



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD**

**“INGRESOS ORDINARIOS Y SU IMPACTO FINANCIERO EN LOS  
MUSEOS PRIVADOS DE LIMA METROPOLITANA, AÑO 2021”**

**TESIS**

Para optar el título profesional de Contador Público

**AUTOR(ES)**

Coronel Castro, Marianella (0000-0001-7370-2298)

Cabello Coral, Orlando Alfredo (0000-0003-0161-8171)

**ASESOR**

García Benites, Juan Carlos (0000-0002-1350-3737)

**Lima, 03 de marzo de 2023**

## *DEDICATORIA*

*Dedicamos el presente trabajo de suficiencia profesional a nuestras familias, quienes siempre nos brindan su apoyo incondicional y nos motivan a lograr nuestras metas.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a nuestra Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas por la formación integral e innovadora que nos ha brindado a lo largo de los años, convirtiéndonos en excelentes profesionales.

De igual manera, agradecer a nuestra consultor Juan Carlos García Benites, quien nos orientó en la elaboración de e esta investigación.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021, así como también evaluar el comportamiento de sus ingresos por servicios culturales, servicios educativos y donaciones.

La investigación se divide en 5 capítulos:

En primer lugar, tenemos el capítulo 1: marco teórico, en el que se definen los conceptos utilizados en el tema de investigación. En segundo lugar, se encuentra el capítulo 2: Plan de Investigación, compuesto por el problema de investigación, los objetivos y las hipótesis tanto generales como específicas. En el capítulo 3: Metodología de la Investigación, en ella se define el tipo de investigación utilizada y el tamaño de la muestra para el análisis cualitativo, en este punto se utiliza de instrumento los cuestionarios de la entrevista a profundidad. En el análisis cuantitativo se utilizará las encuestas como instrumento. A continuación, el Capítulo 4: Desarrollo de la Investigación, en este capítulo se aplicarán las entrevistas y encuestas. Además, se desarrollará un caso práctico para analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana. Por último, en el Capítulo 5: Análisis de los Resultados, se presenta el análisis de los instrumentos y se finaliza con las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Palabras clave: Ingresos ordinarios; impacto financiero; museos privados.

## **ABSTRACT**

The purpose of this research work is to analyze the behavior of ordinary income and its financial impact on private museums in Metropolitan Lima, year 2021, as well as to evaluate the behavior of their income from cultural services, educational services and donations.

This work is divided into 5 chapters:

In the first place, we have chapter 1: theoretical framework, where the basic concepts related to the research topic are defined. In second place, there is chapter 2: Research Plan, composed of the research problem, the objectives and the general and specific hypotheses. In chapter 3: Research Methodology, it defines the type of research used to be used for the research, in addition to the size of the sample for the qualitative analysis, at this point the interview questionnaire is used as an instrument. to depth. On the other hand, we have quantitative analysis, for which surveys will be used as an instrument. Next, Chapter 4: Research Development, in this chapter is the application of the techniques mentioned above, which are interviews and surveys. Likewise, a practical case will be developed to analyze the behavior of ordinary income and its financial impact on private museums in Metropolitan Lima. Finally, in Chapter 5: Analysis of the Results, the analysis of the instruments is presented to conclude with the conclusions and recommendations of the subject studied.

**Keywords:** Ordinary income; Financial impact; private museums.

# N°4910\_“INGRESOS ORDINARIOS Y SU IMPACTO FINANCIERO EN LOS MUSEOS PRIVADOS DE LIMA METROPOLITANA, AÑO 2021”

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="https://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	6%
2	<a href="https://upc.aws.openrepository.com">upc.aws.openrepository.com</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="https://repositorio.uam.es">repositorio.uam.es</a> Fuente de Internet	1%
4	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	1%
5	<a href="https://www.iber museos.org">www.iber museos.org</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="https://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%

9	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
10	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	<1 %
11	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
12	hdl.handle.net Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
15	documentop.com Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad Estatal a Distancia Trabajo del estudiante	<1 %
17	Submitted to Fundacion Universitaria Konrad Lorenz Trabajo del estudiante	<1 %
18	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to FUNIBER Trabajo del estudiante	<1 %

20	<a href="http://es.unionpedia.org">es.unionpedia.org</a> Fuente de Internet	<1 %
21	<a href="http://legal.legis.com.co">legal.legis.com.co</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://repositorio.unac.edu.pe">repositorio.unac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://repositorio.unsa.edu.pe">repositorio.unsa.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to University of West Attica Trabajo del estudiante	<1 %
26	<a href="http://grupoverona.pe">grupoverona.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana Trabajo del estudiante	<1 %
28	<a href="http://portaldeturismo.pe">portaldeturismo.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://ramirezcontabilidad.com">ramirezcontabilidad.com</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://repositorio.ulasamericas.edu.pe">repositorio.ulasamericas.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://repositorio.uncp.edu.pe">repositorio.uncp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

<1 %

- 
- 32** Morillo Moreno, Marysela Coromoto. "La Relevancia del Turismo en el Estado Merida, Venezuela: La Calidad del Servicio en los Alojamientos turisticos Como Estrategia de Competitividad", Universidad de La Laguna (Canary Islands, Spain), 2022  
Publicación

<1 %

- 
- 33** [historiadelartepucp.blogspot.com](http://historiadelartepucp.blogspot.com)  
Fuente de Internet

<1 %

- 
- 34** Marquina Vega, Orietta Maria del Pilar. "Cartografia De Los Procesos Creativos En Las Artes Visuales: mas alla De La representacion artistica En La Pintura limena De Hoy.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2021  
Publicación

<1 %

- 
- 35** [curadoresdelperu.org](http://curadoresdelperu.org)  
Fuente de Internet

<1 %

- 
- 36** Osterloh, Silvia Kathleen Saco Vertiz. "De la Experimentacion Modernista a la Difusion Internacional del Arte del Peru Antiguo: La Obra Textil de Elena Izcue (1928-1935)", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru)  
Publicación

<1 %

37	<a href="http://es.slideshare.net">es.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
38	<a href="http://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
39	Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
40	<a href="http://cosechador.siu.edu.ar">cosechador.siu.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
41	<a href="http://licitaciones2.ifema.es">licitaciones2.ifema.es</a> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Exclude assignment  
template

Activo

Excluir bibliografía

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	23
CAPITULO I: MARCO TERICO.....	26
1.1    Estado de la cuestión.....	26
1.1.1    Antecedentes internacionales .....	26
1.1.2    Antecedentes Nacionales .....	39
1.2    Descripción situacional sector económico/empresarial de investigación ..	43
1.2.1    Sector: museos privados.....	44
1.2.2    Evolución de los museos privados en el Perú .....	45
1.2.3    Regulación de los museos en el Perú.....	47
1.2.4    Museos privados de Lima Metropolitana.....	48
1.3    Base teórica-variable independiente .....	51
1.3.1    Servicios culturales .....	55
1.3.2    Servicios educativos .....	56
1.3.3    Donaciones .....	57
1.4    Base teórica-Variable Dependiente .....	58
1.4.1    Liquidez .....	59
1.4.2    Endeudamiento .....	61
1.4.3    Rentabilidad.....	61

CAPÍTULO II: PLAN DE INVESTIGACIÓN .....	63
2.1 Descripción de la problemática .....	63
2.2 Formulación del problema .....	66
2.2.1 Problema general .....	66
2.2.2 Problemas específicos .....	66
2.3 Justificación y Relevancia.....	66
2.3.1 Justificación Teórica .....	67
2.3.2 Justificación Práctica .....	68
2.4 Objetivos .....	69
2.4.1 Objetivo general .....	69
2.4.2 Objetivos específicos .....	69
2.5 Limitaciones y parámetros .....	69
2.6 Hipótesis.....	70
2.6.1 Hipótesis general .....	70
2.6.2 Hipótesis específicas.....	70
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	71
3.1 Diseño metodológico .....	71
3.2 Investigación cualitativa.....	73
3.2.1 Instrumentos de recolección de datos .....	73
3.2.2 Población.....	74

3.2.3	Instrumento de recolección de datos.....	75
3.2.4	Población.....	75
3.2.5	Muestra.....	77
3.3	Matriz de personalización .....	81
CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN .....		83
4.1	Desarrollo de la entrevista en profundidad .....	83
4.2	Desarrollo de la encuesta .....	93
4.3	Presentación del caso práctico o justificación de la propuesta de investigación .....	120
4.3.1	Información del caso práctico .....	120
4.3.2	Historia y Antecedentes .....	120
4.3.3	Actividad económica .....	120
4.3.4	Misión y Visión .....	121
4.3.5	Aplicación de la NIIF 15 sobre las DONACIONES .....	121
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		132
5.1	Análisis de estudio cualitativo.....	132
5.1.1	Análisis de las entrevistas a profundidad .....	132
5.1.2	Análisis de la encuesta.....	135
5.1.3	Análisis de los resultados de las encuestas .....	135
5.1.4	Análisis de la variable independiente: Ingresos ordinarios....	144

5.1.5	Análisis de la variable dependiente: Impacto financiero .....	147
5.2	Confiabilidad del instrumento (alfa de Cronbach) .....	150
5.2.1	Análisis del Chi cuadrado .....	152
5.2.2	Prueba de Hipótesis General .....	153
5.2.3	Prueba de hipótesis específicas .....	154
5.3	Análisis del caso práctico .....	159
CONCLUSIONES.....		160
RECOMENDACIONES.....		162
CRONOGRAMA .....		165
REFERENCIAS .....		166
	Feedback Networks (2013). <i>Calcular la muestra correcta</i> . Recuperado el 03 de marzo de 2023, de <a href="https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcul.html">https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-  calcular.html</a> .....	170
ANEXOS .....		178
	Anexo A: Matriz de consistencia.....	178
	Anexo B: Entrevista a profundidad .....	180
	Anexo C: Encuesta .....	193
	Anexo D: Validación de instrumento a través de experto .....	199
	ANEXO E: Lista de referencias verificadas por cuartiles .....	210



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Muestra de expertos para enfoque cualitativo .....	74
Tabla 2 Museos privados de Lima Metropolitana.....	75
Tabla 3 Filtro para la determinación de la muestra .....	77
Tabla 4 Nivel de Confianza .....	78
Tabla 5 Muestra de los museos privados de Lima Metropolitana.....	79
Tabla 6 Cantidad de encuestados por museo .....	80
Tabla 7 Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente .....	81
Tabla 8 Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente.....	82
Tabla 9 Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.....	94
Tabla 10 Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos .....	96
Tabla 11 Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación .....	97
Tabla 12 Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales .....	98
Tabla 13 Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.....	99
Tabla 14 Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.....	100
Tabla 15 El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la	

recaudación por servicios educativos.....	101
Tabla 16 Los servicios educativos tienen estacionalidad en los meses enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares .....	102
Tabla 17 Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación .	103
Tabla 18 La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores .....	104
Tabla 19 No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.....	105
Tabla 20 Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.....	106
Tabla 21 Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado.....	107
Tabla 22 El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros .....	108
Tabla 23 La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez .....	109
Tabla 24 La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro .....	110
Tabla 25 La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.....	111
Tabla 26 Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años) .....	112

Tabla 27 Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo .....	113
Tabla 28 Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales .....	114
Tabla 29 Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.....	115
Tabla 30 El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.....	117
Tabla 31 Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.....	118
Tabla 32 Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad .....	119
Tabla 33 Resumen de procesamiento de datos .....	152
Tabla 34 Estadísticas de fiabilidad .....	152
Tabla 35 Ingresos ordinarios * Impacto financiero .....	153
Tabla 36 Prueba de Chi-cuadrado Ingresos ordinarios * Impacto financiero.....	154
Tabla 37 Servicios culturales * Impacto financiero .....	155
Tabla 38 Pruebas de Chi-cuadrado.....	155
Tabla 39 Servicios educativos * Impacto financiero.....	156
Tabla 40 Prueba de Chi-cuadrado .....	157
Tabla 41 Donaciones * Impacto financiero .....	158

Tabla 42 Prueba de Chi-cuadrado .....	158
---------------------------------------	-----

## TABLA DE FIGURAS

Figura 1 Clasificación de museos y centros expositivos en Lima por tipo de administración.....	49
Figura 2 Foto exterior del MALI.....	50
Figura 3 Foto exterior del museo Pedro de Osma .....	50
Figura 4 Foto exterior del Museo Larco .....	51
Figura 5 Foto exterior del Museo de Arte Contemporáneo .....	51
Figura 6 Los cinco pasos para el reconocimiento de los ingresos según la NIIF 15...	53
Figura 7 Conservación de textil Paracas .....	56
Figura 8 Cursos de distintas disciplinas.....	57
Figura 9 Representación de una donación .....	58
Figura 10 Visitantes nacionales y extranjeros, 2019-2020 (Miles de personas).....	65
Figura 11 Evolución de visitantes y de ingresos por turismo 2015 – 2019.....	65
Figura 12 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 1.....	95
Figura 13 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 2.....	96
Figura 14 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 3.....	97
Figura 15 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 4.....	98
Figura 16 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 5.....	99
Figura 17 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 6.....	100
Figura 18 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 7.....	101

Figura 19 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 8.....	102
Figura 20 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 9.....	103
Figura 21 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 10.....	104
Figura 22 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 11.....	105
Figura 23 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 12.....	107
Figura 24 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 13.....	108
Figura 25 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 14.....	109
Figura 26 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 15.....	110
Figura 27 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 16.....	111
Figura 28 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 17.....	112
Figura 29 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 18.....	113
Figura 30 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 19.....	114
Figura 31 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 20.....	115
Figura 32 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 21.....	116
Figura 33 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 22.....	117
Figura 34 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 23.....	118
Figura 35 Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 24.....	119
Figura 36 Identificar el contrato con el cliente .....	122
Figura 37 Obligación de desempeño .....	123
Figura 38 Determinar el precio de la transacción .....	124

Figura 39 Reconocimiento de los ingresos ..... 125

## INTRODUCCIÓN

Los primeros museos abiertos al público surgieron en Grecia y Roma con la finalidad de perpetuarse en la memoria y el puro coleccionismo. Los impulsores de la creación de museos, desde la antigüedad estuvo conformada por una élite que detentaba el saber y como consecuencia el poder (la aristocracia, la iglesia, la burguesía) (Di Paola, 2020), sin embargo, en su paso a través de la historia los museos han cambiado y evolucionado adaptándose a su entorno social y político, escuchando, transmitiendo y representando a una comunidad cada vez más diversificada y pluralista.

Los antecedentes de los museos privados se remontan a la Edad Media, en la que con el crecimiento de la burguesía en Europa se potenció el coleccionismo privado a través de casas de subasta públicas, pero es en la Época Contemporánea donde coleccionistas, mecenas y filántropos crean sus propios museos privados. El Perú no sería ajeno a estos cambios, y luego de la Guerra del Pacífico, con la reconstrucción del país, se inicia también la tarea de recuperar el patrimonio cultural (Arias & Contreras, 2019), paralelamente aristócratas y empresarios formarían sus colecciones privadas que posteriormente se exhibirían en museos y salas expositivas.

Los museos basan sus actividades en una combinación de ingresos (Jiménez-Blanco, 2014). La manutención y sostenibilidad de los museos privados proviene de los recursos que ellos mismos generan mediante los diversos servicios que ofrecen a sus espectadores (culturales y educativos) y de las donaciones que perciben, los cuales conforman parte de sus ingresos permanentes. Estos ingresos ordinarios son la razón de análisis del trabajo de investigación.

En la ciudad de Lima Metropolitana existen alrededor de 50 museos bajo administración privada (Museo de Arte de Lima, 2018), sin embargo, la mayor parte de la

ciudadanía tiene la percepción que todos los museos son estatales, desconociendo los esfuerzos que realizan para subsistir y desarrollarse.

La presente investigación aborda la temática desde los antecedentes y literatura como aporte a la investigación, pasando por la descripción del sector, evolución y regulación de los museos, para concluir con la definición de las variables dependiente e independiente sobre los cuales se centra el plan de estudio; Asimismo, se precisa e identifica que el bajo nivel de cultura a nivel país es parte central de la problemática general y específica, con ello se formulan los problemas y se explican las justificaciones para el desarrollo del trabajo, se fijan los objetivos y se plantean las hipótesis que se busca demostrar. La metodología empleada es de modelo descriptiva correlacional, no experimental, se utilizó como instrumentos de recolección de datos entrevistas y encuestas para recabar información cualitativa y cuantitativa para el análisis, se utilizó la fórmula de tipo aleatoria simple para delimitar la muestra. En la ejecución de la investigación se realizó el trabajo de campo con la realización de tres entrevistas a los expertos en la materia, se realizó treinta encuestas a personal que se desempeña en áreas de contabilidad, finanzas y áreas vinculadas. Finalmente, se concluye analizando los resultados hallados, se obtiene el grado de confiabilidad y el índice de chi cuadrado aceptable que corroboran la hipótesis general y dos de las tres hipótesis específicas.

La información obtenida a mediante entrevistas y encuestas en combinación con los instrumentos de validación y análisis ha sido valiosa confirmando las hipótesis planteadas, mostrando los factores que influyen en los ingresos y explican su comportamiento. Bajo este análisis queda en evidencia, entre otros factores, la falta de apoyo económico del Estado a través de asignaciones de partidas presupuestales y ajustes en materia tributaria que contribuya en beneficio de estas instituciones; así como los bajos niveles de consumo de servicios culturales y precios que son otros de los factores que inciden en los ingresos ordinarios.

Estas organizaciones al tener limitaciones para generar sus ingresos manejan con cautela sus recursos, es por eso que los ingresos obtenidos a través de servicios culturales, servicios educativos y donaciones siempre impacta financieramente en la liquidez, endeudamiento y rentabilidad.

En ese sentido, la actual tesis tiene la finalidad conocer y analizar los ingresos ordinarios que generan y cómo estos impactan financieramente, y si en aplicación de la NIIF 15 – Ingresos ordinarios provenientes de contratos con clientes, califican como ingresos.

## **CAPITULO I: MARCO TERICO**

### **1.1 Estado de la cuestión**

La NIIF15 (2019), se construyen sobre normas y esta es su divergencia clave con los sistemas de contabilidad fundamentados por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), normas internacionales de contabilidad (NIC) e interpretaciones emitidas por el Comité de Interpretación de Normas Internacionales de Información Financiera (CNIIF) o Comisión de Información Financiera emitidas anteriormente.

En seguida, los Artículos Científicos, Antecedentes Internacionales y Nacionales, que desempeñaran como aporte al presente análisis de estudio.

#### **1.1.1 Antecedentes internacionales**

La siguiente investigación, cuyo objetivo fue analizar los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los Museos de Lima Metropolitana en el año 2021 mediante la aplicación de la NIIF15, ya que esta norma impacta en casi todas las actividades de una organización, la metodología empleada, se basó en las empresas que utilizan la norma, para entender mejor sus transacciones u operaciones; sin embargo, existen otras empresas que la usan más por el cumplimiento normativo que por una necesidad. El autor concluye, que el proporcionar un marco para analizar los diversos efectos de los principios contables modernos y actualizados, determinaran los cambios en la manera que las compañías reconocen, miden, presentan y revelan los ingresos ordinarios, a través de los efectos contables, generando efectos de información en las transacciones que manejan las empresas, cambiando los precios de los valores (efectos del mercado de capitales), la forma en que operan, costos y flujos de caja. El aporte del autor, para el proyecto de investigación, se enfatiza en la variable independiente (Ingresos Ordinarios), reflejada en el primer objetivo específico del presenta trabajo de estudio, ya que es importante identificar su importancia y clasificación de las actividades ordinarias

(Christopher & Stadler, 2020).

Los autores de la investigación, desarrollan como objetivo primordial, la indagar sobre el vínculo entre las estructuras regulatorias de los Fideicomisos de Inversión en Bienes Raíces (REIT, Real Estate Investment Trusts en inglés) internacionales y los rendimientos inmobiliarios, los mismos usaron dos modelos de regresión en la medición del impacto de las disposiciones legales y regulatorias en el desempeño de los REIT, concluyendo, que los requisitos legales que enfrentan los REIT en cada país representan un determinante importante del rendimiento del mercado y los rendimientos ajustados al riesgo; esta investigación sirve como aporte ya que permite verificar como la variable dependiente (impacto financiero), debido a disposiciones regulatorias externas, experimenta variaciones provenientes del tratamiento sobre los ingresos ordinarios (Ghosh & Petrova, 2020).

En la presente tesis, el autor propone estimar la tasa impositiva efectiva sobre el ingreso empresarial, definido como el rendimiento de un individuo que inicia un negocio exitoso nuevo y vende su participación una vez se estableció la empresa, en cuanto a la metodología, se trató de un estudio cualitativo, con el que concluyó que la tasa depende tanto del impuesto sobre la apreciación del valor de la empresa durante su fase de crecimiento como de los efectos del sistema fiscal sobre el valor del capital en las empresas comerciales en curso, asimismo, esta investigación contribuye con el trabajo porque trata sobre como medir los ingresos originados de las de actividades habituales, dimensión de la variable independiente que se analiza en este trabajo (Toder, 2020).

Los autores realizaron una investigación con el fin de implementar una revisión de la literatura académica anterior, sobre la defensa del cliente de los profesionales de impuestos. Su metodología se centró en un caso fiscal específico y bastante común en el estudio de contabilidad fiscal de EE. UU, este le sirvió, para mostrar cómo los juicios y decisiones de los

profesionales pueden verse afectados por los incentivos subyacentes del caso del cliente. En conclusión, se vincularon los hallazgos con objetivos de políticas vastas que involucran la regulación de los preparadores de impuestos y la complejidad de las leyes fiscales. Servirá como aporte a la investigación ya que contribuye en el proceso de identificar y determinar la base tributaria sobre la que gravan o no impuestos provenientes de ingresos ordinarios (Hasseldine & Fatemi, 2019).

Los autores realizaron una investigación en la cual se revisó los intentos anteriores de introducir un impuesto sobre las ganancias patrimoniales (Capital gains tax o CGT, por sus siglas en inglés) en Nueva Zelanda, además se analizó el debate en curso y describe algunas de las opciones políticas clave que deben examinarse cuidadosamente si un futuro gobierno anuncia que está trabajando en una CGT. Su metodología se basó en un análisis, del marco integral que aplica el impuesto sobre la renta a la ganancia económica neta, ajustada por inflación. Sin embargo, luego los autores consideraron cambios a dicho marco presuntamente "ideal" con base en principios de diseño equidad, eficiencia, simplicidad, sostenibilidad y coherencia política. Se indicó que Nueva Zelanda grava varios tipos de ganancias de capital como ingresos ordinarios a los porcentajes sobre los estándares del impuesto sobre las ganancias, pero es un caso atípico en las naciones de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) por no tener un impuesto integral sobre las CGT por separado. Este artículo permite ampliar el panorama sobre como en distintas realidades económicas se establecen mecanismos para establecer y ampliar la base tributaria en base a los ingresos ordinarios generados. El aporte de la investigación se estima, ya que al abordar los límites de la ley fiscal que existe, se vincula al tratamiento de las personas que poseen acciones para abordar las incertidumbres sobre cuándo las acciones se mantienen en la cuenta de capital (y están sujetas a CGT) y en la cuenta de ingresos (y se gravan como ingresos ordinarios) como los objetivos propuestos en la investigación (Sadiq & Sawyer, 2019).

