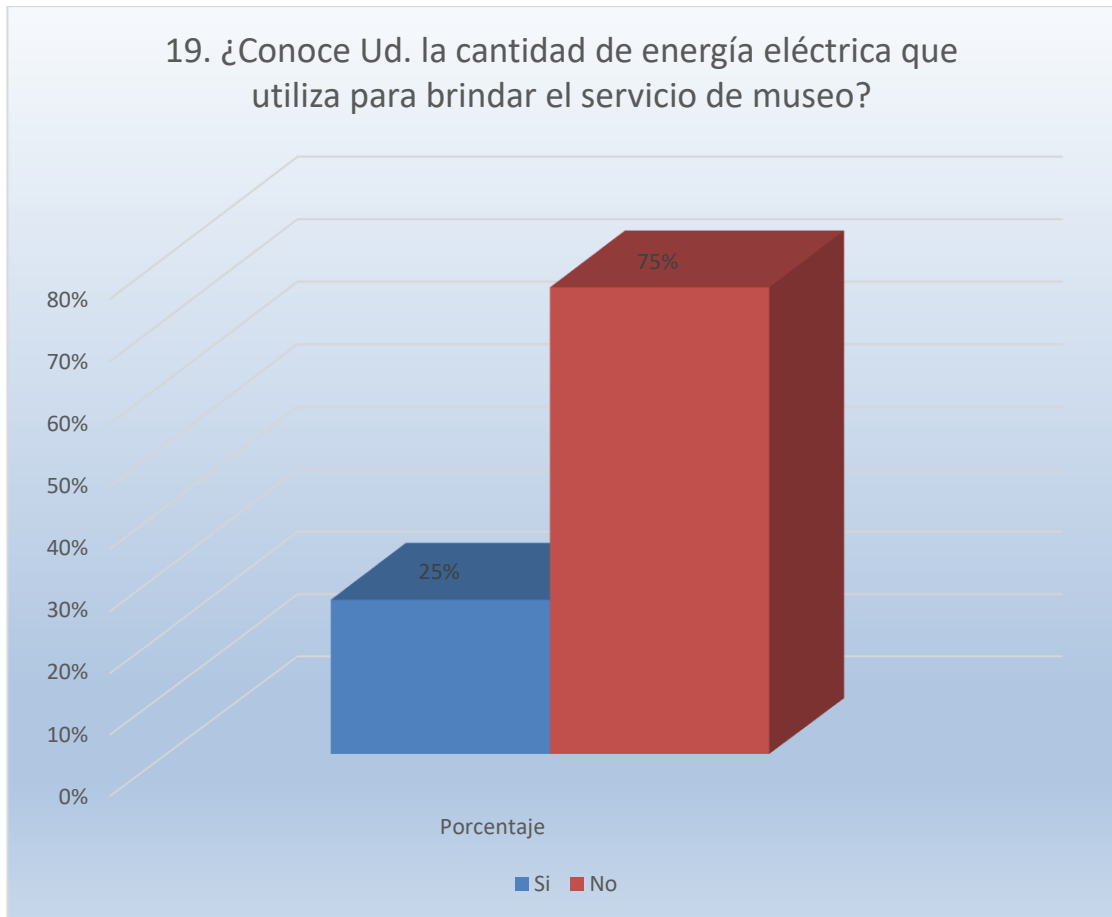
En la figura 17 se pregunta sobre el servicio de agua que tiene la Catedral del Cusco, y el pago es mensual, respondiendo al 100% que el servicio se paga mensualmente.



*Figura 20.* ¿La energía eléctrica que utiliza en sus servicios, es compartida con sus otros locales?

#### INTERPRETACIÓN

La figura 18 nos muestra respuestas al 100% que la energía eléctrica que se utiliza en el museo de la catedral no es compartida con otros locales.



*Figura 21.* ¿Conoce Ud. la cantidad de energía eléctrica que utiliza para brindar el servicio de museo?

### *INTERPRETACIÓN*

La figura 19 en la pregunta si conoce la cantidad de energía eléctrica que se utiliza para el horario de museo, el 75% responde que no conoce, por lo tanto el recibo de luz eléctrica tiene montos totales, en donde está el consumo para las horas de culto y las horas de museo para visita de turistas nacionales y extranjeros.

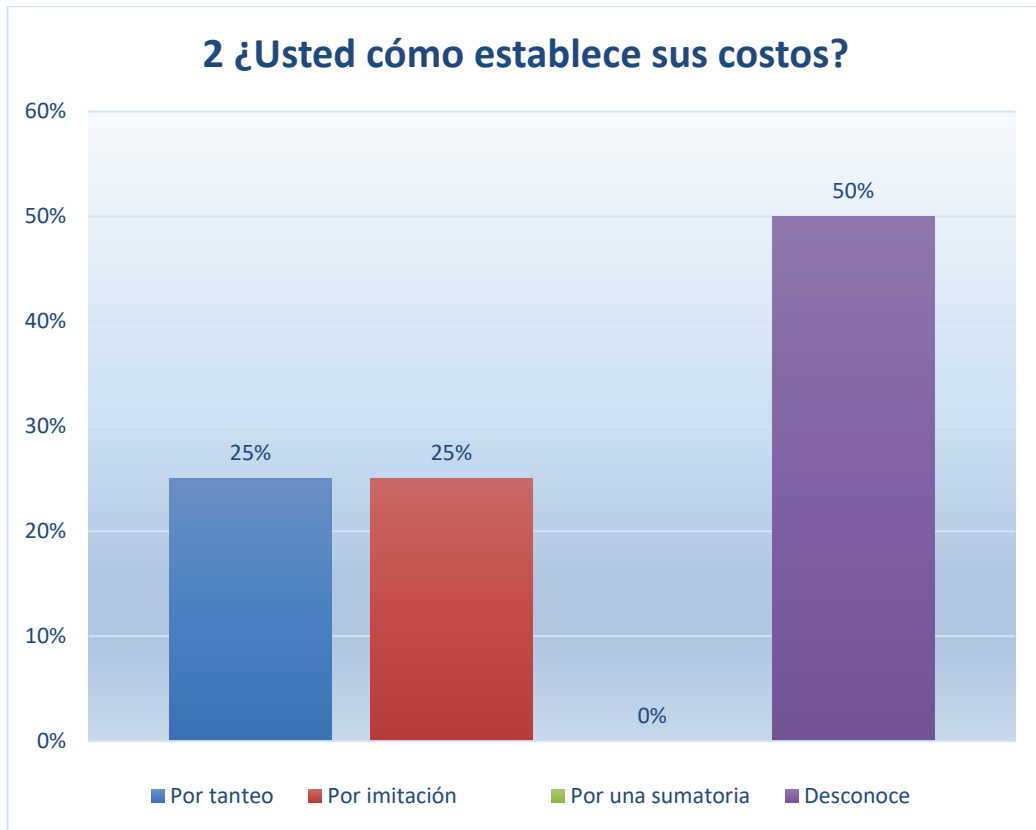
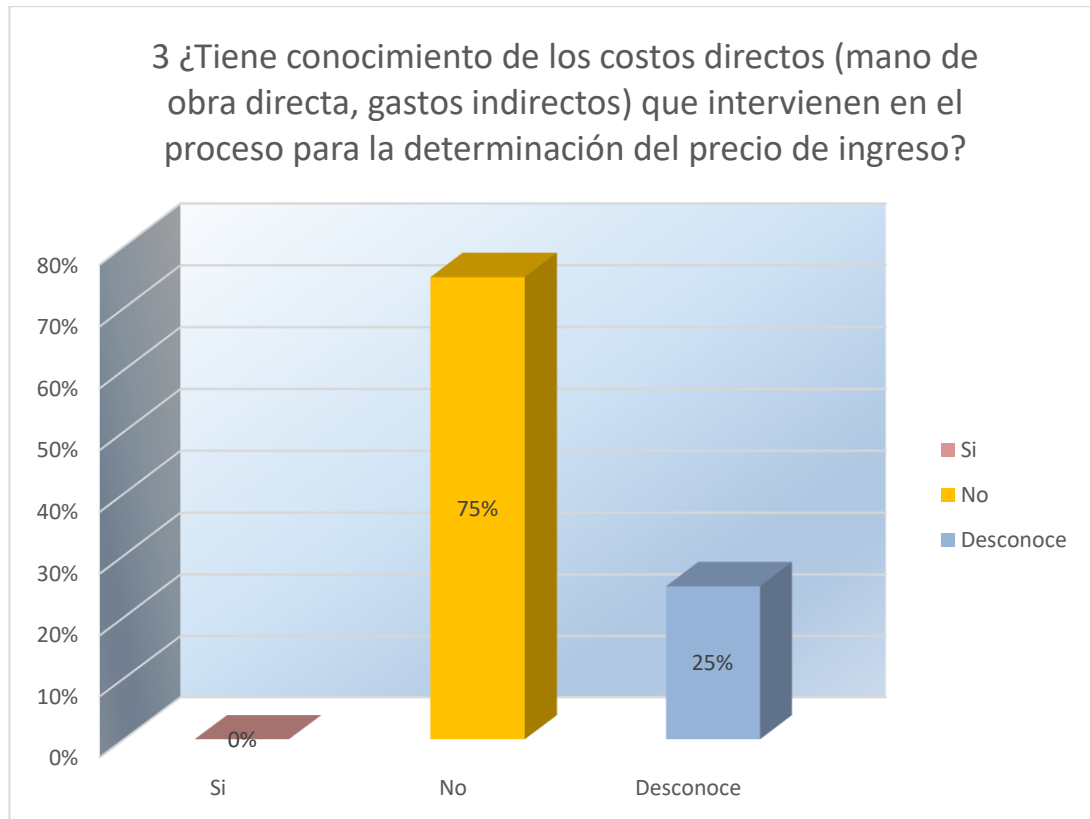


Figura 22. Cómo se establecen los costos en la Basílica Catedral del Cusco.

### INTERPRETACIÓN

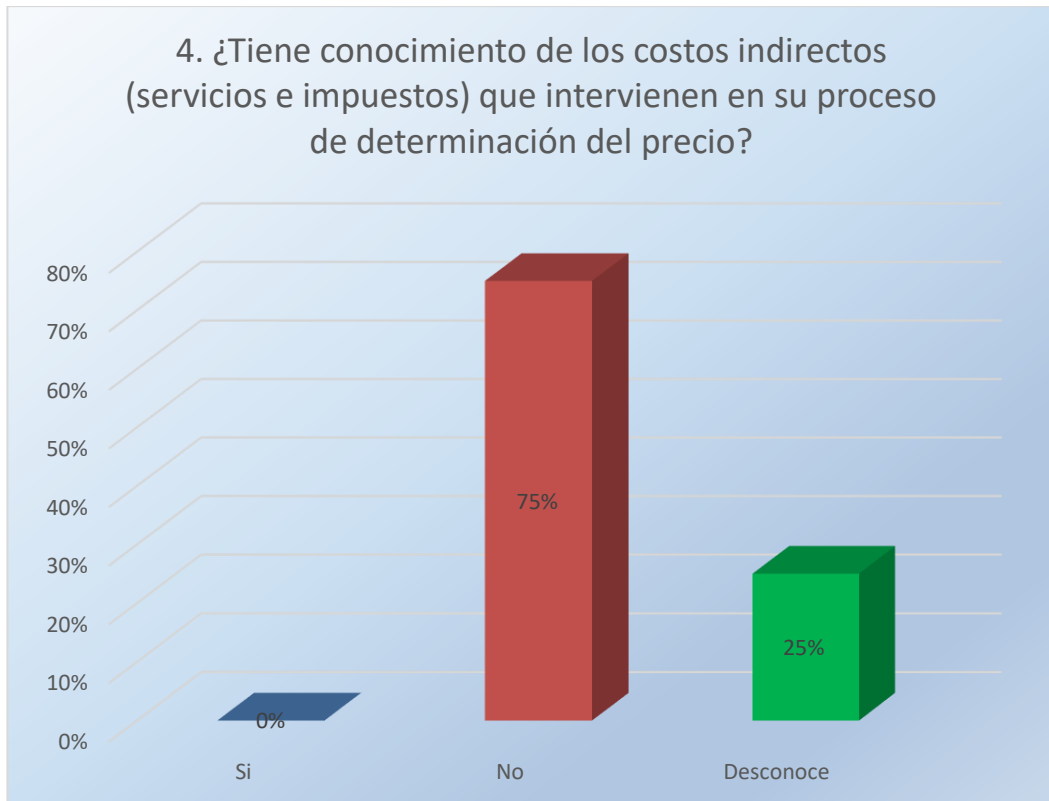
En la figura 2 se observa que el 50% de los funcionarios y trabajadores desconoce la aplicación de costos en la determinación del precio de ingreso a la Catedral del Cusco, el 25% piensa que se aplica costos por imitación con otros museos, y el restante 25 % cree que se hace por tanteo.