Los autores desarrollaron el siguiente artículo en la que se examinó un posible paquete de reforma fiscal que podría reemplazar el impuesto de timbre por un impuesto territorial de tasa fija uniforme. Con respecto a la metodología usaron datos de la propiedad del Tasador General de Victoria para estimar las obligaciones del impuesto sobre la tierra que se les pediría a los propietarios, si un impuesto sobre la tierra de base amplia neutral en los ingresos reemplazara el impuesto de timbre sobre la transmisión. El fuerte argumento de eficiencia a favor de una sustitución de impuestos se complementa con hallazgos que sugieren que las comunidades de mayores ingresos soportan mayores cargas tributarias sobre la tierra. El aporte de este artículo denota la exención de las ganancias de capital de las viviendas ocupadas por sus propietarios, así como su exención del impuesto sobre la tierra, fomentando una demanda especulativa de viviendas, de acuerdo al objetivo general de la investigación (comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero) (Wood et al., 2017).

Los autores desarrollaron en su artículo, se propuso aminorar en un 15% la tasa del impuesto corporativo y reemplazar los ingresos no percibidos con un impuesto a las tasas de ingresos ordinarias sobre los ingresos acumulados o ajustados al mercado de los accionistas de EE.UU. Se basaron en una propuesta, que incluyó especificaciones al hacer el promedio de los ingresos ajustados al mercado, alivio de transición para las empresas que pasen de ser una empresa de capital cerrado a cotizar en bolsa y otras medidas para abordar los desafíos de la tributación ajustada al mercado, concluyendo que se debe elaborar un análisis meticuloso sobre la propuesta, buscando reemplazar gran parte del actual impuesto a las ganancias corporativas de los EE.UU. por uno a las tasas de ingresos ordinarias sobre la utilidad acumulada neta de los accionistas corporativos. Este artículo contribuye al análisis relacionado con el objetivo específico número dos (analizar la composición de los estados financieros), debido al impacto que generaría un cambio en el esquema de impositivo fiscal para determinar la base tributaria sobre los ingresos de rentas empresariales (Toder, E; Viard, 2017).

Los autores realizaron la siguiente investigación en ella, se buscó analizar qué ocurre durante una crisis de innovación y cómo es que los derechos de patente más fuertes son de ayuda para dar forma a una economía más fuerte. Su metodología estuvo dividida en tres partes, la Parte I explica las formas en que el gobierno ha apoyado tradicionalmente la innovación, la Parte II expone los cambios recientes en estas herramientas de política de innovación, y por último, la Parte III argumenta que estos cambios disruptivos amenazan el futuro de la innovación nacional. En conclusión, dado que la intención del Congreso es que los ingresos y egresos que se originan de las operaciones comerciales cotidianas se caractericen como ingresos y pérdidas ordinarias, la definición general de bienes de capital se aplica de manera restringida y las categorías de exclusiones se interpretan ampliamente. Como aporte a la investigación se tomará el análisis sobre los ingresos ordinarios que se hace sobre este tipo de renta empresarial (Nguyen & Maine, 2019).

Los autores a través de su investigación explican La Ley de Empleos y Reducción de Impuestos (TCJA) de 2017, en esta, se considera la revisión más amplia de los códigos fiscales en los Estados Unidos desde 1986. En ese contexto, este artículo quiso entender los efectos sobre las inversiones en tierras madereras para los dueños de bosques familiares. Su metodología, estuvo compuesta por el método de flujo de efectivo descontado, así se logró estimar y comparar los efectos de TCJA en el valor esperado de la tierra (LEV) y el impuesto neto de la gestión de tierras madereras para dos clasificaciones de propietarios de bosques familiares de ingresos medios en 10 estados del sur. con respecto a los resultados, mostraron una disminución en el LEV y el impuesto neto tanto para los participantes materiales como para los inversionistas, con un mayor efecto en los propietarios que administran las tierras madereras como inversiones, por lo tanto, ser propietario de terrenos madereros puede volverse menos beneficioso según la ley actual para los propietarios de tierras forestales familiares de ingresos medios. Como aporte esta propuesta se hace llamativa, ya que se apega al tema de

investigación (Ingresos Ordinarios y su Impacto Financiero), en cuanto al influir en los ahorros fiscales de los propietarios sobre los ingresos ordinarios que proceden de la propiedad y gestión de tierras, así como, la retención de los tributos impositivos sobre las rentas de capital a largo plazo por las TCJA (Baral et al., 2020).

El autor desarrollo su investigación, cuyo objetivo principal, fue analizar de forma conceptual la política tributaria, argumentando que la innovación en instrumentos derivados plantea desafíos claves para el sistema tributario global tradicional. La metodología de este trabajo otorgó la vista de un estudio conceptual de la política tributaria que afirmaba que la innovación en instrumentos derivados plantea desafíos claves para el sistema tributario global tradicional. Para concluir el autor, cuestionó el sistema tributario tradicional con base en (1) tratamiento fiscal asimétrico entre deuda y capital; (2) la regla de tiempo en reconocimiento de ingresos para efectos fiscales; y (3) características de ingresos (los ingresos ordinarios versus rentas de capital). Su aporte en esta investigación, será la visualización de nuestro problema principal, de inclusión en el uso del Mercado a Mercado dentro de los Museos privados de Lima Metropolitana, haciendo notar, que existen aspectos que mejorar en el sistema financiero tradicional, como el tratamiento fiscal asimétrico de la deuda y el capital, y de los ingresos ordinarios en comparación con las ganancias de capital, cabe destacar, que se deben instituir reglas para resolver tales incongruencias en la política tributaria (Kim, 2021).

En su investigación, el autor baso su objetivo en examinar, el impacto de la planificación fiscal corporativa (TP) en la divulgación fiscal (DT), utilizando el conjunto de datos de gastos fiscales, con la tasa impositiva efectiva detallada (ETR), mediante la conciliación de elementos individuales de ingresos y gastos. Su método, fue usar un grupo de información de paneles a nivel de las compañías, analizando 286 empresas no financieras entre 2010-2012. Se realizaron análisis estadísticos multivariados en los datos de la muestra,

originando que la comprensión empírica de PFC depende de fuentes públicas de datos en el estado financiero, caracterizado en la nota agregada de gastos tributarios, además, se midió la DT utilizando elementos de conciliación ETR modificados, asimismo, los resultados muestran que DT exhibe una fuerte influencia positiva en PFC. Esto sugiere que DT está relacionado con PFC inferior, por consiguiente, las empresas con un alto PFC intentan mitigar el problema de la divulgación aumentando varios DT. Para concluir, el autor encuentra un impacto positivo significativo entre cada variable ficticia de la magnitud de la compañía y la industria, en DT, esto significa que las características específicas de la empresa son factores significativos que afectan la DT corporativa. Su aporte es importante, ya permite analizar las hipótesis de nuestra investigación, en efecto reconocer que en las asociaciones los resultados pueden atraer la ganancia o pérdida contable y los gastos o ingresos fiscales, por lo que se encuentran influenciadas por los ingresos ordinarios exentos de impuestos (Mgammal, 2020).

Los autores en su investigación se plantearon estudiar a un grupo de inversión de aportes privados, con la estructura de los aportes de inversión de origen privado en función de una de las cuatro categorías amplias: (i) fondos de inversión directa; (ii) fondos de fondos; (iii) fondos paralelos; y (iv) fondos híbridos. Su estudio se trató de forma cualitativa, concluyendo que los aumentos de ingresos resultarían de una serie de disposiciones en la legislación de extensiones de impuestos, incluyendo gravar como ingresos ordinarios a una parte de las ganancias de los socios originados por los servicios que ofrecen en la gestión de inversiones (es decir, intereses acumulados), cabe destacar, que el aporte a nuestra investigación es con respecto al problema principal del trabajo de estudio principalmente en la definición problemática (Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero?), dan una mayor visión, de cómo sujetar a la tasa de ingresos ordinaria del contribuyente (y no elegibles para el tratamiento de ganancias de capital) quedando un sistema nuevo: (i) la participación de un tenedor de intereses en las ganancias de la venta por parte de la entidad

subyacente; o (ii) un titular en las ganancias que vende la participación en las ganancias a alguien antes de haber tenido dicha participación durante tres años (Mcneil et al., 2022).

En esta investigación desarrollada por el autor cuya finalidad es evaluar el impacto financiero de la procedencia del museo en una obra de arte en diversas situaciones, examinando dos tipos de procedencia desde el punto del coleccionista y el de la celebridad como puntos de comparación, ya que estos tienden a aumentar constantemente en el costo de una obra a diferencia de la procedencia del museo, que a menudo lo reduce. Su estudio concluyó, en un razonamiento sugerente, debido a que innumerables factores contribuyen al desempeño de una obra de arte en una subasta, y es imposible medir con precisión cuánto impacto tuvo la procedencia de un museo en la oferta fina. Estos datos recolectados servirán de aporte a la investigación definiendo nuestra variable dependiente, debido al impacto financiero entre los catálogos de subastas anteriores y bases de datos en línea sobre obras dadas de baja, sus estimaciones y precios de remate deben ir acompañados de un estudio de comparación (Kwoung, 2018).

La autora desarrollo la investigación en la misma se planteó estudiar el impacto financiero directamente con los Empleos y la Reducción de Impuestos en los Productores Agrícolas. La autora, se basó que, a partir del 2018, se debían registrar dos transacciones en la declaración de impuestos, la primera seria la venta del tractor viejo por \$50,000, dado que la base es \$0, los \$50 000 completos se reconocerán como ganancia, y la segunda transacción será la compra de un tractor de \$150,000 que estará sujeto a depreciación. Estas transacciones, la llevan a concluir que el impacto de este cambio de ley probablemente será insignificante por lo menos en ocho años para la declaración de impuestos federales, ya que la compensación por eliminar el intercambio 1031 fue mejorar las reglas de la Sección 179 y la Bonificación de depreciación para que cualquier ganancia reconocida en la venta del antiguo activo pudiera ser

compensada por la depreciación adicional que causa un cambio nulo. En consideración, su aporte a nuestro trabajo de investigación es brindar el conocimiento idóneo para dar respuesta a nuestro problema general, ya que, como contribuyente por cuenta propia, sin fines de lucro, la depreciación adicional compensará los impuestos sobre el trabajo por cuenta propia, mientras que la ganancia estaría sujeta a una tasa impositiva ordinaria del impuesto sobre las ganancias (Barret, 2018).

El desarrollo de esta investigación los Autores, examinaron empíricamente los efectos financieros del restaurante EWOM, a través, del volumen de reseñas, calificación de reseñas y sus cambios en la presencia del valor de la marca. Lo denotaron, como una investigación empírica y se empleó el análisis de mínimos cuadrados en tres etapas, para reducir los riesgos de incertidumbre percibidos en las compras de servicios y las decisiones de compra. Asimismo, se concluye que el volumen de reseñas y la calificación de las mismas, contribuyeron a la rentabilidad del restaurante, encontrando que el valor de la marca modera los efectos de los atributos de revisión en la rentabilidad de los restaurantes. Esta investigación articula los efectos de los atributos de revisión en la rentabilidad que servirán como aporte para la investigación, ya que se adecuan al impacto financiero (rentabilidad) que puede ocasionar los riesgos e incertidumbres en los procesos de compras de servicios dentro de las actividades operativas. Por lo que, el aporte de los autores a nuestro trabajo será mediante el refuerzo de la variable dependientes y sus dimensiones (YiqiWang & JewooKim, 2021).

Los autores desarrollaron una investigación cuyo propósito fue establecer la disponibilidad de estudios que estiman los impactos financieros de las enfermedades de producción en los sistemas avícolas. Metodológicamente, se examinaron nueve enfermedades de la producción, seleccionadas por un panel de partes interesadas por su importancia económica en la UE, utilizando medidas como los volúmenes de producción, las tasas de

mortalidad y los recuentos bacterianos. Concluyeron, que, gracias a los datos en modelos financieros estándar, fue posible realizar análisis financieros parciales para algunas enfermedades de la producción avícola, ya que el impacto financiero de las enfermedades no tratadas varió, estimando que la mayoría de las enfermedades no controladas generaban pérdidas en las paradas. Referente al trabajo de investigación, este artículo aporta en el estudio de las variable dependiente e independiente, debido a que trataremos los ingresos ordinarios y como estos impactan financieramente en los museos privados de Lima Metropolitana, se tomarán en cuenta las revisiones bibliográficas como soporte al entender de cómo reducir las pérdidas, obteniendo información de las medidas de prevención y tratamiento situaciones financieramente óptimas (Jones et al., 2018).

El artículo estudia el rol de los museos en el ámbito cultural en México y su aporte económico. Con este fin, se analizan los periodos de 2016 y 2017 los resultados del Sistema Nacional de Cuentas del INEGI (periodo 2013) así como, la Clasificación Industrial NAICS de América del Norte. Su objetivo considera el empleo de los productos y servicios culturales, ya que genera una repercusión a magnitud particular y colectiva, a través de los cuales se adquieren habilidades y conocimiento, creando productos de mayor productividad en los seres humanos, estableciendo así nuevas dinámicas económicas y permitiendo el nacimiento de un espacio de posibilidades económica para la nación al facilitar el abastecimiento de recursos, la creación de nuevos empleos , por ende el incremento de ingresos (Román, 2020).

Los Museos privados como instituciones han sido planteados a partir de diversas doctrinas, resulta la creación de una nueva área nombrada economía de los museos, esto se debe a la economía aplicada en la cultura, por ello los museos se han convertido en objetos susceptibles de ser estudiados como instrumentos de análisis económicos. La herramienta de Contabilidad de Gestión ha cambiado la perspectiva de los museos orientados a ser visto como

negocios, con productos enormemente comercializados y con un punto de vista más enfocado en los usuarios que en las colecciones. La finalidad de este capítulo es exponer algunas particularidades de la gestión de los museística, en lo particular las que derivan en la determinación de la misión del museo como también la divergencia de los intereses latentes en torno a los distintos agentes involucrados, como, por ejemplo; los directores, la comunidad, los visitantes, el estado que ejerce su rol de proveedor de fondos, críticos, comisarios, artistas, coleccionistas entre otros expertos (Asuaga, 2020).

El estudio muestra los problemas en la implementación de la NIIF 15 ocasiona en las compañías ante las posibles modificaciones o ajustes en sus procesos operacionales, contables y financieros que origina la implementación de la norma con el fin de cumplir con la para la implementación de las IFRS 15; IASB y FASB equitativamente, con el propósito de mostrar de forma justa y estandarizar los estados financieros relacionados con de los resultados ordinarios de las operaciones para todos los grupos interesados (Bustamante, 2020).

Las NIIF estudian los ingresos ordinarios como viene impactando en el ámbito financiero y tributario. Las NIIF armonizan la normativa contable a nivel global, implementado mediante una serie de estándares para la aplicación de forma universal. Según la NIIF 15 que lleva como nombre Ingresos Ordinarios procedentes de contratos con clientes refiere hace mención que un ingreso se muestran como incrementos en los recursos monetarios, así como no monetarios generados en un determinado periodo. Dicho de otro modo, todas las actividades que realicen las compañías ya sea de manera recurrentes o no recurrentes se definirán como ingresos ordinarios. Entre los objetivos fundamentales es de exponer una información libre de errores, transparente y objetiva, por tal razón, la NIIF 15 enfatiza en los cinco para a seguir

para poder reconocer, medir, aplicar e interpretar todo lo concerniente a los ingresos y la mínima información a revelar. Entre las conclusiones más relevantes se encontraron que la norma introduce los requerimientos obligatorios para su correcta aplicación e interpretación de la misma por lo que no se puede ignorar estos cambios. Entre los grandes cambios que implica la NIIF 15 es que trata de determinar la obligación de desempeño, con la anterior norma los separan los bienes de los servicios. Por ello concluimos que este artículo ayudara a definir nuestra variable independiente ingreso, así como también las dimensiones que se estudiarán en el presente trabajo de investigación (Llorentede De La Rosa, 2020).

El autor hace mención que la NIIF 15 rige desde el 1 de enero de 2018 reemplazando la NIC 18 y NIC 11, pues posee una diferente perspectiva de como reconocer los ingresos en las compañías, como finalidad de la presente tesis de estudio es recabar una fuente de información más precisa y exacta de cómo se tiene que reconocer los ingresos. Por ello, las compañías de diversos sectores económicos tienen una necesidad de como asentar una adecuada aplicación de la norma. La finalidad de este trabajo es identificar como impacta la aplicación de la NIIF 15 en las compañías del rubro construcción en la capital de Ecuador, y cuáles son las medidas que han puesto en marcha para poder implementarlas, así como también analizar su efecto sobre las empresas en marcha. Se considera importante para nuestro trabajo de investigación, debido a que estudiaremos los efectos financieros que genera una adecuada implementación de la norma NIIF 15, de esta manera tendríamos más claro cómo abordar dichos cambios (Arboleda Landazuri, 2020).

La presente tesis investiga acerca de las experiencias de visita de las familias en los museos, partiendo de las visitas a la exhibición desmedidos: excesos y mandatos en la sociedad de consumo de la Universidad Nacional de Plata. Tiene como finalidad estudiar la transmisión de conocimientos que exhiben en los museos, conocer la experiencia que transmiten los

mismos. Además, Propone revivir los aportes y perspectivas pedagógicas que este campo académico y profesional ha presenciado en América Latina, sin dejar de lado el aporte de los estudios anglosajones. Para ello se va a explorar la categoría de la enseñanza como; la vivencia, el ocio, la educación intergeneracional, el patrimonio, las tradiciones, las reproducciones, el dialogo, el cuidado de los demás, los sentimientos, entre otros. El fin es que las familias naveguen y comprendan la experiencia de visitar los museos desde una perspectiva educativa y social. También busca contribuir a esta discusión desde un enfoque pedagógico pertinente donde la instrucción en museos no se base en una actitud antiacadémica. Por ello, consideramos un aporte sustancial para nuestra tesis, debido a que aporta con definición del marco teórico específicamente definición del museo, además de ayudar a definir los conceptos de nuestras variables servicios educativos y culturales (Perdesoli, 2020).

Los museos son importantes para el contexto cultural humano y lugares importantes para recopilar, indagar, preservar y exhibir el patrimonio cultural. Adicionalmente, funcionan como instituciones educativas y sociales para la comunidad. Además, asume la tarea de impartir la cultura. España y China son dos superpotencias culturales de importancia mundial con un vasto patrimonio histórico y cultural, reflejando una buena imagen cultural del país como también la contribución al desarrollo de sus museos. Este trabajo tiene como objetivo comparar la administración monetaria y cultural de museos más emblemáticos de cada ciudad, dos en Madrid y dos en Pekín, con el objetivo de elaborar un estudio para sugerir cambios innovadores, para ello se va a comparar las fortalezas y debilidades de los aspectos de gestión antes mencionados. La comisión se centra en dos museos que conservan algo más que un patrimonio histórico único de la antigüedad, como es el Museo Arqueológico, y dos museos que existen por la necesidad de conservar y difundir el arte contemporáneo. De esta manera, la intención de esta reseña es analizar la gestión monetaria y cultural de estos museos y realizar un análisis comparativo de museos

seleccionados en ambos países a partir de colecciones, exposiciones, afluencias a instituciones de museos, servicios públicos, aplicaciones tecnológicas y difusión de la cultura y educación. Los resultados de este estudio revelan que es deseable que los museos de ambos países fortalezcan el intercambio cultural mutuo en el futuro. Este trabajo de investigación aporta a nuestro trabajo conceptos más específicos de los museos y en las variables de servicios culturales y servicios educativos (Yin, 2019)

Cabe precisar que para elaborar el presente trabajo de estudio se están utilizando diversas fuentes de investigación con alusión a temas de ingresos ordinarios, impacto financiero y museos; por ello, en el análisis de nuestra tesis estamos considerando todo concepto concerniente a los “ingresos ordinarios” NIIF 15, debido a que una de nuestras variables independiente y está muy relacionada con temas de la mencionada NIIF y su impacto financiero.

### **1.1.2 Antecedentes Nacionales**

En este proyecto, como estrategia para crear valor a su marca se ha diseñado un plan que consiste en personificar la vivencia de asistir a los museos en Lima Metropolitana a través de funciones innovadoras que permiten al segmento objetivo interactuar y conocer más sobre la experiencia de la elaboración del café en el país, entre sus ideas innovadoras fue montar un restaurante, implementar área de juego para niños, de esta forma permite que al grupo familia complacerse de la experiencia. El modelo vanguardista permite que los asistentes puedan ser partícipes en la elaboración y éxito del fruto el café hasta el último proceso de elaboración. Esta percepción de cómo funciona el negocio es la que significaría una buenísima alternativa para disfrutar más con la familia. Con respecto a los ingresos ordinarios, se concluye que 37,7% públicos objetivo visitarán regularmente el museo del café; 9 de cada 10 encuestados estarían dispuestos a lo mucho S/.20 por boleto y la mitad de los encuestados acudirían al museo al

menos una vez o dos veces al año (Balboa & Bautista, 2019).

En el presente el estudio se realizó con el fin conocer los efectos tributarios y financieros que implica la puesta en marcha de la NIIF 15, por ello es fundamental la constante capacitación y aprendizaje de la norma que afecta significativamente en la contabilidad y finanzas de las compañías y a su vez en los primordiales puestos que dinamiza la economía del País. Asimismo, La Norma Internacional de Información Financiera NIIF15 la finalidad principal es realizar un informe de las pautas de como reconocer los ingresos ordinarios, motivo por el cual, esta norma puede generar un impacto significativo en diversos sectores económicos. Además, la NIIF 15 ofrece los siguientes puntos nuevos a las empresas nacionales, rescatándose así los últimos comentarios proporcionados por Carlos Langa, director de EY Perú, quien delimita que la NIIF 15 sustituye varias normas relacionadas con la manera de reconocer ingresos ordinarios (Vargas, 2021).

En la presente tesis de investigación, el autor destaca su estudio en la realización de una encuesta para conocer si los trabajadores que laboran dentro de la compañía están instruidos para aplicar la reciente normativa financiera NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de contrato con Clientes, además de la aplicación de una casuística donde se compruebe el impacto real en los Estados Financieros (Honigman, 2019).