*Figura 23. Conoce los costos directos (mano de obra directa, gastos indirectos) que intervienen en el proceso para la determinación del precio de ingreso al atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco.*

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 3 se observa que de los 4 trabajadores, tres colaboradores indican que no tienen conocimiento de la determinación de los precios de ingreso a la Catedral del Cusco y el 25% restante desconoce los costos directos que intervienen en la fijación de precios para el ingreso al atractivo turístico religioso.



*Figura 24. Conoce los costos indirectos (servicios e impuestos) que se realizan en el mantenimiento de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.*

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 4 se observa que tampoco tienen conocimiento sobre los costos indirectos como impuestos y servicios básicos que intervienen para el mantenimiento y el uso de la basílica Catedral del Cusco como museo.

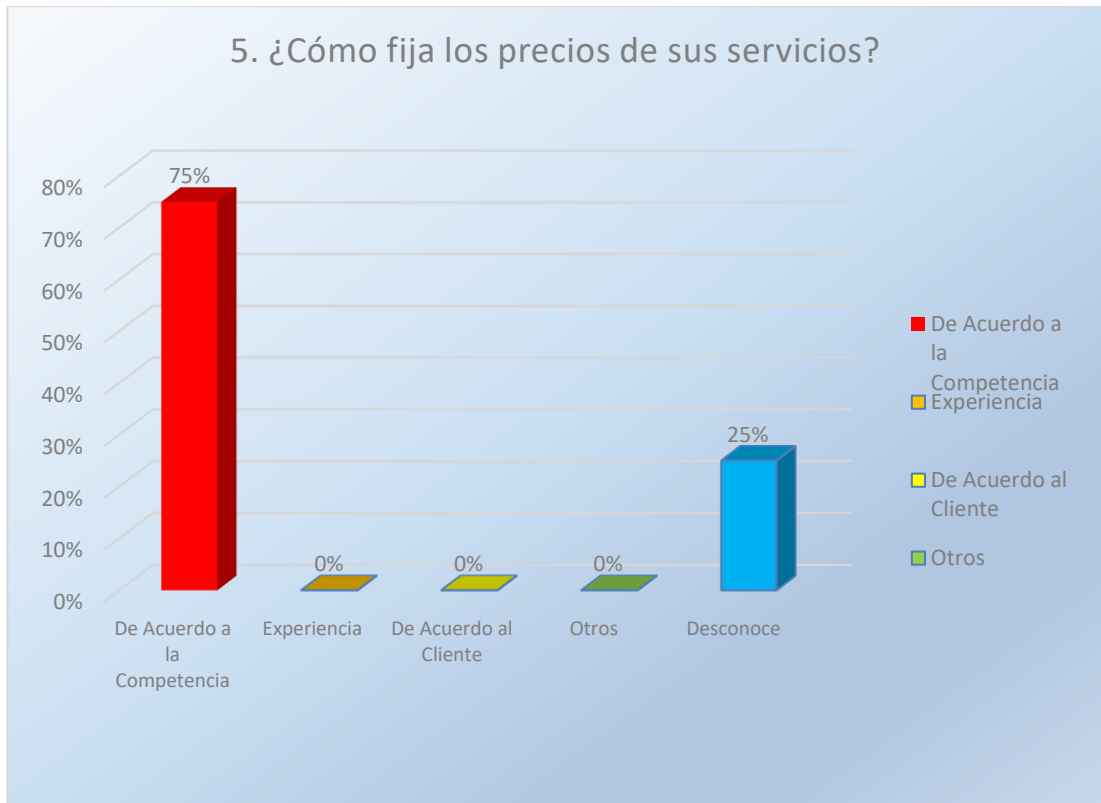
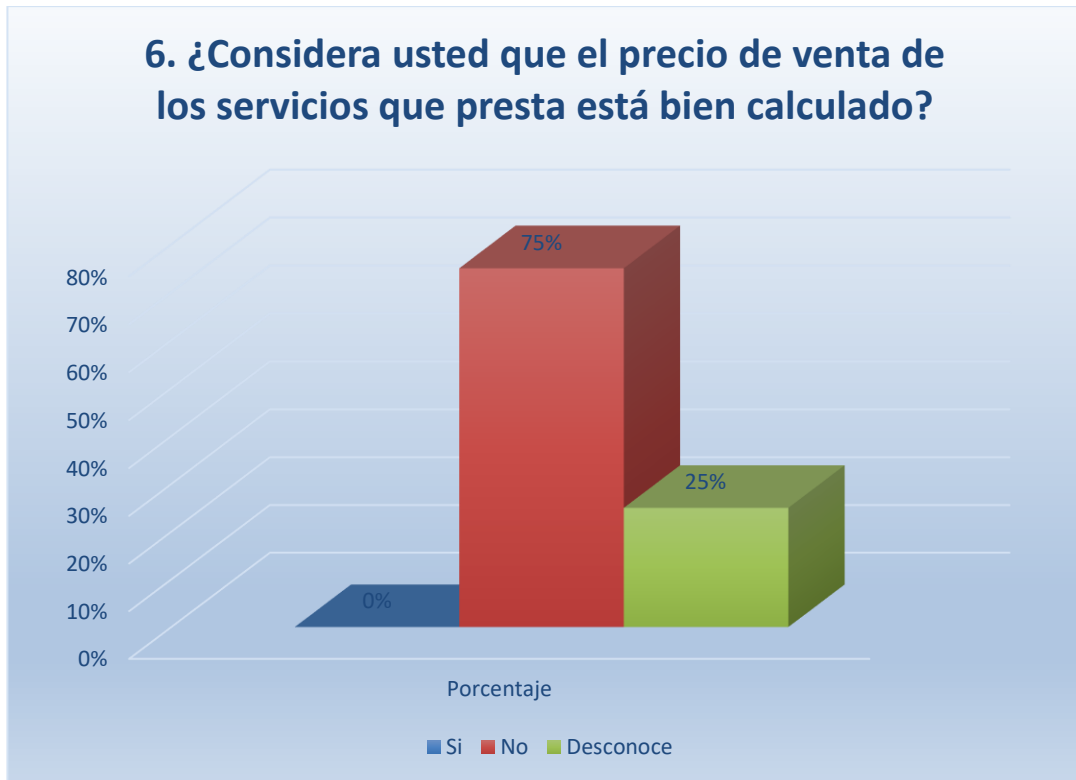


Figura 25. Los precios de ingreso a la Basílica Catedral del Cusco como se determinan.

### INTERPRETACIÓN

En la figura 5 se muestra como se fijan los precios de ingreso a la Catedral del Cusco de acuerdo de la competencia pero a nivel internacional y solo el 25% desconoce cómo se determinan los precios de ingreso al atractivo turístico religioso.





*Figura 26.* El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado.

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 6 se muestra que los servicios que se prestan con relación a la visita del museo de la Catedral del Cusco no están debidamente calculados y el 25 % desconoce el cálculo del precio de ingreso de los boletos para visitar la catedral.

### 6. ¿Considera usted que el precio de venta de los servicios que presta está bien calculado?

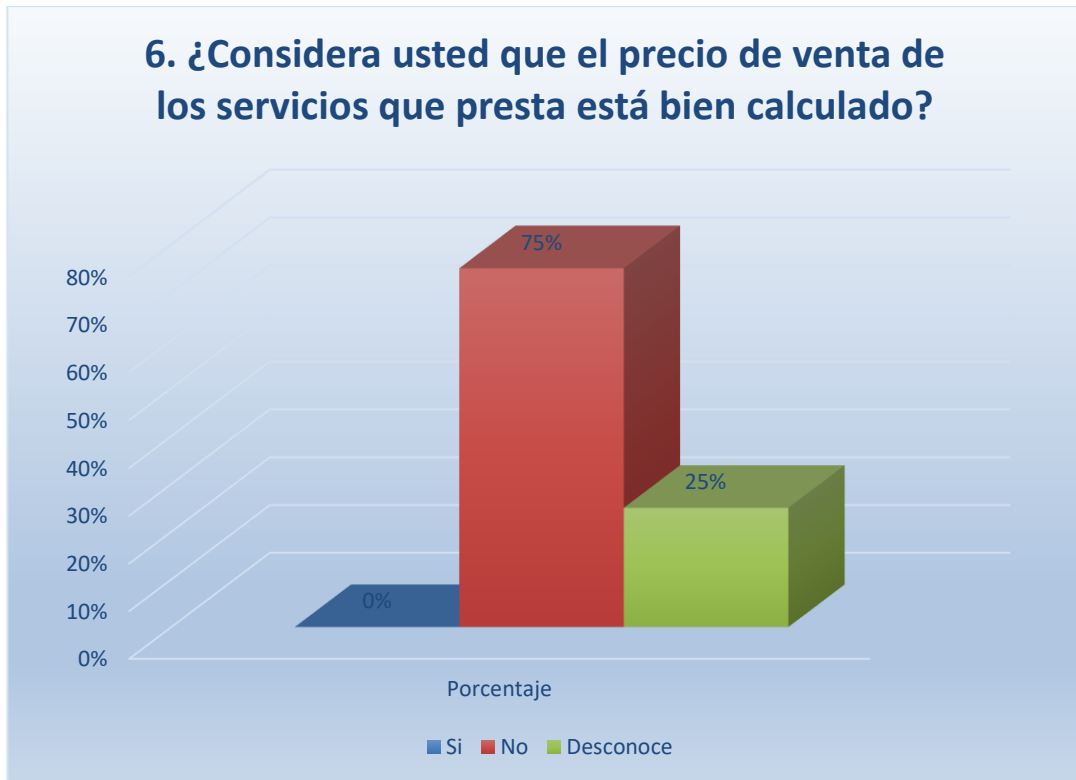


Figura 27. El precio de venta del boleto para ingresar a la Basílica Catedral del Cusco está bien calculado.

#### INTERPRETACIÓN

En la figura 6 se muestra que los servicios que se prestan con relación a la visita del museo de la Catedral del Cusco no están debidamente calculados y el 25 % desconoce el cálculo del precio de ingreso de los boletos para visitar la catedral.

#### 4.2 Resultados obtenidos en relación al Objetivo Especifico 1

Determinar los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.

Tabla 2.