La finalidad del presente tema de investigación que se desarrolló fue evaluar como impacta de manera financiera y tributaria la entrada en validez de la NIIF 15 en el rubro de construcción, además, de identificar las fundamentales divergencias que origina la NIIF 15 y la NIC 11 Contratos de Construcción. Los autores concluyen que la implantación de la NIIF 15 ocasiona un gran cambio en sus cronogramas de reconocimientos de sus ingresos, por lo que sus contraprestaciones son imprecisas y estas se tendrían que reconocer por anticipado. Por

el contrario, con NIIC 11, los ingresos se reconocían en la medida que se devengaban. Por otro lado, el trabajo de materia de estudio utilizó la investigación es de tipo exploratorio, la finalidad de este método de investigación es estudiar un problema de investigación poco indagada, de las cuales se tiene varias interrogantes. El aporte a nuestro trabajo de investigación es primordial debido a que nos ayudan a definir nuestra variable independiente “ingresos ordinarios” (Chilcho & Huidobro, 2018)

En el proyecto de estudio tiene finalidad primordial fue elaborar un estudio acerca del impacto contable generado producto de la implementación de la NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes, y por consiguiente determinar su efecto que conlleva la nueva forma de reconocer de ingresos ordinarios en las compañías del rubro inmobiliario del Perú. Por un lado, determinar los efectos financieros en los Estados Financieros. Por otro lado, evaluar los efectos legales (tributarios) en las compañías del rubro inmobiliario. Por eso, consideramos que este tema de estudio es relevante para nuestro trabajo, debido a que ayudaría comprender nuestros problemas generales y específicos. Debido a que la aplicación de la NIIF 15 es aplicada de manera estándar, una de sus principales características es generar cambio en la medición de sus ingresos, por eso la norma define a los cinco pasos a seguir. De otra parte, se ha utilizado la técnica cualitativa, esta metodología es muy utilizada, debido a que ayuda a describir de forma minuciosa el efecto de la normativa contable, sin hacer uso de análisis estadísticos. Finalmente, se concluye la implementación de la NIIF 15 genera diversos impactos en las partidas del conjunto de Estados Financieros, en particular del Estado de Situación Financiera que genera activos diferidos originado por el reconocimiento de los ingresos al momento que se identifican las obligaciones de desempeño, por ende, genera impactos en la determinación del impuesto corriente (Pajuelo & Stuart, 2020).

En el presente trabajo de estudio, tuvo como propósito sustancial es conocer el efecto

de la implementación de la NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes en el Estado de Situación Financiera de la compañía Total Weight & Systems SAC. Para el ejercicio 2016 y 2017. Para su realización se utilizó el enfoque cuantitativo como metodología de investigación, definido también como un diseño no experimental, descriptivo, explicativo. Por lo que, los autores concluyen que la NIIF 15 generan ajustes en los ratios financieros especialmente en los ratios de solvencia, rentabilidad y liquidez; de igual forma, produce efectos tributarios como es la modificación de los impuestos a las ganancias, originando así el impuestos diferidos, esta tesis de investigación es relevante para nuestra tesis , debido que ayudaría a hondar en nuestras preguntas de investigación tanto generales como específicas (Carranza & Espinoza, 2018).

Con la creación, emisión y aplicación de la norma financiera, las organizaciones tienen la obligación de instruir con los nuevos parámetros y un modelo holístico de los 5 procesos para reconocer los ingresos según la reciente norma emitida denominada NIIF 15, así como detectar los probables cambios en el procedimiento financiero y tributario que generarían con la transición de esta regla contable. Por lo cual, los autores concluyen que la aplicación se proveería en el entorno financiero en las organizaciones, pues las ratios financieras se modificarán y hace falta ampliar la información a revelar, por lo cual, se comprometen a adaptar nuevos procesos e implantar software de gestión de procesos para cumplir con los nuevos requerimientos decretados. Sin embargo, es inminente los efectos tributarios por las desigualdades temporarias y temporales originadas por los ingresos y gastos, lo que conlleva a dar orígenes de activos o pasivos diferidos dependiendo el contexto; por otro lado, la metodología utilizada es la mixta, esta técnica sirve para ahondar en la percepción de las organizaciones y determinar su entendimiento sobre la reciente normativa. En esta fase, se utilizan herramientas cualitativas, como por ejemplo entrevistas a profundidad; y en cuanto al método cuantitativos, tenemos los casos prácticos y las encuestas. Finalmente, este trabajo

aportaría a nuestra tesis con nuestra variable dependiente “ingresos” y con nuestra variable dependiente “efectos financieros” (Sarmiento & Valdivia, 2017).

La presente tesis determina el impacto de esta norma contable en la forma de presentar los estados financieros de la compañía Statkraft Perú S.A. Por ello, el estudio tuvo un criterio cuantitativo, un tipo de análisis descriptivo-transicional, con un diseño no empírico; además, la técnica utilizada para recopilar información son la observación y el análisis de datos. Esto finalmente resultó diferencias en los resultados aceptados por la empresa, haciendo una diferencia de 7,05% al término del año 2018 y 11,73% al año 2019, debido a que el proceso de 5 pasos no se considera adecuadamente en relación con la manera de reconocer las obligaciones de desempeño según la NIIF 15, este trabajo aportaría a nuestra investigación para identificar y definir la variable independiente “impacto financiero” (Montero, Miranda, & López, 2020).

La presente tesis de estudio expone los costos de servicios que existe en la Basílica Catedral del Cusco y los ingresos que se recaudan por visitar dicho museo en el ejercicio 2018. Este trabajo de investigación tiene por finalidad conocer la estructura de gastos y a cuánto ascienden, así como también conocer la composición de los ingresos. La metodología de empleada fue investigación cuantitativa, descriptiva, y no experimental, debido a que se estudiará toda la información concerniente al año 2018 y como población será el departamento administrativo de la basílica catedral del Cusco. En ese sentido, se consideramos un buen aporte para la tesis, específicamente en el marco teórico y para nuestra variable independiente, definiendo el concepto de museos, de ingresos, servicios culturales y educativos con el fin de aportar conceptos para aportar mayor fluidez en la lectura del presenta trabajo de estudio además de ayudar a comprender las variables que conforman la estructura esencial de la tesis (Giro, 2019)

## **1.2 Descripción situacional sector económico/empresarial de investigación**

### **1.2.1 Sector: museos privados**

#### **Museos**

Conforme a la Real Academia Española (RAE,2021), conceptualiza a los museos como aquellos lugares donde se exponen, conserva y coleccionan diversos objetos artísticos, científicos y educativos, cuyo fin económico es netamente sin fines de lucro. Asimismo, se entiende que los museos cumplen con el rol de adquirir, conservar, estudiar y exponer al público los objetivos de interés cultural y educativo. También es definido como, organizaciones estables predispuestas a brindar servicios a favor de la sociedad aportando al desarrollo y crecimiento en el ámbito social-cultural, con fines de estudios, recreación y educación. Ocupándose en adquirir, conservar, transmitir información, exponer e investigar testimonios de individuos y medio ambiente.

Tello (2017) sustenta que el vocablo museo proviene del latín “museum” derivándose del griego “museion”, cuyo significado general es “el templo de las musas” refiriendo un espacio establecido para el misticismo y el deleite de las diferentes teorías artísticas. Según los historiadores, los museos han sido definidos como aquellos lugares de colecciones de índole público y privado donde acogen invaluable reliquias artísticas e históricas que datan de hace muchos siglos, es así que a los museos se define como una locación con muchos prestigio social, cultural e histórico. Por lo tanto, se puede afirmar que desde inicios del renacimiento (siglos XV-XVI) donde se empieza hacer uso de la palabra museo con un sentido vanguardista o con propósitos académicos. Ahora bien, en la actualidad llamamos museología a la ciencia cuyo fin es el estudio teórico de los museos, que básicamente consiste en estudiar las funciones que desempeña, como está definida su estructura organizacional, su historia y su evolución. En cambio, la ciencia que estudia las técnicas prácticas aplicadas a la museología, como, por ejemplo, el diseño y montaje de exposiciones, la restauración, conservación, la señalética y

demás actividades, se le denomina museografía.

### **Museos privados**

Caracterizados por ser organizaciones constituidas con fondos privados y sostenidas económicamente con ingresos propios, por ejemplo, tenemos las asociaciones, fundaciones e instituciones religiosas y educativas, organizaciones particulares, sociedades y demás. De igual manera, los museos se clasifican por la naturaleza de sus colecciones, a su vez se subclasifican en museos de: historia, ciencias naturales, arte, religiosos, tecnológicas, arte popular, el Museo de la Electricidad y la Casa de la Gastronomía Peruana, y demás.

En la actualidad los museos privados ofrecen información lo más amigable posible, enfatizan en que sus exposiciones se expongan de tal modo que se muestren en forma concisa, precisa, y entendible, ofreciendo una experiencia única a los visitantes; asimismo, se buscan que los usuarios tomen contacto espontaneo con el museo y sus exposiciones, creando sus propias conclusiones, además de reflexionar en el lugar, acerca de lo que se está apreciando para su deleite.

#### **1.2.2 Evolución de los museos privados en el Perú**

Los orígenes de los museos en el Perú es el comienzo de una maquinaria promovidas por una serie de figuras estrechamente relacionadas con el principio de la independentista. Con la llegada del libertador don José de San Martín en 1820, desembarcando en Paracas, se inició el proceso de independencia, en el año 1821 se declara al Perú un país libre y soberano: “Es el momento de hacer uso nacional de todos nuestros recursos provenientes de la grandeza de nuestra naturaleza que nos provee nuestro rico y diverso Perú”. Los albores del museo nacional del Perú se remontan a la fundación de la República (1826) y vieron la luz paralelamente con la creación de la Biblioteca Nacional. En su mayoría son las figuras de nuestra historia que han hecho suyo el compromiso asumiendo la responsabilidad de preservar estos recursos dándole

continuidad y realizando investigaciones para las generaciones venideras. En 1879 estaba declarada la guerra a Chile, y las colecciones que habían sido instaladas permanentemente en su nueva y espléndida instalación - el glorioso museo peruano de menos de 10 años de actividad museal - fueron robadas por las tropas chilenas y llevadas a su país como un trofeo en el año de 1881; es después de la guerra, con la reconstrucción del país, que el Perú iniciaría la tarea de recuperar su patrimonio cultural (Arias & Contreras, 2019).

En la actualidad, la capital de Perú tiene una colección de museos concentrada y diversa. La cadena de museos del histórico centro de ciudad cuenta con más de 40 museos solo en el centro, con actividades como ferias de museos y noches de museos. Además, se ofrecen cursos y talleres para que el personal del museo se actualice en asuntos vinculados con la museología y de cómo conservar nuestro patrimonio nacional. La particularidad es que cada museo cuenta con sus propias singularidades de colección y gestión, por ese motivo, se considera que la historia de estos establecimientos permite acercarse al proceso de creación y conservación de los objetos.

### **Tipos de museo**

Los museos se clasifican en públicos y privados, para el estudio se hará el conocimiento de los privados, por lo que sus colecciones se organizan en distintas categorías, principalmente concerniente a su temática:

- Museos temáticos: entre los más destacados encontramos; militares, vestimenta, vehículos, de instrumentos militares, marítimos, tauromaquia, etc.
- Museos de artes: arte aplicada, arte decorativa, arte precolombino, colonial, republicano y contemporáneo, textiles, esculturas, pinturas, grabados, cerámicas.
- Museos de materias científicas: antropológicos, arqueológicos, paleontólogos.

- Museos históricos; su fin es difundir la historia en general de una nación o comunidades culturales, entre los más conocidos están: museos de revoluciones, museos de ciudades, museos judíos.
- Museo de ciencia y tecnología: este museo cumple un rol importante, debido a que transmiten conocimiento y canalizan en el conomimientto entre la ciencia, los científicos y la sociedad.
- Museos de función: cacerías, pescas, agriculturas, ganaderías. Casas-museos o museos orientados a determinados personajes como: artistas, políticos, literatos.
- Museo de colecciones de variedades y curiosidades.

### 1.2.3 Regulación de los museos en el Perú

#### Legislación

- Decreto Legislativo N° 25790 – Creación del Sistema Nacional de museos del Estado, promulgado el 21/10/1992
- Reglamento de la Ley N° 25790, promulgada en la Resolución directoral nacional N°415, el 13/11/2005
- Ley N° 29296 – Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación, promulgada el 22/07/2004
- Ley N° 29366 - Ley que dispone el acceso gratuito el primer domingo de cada mes de los estudiantes a los monumentos arqueológicos, museos y lugares históricos en el ámbito nacional, promulgada el 28/05/2009
- Ley N° 29565 – Ley de creación del Ministerio de Cultura, promulgada el 15/07/2010
- Ley N° 30260 - Ley que dispone que el primer domingo de cada mes los ciudadanos

peruanos tengan acceso gratuito a los sitios arqueológicos, museos y lugares históricos administrados por el Estado en el ámbito nacional, promulgada el 14/10/2014

- Directiva N° 03-2016-VMPCIC/MC - Procedimiento que regula el Registro Nacional de Museos Públicos y Privados, aprobada mediante resolución Viceministerial N° 112-2016-VMPCIC/MC (01/09/2016)
- Ley N° 30599 - Ley que dispone el acceso gratuito el primer domingo de cada mes de los estudiantes a los monumentos arqueológicos, museos y lugares históricos en el ámbito nacional, promulgada el 07/06/2017
- Directiva N° 01-2017-VMPCIC/MC – Lineamientos para la formulación de proyectos museográficos en los museos integrantes del Sistema Nacional de museos del Estado., aprobada mediante Resolución Viceministerial N° 098-2017-VMPCIC-MC (05/06/2017)

#### **1.2.4 Museos privados de Lima Metropolitana**

Es a mediados del siglo XX que se abren al público los primeros museos de asociación privada como los conocemos actualmente, con sus propias instalaciones (en algunos casos cedidos en comodato por la administración pública), con una estructura constitutiva como asociaciones o fundaciones para las cuales el Estado ha dispuesto a través de beneficios tributarios: inafectación del impuesto a la renta, inafectación del impuesto al valor agregado conocido como el IGV y calificación como entidades perceptora de donaciones con la finalidad de incentivar y fomentar toda actividad cultural.

La ciudad de Lima cuenta con museos que desarrollan variadas temáticas que se clasifican por los tipos de colecciones (permanentes) que poseen, así como de las actividades y programas educativos que se desarrollan en base a estos y de exposiciones temporales

(itinerantes) que exhiben otorgando una variedad en tarifas y horarios para los diversos visitantes nacionales y extranjeros, a esto se suma también los servicios adicionales que brindan como tienda y cafeterías, factores que brindan personalidad única a estas organizaciones (Museo de Arte de Lima, 2018).

**Figura 1**

*Clasificación de museos y centros expositivos en Lima por tipo de administración*



*Nota.* Adaptado de Hacia un museo sostenible. Oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima (p. 15), por MALI, 2018.

Entre los museos privados más visitados tenemos al:

- MALI (Museo de Arte de Lima), fundada en 1954, alberga y expone arte precolombino, colonial, republicano y contemporáneo.

**Figura 2**

*Foto exterior del MALI*



*Nota.* El emblemático museo MALI. Museos de Arte de Lima ,2022 (<https://www.museosdelima.com/museo-de-arte-de-lima-mali/>)

- Museo Pedro de Osma, fundado en 1987, especializado en arte y cultura virreinal.

**Figura 3**

*Foto exterior del museo Pedro de Osma*



*Nota.* El histórico museo Pedro de Osma. Museos de Lima,2022 (<https://www.museosdelima.com/museo-pedro-de-osma/>)

- Museo Larco (Museo Arqueológico Rafael Larco Herrera), fundado en 1926, especializado en arte precolombino.

**Figura 4**

*Foto exterior del Museo Larco*



*Nota.* Unos de los principales museos de Lima. Museos de Lima ,2022 (<https://www.museosdelima.com/museo-larco/>)

- MAC (Museo de Arte Contemporáneo de Lima), fundado en 2013, especializado en arte moderno y contemporáneo.

**Figura 5**

*Foto exterior del Museo de Arte Contemporáneo*



*Nota.* El moderno Museo de Arte Contemporáneo. Museos de Lima,2022 (<https://www.museosdelima.com/museo-de-arte-contemporaneo-mac/>)

### **1.3 Base teórica-variable independiente**

#### **Ingresos**

Papillon (2008) define el ingreso económico como la suma de dinero pagada por el

comprador y recibida por el vendedor del bien; Se determina multiplicando el precio por la cantidad de estos bienes vendidos.

Goxens y Ángeles (1995), argumentan que ingreso significa, rentas que generalmente se manifiestan mediante la aportación o incremento patrimonial, especialmente, el ingreso como incremento de bienes o derechos sin una contraprestación, es decir, no proporciona ningún otro valor patrimonial en intercambio.

Según Guajardo y Andrade (2008) los ingresos simbolizan los recursos que transfiere una compañía por la prestación de un servicio o la transferencia de un bien, indistintamente si es al contado o al crédito. Los ingresos se consideran tal cual cuando se prestan servicios o se venden bienes, es decir, cuando existe la transferencia de los mismo, no cuando se recibe el dinero. Al respecto, señala Polimeni et al. (1997) que la renta se define como el precio del bien vendido o del servicio brindado.

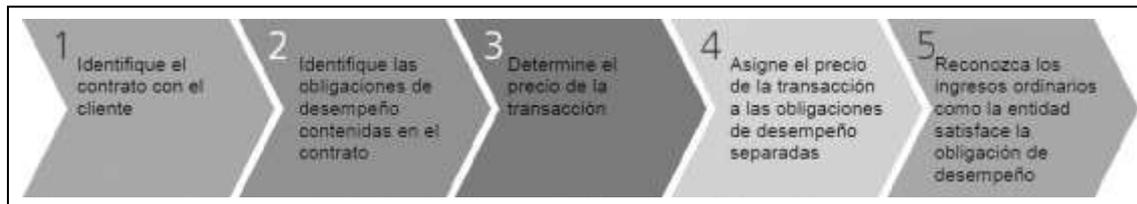
De las definiciones que hacen los autores se puede decir que los ingresos son sinónimos de percibir recursos dinerarios originados de las actividades económicas que realizan las personas o empresas, mediante la oferta de productos y servicios.

#### Ingresos Ordinarios

La NIIF 15 define los cinco ítem a proseguir con el fin de identificar los ingresos ordinarios provenientes de transferencia entre bienes y/o servicios, según proceda, a raíz de contratos con clientes, este debe ser representados según su naturaleza, sus montos, calendarios de incertidumbre del ingreso de flujo de efectivo según la entidad desea conseguir por la contraprestación una vez definida sus obligaciones de desempeños ya sea mediante el intercambio productos o la prestaciones de servicios (Deloitte, 2016).

**Figura 6**

*Los cinco pasos para el reconocimiento de los ingresos según la NIIF 15*



*Nota.* Tomado de Deloitte, 2016.

Primero. - Identificar el contrato con los clientes: los acuerdos contractuales se establecen tal, ya sean por escritos, verbales o implícitos, no obstante, deben cumplir algunos criterios entre los más importantes están:

- Las partes deben aprobar el contrato y cumplir con obligaciones consignadas en el mismo.
- Tiene que identificarse derechos y obligaciones que contiene el contrato.
- Determinar las formas de pagos.
- El convenio es de materia netamente comercial.

Segundo. - Identificar las obligaciones de desempeño: La disgregación del convenio es un proceso que debe de ejecutarse al comienzo del mismo. Porque, es importante identificar y separa en cuanto a las obligaciones de desempeño de los contratos para que posteriormente se asigne un precio por la contraprestación.

Tercero. - Determinar los precios de la transacción: Al respecto, la norma faculta exclusivamente a la entidad a estipular un precio razonable por la contraprestación, bien pueden ser fijos o variables según sea la naturaleza del bien o servicio que se brinda (Deloitte, 2016).

Cuarto. - Distribuir el precio de la transacción entre las obligaciones del contrato: posteriormente de determinar el costo o importe del bien o servicio a contratar, se deberá prorratear a cada una de las obligaciones de desempeño que previamente se identificaron y designaron a los contratos con los clientes.

Quinto.- Asignar el precio de la transacción a las obligaciones de desempeño separadas: cabe precisar que cuando las compañías reconocían sus ingresos en base a la Norma Internacional la NIC 18 Ingresos de Actividades Ordinarias, estas hacían diferencias al momento de reconocer los ingresos ordinarios, es decir, se reconoce un ingreso por la transferencia de bienes cuando esto es probable que el beneficio económico originado fluya en la empresa o en la transferencia todos los riesgos y beneficios (reconocían un determinado tiempo). No obstante, los servicios se reconocían en su tiempo oportuno o en su caso recurrían a otra norma contable, por la NIC 11 Contratos de Construcción. En contraste con la vigencia de la NIIF 15 no hace mención de las divergencias tanto en los bienes como servicios, por el contrario, provee información más específica de como reconocer los ingresos provenientes con contratos con clientes. En lo puntual se menciona que intercambio puede concederse cuando el cliente haya conseguido el control total de los activos (riesgos y beneficios) (Marín, E., 2015).

En términos generales, el ingreso ordinario es el dinero que se obtiene del trabajo. Esto incluye salarios por hora, salarios, propinas, comisiones, intereses devengados de bonos, ingresos obtenidos de un negocio, algunas rentas y regalías, ganancias de capital a corto plazo que se retienen por no más de un año y dividendos no calificados. Excluye todo lo que pueda clasificarse como ingresos de capital a largo plazo, la mayor parte de los casos se refiere a la enajenación de una propiedad y los ingresos derivados de esa transacción (Bankrate, s.f.).

Es el ingreso obtenido regularmente de operaciones o actividades del día a día, y no

incluye dividendos calificados, ganancias de capital (Thakur, 2019).

#### Dimensiones de ingresos ordinarios

Cuando las organizaciones se constituyen tienen definido el propósito de su creación y a lo que se dedicarán, tienen identificado el rubro/sector y las líneas de negocio que desarrollarán como actividades habituales y recurrentes con las que buscarán generar beneficios económicos (Andia & Paucar, 2013)

### **1.3.1 Servicios culturales**

Es una actividad vinculada al arte en sus diversas disciplinas y manifestaciones que conllevan la asistencia de visitantes, así como de los servicios adicionales que de ellas se desprenden. Entre estos servicios, por destacar a los más importantes, se encuentran: exhibiciones y muestras (entradas), conservación y restauración de piezas de arte, registro y catalogación de colecciones y cursos especializados de curaduría y gestión cultural, entre otros (Sarukhán, 2016).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020), los servicios culturales se distinguen como actividades artísticas que se visualizan o consumen cuando se exhiben o realizan. En cierto sentido, son actividades perecederas que no se pueden repetir, lo que nos permite estar seguros de que son únicas. Son ejemplos de servicios culturales todos aquellos relacionados con la participación de espectadores o visitantes para asistir a espectáculos como obras de teatro, bailes, circo, conciertos, proyecciones cinematográficas, muestras de arte, venta de artesanías o libros, acto de patrocinio, carnaval, festival, biblioteca, entre otros.

Los servicios culturales son servicios dirigidos a satisfacer intereses y necesidades culturales. No constituyen en sí mismos un bien cultural concreto, pero promueven su producción y difusión. Los servicios culturales incluyen, por ejemplo, otorgamiento de

licencias y otros servicios de pertenecía de autor, distribución de actividades audiovisuales, apoyo a reuniones culturales y de artes escénicas, investigación orientada a temas culturales y de conservación de libros, registros y objetos (bibliotecas, centros documentales, museos) (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura – UNESCO, s.f.).

**Figura 6**

*Conservación de textil Paracas*



*Nota.* Adaptado de Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú (<https://mnaahp.cultura.pe/servicios/conservacion-y-restauracion>)

### **1.3.2 Servicios educativos**

Son actividades de carácter formativo y de enseñanza que se imparte y obtiene a través del conocimiento y que se da en las escuelas, colegios, academias, universidades, museos, entre otros. En los museos esta actividad ha cobrado mayor presencia con la oferta de cursos y talleres libres en temporadas de vacaciones escolares (Alvarez, 2009).

Los servicios educativos se pueden definirse cómo la capacitación o enseñanza que se imparte sobre diversos temas. Las instituciones que brindan estos servicios sobre diversas materias pueden ser centros de formación y educación, colegios, escuelas y universidades (Teachmint, s.f.).

El servicio educativo hace referencia a un conglomerado de actividades de educación, pedagógicas y administración diseñadas y organizadas para alcanzar los objetivos de aprendizajes dados o para realizar tareas educativas específicas durante un período de tiempo (Ministerio de Educación [MINEDU], 2021).

**Figura 7**

*Cursos de distintas disciplinas*



*Nota.* Adaptado del Museo de Arte de Lima (<https://www.mali.pe/educacion/DetalleCurso.php?id=9999&col=8&sec=10>)

### 1.3.3 Donaciones

La donación es un acto voluntario y deliberado en el que las personas ya sean naturales o posea personerías jurídicas se desprenden parte de su patrimonio (mueble o inmueble) para transferirlo a otra. En los museos este tipo de ingreso proveniente de mecenazgos que se destina principalmente a financiar exposiciones y cubrir gastos corrientes (Aponte & Ramirez, 2017)

Se define como donaciones, aquello de índole material (financiero, humano o técnico) que son entregados a personas físicas o jurídicas (asociaciones sin fines de lucro) sin contraprestación directa por parte del beneficiario, para la realización de actividades que responden al interés general, normalmente relacionados con fines culturales, sociales, recreativos, académicos o humanitarios y de conformidad con las condiciones de esta políticas y directrices dispuestos en la presente Política, por ejemplo, programas educativos, deportivos, programas de apoyo a fondos, entre otros (UNESCO).

Una donación es un contrato por el cual un donante (el que da) se despoja, gratuitamente, de forma inmediata e irrevocable, de un bien mueble o inmueble en favor de un donatario (el que recibe) que lo acepta (Service Public Fédéral Financies , s.f.).

**Figura 8**

*Representación de una donación*



*Nota.* Adaptado de El Diario NY (<https://eldiariony.com/2015/11/11/regalar-dinero-por-que-no/>)

## **1.4 Base teórica-Variable Dependiente**

### **Impacto financiero**

El impacto financiero se define como un efecto negativo o positivo a consecuencia de un evento, en el ámbito comercial definen al impacto financiero como un costo o pérdida surgidas como resultado un desastre, evento o suceso controlado. Este tipo de eventos suele pasar por diversos factores como, por ejemplo; desastres naturales, riesgos de mercado o falla internos, la falla más usual es la de un producto (The Law Dictionary, 2017).

Al transar operaciones comerciales, los inversionistas suelen considera el coeficiente de rentabilidad esperado y el retorno ajustado de las inversiones, el fin de estos indicadores es prevenir y/o anticipar resultados desfavorables como favorables en el futuro como resultado de

las negociaciones comerciales. La ventaja de esta medida originaria es proyectar los posibles retornos de resultados además de permitir la jerarquía preferencial de todas las inversiones. El usuario de la información tanto interno y/o externo, y cualquier agente de la información, necesitan conocer el desempeño económico y financiero de la compañía. En este sentido, deben analizar constantemente la gestión empresarial; es decir, la continuidad de la empresa (Ramírez et al., 2014, p.3).

La finalidad del conjunto de los estados financieros es generar un análisis integral de cómo va marchando la empresa. Estos indicadores financieros revelan los resultados en los aspectos económicos como financieros de la compañía, como también su desarrollo de la misma. Entre los indicadores económicos más utilizados están; las ratios financieras, el EDBITA, el EVA, DUPOINT, y demás (Bernal et al., 2012, p.2).

### **Dimensiones del impacto financiero**

#### **1.4.1 Liquidez**

La liquidez es una propiedad de valoración del activo circulante que tiene un fundamento conceptual basado en criterios de conversión sencillos y fomenta la toma de decisiones financieras y de inversiones. Para Bernstein (1999), citado por (Ibarra Mares & Mares, 2010), la liquidez es la simplicidad, rapidez y magnitud de la contracción para la conversión de los activos circulantes en activos de cambio inmediato, cuya escasez es una medida de angustia financiera.

Esta es un atributo que cuantifica si es probable que un activo se realice en el corto plazo sin sufrir pérdidas (Hick, 2010). Al mismo tiempo, marca el inicio y el final del ciclo de desarrollo, ofreciendo a las empresas la máxima flexibilidad al momento de tomar decisiones asertivas de las inversiones o financiamientos que conduzcan a transformaciones en activos de todo tipo (Aguilar,2013).

### **Ratio de liquidez o razón circulante**

Se define como activo circulante, aquello que fácilmente se pueden convertir en efectivo en un tiempo cercano, y los pasivos circulantes son obligaciones que la empresa espera desprenderse en un futuro cercano (Brealey et al., 1999). Su fórmula es:

$$\text{Ratio de circulante} = \frac{\text{activos circulantes}}{\text{pasivos circulantes}}$$

### **Ratios Prueba Ácida**

Es un indicador más eficaz, debido a que excluye algunos activos son más difíciles de convertirse en líquidos que otros, por ejemplo, los inventarios, ya que uno de los principales problemas sería la venta de los sus productos terminados a un costo menos de lo esperado por ello que la prueba ácida se concentra únicamente en tesorería, inversiones financieras temporales y cuentas por cobrar (Brealey et al., 1999). Su fórmula es:

$$\text{Ratio de la prueba ácida} = \frac{\text{tesor.} + \text{invers. financ. tempor.} + \text{efectos a cobrar}}{\text{pasivos circulantes}}$$

### **Ratios de tesorería**

Este indicador mide aún más la liquidez. La ratio de tesorería toma en cuenta únicamente activos más líquidos de una empresa como son: efectivo y sus equivalentes negociables. La finalidad es manejar con mayor facilidad para pagar sus obligaciones de corto plazo (Brealey et al., 1999).

$$\text{Ratio de tesorería} = \frac{\text{tesorería} + \text{inversiones financieras temporales}}{\text{pasivos circulantes}}$$

### **1.4.2 Endeudamiento**

Valencia (2013) lo define a la ratio de endeudamiento aquel porcentaje de la deuda con respecto al total de activos que adquiere una compañía y sus accionistas. Si el capital en su totalidad es del 100%, la diferencia representa el porcentaje del patrimonio de los accionistas que permanece en la estructura. Si existe algún indicio de que la empresa tiene menos del 50% de deuda, esto demuestra que el capital es alto y por consiguiente la compañía podría ejercer más inversiones con capitales particulares que con capitales de terceros.

Carmona (2018) define los pasivos expresados en dinero o la cantidad de compromisos que la compañía haya obtenido de terceros ajenos a la compañía. El nivel de estos pasivos depende básicamente de varios factores como las tasas de interés, la liquidez de las compañías, la factibilidad económica y las industrias en la que interactúan las empresas.

Según Andrade (2013) la deuda se define como el porcentaje de la deuda que recibe una empresa de terceros, es decir, deuda con la que la empresa se apoya o adquiere diversos fondos del exterior para su financiación y funcionamiento en diversas actividades.

### **1.4.3 Rentabilidad**

Según Zamora (2008), la ratio de rentabilidad es una razón encargada de medir la eficiencia de un producto producido por el capital utilizado durante un período de tiempo, es decir, el ingreso generado en comparación con los medios utilizados para generarlo. Esta comparación arroja una rentabilidad expresada como un factor denominado índice financiero.

La rentabilidad es un indicador que mide la eficiencia de las propiedades económicas relacionadas con la mejora para gestionar mejores controles en la escala de los costos y gastos incorporados a los procesos operacionales de una compañía, por lo que las dos perspectivas se explican desde el punto de organización industrial (formas estructurales) y de recursos

(habilidades y fondos particulares) (López, 2014; Lizcano ,2004).

Finalmente, para Melorose et. al (2015), la liquidez futura de una empresa pendiente de su rentabilidad, siempre y cuando tenga controles financieros sólidos, incluidas políticas sólidas de gestión de crédito y cobranza. Esto le brinda la oportunidad de conocer los éxitos o fracasos de los negocios.

## CAPÍTULO II: PLAN DE INVESTIGACIÓN

### 2.1 Descripción de la problemática

Los museos operan con una variedad de fuentes de ingresos, incluidos los ingresos de contribuciones públicas o privadas. Sus ingresos provienen principalmente de beneficios, ingresos privados, bonificaciones públicas o privadas, donaciones, financiamientos e ingresos de lotería (en la situación de Reino Unido). Como ingresos propios son los provenientes de la venta de boletos, las ventas en las tiendas del museo, los ingresos en restaurantes y cafés, los permisos y alquileres. Las regulaciones sobre deducciones fiscales por contribuciones y subvenciones, así como el nivel de financiamiento público de manera directa e indirecta para este sector, son muy diferentes de un país a otro. El apoyo público y privado conjunto ha aumentado en las últimas décadas, como las ayudas al sector cultural, tienen una clara orientación política. Sin embargo, siguen siendo un sector altamente vulnerable económica y financieramente, con realidades diferentes según cada región (Europa, Asia, América del Norte) (EVE Museos e Innovación ,2020).

Un factor importante y siempre presente que hace vulnerables económica y financieramente a estas organizaciones tiene que ver con los bajos niveles de consumo de arte y cultura en el mundo, situación ligada al nivel cultural de cada país. Si bien, en Europa la realidad es distinta comparada a América Latina, sigue siendo un sector económico que falta dinamizar (Ministerio de Cultura y Deporte de España, 2021)

En el Perú los museos privados no perciben subsidios o partidas presupuestales del Estado para su financiar sus actividades, ellos generan sus propios ingresos y recursos. Según INEI (2020) entre el 20% y 35% de la recaudación total proviene de las ventas de entradas, fuente permanente de ingresos. Este escenario, en que el apoyo económico del Estado es nulo, junto a los bajos niveles de interés de la ciudadanía por consumir cultura, son factores que no

permiten, en muchos de los museos privados, generar ingresos suficientes para que se desarrollen financieramente (Guel et al.,2011). Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, estas organizaciones en su búsqueda constante por generar mayores ingresos han identificado oportunidades que les reditúan beneficios económicos (EVE Museos e Innovación, 2020), como es el caso de los servicios educativos con cursos y talleres, convirtiéndose en una fuente recurrente de ingreso.

Aunque es un motor de desarrollo económico, no se aprecia por los niveles de recaudación que genera, sin embargo, según (PROMPERU, 2019), hubo 4 millones de turistas internacionales en Perú, asimismo, los turistas que realizan actividades culturales han superado el millón de visitas, aparte de Lima Metropolitana, las provincias con más concurridos son Cusco (85%), Puno (31%), Arequipa (21%) e Ica (21%) y las actividades más populares fueron las visitas a lugares arqueológicos (88%), visitas a museos (72%), visitas a edificios históricos (6 %) y visitas a pueblos indígenas o campesinos (38%). Sin embargo, y a pesar de la mejora de estos indicadores, la situación financiera de los museos dista de ser sólida y estable.

Tal y como se evidencia en la Figura 10, se refleja la cantidad de turistas que llegan al Perú y las divisas que generan entre el 2015 y 2019.

**Figura 10**

*Visitantes nacionales y extranjeros, 2019-2020 (Miles de personas)*



*Nota.* Adaptado de Ministerio de Cultural (2021)

Tal y como se observa en la Figura 11, se muestra la cantidad de turistas que llegan al Perú y las divisas que generan entre el 2015 y 2019.

**Figura 91**

*Evolución de visitantes y de ingresos por turismo 2015 – 2019*



*Nota.* Adaptado de Semanario 1047 - Economía (<https://www.comexperu.org.pe/articulo/comexturismo-la-mejora-de-la-competitividad-turistica-del-pais-debe-ser-impulsada-focalizando-e-identificando-las-necesidades-particulares-de-cada-region>)

Los museos privados en su búsqueda de encontrar alternativas para desarrollar nuevas fuentes de ingreso que hagan posible su sostenibilidad recurren a actividades que no necesariamente están vinculadas a su objeto social como son el alquiler de instalaciones, que en los últimos años, y en algunos casos, ha venido cobrando importancia. Habiendo descrito la problemática, el propósito del trabajo a investigar se enfatiza el estudio del comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana (Huacchillo et al., 2020).

## **2.2 Formulación del problema**

### **2.2.1 Problema general**

¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?

### **2.2.2 Problemas específicos**

¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios culturales y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?

¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios educativos y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?

¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios por donaciones y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?

## **2.3 Justificación y Relevancia**

En el mes de mayo de 2014, el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) emitió una nueva normativa contable denominada NIIF 15 “Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes”, esta empezaría a tener validez a iniciando

desde el año 2018 en adelante, esta norma tiene como finalidad reemplazar las normas vigentes que consistían en determinar la manera de reconocer los ingresos ordinarios, a estas normas se les conoce como NIC 18 “Ingresos de Actividades Ordinarias”, NIC 11 “Contratos de Construcción” así como sus explicaciones conocidas como CINIIF vinculadas. Tras este anuncio, la adopción de la NIIF 15 nos da los parámetros de mejora y estandarización del proceso en el reconocimiento de ingresos de operaciones normales mediante de una mejor coherencia en las políticas contables y controles internos, para permitir mejores beneficios y mayores controles de transparencias y comparabilidades de información. En consecuencia, la reciente normativa suscitara transformaciones significativas en las estructuras de los estados financieros de las organizaciones y, por tanto, al momento de tomar las decisiones. En efecto, en la NIIF 15 enfatiza el control del bien y/o servicio, en cambio la NIC 18 la cesión de riesgo y beneficio y a su vez la NIC 11 el grado de cumplimiento. Además, la reciente norma tendría implicaciones financieras y fiscales que podrían afectar el tratamiento que actualmente se les da, afectando los estados financieros, las declaraciones juradas anuales y por consiguiente en las de decisiones que pueda tomar el directorio. Cabe señalar que, en el rubro de los museos privados algunos ingresos se rigen por contratos y/o convenios, por lo que esta regulación tendría un impacto en el sector.

Cabe señalar que, hasta el momento, que La Superintendencia Nacional de Adunas y Administración Tributaria (SUNAT) aún no ha emitido su informe acerca de la utilización de la citada norma, lo que genera desconocimiento para las compañías de diversos ámbitos económicos. Por ello, la investigación tiene el compromiso de investigar los eventuales impactos financieros y fiscales de la NIIF 15.

### **2.3.1 Justificación Teórica**

Los museos se constituyen con fines de desarrollo cultural y social para la ciudadanía

y que no tienen ánimo de lucro, en la actualidad muchos de ellos están atravesando una situación financiera precaria acentuada aún más por lo que dejó el paso de la pandemia. Es por ello que la presente tesis está orientada a investigar y analizar la importancia que tienen los ingresos ordinarios de los museos privados de Lima Metropolitana y el impacto que generan sobre su situación financiera (Correa et al.,2017).

### **2.3.2 Justificación Práctica**

Desde una perspectiva general, la NIIF 15 – Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes cuya legislatura data del año 2019 (Deloitte, 2016), la cual modificaría la actual estructura de la manera de reconocer los ingresos en los museos privados de Lima Metropolitana, cuya actividad económica es ofertar bienes y servicios, de modo tal que la modificación en el reconocimiento de los ingresos cumple con el criterio de planteamiento de soluciones a mayor precisión en la manera de reconocimiento, por lo que se podrían ver afectados con la vigencia de esta norma, además del resto de sectores económicos del país. Por el contrario, las mencionadas normas NIC 11 y NIC 18 (Normas que regían a partir del año 1998) permitía al profesional contable ejercer su criterio de como reconocer ingresos (NIIF15, 2019).

Este trabajo de investigación se realiza porque resulta importante hacer visible y dar a conocer como los museos obtienen, buscan y generan sus ingresos para su sostenibilidad económica (Lebrúm, 2011) desde una óptica contable (NIIF 15), y como estos ingresos las impactan financieramente. También es relevante realizar este trabajo porque no existe precedentes que hayan tratado antes este tema (al menos en el ámbito nacional y latinoamericano), creando un espacio y punto de partida para posteriores trabajos.

## **2.4 Objetivos**

### **2.4.1 Objetivo general**

Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

### **2.4.2 Objetivos específicos**

Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios culturales y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios educativos y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por donaciones y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

## **2.5 Limitaciones y parámetros**

Nuestro trabajo de análisis se focalizará en las actividades comerciales de la ciudad de Lima, concretamente en los museos privados de Lima Metropolitana, por ello, las instituciones a estudiar serán aquellas cuyas actividades comerciales se localicen en el ámbito nacional (Ibermuseos.Org, 2018). Ahora bien, la presente investigación tendrá como delimitación temporal, las actividades comerciales del ejercicio 2021.

Las limitaciones se presentaron en algunos casos con museos que consideraron confidenciales sus datos y prefirieron no participar, debido a que los informes financieros y contable son de índole privado y no les está permitido compartir externamente.

El estudio fue autofinanciado, por lo que estuvo limitado por el tiempo que los investigadores tenían disponible para coordinarse con los encuestados y encuestados.

## **2.6 Hipótesis**

### **2.6.1 Hipótesis general**

Los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

### **2.6.2 Hipótesis específicas**

Los ingresos ordinarios por servicios culturales tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

Los ingresos ordinarios por servicios educativos tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

Los ingresos ordinarios por donaciones tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021

## **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Puesto que este estudio se enfoca en determinar los futuros impactos en materia financiera de las Instituciones del rubro Cultural, como lo son los Museos Privados sobre la fundamentación en marcha de la reciente normativa contable NIIF 15, solo se mantiene el planteamiento del análisis, ya que sería el mismo de enfoque mixto, como representación de un conjunto de procedimientos de investigación consecuentes, empíricos y analíticos que involucran conjuntamente la recopilación y la indagación de las variables cuantitativas y cualitativas, así también su incorporación y controversia absoluta, con el objeto de obtener conclusiones generales de la pesquisa recolectada y comprender mejor el acontecimiento del fenómeno del estudio (Hernández-Sampieri et al., 2018)

### **3.1 Diseño metodológico**

Según el autor manifiestan que la estructura de una investigación está compuesta por un objetivo o método de tal manera que permitan alcanzar los resultados deseados en la exploración para poder argumentar favorablemente del problema planteado. Por un lado, están los métodos cualitativos, que se encargan de recolectar datos de situaciones verbales o manifestaciones, acontecimientos, auditivos, visuales, conductas entre otras expresiones. Por otro lado, están las investigaciones cuantitativas; que por su naturaleza hacen uso de análisis estadísticos, datos numéricos como también predicciones de resultados previos; por último, tenemos las investigaciones mixtas que agrupan ambos enfoques, por lo cual mencionan (Hernández-Sampieri et al., 2018)

Los métodos mixtos o híbridos, se denomina un enfoque más íntegro, debido a que incorpora sistemáticamente los datos cualitativos y cuantitativos dando como resultado un enfoque integral del fenómeno. De igual forma, el método mixto se denomina un conjunto de pasos sistematizados, experimentales y precisos de una investigación que abarca el

recogimiento y el análisis de información de datos mistos, cualitativos y cuantitativos con la finalidad de realizar inferencias como resultado del conocimiento (Hernández-Sampieri et al., 2018).

Además, se mencionan los modelos de diseños, el denominado diseño experimental y el no experimental. Como lo menciona “cuando un experimento finaliza como resultado posee varias acepciones, la primera es general, aluce a efectuar una actuación y posteriormente de estudias las inferencias” (Hernández-Sampieri et al., 2018, p.151).

Concerniente al diseño experimental, es una técnica que consiste en modificar intencionalmente la variable independiente, la cual conllevan medir y observar a posibles resultados de la variable dependiente. En cambio, la investigación no experimental, no se efectúa ninguna alteración intencional de variables, sino que solamente se analiza y observa a los fenómenos en su contexto natural, es decir, situaciones ya existentes. Según Mertens “cuando las variables no se pueden o no deben ser manipuladas o en los casos que resulte difícil hacerlo, el diseño no experimental es la metodología apropiada” (Hernández-Sampieri et al., 2018, p.175). Un claro ejemplo de diseño experimental sería, enojar intencionalmente a personas y observar sus reacciones, por el contrario, el diseño no experimental sería observar las reacciones de las personas cuando llegan enojadas. Asimismo, las investigaciones no experimentales suelen ser focalizadas más en los diseños transversales o diseños longitudinales. Se entiende por un diseño transversal a aquel estudio que recolecta datos de una sola variable en un periodo de tiempo o momento único; por el contrario que el diseño longitudinal, es la técnica que recolecta datos en diferentes variables y en más de un periodo de tiempo durante la investigación (Cohen & Gómez, 2019).

Para nuestra investigación utilizaremos el diseño no experimental enfocada en el diseño transversal.

El diseño de nuestro estudio se basa en los objetivos, es decir, dar respuestas a los cuestionarios de investigación, lograr los objetivos de investigación y probar nuestras hipótesis.

Las variables definidas son las siguientes:

- X: Variable Independiente: Ingresos ordinarios
- Y: Variable Dependiente: Impacto financiero

En este estudio, los datos se recopilaron en un punto en el tiempo para analizar las interrelaciones entre las variables de estudio. El análisis cualitativo utilizó métodos mixtos mediante entrevistas a expertos, seguido de un análisis cuantitativo por intermedio de encuestas aplicadas.

### **3.2 Investigación cualitativa**

Las investigaciones cualitativas se caracterizan por ser métodos no numéricos, ya que su rol dentro de la investigación de recolectar datos mediante encuestas, entrevistas a profundidad, focus group, entre otros, con el propósito de identificar o perfeccionar las preguntas de investigación y reconstruir la realidad (Cohen & Gómez, 2019).

#### **3.2.1 Instrumentos de recolección de datos**

El método cualitativo no tiene como propósito la recolección de datos para medir las variables o realizar análisis estadísticos, sino que su enfoque está determinado por la obtención de información que describa cualidades como, por ejemplo: percepciones, emociones, experiencias, creencias y demás (Hernández-Sampieri et al., 2018).

La herramienta más utilizada en el método cualitativo es la entrevista a profundidad y el focus group, estas buscan comprender los fenómenos mediante la observación de las perspectivas de los integrantes en su entorno y contexto natural. A su vez, menciona que las

entrevistas realizadas a profundidad se enfocan en lograr escalas de comunicación y el levantamiento de un significado en un determinado argumento utilizando un cuestionario de preguntas y respuestas (Hernández-Sampieri et al., 2018).

En el presente trabajo de estudio elaboraremos entrevistas a profundidad, para ello se utilizará un cuestionario de 10 preguntas referentes al tema de análisis, hacia los especialistas del rubro con el fin de saber con determinación acerca del problema planteado.