*Ingresos Boletos Parcial Adulto Basílica Catedral del Cusco*

2018	Boleto parcial adulto	valor boleto soles	Total ingreso soles
ENERO	6960	25	174000
FEBRERO	6433	25	160825
MARZO	9578	25	239450
ABRIL	11408	25	285200
MAYO	14429	25	360725
JUNIO	11854	25	296350
JULIO	16284	25	407100
AGOSTO	15954	25	398850
SETIEMBRE	16010	25	400250
OCTUBRE	14781	25	369525
NOVIEMBRE	9632	25	240800
DICIEMBRE	7322	25	183050
	140645		3516125

Tabla 3.

*Ingresos Boletos Parcial Estudiante Basílica Catedral del Cusco*

2018	Boleto parcial estudiante	valor boleto soles	total ingreso soles
ENERO	4640	12.5	58000
FEBRERO	4289	12.5	53612.5
MARZO	6386	12.5	79825
ABRIL	7605	12.5	95062.5
MAYO	9619	12.5	120237.5
JUNIO	7902	12.5	98775
JULIO	10856	12.5	135700
AGOSTO	10636	12.5	132950
SETIEMBRE	10673	12.5	133412.5
OCTUBRE	9854	12.5	123175
NOVIEMBRE	6421	12.5	80262.5
DICIEMBRE	4881	12.5	61012.5
	93762		1172025

### 4.3 Resultados obtenidos en relación al Objetivo Especifico 2

Determinar los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.

Tabla 4.

*Ingresos de Venta de Boletos Integral Adulto en la Basílica Catedral del Cusco*

2018	Bol int adul	valor bole	total ingreso	Distribucion por museos			
				catedral	M.Arzobis	M.san Blas	M. San Cristob
				55%	15%	15%	15%
ENERO	3867	30	116010	63806	17402	17402	17402
FEBRERO	3574	30	107220	58971	16083	16083	16083
MARZO	5321	30	159630	87797	23945	23945	23945
ABRIL	6338	30	190140	104577	28521	28521	28521
MAYO	8016	30	240480	132264	36072	36072	36072
JUNIO	6585	30	197550	108653	29633	29633	29633
JULIO	9046	30	271380	149259	40707	40707	40707
AGOSTO	8863	30	265890	146240	39884	39884	39884
SETIEMBRE	8894	30	266820	146751	40023	40023	40023
OCTUBRE	8212	30	246360	135498	36954	36954	36954
NOVIEMBRE	5351	30	160530	88292	24080	24080	24080
DICIEMBRE	4068	30	122040	67122	18306	18306	18306
	78135		2344050	1289228	351608	351608	351608



Tabla 5.

*Ingresos de Venta de Boletos Integral Estudiante en la Basílica Catedral del Cusco*

2018	Bol int estu	valor bole	total ingreso	Distribución por museos			
				catedral	M.Arzobis	M.San Blas	M. San Cristob
				55%	15%	15%	15%
ENERO	2578	15	38670	21269	5801	5801	5801
FEBRERO	2383	15	35745	19660	5362	5362	5362
MARZO	3548	15	53220	29271	7983	7983	7983
ABRIL	4225	15	63375	34856	9506	9506	9506
MAYO	5344	15	80160	44088	12024	12024	12024
JUNIO	4390	15	65850	36218	9878	9878	9878
JULIO	6031	15	90465	49756	13570	13570	13570
AGOSTO	5909	15	88635	48749	13295	13295	13295
SETIEMBRE	5930	15	88950	48923	13343	13343	13343
OCTUBRE	5474	15	82110	45161	12317	12317	12317
NOVIEMBRE	3567	15	53505	29428	8026	8026	8026
DICIEMBRE	2712	15	40680	22374	6102	6102	6102
	52091		781365	429751	117205	117205	117205



Tabla 6.

*Ingresos del Arzobispado en la Catedral del Cusco 2018*

	Bol par 2018 adul	valor bole	total ingreso	Bol par estu	valor bole	total ingreso	Bol int adul	valor bole	total ingreso	Bol int estu	valor bole	total ingreso	total ingreso
ENERO	6960	25	174000	4640	12.5	58000	3867	30	63806	2578	15	21269	317074
FEBRERO	6433	25	160825	4289	12.5	53612.5	3574	30	58971	2383	15	19660	293068
MARZO	9578	25	239450	6386	12.5	79825	5321	30	87797	3548	15	29271	436343
ABRIL	11408	25	285200	7605	12.5	95062.5	6338	30	104577	4225	15	34856	519696
MAYO	14429	25	360725	9619	12.5	120238	8016	30	132264	5344	15	44088	657315
JUNIO	11854	25	296350	7902	12.5	98775	6585	30	108653	4390	15	36218	539995
JULIO	16284	25	407100	10856	12.5	135700	9046	30	149259	6031	15	49756	741815
AGOSTO	15954	25	398850	10636	12.5	132950	8863	30	146240	5909	15	48749	726789
SETIEMBRE	16010	25	400250	10673	12.5	133413	8894	30	146751	5930	15	48923	729336
OCTUBRE	14781	25	369525	9854	12.5	123175	8212	30	135498	5474	15	45161	673359
NOVIEMBRE	9632	25	240800	6421	12.5	80262.5	5351	30	88292	3567	15	29428	438782
DICIEMBRE	7322	25	183050	4881	12.5	61012.5	4068	30	67122	2712	15	22374	333559
	140645		3516125	93762		1172025	78135		1289228	52091		429751	6407128



Tabla 7.