### 3.2.2 Población

En el actual trabajo de estudio cualitativo, se determinará de la forma que la población representativa la participación de 3 directivos con experiencia en el rubro de museos, el cual estará conformado por:

**Tabla 1**

*Muestra de expertos para enfoque cualitativo*

<b>Nombre y Apellidos</b>	<b>Cargo</b>	<b>Institución</b>
Sharon Lerner Rizo-Patron	Directora	Museo de Arte de Lima
Nicolás Gómez Echeverri	Director Ejecutivo	Museo de Arte Contemporáneo - MAC Lima
José Antonio Ríos Montagne	Gerente General	Museo de Arte de Lima

### *Investigación cuantitativa*

El método cuantitativo se caracteriza por cuantificar y analizar la información recopilada, por lo que proporciona la capacidad de que los resultados se generalicen más exhaustivamente, otorgando control sobre los eventos, como también una óptica basada en conteos y envergaduras. Asimismo, concede una gran oportunidad de recurrencia y se centra en marcas específicas de dichos eventos, del mismo que hace más sencilla la comparación entre estudios similares (Arias ,2017).

### **3.2.3 Instrumento de recolección de datos**

Hernández-Sampieri et al., (2018) menciona que recopilar datos es hacer uso de una o más herramientas de medición, con la intención de recolectar información sobre las variables que se investigan en una muestra o casos escogidos pueden ser un grupo de personas u organizaciones, procesos, eventos, entre otros. Los datos hallados son el pilar de un análisis, sin ellos no hay investigación.

Hernández-Sampieri et al., (2018) medir significa “asignar un número, símbolo o valor a una propiedad de objeto o eventos conforme a ley” (p.228). Así, un instrumento de medida es una forma de consignar datos observables que representan las variables que son de entendimiento del investigador. En términos cuantitativos, una herramienta de medida tiene la capacidad de poder cautivar la realidad de aquello que quiere cautivar.

Por su parte, en el enfoque cuantitativo, la herramienta más utilizada en investigación es el cuestionario calificado por los expertos de la materia. Asimismo, definen el cuestionario como al conglomerado de cuestionarios relacionadas con a una o más variables medidas.

### **3.2.4 Población**

Una población es “el conjunto de todas las instancias que cumplen con un conjunto de características específicas” (Chaudhuri, 2018 & Lepkowski, 2008b). Para responder a la hipótesis de indagación es imprescindible buscar fuente verídicas s que se localicen dentro del ámbito de museos y lugares históricos. La población está delimitada a los museos Lima Metropolitana bajo administración privada, arrojando un total de 43 museos, como se evidencia en la tabla 2 (Hernández-Sampieri et al., 2018, p.198).

**Tabla 2**

*Museos privados de Lima Metropolitana*

NOMBRE	TIPO DE MUSEO SEGÚN ADMINISTRACIÓN	ADMINISTRACIÓN
Museo Pedro de Osma	FUNDACION	PRIVADA
Museo Larco	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
MALI - Museo de Arte de Lima	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo Antonio Raimondi	ESCOLAR	PRIVADA
Museo del Grabado ICPNA	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
MAC - Museo de Arte Contemporáneo Lima	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo de Minerales Andrés Del Castillo	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo de Oro del Perú y Armas del Mundo	FUNDACION	PRIVADA
Museo de Historia Natural Vera Alleman Haeghebaert	UNIVERSITARIO	PRIVADA
Museo Amano	FUNDACION	PRIVADA
Museo de Arte Religioso de la Catedral de Lima	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo de la Electricidad	PRIVADA	PRIVADA
Museo de Artes y Tradiciones Populares del Instituto Riva- Agüero de la PUCP	UNIVERSITARIO	PRIVADA
Museo de Arqueología Josefina Ramos de Cox - PUCP	UNIVERSITARIO	PRIVADA
Museo Palacio Arzobispal de Lima	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo Convento de San Francisco	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo del Caballo Peruano de Paso	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo de Robótica del Perú	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo de la Inmigración Japonesa al Perú "Carlos Chiyoteru Hiraoka"	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
MATE - Museo Mario Testino	ASOCIACION SIN FINES DE LUCRO	PRIVADA
Museo Taller "Victoria Chi Fu De Lam" (Museo Arqueológico Juan XXIII)	ESCOLAR	PRIVADA
Museo Multidisciplinario La Salle	ESCOLAR	PRIVADA
Museo Escolar Nuestro Maravilloso Mundo	ESCOLAR	PRIVADA
Casa Museo "Víctor Raúl Haya de la Torre"	FUNDACION	PRIVADA
Museo del Automóvil /Museos de Autos Nicolini	PRIVADA	PRIVADA
Micromuseo Al Fondo hay sitio	PRIVADA	PRIVADA
Museo del Señor de los Milagros	RELIGIOSO	PRIVADA
Casa Museo San Martín de Porres	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo Convento de Santo Domingo	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo del Convento de los Descalzos	RELIGIOSO	PRIVADA
Museo Casa O'Higgins	UNIVERSITARIO	PRIVADA
Museo George Petersen de la Pontificia Universidad Católica del Perú	UNIVERSITARIO	PRIVADA
Casa Aliaga	PRIVADA	PRIVADA
Mansión Eiffel. Museo Histórico del Mobiliario	PRIVADA	PRIVADA
Museo de los Colli	PRIVADA	PRIVADA
Museo de Arte Fernando Saldías Díaz	PRIVADA	PRIVADA
Museo de la Guerra del Pacífico	PRIVADA	PRIVADA
Museo Etnográfico José Pío Aza	PRIVADA	PRIVADA
Museo Interactivo de Ciencia y Tecnología - Parque de la Imaginación	PRIVADA	PRIVADA
Museo Legión de Caballería del Perú	PRIVADA	PRIVADA

Museo Literario y Pictórico Hernán Figueroa Estremadoyro	PRIVADA	PRIVADA
Museo Sanmartiniano	PRIVADA	PRIVADA
Museo Planetario y Observatorio Astronómico del Morro Solar	PRIVADA	PRIVADA

*Nota.* Ministerio de Cultura (2021)

### 3.2.5 Muestra

Para determinar las muestras se procederán a delimitar la data de la población para obtener un subgrupo, el cual posteriormente será utilizado para la obtención de la muestra. Para delimitar la data se considera ciertos criterios que serán mencionados a continuación:

**Tabla 3**

*Filtro para la determinación de la muestra*

<b>Delimitación</b>	<b>Sustento</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Filtro 1:</b> Museos constituidos como asociaciones privadas	Se consultó base de datos del MALI, filtrando aquellas que son asociaciones	9
<b>Filtro 2:</b> Museos que brindan cursos y talleres	Se consultó base de datos del MALI, filtrando aquellas que dictan cursos y talleres	5

La fórmula utilizada para el presente trabajo de investigación es el empleo de la muestra de tipo aleatoria simple:

#### Tabla 4

*Fórmula para calcular el tamaño de la muestra*

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

*Nota.* Fórmula para muestra de población (Feedback networks, 2013)

**N:** es la magnitud de la población (dato numérico del total de encuestados posibles).

**k:** es una constante dependiente del nivel de confianza que se otorgue.

El nivel de confianza muestra la posibilidad de que los resultados obtenidos del análisis sean acertados: un 95,5 % de confianza o en contraste vale decir con una posibilidad de error del 4,5%.

#### Tabla 5

*Nivel de Confianza*

k	0,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	5%	0%	5%	0%	5%	5,5%	9%

**e:** es el error muestral esperado. Es aquella diferencia que se origina producto de los resultados que se obtendría encuestando las muestras de las poblaciones y en las que se obtendrían si se encuestara a la totalidad de la población.

**p:** es la porción de personas, animales u objetos en la población que comparten las

mismas características de estudios. Esta cifra por lo general es desconocida y se suele conjeturar que  $p=q=0.5$  que es la elección más segura.

**q:** es la fracción de personas, animales u objetos que no comparten las mismas características de estudio, es decir, es  $1-p$ .

**n:** es la magnitud de la población (número total de encuestados posibles).

$$n = \frac{5 \times (1.960 \times 0.5)^2}{1 + (5\% ^2 \times (5-1))} = 4$$

Se obtuvo como resultado, mediante la fórmula aplicada, que la muestra son 4 museos privados ubicados en Lima Metropolitana. Seguidamente, se muestra como resultado la siguiente tabla:

**Tabla 6**

*Muestra de los museos privados de Lima Metropolitana*

<b>Nombre</b>	<b>Tipo de museo según administración</b>	<b>Administración</b>
Museo de Arte de Lima	Asociación sin fines de lucro	Privada
Museo de Arte Contemporáneo MAC-Lima	Asociación sin fines de lucro	Privada
Museo Pedro de Osma	Asociación sin fines de lucro	Privada
Museo Larco	Asociación sin fines de lucro	Privada

Con esta muestra se ha determinado realizar encuestas a 30 representantes de los 4 museos distribuidos de la siguiente manera:

**Tabla 7***Cantidad de encuestados por museo*

<b>Museo</b>	<b>N° de encuestas</b>
Museo de Arte de Lima	10
Museo de Arte Contemporáneo	7
Museo Pedro de Osma	7
Museo Larco	6
	30

### 3.3 Matriz de personalización

**Tabla 8**

*Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente*

Variable	Dimensión	Nº	Ítems	Niveles de rango
INGRESOS ORDINARIOS	Servicios Culturales	1	Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.	
		2	Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos.	
		3	Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.	
		4	Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.	
	Servicios Educativos	5	Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.	1.- Totalmente en desacuerdo
		6	Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.	2.- En desacuerdo
		7	El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.	3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
		8	Los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en los meses enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.	4.- De acuerdo
	Donaciones	9	Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.	5.- Totalmente de acuerdo
		10	La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.	
		11	No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.	
		12	Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.	

**Tabla 9***Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente*

Variable	Dimensión	Nº	Ítems	Niveles de rango
IMPACTO FINANCIERO	Liquidez	13	Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado.	
		14	El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.	
		15	La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez.	
		16	La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro.	
	Endeudamiento	17	La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.	1.- Totalmente en desacuerdo
		18	Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años).	2.- En desacuerdo
		19	Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.	3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
		20	Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.	4.- De acuerdo
	Rentabilidad	21	Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.	5.- Totalmente de acuerdo
		22	El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.	
		23	Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.	
		24	Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad.	

## CAPÍTULO IV: DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 Desarrollo de la entrevista en profundidad

Las entrevistas que se obtuvieron fueron realizadas a ejecutivos con una buena trayectoria en el ámbito de museos privados de Lima Metropolitana, los mismos que se especifican sus reseñas en el capítulo anterior. Por ende, en el actual capítulo se pretende desarrollar las preguntas que fueron realizadas a los expertos en el sector y las respuestas recopiladas del temario de los Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

A continuación, se especificarán las entrevistas a profundidad llevadas a cabo a los expertos en la materia de investigación.

- *Entrevista 1:*

- Nombres y Apellidos: José Antonio Ríos Montagne
- Ocupación: Gerente General
- Organización: Asociación Museos de Arte de Lima- MALI

1. ¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?

Sí, porque son los ingresos que dan sostenibilidad operativa y permiten que el museo funcione, cubra con los gastos de planilla, seguros, mantenimiento etc. Sin esos ingresos la parte curatorial o museística no tiene viabilidad.

2. ¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?

No existe una política de fomento a la cultura y el público no está acostumbrado a consumir masivamente servicios culturales, asistir a museos, etc. Los museos privados tienen que hacer esfuerzos muy grandes para atraer público y la publicidad en medios masivos es muy cara como para poder contar con una campaña sostenida de difusión. La importancia de los ingresos por taquilla actualmente es pequeña y representa menos del 1% de los ingresos totales del museo.

3. ¿Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?

El flujo de caja operativo, porque permite ver la capacidad de la institución en cubrir el gasto operativo que permiten al museo funcionar. En este flujo no se deben incluir los ingresos y gastos extraordinarios dedicados para propósitos no ordinarios tales como adquisición de obras, exposiciones, etc. Cada uno de estos proyectos deben ir financiados previamente a fin de no comprometer los ingresos ordinarios y comprometer la viabilidad y sostenimiento operativo del museo.

4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?

Campanas de difusión para atraer públicos a los museos. Fondos concursales para proyectos de modernización ejemplo, transformación digital. Lo mismo para infraestructura.

5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?

El proyecto de ley es nefasto, porque le quita libertad de acción a los museos y limita los contenidos al convertirse el MINCUL, en un ente que califica que contenidos son adecuados y que no. Asimismo, pretende establecer cuáles son las funciones que deben cumplir los museos quitándoles libertad de acción y de organización, el abanico de museos es tan grande y tan distinto que pretende meter a todos los museos privados en el “mismo saco” es absurdo, cada museo tiene una realidad y forma de funcionar distinta, y eso parte desde la particularidad de cada institución hasta realidad económica de cada museo.

Adicionalmente, al obligar a los museos a inscribirse en el registro nacional de museo para, entre otros, mantener beneficios tributarios como: exoneración del IR e IGV, se presta a manipulación política del gobierno de turno. Esto unido a que el MINCUL puede sancionar económicamente a los museos por supuestas faltas “leves”, “graves” o “muy graves” se convierte en un arma de coerción que restringe la libertad y creatividad de los museos privados que se rigen por normas y principios aceptados internacionalmente por el ICOM (Consejo Internacional de Museo).

6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?

Los cursos y talleres del MALI tienen un posicionamiento y trayectoria de más de 20 años y, unido al prestigio del museo, ha permitido contar con una demanda importante de estudiantes. Un factor de impulso a la demanda es la disposición de una familia para

que sus hijos desarrollen habilidades a través del arte, y que estas les permitan mejorar capacidades que les servirán, más adelante, en su desarrollo personal y profesional. En relación con otros museos este rubro es significativamente menor, por razones propias de cada institución, infraestructura etc.

7. ¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?

La de verano por ser la de vacaciones escolares.

8. Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?

Mejorar los incentivos tributarios para que cada sol donado, sea un sol de deducción de impuestos y no un porcentaje como es actualmente. Eso no solo permite que las empresas se involucren más con el desarrollo de la cultura sino también impulsaría el mecenazgo de personas naturales.

9. ¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico? ¿Por qué?

Pueden ser razones propias de la coyuntura relacionada con la situación financiera del donante, o de la confianza (o falta de confianza) que puede generar la situación en un momento determinad.

10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima? ¿Por qué?

Tener gestión profesional no solo en el campo curatorial sino en la gestión financiera y administrativa, no basta con contar con buenos curadores sino es indispensable tener gerentes y gestores administrativos profesionales.

- *Entrevista 2:*

- Nombres y Apellidos: Sharon Lerner Rizo Patrón
- Ocupación: Directora
- Organización: Asociación Museos de Arte de Lima- MALI

1. ¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?

Sí, son parte fundamental del sostenimiento operativo. Si bien no pueden cubrir las múltiples necesidades vinculadas al desarrollo de proyectos, todas las fuentes de ingreso son indispensables para la sostenibilidad institucional.

2. ¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?

Las instituciones culturales privadas y los museos privados en particular dependen en gran medida de apoyos externos empresariales y de la filantropía para solventar un alto porcentaje de sus ingresos. Esto hace que la recaudación sea directamente dependiente de la situación económica general del país. De haber crisis los primeros gastos que se eliminan son aquellos apoyos externos dedicados a cultura.

Cuando la oferta cultural de la institución deja de ser atractiva o estar alineada con los intereses de la juventud esto también afecta la reputación y el potencial de recaudación de la institución por taquilla, ventas varias asociadas a proyectos y apoyos puntuales.

3. ¿Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?

En el Museo de Arte de Lima se tiene una gestión bicéfala, a cargo de una Dirección de Contenidos y un Gerente General que supervisa todos los aspectos vinculados a la situación financiera institucional. Yo desconozco las herramientas actualmente utilizadas por la institución, aunque en Gerencia me indican que es el “Flujo de Caja”. Entiendo que hace un par de años se había evaluado la posibilidad de implementar un software para el manejo de la contabilidad. Las herramientas que se manejan en el área de dirección incluyen el análisis de datos (Data Analytics) que nos permiten medir impacto en distintos frentes (visitantes, usuarios en redes, ventas de tienda, etc.) y modificar estrategias para la recaudación.

4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?

Existen actualmente la figura de los Estímulos a la Producción Cultural por vía de la postulación con proyectos específicos, pero lo ideal, y todavía inexistente sería un mecanismo de apoyo directo a las instituciones museales privadas para poder solventar parte de su operación con fin público. Otra acción necesaria es la promoción en el sector

de la necesidad de una adecuada Ley de Mecenazgo que brinde beneficios tributarios que permitan que el sector privado desarrolle más actividades filantrópicas.

5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?

La Ley de Museos, tal y como está concebida actualmente, genera mayores burocracias y dificultades para las instituciones privadas del sector. Es una ley con un alto grado de fiscalización que, de ser aprobada, va a afectar la agencia de las instituciones para su auto sostenimiento.

6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?

En el MALI hace más de dos décadas que el área educativa ha demostrado ser la mejor fuente de financiamiento institucional. Hay un mercado ávido de generar espacios culturales para las jóvenes y las familias, en particular niños tras horas de clase y vacaciones útiles. Al ser dictados desde un museo le brinda un respaldo institucional (prestigio) que favorece la demanda frente a competidores.

7. ¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?

El primer trimestre del año (vacaciones de verano de niños y adolescentes).

8. Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?

En el caso del MALI si son constantes debido al desarrollo de larga data de una red de Patrones y personas allegadas a la institución a través de comités especializados. La iniciativa desde el Estado que favorecería al incremento y progresión de los canales de ingresos sería una Ley de Mecenazgos similar a la que hay en diversos países del continente (Colombia, por ejemplo)

9. ¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico?  
¿Por qué?

Falta de alineamiento con la misión y el programa de la institución. Crisis económica a nivel país.

10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima? ¿Por qué?

Los puntos señalados anteriormente, apoyo desde el estado, pero sin una voluntad fiscalizadora. El impulso de mecanismos tributarios que favorezcan el mecenazgo.

- *Entrevista 3:*

- Nombres y Apellidos: Nicolás Gómez Echeverri
- Ocupación: Director Ejecutivo
- Organización: Museo de Arte Contemporáneo - MAC Lima

1. ¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?

Sí. La sostenibilidad financiera de los museos privados depende en mayor parte de estos ingresos.

2. ¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?

- Gastos elevados asociados a una gestión museológica óptima (desde el enfoque curatorial, administrativos y operativos).

- Cultura de consumo cultural pobre (en diferentes escalas sociales).

- Falta de acuerdo con los organismos de control y administración pública (gubernamental o municipal)

3. ¿Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?

-Revisión mensual de Estados Financieros

- Comparación de presupuesto y forecast

- Revisión mensual de Flujo de Caja

- Análisis por unidades de negocio

4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?

- Convenios interinstitucionales de descuento al público en boletería o servicios compartidos

- Coordinación con entidades gubernamentales para adaptar la Currícula Nacional de tal manera que fomente visitas obligatorias de grupos escolares

5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?

El proyecto actual no considera estrategias efectivas que beneficien la generación de fondos de museos privados.

6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?

- La necesidad de ocupar niños en periodos vacacionales.

- La necesidad del público en complementar vacíos de su educación regular.

- La necesidad del público de enriquecer conocimientos para ganar competitividad.

7. ¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?

En verano.

8. Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?

Aprobar beneficios tributarios que permitan a los contribuyentes a saldar el 100% de donaciones en su reporte anual.

9. ¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico?

¿Por qué?

-Cautela frente a una mala perspectiva de la economía nacional

- Fin de interés por el proyecto.

- Ajustes internos corporativos que obligan a canalizar fondos a otras causas.

- Falta de seguimiento y fidelización por parte de la institución.

10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima? ¿Por qué?

Promover una Ley de Museos resuelta con la asistencia de Museos privados, en la que se consignen políticas de favorecimiento a los canales de ingreso.

#### **4.2 Desarrollo de la encuesta**

Parte del trabajo de estudio, fue realizar encuestas a diversos expertos del sector, para ello se formuló un cuestionario de 24 preguntas, las mismas fueron contestadas por personas que trabajan en diferentes áreas de administración y finanzas como: el contador general, gerente de administración y finanzas (GAF) o cargos afines de las compañías del rubro de museos privados de Lima Metropolitana. Una vez recopiladas las muestras realizadas, los resultados muestran la concordancia o discordancia en la escala de Likert con relación a los Ingresos ordinarios y su impacto financiero.

Por un lado, el cuestionario de preguntas está segmentada según las dimensiones de nuestra variable dependiente denominada Ingresos Ordinarios: servicios culturales, servicios educativos y donaciones. Por otra parte, tenemos a la variable independiente” Impacto financiero” compuesto por las siguientes dimensiones: Liquidez, Endeudamiento y

Rentabilidad; todas las dimensiones orientadas a las premisas al rubro de museos privados de Lima Metropolitana. Cabe precisar que la herramienta utilizada para la recolección de datos cuantitativos fueron revisados y aprobados por los expertos en la materia. Sumado a ello, los fragmentos de las encuestas con las 24 interrogantes se localizan en el anexo de la actual tesis investigación.

- *Resultados de la pregunta 1:*

**Tabla 10**

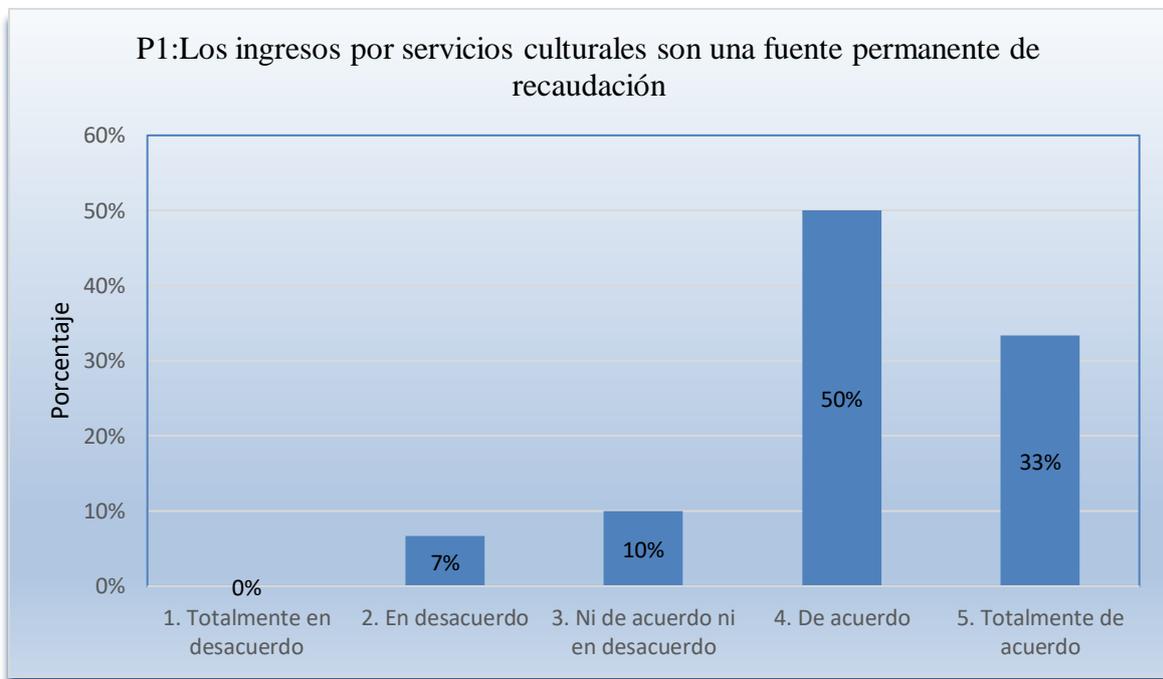
*Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	15	50%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%
	30	100.00%

*Nota.* Tabla de resultado logrado de la pregunta 1

**Figura 12**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 1*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 1 demuestran que el 50% de los encuestados aseveran estar de acuerdo, el 33% totalmente de acuerdo, un 10 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y, por último, un 7 % está en desacuerdo con que los servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.

- **Resultados de la pregunta 2:**

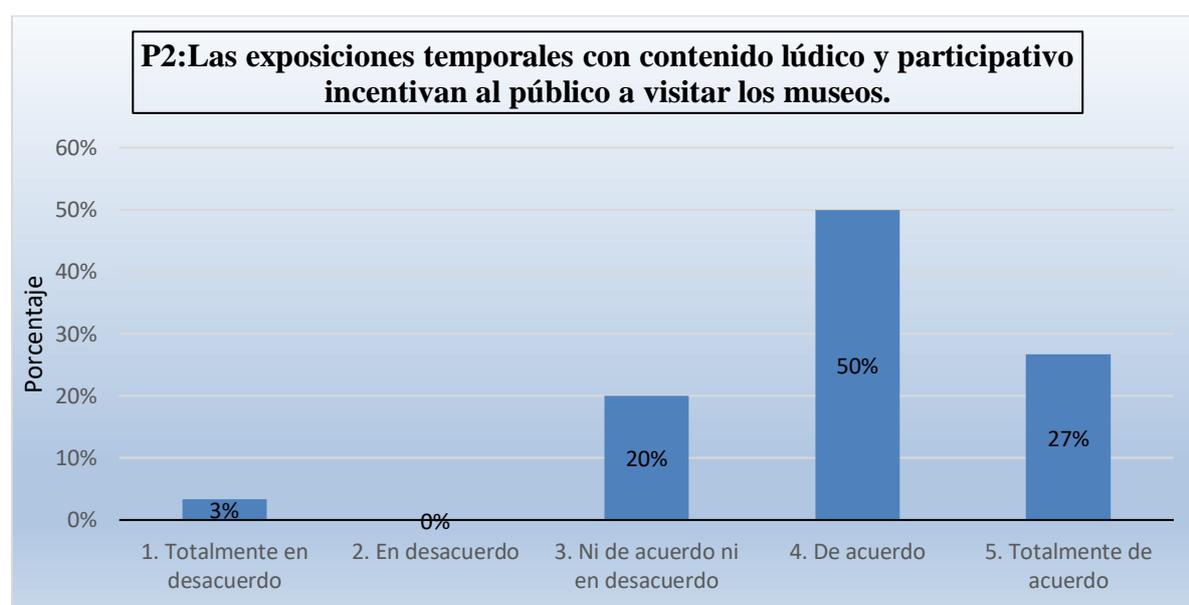
**Tabla 11**

*Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	0	0%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20%
4. De acuerdo	15	50%
5. Totalmente de acuerdo	8	27%
	30	100.00%

**Figura 13**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 2*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 2 reflejan que el 50% de los encuestados expresan estar de acuerdo, el 27% totalmente de acuerdo, un 20 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y, por último, un 3 % está en total desacuerdo con la premisa “Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos”.

- **Resultados de la pregunta 3:**

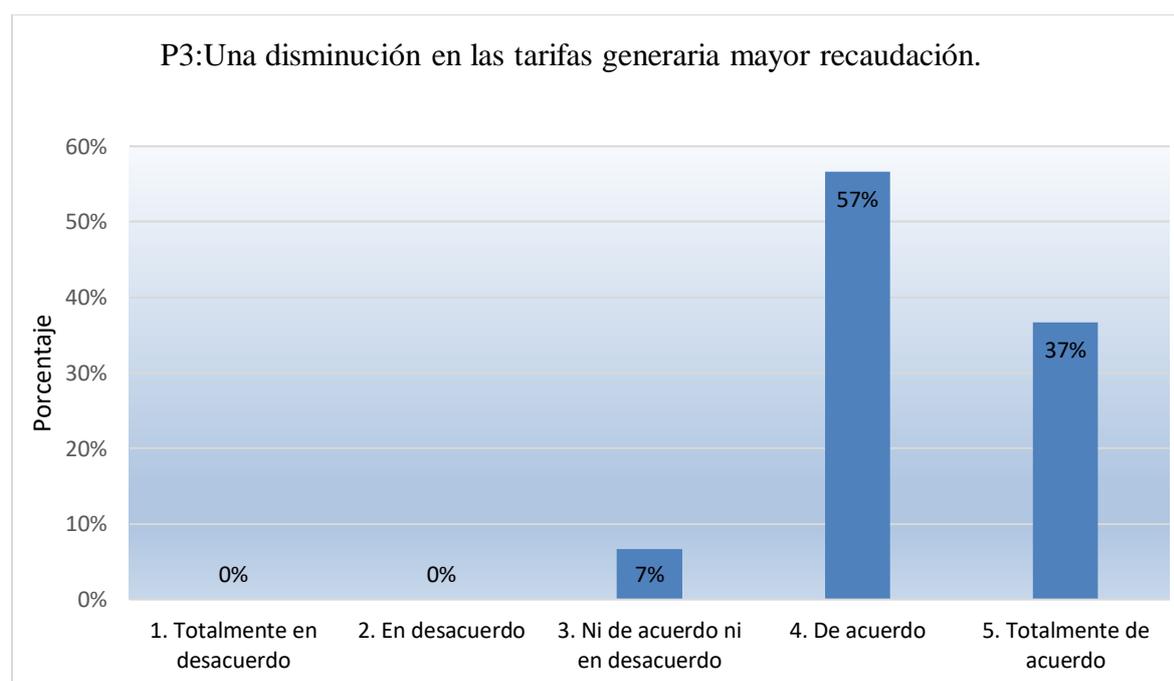
**Tabla 12**

*Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	0	0%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	17	57%
5. Totalmente de acuerdo	11	37%
	30	100.00%

**Figura 14**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 3*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 3 certifica que el 57% de los encuestados aseveran estar de acuerdo, el 37% totalmente de acuerdo y un 7 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la premisa de una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.

- **Resultados de la pregunta 4:**

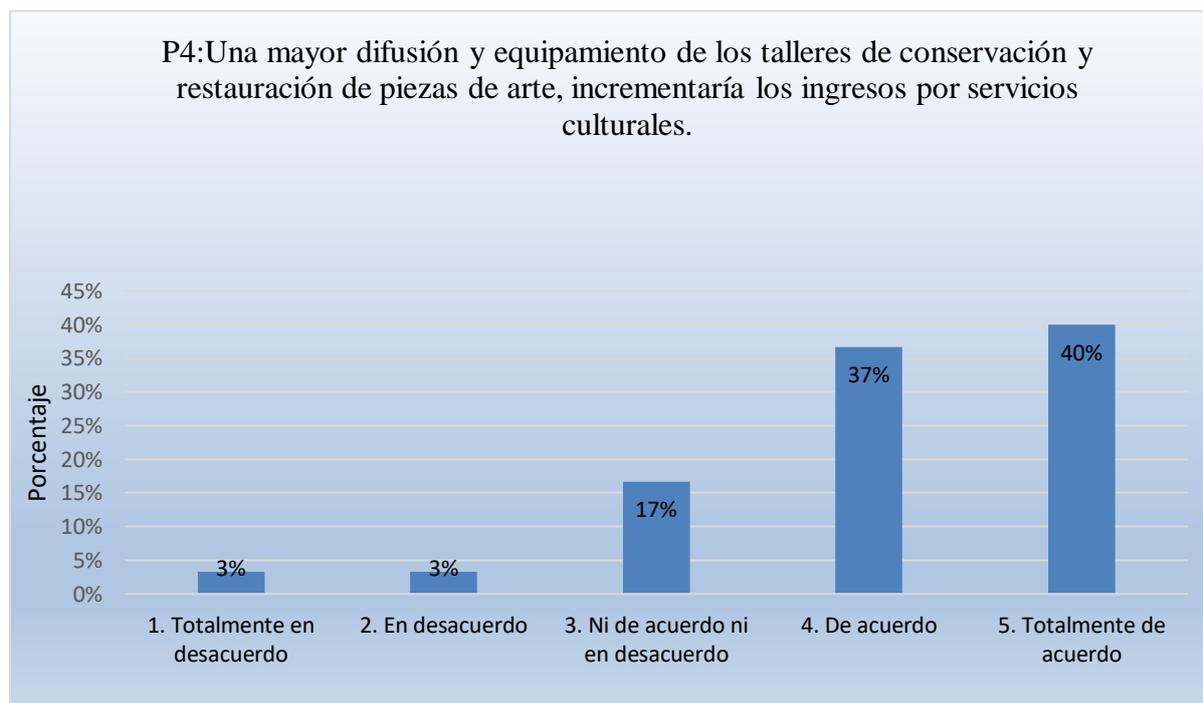
**Tabla 13**

*Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	12	40%
	30	100.00%

**Figura 15**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 4*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 4 reflejan que el 40% de los encuestados alegan estar totalmente de acuerdo, el 37% de acuerdo, un 17 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo y 3% está totalmente en desacuerdo con la

premisa “Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales”.

- **Resultados de la pregunta 5:**

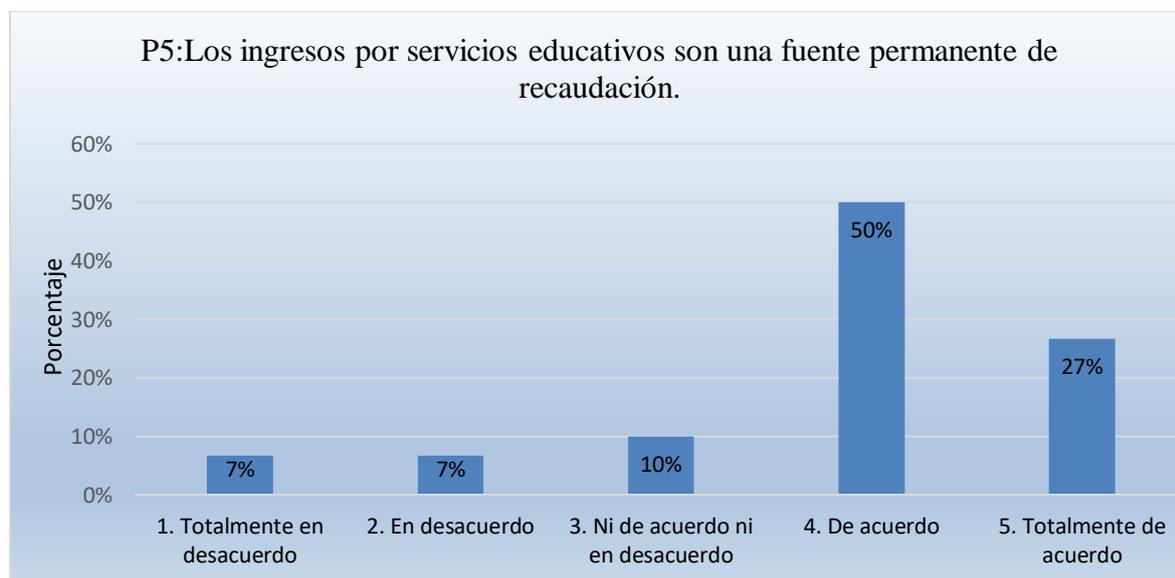
**Tabla 14**

*Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	2	7%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	15	50%
5. Totalmente de acuerdo	8	27%
	30	100.00%

**Figura 16**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 5*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 5 expresan que el 50% de los encuestados refieren estar de acuerdo, el 27% están totalmente de acuerdo, un 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y 7% está totalmente en desacuerdo con

la premisa “Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación”.

- **Resultados de la pregunta 6:**

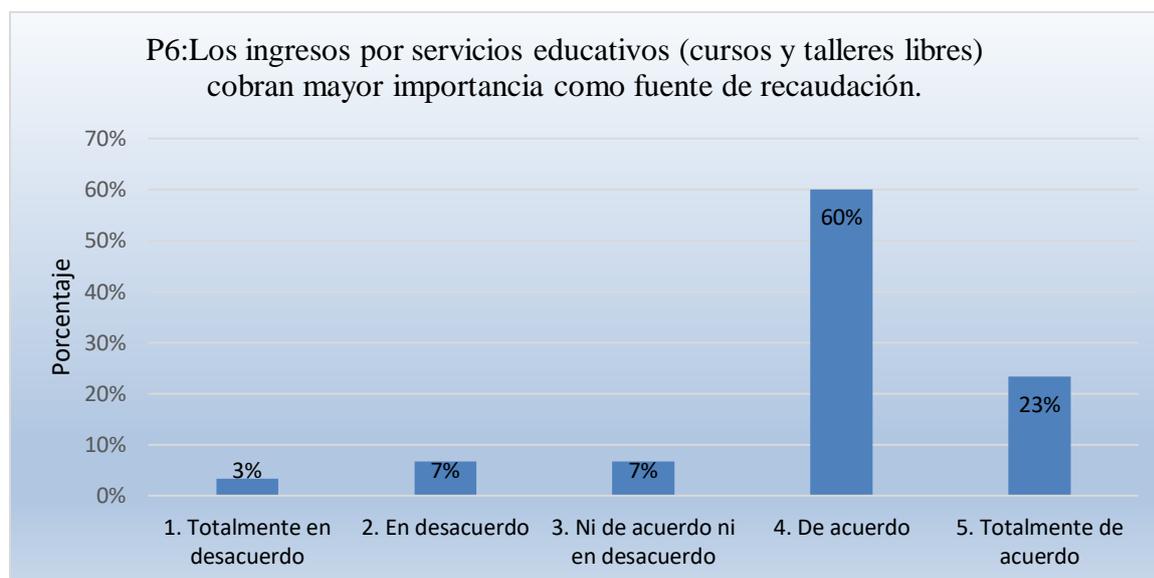
**Tabla 15**

*Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	18	60%
5. Totalmente de acuerdo	7	23%
	30	100.00%

**Figura 17**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 6*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 6 demuestran que el 60% de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 23% están totalmente de acuerdo, un 7 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y 3% está totalmente en desacuerdo con la premisa “Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor

importancia como fuente de recaudación”.

- **Resultados de la pregunta 7:**

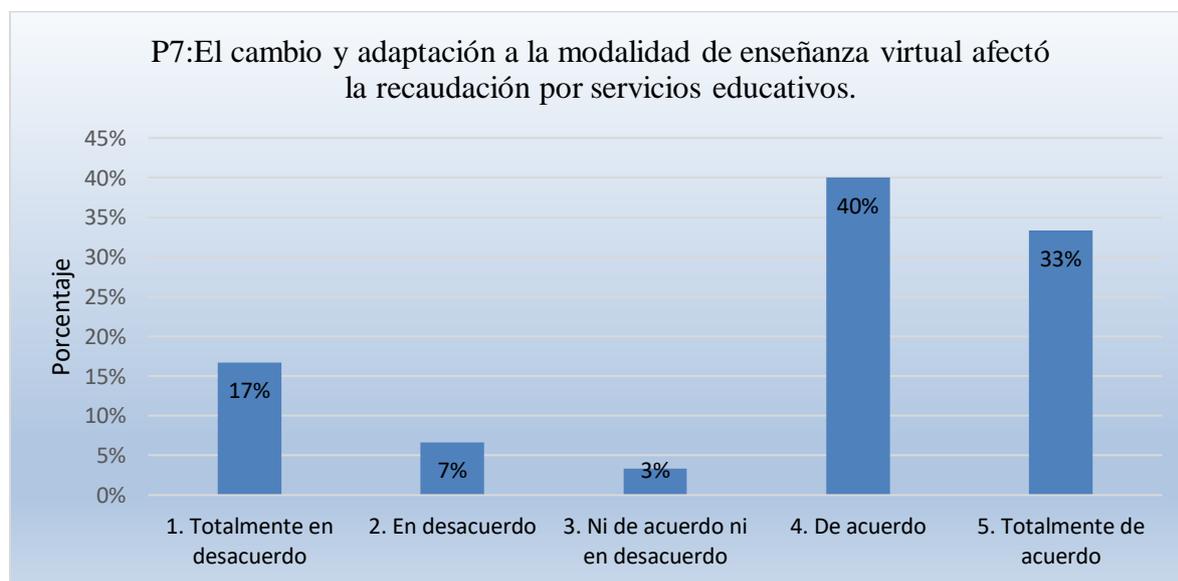
**Tabla 16**

*El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	5	17%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
4. De acuerdo	12	40%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%
	30	100.00%

**Figura 18**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 7*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 7 corroboran que el 40% de los encuestados expresan estar de acuerdo, el 33% están totalmente de acuerdo, un 3 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y 17% está totalmente en desacuerdo

con la premisa “El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos”.

- **Resultados de la pregunta 8:**

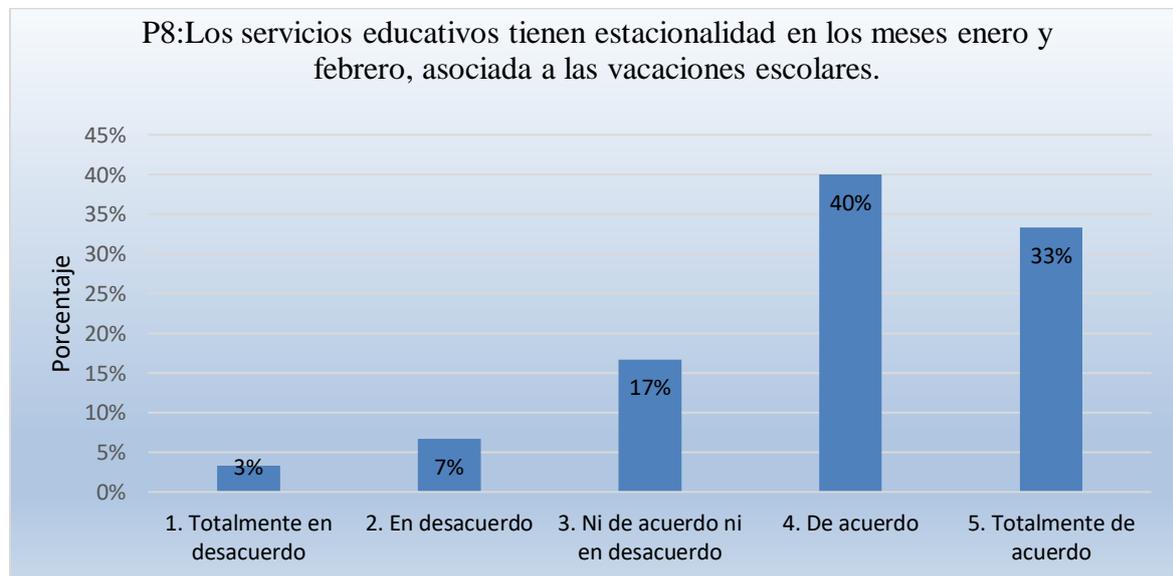
**Tabla 17**

*Los servicios educativos tienen estacionalidad en los meses enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	12	40%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%
	30	100.00%

**Figura 19**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 8*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 8 corroboran que el 40% de los encuestados expresan estar de acuerdo, el 33% están totalmente de acuerdo, un 17 % no está

ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y 3% está totalmente en desacuerdo con la premisa “Los servicios educativos tienen estacionalidad en los meses enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares”.

- **Resultados de la pregunta 9:**

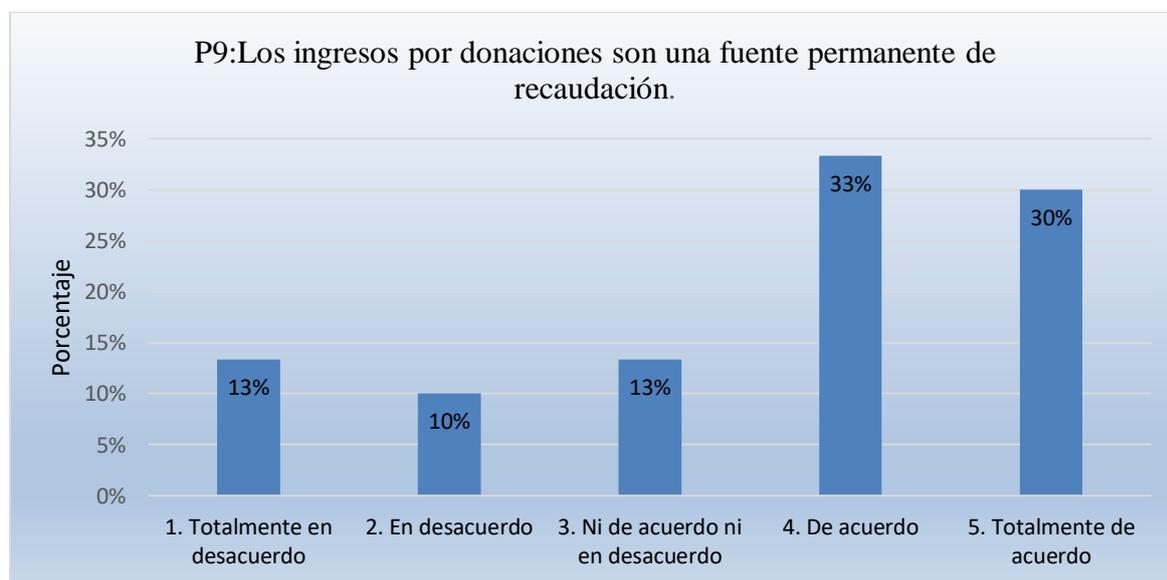
**Tabla 18**

*Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	4	13%
2. En desacuerdo	3	10%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13%
4. De acuerdo	10	33%
5. Totalmente de acuerdo	9	30%
	30	100.00%

**Figura 20**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 9.*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 9 demuestran que el 33% de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 30% están totalmente de acuerdo, un 13% no está ni

de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% está en desacuerdo y 13% está totalmente en desacuerdo con la premisa “Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.”.

- **Resultados de la pregunta 10:**

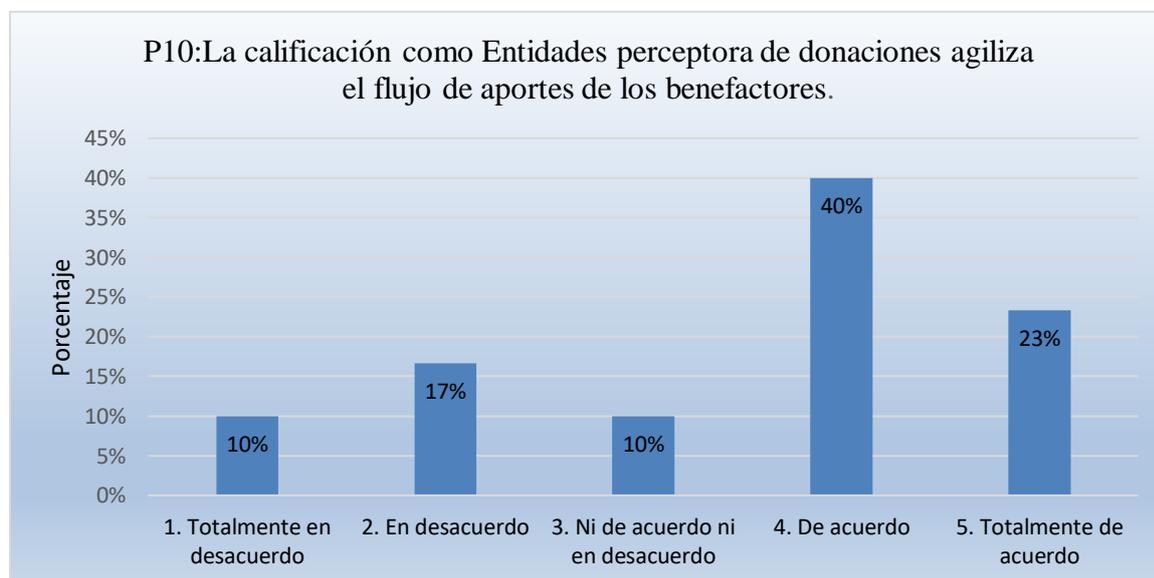
**Tabla 19**

*La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	3	10%
2. En desacuerdo	5	17%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	12	40%
5. Totalmente de acuerdo	7	23%
	30	100.00%

**Figura 21**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 10*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 10 demuestran que el 40% de los encuestados certifican estar de acuerdo, el 23% están totalmente de acuerdo, un 10% no está ni

de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% está en desacuerdo y 10% está totalmente en desacuerdo con la premisa “La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores”.