*Hoja de costos de operación mensual y anual actual de la basílica Catedral del Cusco*

Descripción	Unidad		total
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
Gerente	1	3,000	3,000
Administrador	1	2,500	2,500
Contador	1	2,000	2,000
supervisor	1	1,800	1,800
Restauradores	4	2,000	8,000
Colaboradores	20	1,200	24,000
Subtotal			41,300
Beneficios laborales	45.97%		18,986
canastas julio -diciembre	28	300	8,400
Subtotal			68,686
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Luz			1,200
Agua			50
Teléfono			40
Internet			45
Cera liquida			1,500
Mantenimiento mobiliario y eléctricos			1,000
Mantenimiento cámaras			800
Mantenimiento Reloj			500
Mantenimiento Campana			300
Materiales para restauración			1,500
Impresión de boletos			600
Útiles de aseo			500
Capacitación al personal			833
Depreciación			3125
Subtotal costos indirectos			11,993
Total Gastos mensuales			80,679
TOTAL GASTOS ANUALES			968,148



Tabla 8.

*Hoja de costos de operación IDEAL mensual y anual de la basílica Catedral del Cusco*

Descripción	IDEAL		Total
	Unidad	Sueldo	
<b>COSTOS DIRECTOS</b>			
Gerente	1	5,000	5,000
Administrador	1	4000	4,000
Contador	1	3000	3,000
supervisor	1	2500	2,500
Restauradores	4	3000	12,000
Colaboradores	20	2000	40,000
subtotal			66,500
Beneficios laborales	45.97%		30,570
canastas julio -diciembre	28	400	11,200
subtotal			108,270
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>			
Luz			1,200
Agua			50
Teléfono			40
Internet			45
Cera liquida			1,500
Mantenimiento mobiliario y eléctricos			1,000
Mantenimiento cámaras			800
Mantenimiento Reloj			500
Mantenimiento Campana			300
Materiales para restauración			1,500
Impresión de boletos			600
Útiles de aseo			500
Capacitación al personal			833
subtotal costos indirectos			8,868
Depreciación maq. Mueb.			3,125
total Gastos mensuales			120,263
<b>TOTAL GASTOS ANUALES</b>			<b>1,443,156</b>





## CAPITULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 5.1 Descripción de los hallazgos más relevantes y significativos

Entre los hallazgos más relevantes y significativos que tiene el atractivo turístico religioso, museo de la Catedral del Cusco, en cuanto a sus costos de servicio, se ha determinado que no se utilizan para determinar el precio del boleto de ingreso a la catedral, limitándose a realizar una sumatoria de todos sus egresos, y luego fijar el precio de ingreso al museo de la catedral, por referentes internacionales, como es el pago del boleto de ingreso a la catedral de Notre Dame de la ciudad de Paris, Francia, que es de 9 dólares y la basílica de San Pedro en Roma Italia que su boleto de ingreso cuesta 14 euros.

En cuanto a los ingresos del museo catedralicio del año 2018, han sido de 6, 407,128 de soles, los cuales cubren sus gastos que ascienden a 968,148 soles y queda un remanente de 5, 438, 980 soles, para labores de bien social de acuerdo a lo que disponga el arzobispado del Cusco.

Asimismo se encontró que no hay pago alguno para los visitantes cusqueños, y que el ingreso a la catedral solo se realiza presentado el documento de identidad.

### 5.2 Descripción de las limitaciones del estudio

Entre las principales limitaciones del estudio se puede comentar las siguientes:

- a. No se ha evidenciado documentación sobre la propiedad del inmueble donde está la construcción del museo catedralicio el cual se encuentra sobre un terreno de 4,000 metros cuadrados en la plaza principal de la ciudad del Cusco patrimonio cultural de la humanidad.
- b. No hay un criterio establecido para la determinación de los gastos corrientes, como son la luz el agua etc., ya que los recibos son uno solo por el inmueble de



la catedral, que de 6 a.m. se realiza culto y después de 10 a.m. hasta las 6.p.m. se realiza las visitas turísticas como museo.

- c. No hay antecedentes de estudios relacionados al tema de investigación.

### **5.3 Comparación crítica con la literatura existente**

En el antecedente nacional N° 1 de la tesis titulada “LA GESTIÓN DEL SERVICIO COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES CASO : MUSEO SAN FRANCISCO DE LIMA” del autor Christian Farfán Tevés, en sus conclusiones acotan que el museo de san Francisco de Lima, tiene necesidades particulares que merecen ser atendidas de acuerdo a su realidad y necesidad, haciendo una comparación con el museo de la Catedral del Cusco, los ingresos cubren totalmente sus necesidades tanto como los gastos fijos y variables, esto se debe que la ciudad del Cusco se encuentra en el ombligo del mundo y también esta nuestra maravilla mundial el santuario histórico de Machu Picchu, el cual hace que todos los turistas que vienen al Cusco a través del aeropuerto Velasco Astete, tengan su primera opción de visitar la catedral de la ciudad que se encuentra en la plaza de Armas y está dentro del tour que se hace en la ciudad.

### **5.4 Implicancias del estudio**

El presente trabajo de investigación tuvo implicancias desde el punto de vista teórico ya que no se encontró antecedentes parecidos, y si tiene contribuciones teóricas y prácticas que mencionamos a continuación.

En lo teórico, la investigación contribuirá en brindar información sobre los ingresos y egresos del atractivo turístico de la catedral del Cusco al arzobispado del Cusco.



En lo práctico contribuirá a que el Arzobispo del Cusco pueda tomar decisiones de carácter laboral para los trabajadores del circuito turístico religioso, mejorando sus ingresos y calidad de vida.



## CONCLUSIONES

1. La Basílica Catedral del Cusco es administrada por personal que pertenece al Arzobispado del Cusco y los costos de operación son de 968,148 soles durante el año 2018 y sus ingresos del mismo periodo es de 6, 407,128 soles, como se puede observar los ingresos cubren al 100% sus costos, de acuerdo a la tabla 7 y 6 del capítulo IV del presente trabajo de investigación.
2. Los costos de operación se establecen de acuerdo al requerimiento que se tiene para cada templo como son, La Sagrada Familia que está al lado izquierdo de la catedral, el templo del triunfo que está al lado derecho y la catedral propiamente dicha que es la parte central del monumento catedralicio, según tabla 7, por un total de 968, 148 soles.
3. Los ingresos propios del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018, es de 3, 516,125 soles para el boleto parcial adulto y de 1, 172,025 soles para el boleto parcial estudiante según tabla 2 y 3.
4. Los ingresos por el boleto integral adulto del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018 fueron de 1, 289,228 y los ingresos por el boleto integral estudiante es de 429,751 soles, según tabla 4 y 5.