- **Resultados de la pregunta 11:**

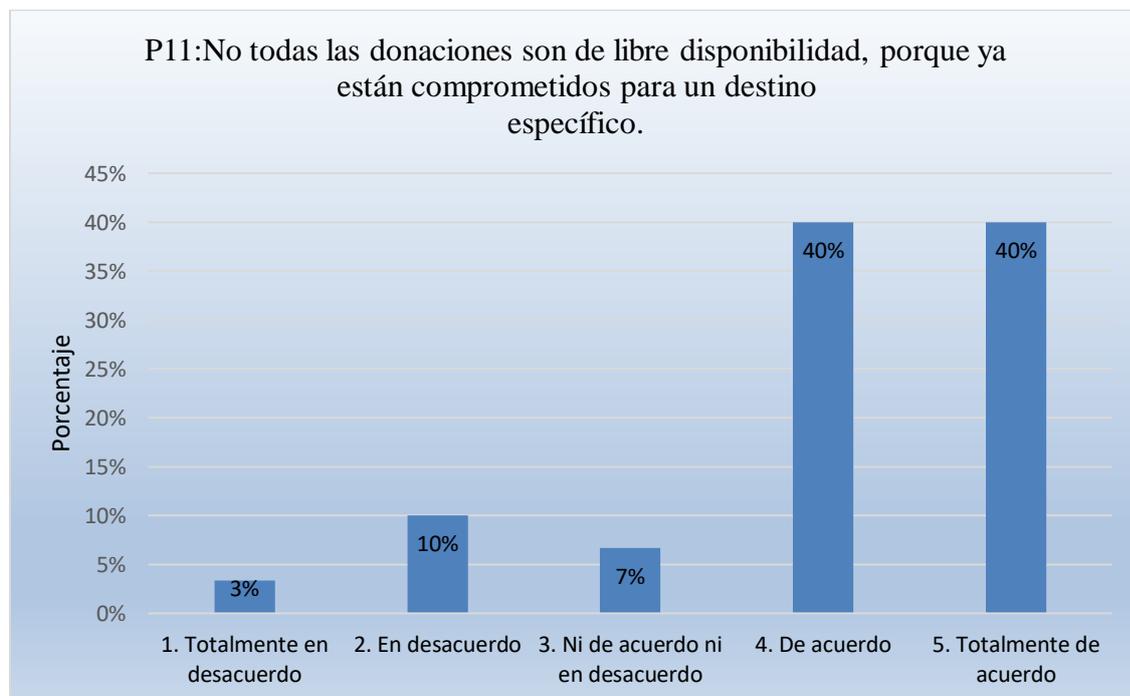
**Tabla 20**

*No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	3	10%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	12	40%
5. Totalmente de acuerdo	12	40%
	30	100.00%

**Figura 22**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 11*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 11 refleja que el 40% de los encuestados declaran estar de acuerdo, el 40% están totalmente de acuerdo, un 7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10% está en desacuerdo y 3% está totalmente en desacuerdo con la premisa “No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico”.

- **Resultados de la pregunta 12:**

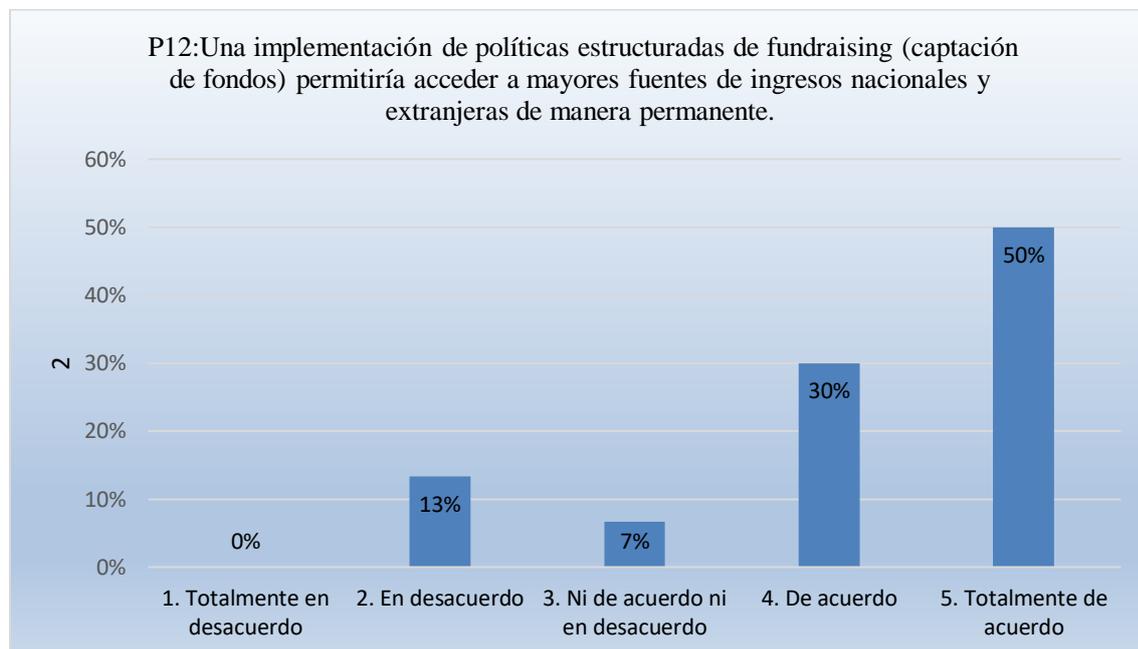
**Tabla 21**

*Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	4	13%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	9	30%
5. Totalmente de acuerdo	15	50%
	30	100.00%

## Figura 23

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 12



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 12 demuestran que el 50% de los encuestados opinan estar totalmente de acuerdo, el 30% están de acuerdo, un 7% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 13% está en desacuerdo con la premisa “Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente”.

- **Resultados de la pregunta 13:**

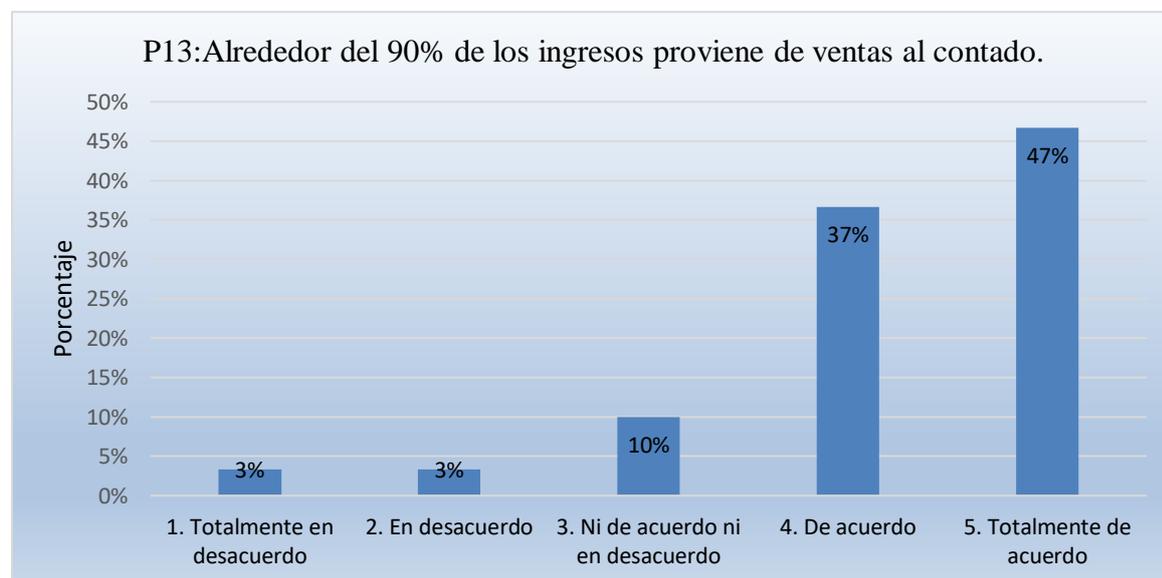
## Tabla 22

Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	14	47%

**Figura 24**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 13*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 13 demuestran que el 47% de los encuestados comunican estar totalmente de acuerdo, el 37% están de acuerdo, un 10% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo con la premisa y un 3% está en total desacuerdo de la premisa “Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado”.

- **Resultados de la pregunta 14:**

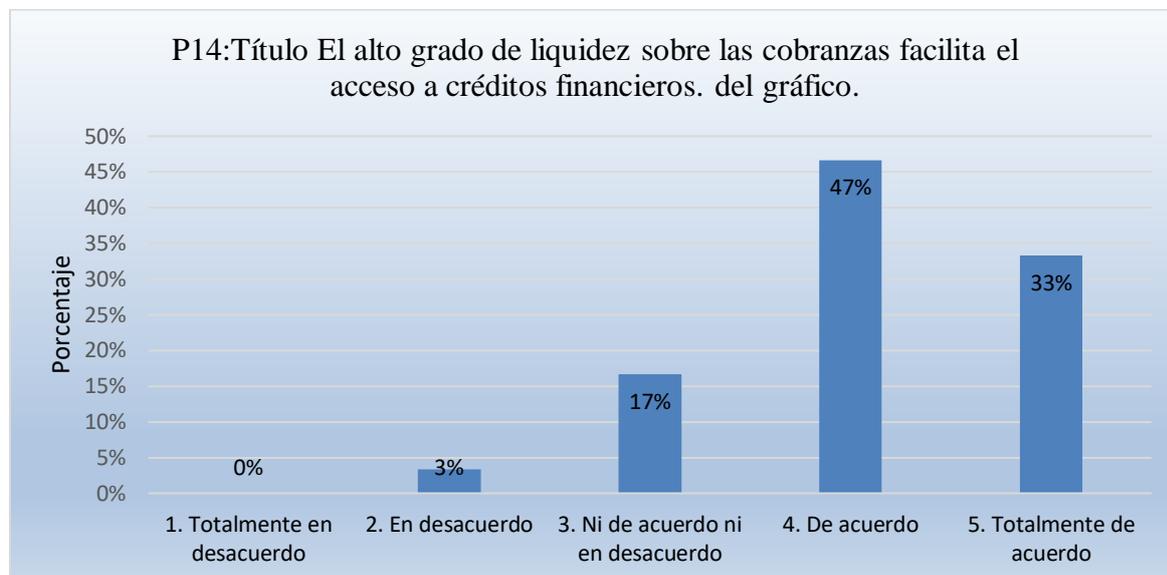
**Tabla 23**

*El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	14	47%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%
	30	100.00%

## Figura 25

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 14



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 14 certifican que el 47% de los encuestados aseveran estar de acuerdo, el 33% están totalmente de acuerdo, un 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo con la premisa de la premisa “El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.”.

- **Resultados de la pregunta 15:**

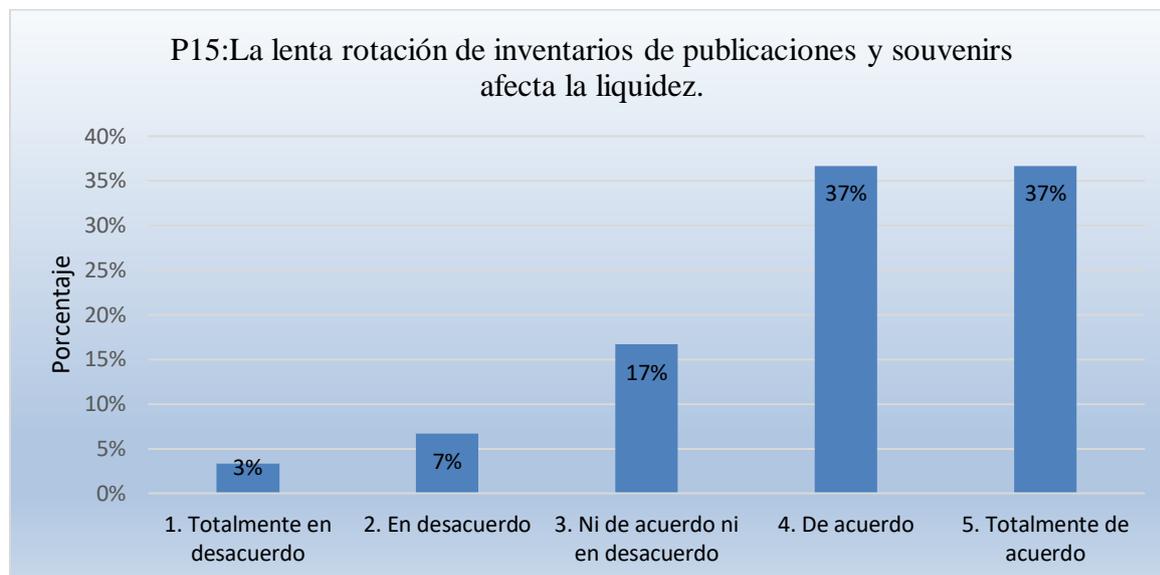
### Tabla 24

La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	11	37%
	30	100.00%

## Figura 26

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 15



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 15 demuestran que el 37% de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 37% están totalmente de acuerdo, un 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y un 3% está totalmente en desacuerdo con la premisa de la premisa “La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez”.

- **Resultados de la pregunta 16:**

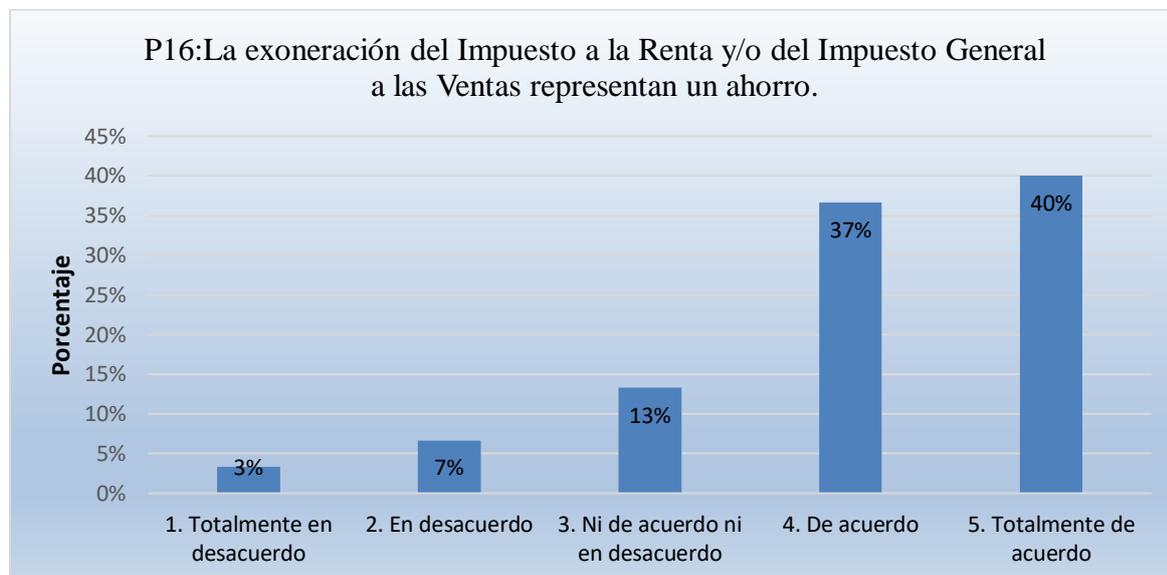
## Tabla 25

*La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	12	40%
	30	100.00%

**Figura 27**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 16*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 16 comprueban que el 40 % de los encuestados expresan estar totalmente de acuerdo, el 37% están de acuerdo, un 13% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y un 3% está totalmente en desacuerdo con la premisa de la premisa “La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro”.

- **Resultados de la pregunta 17:**

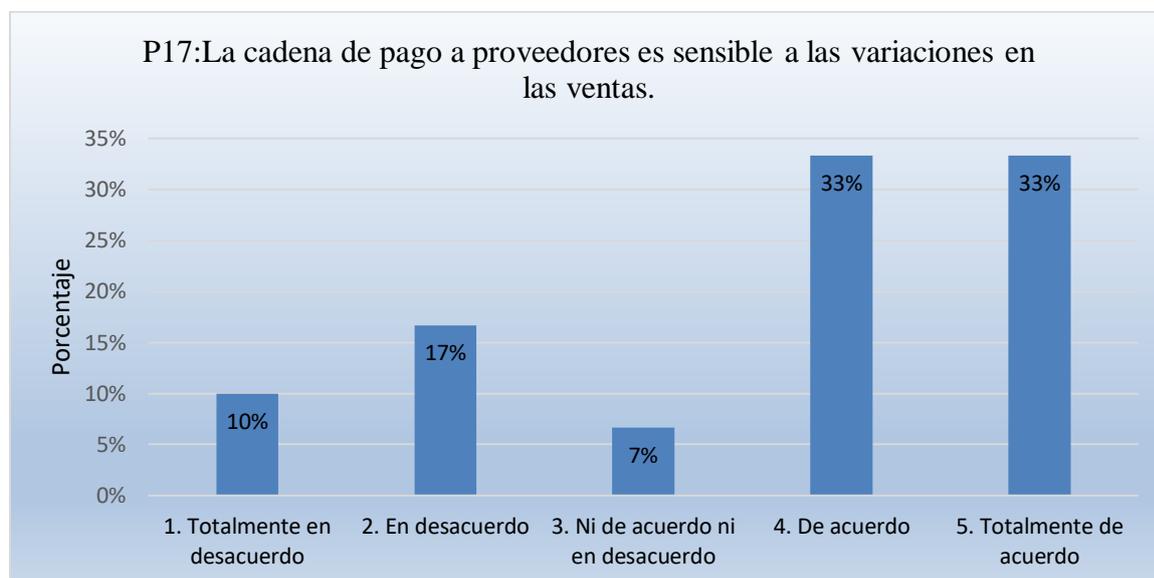
**Tabla 26**

*La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	3	10%
2. En desacuerdo	5	17%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	10	33%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%
	30	100.00%

## Figura 28

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 17



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 17 demuestran que el 33 % de los encuestados demuestran estar totalmente de acuerdo, el 33% están de acuerdo, un 7 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% está en desacuerdo y un 10% está totalmente en desacuerdo con la premisa de la premisa “La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas”.

- **Resultados de la pregunta 18:**

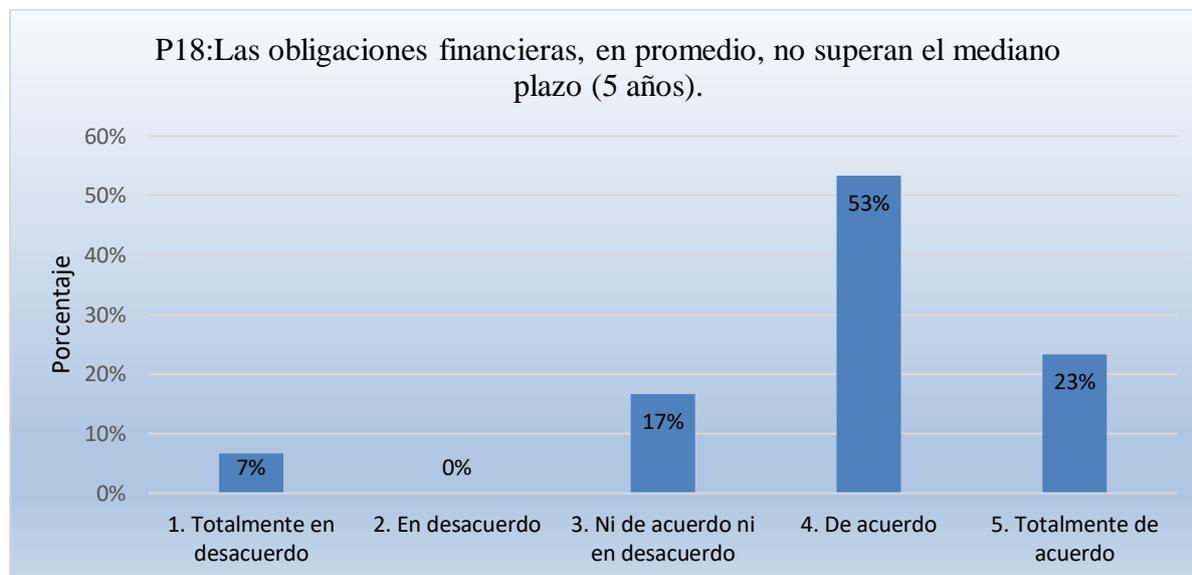
## Tabla 27

*Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años)*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	2	7%
2. En desacuerdo	0	0%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	16	53%
5. Totalmente de acuerdo	7	23%
	30	100.00%

**Figura 29**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 18*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 18 muestran que el 53 % de los encuestados declaran estar de acuerdo, el 23% están totalmente de acuerdo, un 17 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 7% está totalmente en con la premisa de la premisa Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años)”.