## RECOMENDACIONES

1. En el atractivo turístico la Basílica Catedral del Cusco en el periodo 2018, no debe tener gastos de depreciación de inmueble porque está totalmente depreciado, la depreciación de los muebles enseres y maquinaria se encuentra conforme y se agrega a sus costos de operación, además se debe publicitar lo que se tiene dentro de la catedral como son las famosas pinturas de los grandes pintores de la escuela cusqueña colonial, Señores Diego Quispe Tito y Marcos Zapata, también las diferentes esculturas, el órgano musical de viento etc.
2. En el atractivo turístico de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018, los costos de operación deben establecerse de acuerdo a lo planteado en la hoja de costos ideal resultado de la presente investigación, en el que se considera todos los costos incurridos en el uso de los ambientes del museo, asimismo otorgar un sueldo digno para sus colaboradores y de esta manera propiciar un entorno favorable para mantener un clima organizacional adecuado, según la tabla 8 que asciende a 1, 443, 156 soles.
3. En el atractivo turístico de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018, los ingresos se pueden mejorar con publicidad a través de asesorías externas para promocionar los servicios brindados, incrementando el número de visitas, considerando la estacionalidad del negocio.
4. En el atractivo turístico de la Basílica Catedral del Cusco los ingresos por el boleto año 2018 integral adulto y estudiante es de 1, 718, 979 soles tabla 4 y 5, bajos comparados con el boleto parcial de adulto y estudiante de 4, 688, 150 soles tabla 2 y 3, por lo que recomienda hacer combinaciones con otros museos, y así poder incrementar las visitas de turistas extranjeros y nacionales.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade Aguelo, D. L. (2016). *Tesis: Determinantes de la Asistencia a Museos en Colombia. Una Perspectiva desde la Economía de la Cultura*. Sevilla, España.
- Arredondo. (2015). *contabilidad de costos*.
- Balcazar, M. (2015). *Contabilidad y costos*. Ecuador : UTMACH.
- Billene, R. (2016). *Costos y la fijacion de precios en la pymes*. Buenos Aires : 1ra Edicion ed.
- Bocanegra, C. (2005). *Alcances y limitaciones del modelo de competencia perfecta*. Mexico: UniSon.
- Calvo, M. (2018). *Contabilidad para gerentes y emprendedores*. lima: instituto panamericano de empresas y negocios.
- Carrasco, D. (2007). *Metodologia de la investigacion cientifica*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Choy, E. (2012). *El dilema de los costos de servicio en las empresas de servicio*. Lima: Publicaciones quipucamayoc.
- Congreso de la Republica. (1993). *Constitucion Politica del Peru*. Lima: Congreso de la Republica.
- Edukavital. (22 de 04 de 2013). *edukavital.blogspot.com/2013/04/insumo-definicion-de-insumo-concepto*.
- Espinoza, S. (2016). *Costos y Presupuestos*. Lima: Andrade S.A.C.
- Farfan T., C. (2015). *Tesis: La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción de clientes caso: Museo de San Francisco de Lima*. Lima.
- Fischer, L. E. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: Mexicana.
- Galvez, A. H. (2012). *La Pintura cusqueña en la ideologia andina*. Cusco-Peru: Super grafica E.I.R.L.
- García H., L. M., & Montufar F., H. E. (2016). *Determinación de los costos de posesión, operación y el nivel de rentabilidad de la empresa de servicios García E.I.R.L. periodo 2015*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.



- Gebauer, A. M. (2009). *Museos y diversidad cultural :Propuesta para la sociedad multicultural del siglo XXI*. Santiago de Chile.
- Gomez, G. (2018). *La contabilidad de costos*. España: gestiopolis.
- Hernandez, R., Fernandez, R., & Baptista, P. .. (2014). *Metodologia de la investigacion(sexta edicion)*. Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Horngren, Datar, & Rajan. (2012). *Contabilidad de Costos*. Ciudad: Editorial.
- Jaime, F. S. (2013). Contabilidad para Gerencia. En F. S. Jaime, *Contabilidad para Gerencia*. Lima.
- Joseph, J. P. (2004). La administración de los recursos financieros de la iglesia.
- Kotler, P. .. (2003). *Fundamentos de la mercadotecnia*. Inglaterra: pearson Educacion.
- Lopez, J. (2001). *Diccionario Contable administrativo y fiscal*. Mexico: Thomson paraninfo.
- Paniagua, F. C. (2017). *Investigacion cientifica en educacion*. Juliaca: Edisur S.R.L.
- Piña, P. R. (2009). *Contabilidad de costos*. Mexico: Mexico.
- Piña, R. (2009).
- Sacristan, F. (2001). *Manual del mantenimiento integral en la empresa*. España: FC editorial.
- Udolkina Dakota, S. (2017). *Contabilidad de costos y de gestion*. Lima: Sda edicion Universidad del pacifico.



## ANEXOS

## Matriz de Consistencia

**Tema: Costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.**

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	MÉTODO
¿Cómo establecen sus costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?	Establecer los costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.	Los costos de operación y los ingresos del atractivo Basílica Catedral del Cusco, período 2018 son significativos.	V. 1 x. costos de operación  V. 2 Ingresos	Costos Directos  Costos indirectos  Tarifas Precio de ingresos	Tipo : Básico Enfoque: cuantitativo Alcance: descriptivo Diseño: no experimental
1. ¿Cómo establecen los costos de operación en el atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?	1. Identificar los costos de operación en el atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018	Los costos de operación del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018 son significativos		Indicador Mano de obra Útiles de aseo Servicios básicos Mantenimiento Depreciación	Población: La población está integrada por los administrativos y trabajadores de la Basílica Catedral del Cusco y la documentación existente. Muestra: la muestra se ha determinado por 4 personas, y la documentación periodo 2018
2. ¿Cuáles son los ingresos propios del	2. Determinar los ingresos propios	Los ingresos propios del atractivo turístico		Indicador Monto recaudado año	Recolección de datos: Encuestas





atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018? 3.- ¿Cuales son los ingresos del boleto integral del circuito turístico religioso de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018?	del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018 3.- Determinar los ingresos del boleto integral del circuito turístico religioso de la Basílica Catedral del Cusco periodo 2018	Basílica Catedral del Cusco, periodo 2018 es significativo.  Los ingresos del boleto integral del circuito turístico religioso de la Basílica Catedral del Cusco es significativo.		2018	Análisis de Datos: Análisis documental Guía de análisis documental y cuestionarios
--	--	--	--	------	--

**Matriz de Instrumentos**

## MATRIZ DEL INSTRUMENTO PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

<b>Título</b>	<b>Costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018</b>		
<b>Objetivo</b>	Establecer los costos de operación e ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco periodo 2018.		
<b>Variable (s)</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Instrumentos</b>
<b>Variable (1) Costo de operación</b>	Costos Directos  Costos indirectos	Mano de obra  Útiles de aseo Servicios básicos  Mantenimiento  Depreciación	Cuestionario  Recolección de datos  Entrevista
<b>Variable (2) Ingresos</b>	Tarifas Precio de ingresos	Monto recaudado año 2018	<b>Recolección de datos</b>  <b>Cuestionario</b>  <b>Entrevista</b>



**Instrumentos para la recolección de datos**

UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

ESCUELA DE POSGRADO

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

ENTREVISTA

Le agradecemos responder marcando con un aspa, este breve y sencillo cuestionario; que tiene la finalidad de obtener la información que contribuye al siguiente trabajo de investigación sobre

“COSTOS DE OPERACIÓN E INGRESOS DEL ATRACTIVO TURISTICO BASILICA CATEDRAL DEL CUSCO PERIODO 2018”

Instrumento de Recolección de Datos ENTREVISTA

DATOS GENERALES:

Nombre del entrevistado :.....

Edad :.....

1. ¿Utiliza costos en la fijación de precios para el ingreso a la Basílica Catedral del Cusco?

a) Si

b) No

c) Desconoce

2. ¿Usted cómo establece sus costos?

a) Por tanteo

b) Por imitación

c) Por una sumatoria

d) Desconoce

3. ¿Tiene conocimiento de los costos directos (mano de obra directa, gastos indirectos) que intervienen en el proceso para la determinación del precio de ingreso?

a) Si

b) No

c) Desconoce



4. ¿Tiene conocimiento de los costos indirectos ( servicios e impuestos) que intervienen en su proceso de determinación del precio?
- a) Si
  - b) No
  - c) Desconoce
5. ¿Cómo fija los precios de sus servicios?
- a) De acuerdo a la competencia
  - b) Experiencia
  - c) De acuerdo al cliente
  - d) Otros.....
  - e) Desconoce
6. ¿Considera usted que el precio de venta para el ingreso a la catedral está bien calculado?
- a) Si
  - b) No
  - c) Desconoce
7. ¿Sabe aproximadamente la cantidad de gastos indirectos utilizados para cada boleto?
- a) Si
  - b) No
  - c) Desconoce
8. ¿Cuánto es remuneración mensual de los trabajadores de la catedral?
- a) S/. 850 – S/. 1000 ( )
  - b) S/. 1001 – S/. 1200 ( )
  - c) S/. 1201 – S/. 1400 ( )
  - d) Mayor a S/. 14000 ( )
9. ¿Cuánto cree que debería ser la remuneración mensual de un trabajador de la catedral?
- e) S/. 850 – S/. 1000 ( )
  - f) S/. 1001 – S/. 1200 ( )



g) S/. 1201 – S/. 1400 ( )

h) Mayor a S/. 1400 ( )

10. ¿En la determinación de costo de operación considera la mano de obra directa?

a) Si

b) No

c) A veces

11. ¿Con cuántos trabajadores cuenta la empresa?

a) 1-20

b) 1-50

c) 1-80

12. ¿Realiza mantenimiento a las instalaciones de la catedral?

a) Si ( )

b) No ( )

13. ¿Cada cuánto realiza mantenimiento a sus instalaciones?

a) mensual ( )

b) semestral ( )

c) anual ( )

d) no realiza ( )

14. ¿Realiza depreciación a su bien inmueble, mueble y maquinaria?

a) Si

b) No

15. ¿Su complejo catedralicio es propia o alquilada?

a) Propia

b) Alquilada



16. ¿En la determinación de costo de los boletos toma en cuenta los costos indirectos de fabricación como luz, agua, alquiler, teléfono, etc.?

- a) Si
- b) No
- c) A veces

17. El pago que hace de su servicio de agua es:

- a) Mensual ( )
- b) Semestral ( )
- c) Anual ( )
- d) No realiza ( )

18. ¿La energía eléctrica que utiliza en sus servicios, es compartida con sus otros locales?

- a) Si ( )
- b) No ( )

19. ¿Conoce Ud. la cantidad de energía eléctrica que utiliza para brindar el servicio de museo?

- a) Si ( )
- b) No ( )

20. ¿Cuánto gasta aproximadamente en la compra de insumos al mes? \_\_\_\_\_

21.- ¿Cuánto es el ingreso anual por el boleto integral año 2018? \_\_\_\_\_

22.- ¿Cuánto es el ingreso anual por el boleto parcial del circuito turístico religioso año 2018? \_\_\_\_\_