- **Resultados de la pregunta 19:**

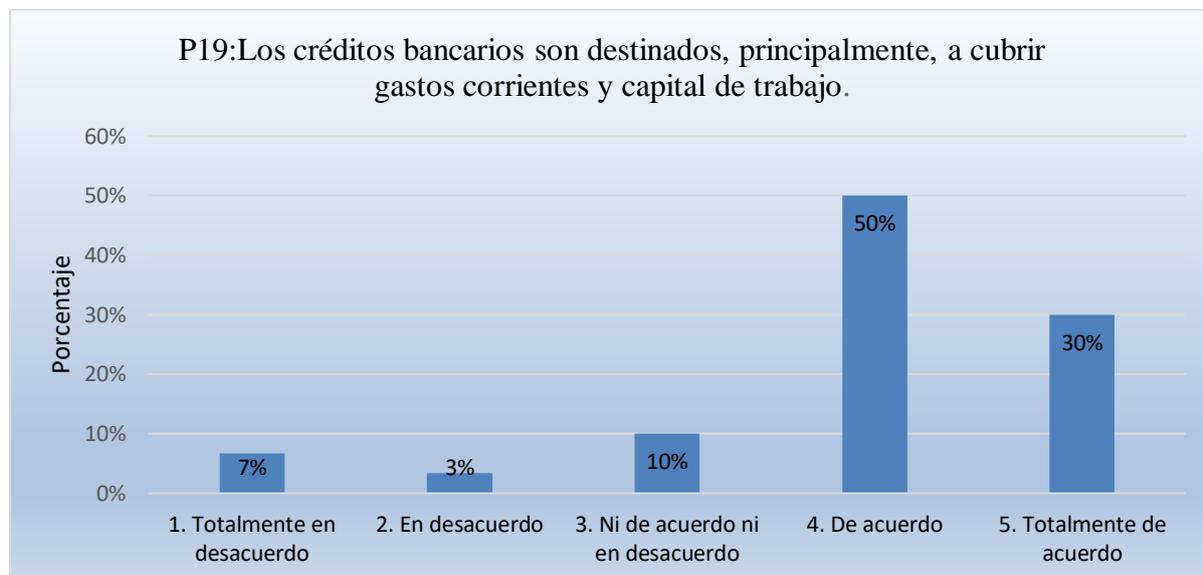
**Tabla 28**

*Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	2	7%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	15	50%
5. Totalmente de acuerdo	9	30%
	30	100.00%

### Figura 30

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 19



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 19 demuestran que el 50 % de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 30% están totalmente de acuerdo, un 10 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está totalmente de acuerdo y un 3% están en desacuerdo en con la premisa de la premisa “Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo”.

- **Resultados de la pregunta 20:**

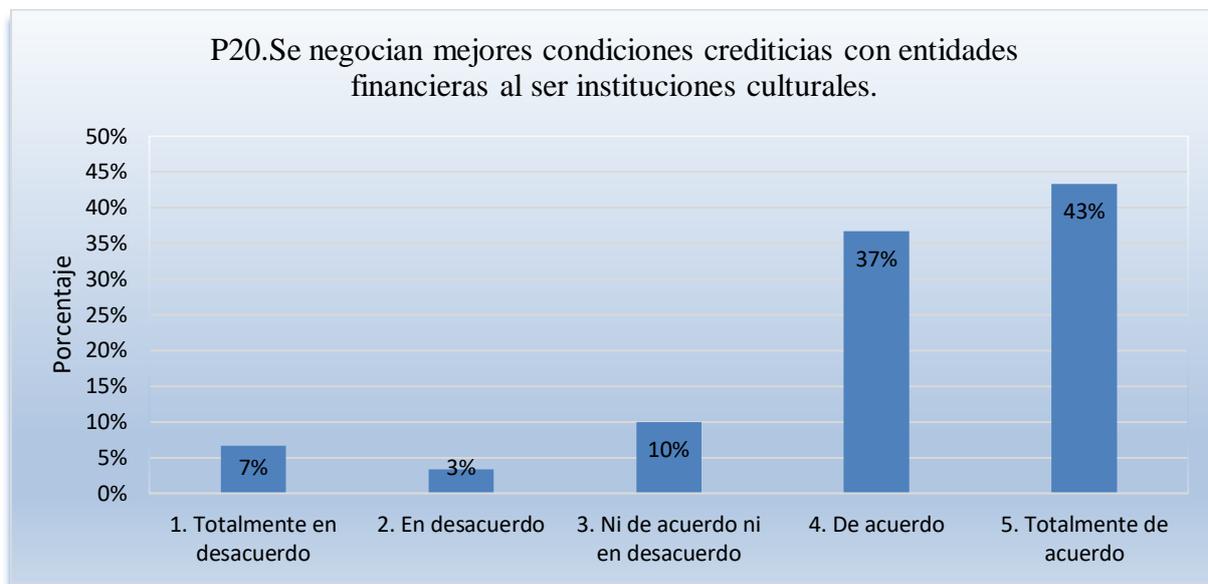
### Tabla 29

*Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	2	7%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	13	43%
	30	100.00%

**Figura 31**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 20*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 20 comprueban que el 43 % de los encuestados comunican estar totalmente de acuerdo, el 37% están de acuerdo, un 10 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está totalmente de acuerdo y un 7% están en desacuerdo en con la premisa de la premisa “Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales”.

- **Resultados de la pregunta 21:**

Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.

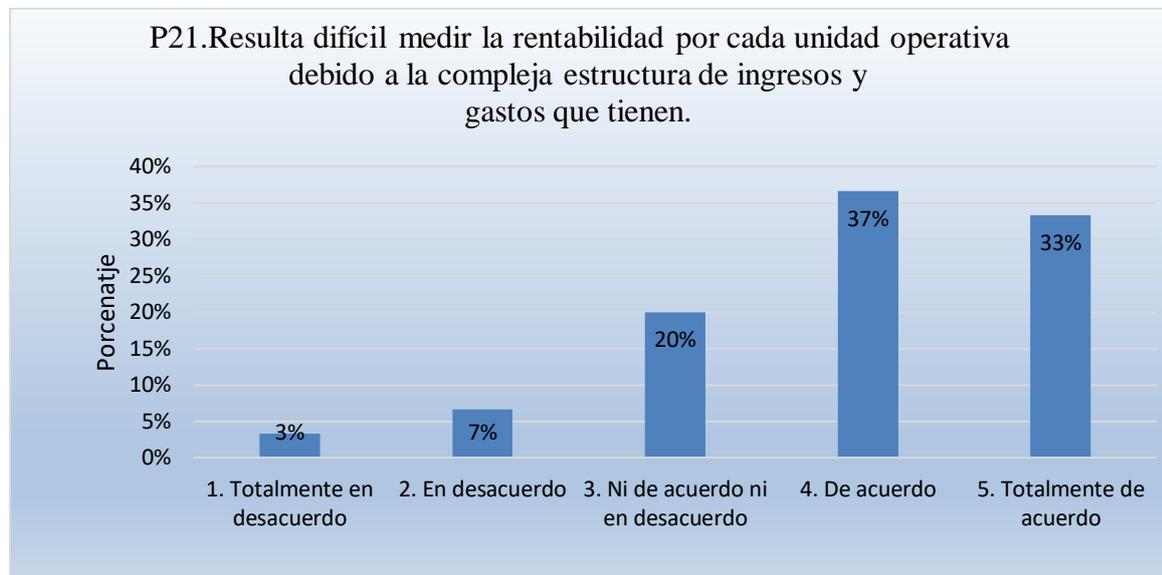
**Tabla 30**

*Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	2	7%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20%
4. De acuerdo	11	37%
5. Totalmente de acuerdo	10	33%

**Figura 32**

Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 21



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 21 Comprueban que el 37 % de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 33% están totalmente de acuerdo, un 20 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 7% está en desacuerdo y un 3% están totalmente en desacuerdo en con la premisa de la premisa “Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen”.

- **Resultados de la pregunta 22:**

El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.

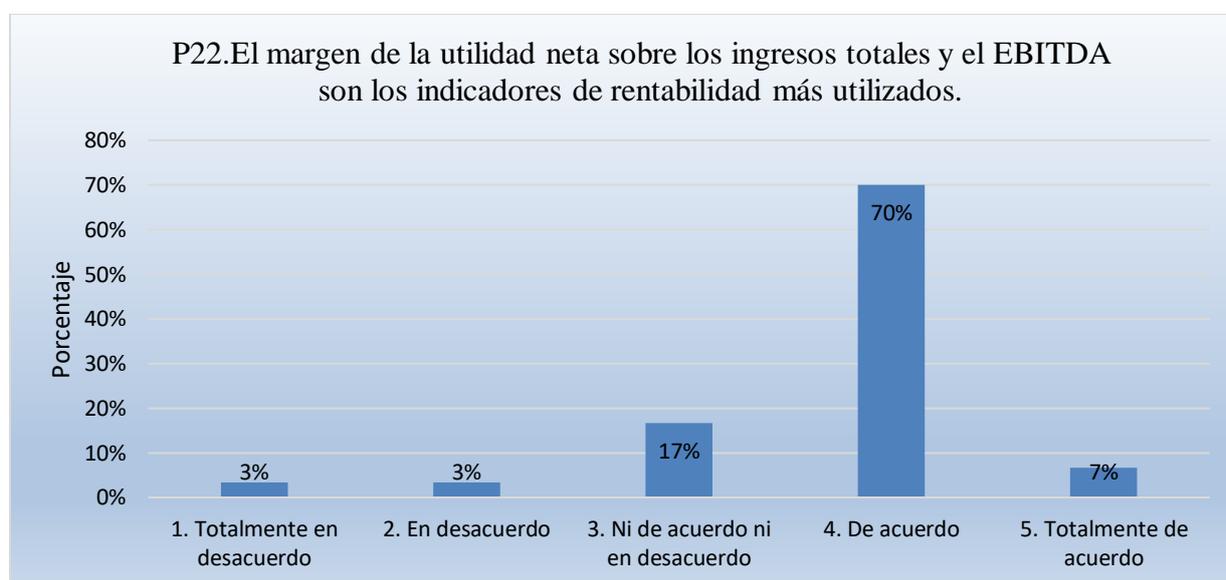
**Tabla 31**

*El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	1	3%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	17%
4. De acuerdo	21	70%
5. Totalmente de acuerdo	2	7%
	30	100.00%

**Figura 33**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 22*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 22 comprueban que el 70 % de los encuestados expresan estar de acuerdo, el 7% están totalmente de acuerdo, un 17 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% está en desacuerdo y un 3% están totalmente en desacuerdo en con la premisa de la premisa “El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados”.

- **Resultados de la pregunta 23:**

Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.

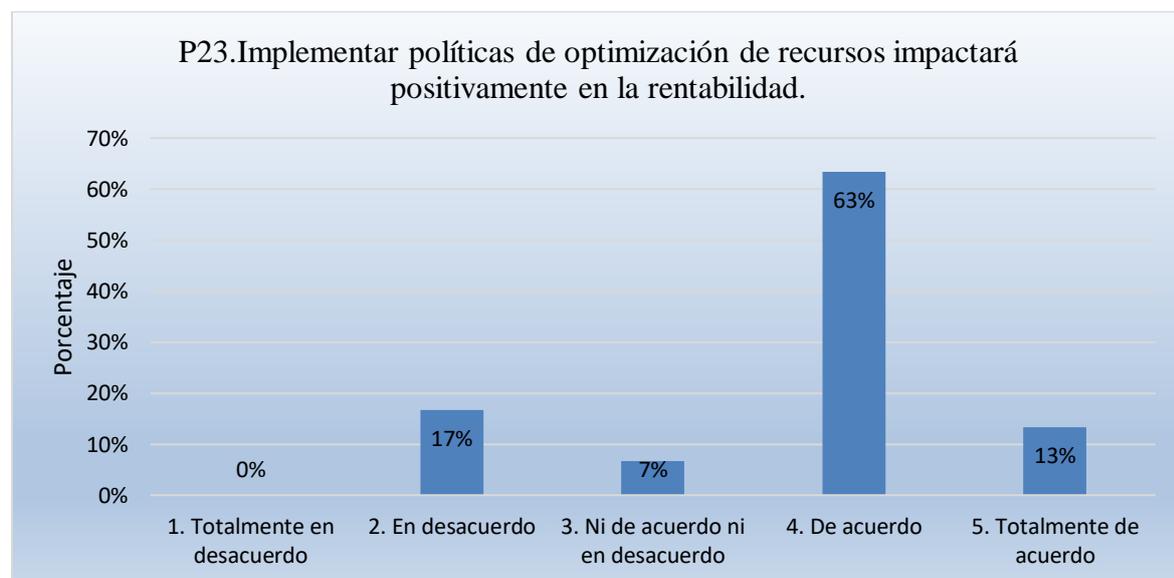
**Tabla 32**

*Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	0	0%
2. En desacuerdo	5	17%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	7%
4. De acuerdo	19	63%
5. Totalmente de acuerdo	4	13%
	30	100.00%

**Figura 34**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 23*



Comentario: Los datos recopilados de la premisa 23 comprueban que el 63 % de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 13% están totalmente de acuerdo, un 7 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17% está en desacuerdo y un 3% están totalmente en desacuerdo en con la premisa de la premisa “Implementar políticas de optimización de recursos impactará

positivamente en la rentabilidad”.

- **Resultados de la pregunta 24:**

Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad.

**Tabla 33**

*Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad*

Categorías	Resultado	Porcentaje
1. Totalmente en desacuerdo	1	3%
2. En desacuerdo	0	0%
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	37%
4. De acuerdo	18	60%
5. Totalmente de acuerdo	0	0%
	30	100.00%

**Figura 35**

*Gráfico de distribución porcentual de la pregunta 24*



Comentarios: Los datos recopilados de la premisa 24 comprueban que el 60 % de los encuestados opinan estar de acuerdo, el 37% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 17%

está en desacuerdo y un 3% están totalmente en desacuerdo en con la premisa “Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad”.

### **4.3 Presentación del caso práctico o justificación de la propuesta de investigación**

#### **4.3.1 Información del caso práctico**

El objetivo del caso práctico fue analizar la aplicación de la NIIF 15 “Ingreso de Actividades Ordinarias de Contratos con Clientes” sobre los museos privados de Lima Metropolitana y su impacto financiero en, año 2021. Se analizó el caso práctico para poder analizar la implementación de la norma en la forma de reconocer, el método de contabilizar y la información a presentar, también evaluar los impactos en las ratios de liquidez, endeudamiento y rentabilidad. El presente caso práctico fue trabajado al Museo de Arte Lima (MALI), esta asociación brinda diversos servicios tales como; Servicios educativos, fomento cultural, servicios de alquileres, exposiciones y demás.

#### **4.3.2 Historia y Antecedentes**

Museo de Arte de Lima (MALI) es una asociación sin fines de lucro, que fue constituida por el Patronato de las Artes en 1954 y que en marzo de 1961 inició sus actividades.

#### **4.3.3 Actividad económica**

La Asociación tiene por objeto social las actividades museísticas y conservación de lugares y edificios históricos; de edición de libros y servicios educativos-culturales. Por ello se asignó la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) 9102(ACTIVIDADES DE MUSEOS Y CONSERVACIÓN DE LUGARES Y EDIFICIOS HISTÓRICOS) y 5811(EDICIÓN DE LIBROS).

#### **4.3.4 Misión y Visión**

El Museo de Arte de Lima (MALI) permite al público saber del arte peruano desde una perspectiva cada vez más amplia y diversa. La institución conserva colecciones panorámicas del arte peruano a lo largo del tiempo y se esfuerza por ser una de las plataformas colaborativas e interdisciplinarias para el arte y la cultura con una identidad arraigada localmente pero que opera a nivel regional y global. MALI promueve nuevas interpretaciones de la historia del arte nacional mediante las investigaciones académicas y su proyección a través de exposiciones, publicaciones y eventos de índole público y educativo. Estos esfuerzos contribuyen a sus objetivos principales: preservar la memoria local, ampliar el acceso y el disfrute de las artes, promover la reflexión sobre la historia compartida y promover una mejor ciudadanía y una esfera pública sensible. La responsabilidad integral de Malí con el patrimonio de una realidad tan diversa como la peruana, desde las grandes hasta las pequeñas historias, es una de sus fortalezas primordiales, convirtiéndolo en un lugar para la construcción de un país más igualitario donde confluyan los esfuerzos de todas las sociedades.

#### **4.3.5 Aplicación de la NIIF 15 sobre las DONACIONES**

MALI (2022), el Museo de Arte de Lima - MALI ha asumido la tarea pública de preservar y difundir la memoria y la creación artística del país. Como organización sin ánimo de lucro, el museo depende únicamente de sus propios ingresos y donaciones de particulares y empresas. Debido a la aparición del COVID-19 y sus consecuencias, el MALI ha sido afectado significativamente en todas sus fuentes de ingresos. Sin embargo, a pesar de los desafíos, el MALI continua en actividad.

A pesar de contexto social – económico del país, el museo ha logrado captar diversos aportes por donaciones y auspicios. Tal es el presente caso que se e detallan a continuación:

Escenario 1: Donaciones como auspicios y patrocinios con NIIF 15

Reconocimiento:

La organización aplicó los 5 pasos para el reconocimiento de estos ingresos:

Parso1: Identificar el contrato con el cliente

LAS NIIF15 (2019), Según la norma, la empresa contabilizara los contratos cuando ambas partes estén en mutuo, si bien es cierto los contratos pueden ser redactados, manifestados oralmente o según los métodos comerciales de cada giro de negocio, además, en el mismo se pueda identificar obligaciones y derechos, condiciones de pago, ente otros. A continuación, se presenta un modelo de contrato por auspicio

### Figura 36

*Identificar el contrato con el cliente*

#### **CONTRATO DE AUSPICIO**

Conste por el presente documento el Contrato de Auspicio que celebran:

- **Socosani** S.A con RUC 20100235219 y domicilio para efectos de este contrato en Av. Pumacahua 117, Cerro Colorado, Arequipa. Debidamente representada por **ALVARO DURAN MURIEL, Gerente Comercial, Identificado con DNI 48999105** y a quien en los sucesivo se denominará "EL AUSPICIADOR"
- **ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA**, con RUC N° 20168496690, con domicilio legal en Paseo Colón N° 125, distrito, provincia y departamento de Lima, representada por su Gerente Sr. José Antonio **Rios Montagne**, identificado con DNI N° 07783263, según poderes inscritos en la partida 03024246 del Registro de Personas Jurídicas de Lima, y su Directora Sra. Sharon Lerner Rizo Patrón identificada con DNI no. 40343237 en adelante, se le denominará **EL MALI**.

En adelante, se denominará a **EL MALI** y a "JPM" como **LAS PARTES**, en conjunto, o **LA PARTE**, individualmente.

El presente acuerdo se lleva a cabo en los siguientes términos y condiciones:

#### **PRIMERO: ANTECEDENTES**

**EL AUSPICIADOR** es una empresa privada con más de 100 años de trayectoria y experiencia en el Perú que se dedica, principalmente, a producción y comercialización de AGUA MINERAL NATURAL

**EL MALI** es una asociación civil que tiene por objeto el fomento cultural de las artes y sus disciplinas; la restauración y conservación de obras de arte; el desarrollo y eficiente aprovechamiento del patrimonio artístico de su propiedad o de terceros que le hubiere sido confiado con el mismo fin; y la instrucción y formación de escolares, estudiosos, turistas y público en general. A través de la difusión del arte y la cultura, **EL MALI** promueve el respeto a la pluralidad y contribuye al desarrollo del país.

Paso 2: Obligación de Desempeño

Según la NIIF 15, la obligación de desempeño se idéntica en el contrato, mediante la trasferencia de productos tangibles o intangibles, para nuestro caso las obligaciones desempeño

se manifiesta mediante lo siguiente:

## Figura 37

### *Obligación de Desempeño*

#### **CUARTO: OBLIGACIONES PARTICULARES**

4.1 En mérito al presente acuerdo, EL AUSPICIADOR se compromete a:

- a) Entregar, en calidad de auspicio a EL MALI, la suma de US\$ 3,500 dólares más IGV = US \$ 4,130 por concepto de auspicio de la Subasta XXVII MALI . El monto indicado se hará efectivo mediante transferencia bancaria a la cuenta señalada a continuación:

##### DATOS DEL BENEFICIARIO

Asociación Museo de Arte de Lima  
RUC 20168496690  
Paseo Colón 125- Lima

##### DATOS BANCARIOS

Banco de Crédito del Perú  
Jirón Lampa 499 – Lima  
N° cuenta dólares: 191-0835435-1-46  
CCI: 002-191-000835435146-55  
CÓDIGO SWIFT: BCPLPEPL

y contra el pago de la factura emitida por el concepto indicado líneas arriba, para ser cancelada a 30 (treinta) días de la emisión del documento contable.

4.2 Por su parte EL MALI asume las siguientes obligaciones frente a EL AUSPICIADOR:

- Logo en la lista de agradecimientos en el catálogo
- Barra ~~Socosani~~ y ~~sampling~~ de producto en el evento de Subasta
- Presencia de marca en todas las piezas de comunicación digital (BBDD 5000 personas + la base de los auspiciadores).
- Presencia en redes sociales MALI (FB: 354,000/ IG: 67,500).

Paso 3: Determinar el precio de la transacción

Las NIIF15 (2019), el precio de transacción es que valor monetario de la compensación en la que una empresa desea obtener por el derecho de transferir bienes o servicios, lo cual está estipulado en el contrato:

## Figura 38

### *Determinar el precio de la transacción*

4.1 En mérito al presente acuerdo, **EL AUSPICIADOR** se compromete a:

- a) Entregar, en calidad de auspicio a **EL MALI**, la suma de US\$ 3,500 dólares más IGV = US \$ 4,130 por concepto de auspicio de la Subasta XXVII MALI. El monto indicado se hará efectivo mediante transferencia bancaria a la cuenta señalada a continuación:

#### DATOS DEL BENEFICIARIO

Asociación Museo de Arte de Lima  
RUC 20168496690  
Paseo Colón 125- Lima

#### DATOS BANCARIOS

Banco de Crédito del Perú  
Jirón Lampa 499 – Lima  
N° cuenta dólares: 191-0835435-1-46  
CCI: 002-191-000835435146-55  
CÓDIGO SWIFT: BCPLPEPL

y contra el pago de la factura emitida por el concepto indicado líneas arriba, para ser cancelada a 30 (treinta) días de la emisión del documento contable.

Paso 4: Asignar el precio de transacción a las obligaciones de desempeño

LAS NIIF15 (2019), el precio de transacción es aquel importe que la entidad como criterio y políticas internas las compañías asignan a una obligación de desempeño (el bien o servicios), este a su vez este representa la parte de la contraprestación en la cual una compañía espera obtener derechos a cambio de transferir riesgos y beneficios (transferir bienes y/o servicios) vinculados al cliente.

En el caso práctico se identificó que existe una sola obligación de rendimiento. Por lo tanto, el precio de la transacción es el siguiente:

La suma de US\$ 3,500 dólares más IGV = US \$ 4,130, se asigna a la obligación de desempeño.

Paso 5: Reconocer los ingresos cuando las obligaciones de desempeño hayan realizado.

**Figura 39**

*Reconocimiento de los ingresos*

<b>Diario</b>					
CUENTA				DEBE	HABER
<b>Reconocimiento del ingreso</b>		xx			
12		CUENTAS POR COBRAR		16,792.58	
	121	Cuentas por cobrar comerciales			
40		TRIBUTOS POR PAGAR			2,561.58
	401	IGV			
75		OTROS INGRESOS DE GESTION			14,231.00
	7599	Otros Ingresos de Gestion			
		Por el auspicio recibdo USD 3500- T.C. 4.066			
<b>Reconocimiento del ingreso</b>		xx			
		xx			
12		CUENTAS POR COBRAR			16,792.58
	121	Cuentas por cobrar comerciales			
10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO		16,792.58	
	104	Ctas Ctes en Inst. Financieras			
		pago del servicio			
<b>Costos Asociados</b>		xx			
62		GASTOS DE PERSONAL Y GERENTES		931.00	
	621	Remuneraciones por pagar		83.79	
	629	Beneficios de los trabajadores			
40		TRIBUTOS POR PAGAR			204.82
	4031	Es salud			
	4032	ONP			
41		REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES PAGAR			809.97
	411	Remuneracione por pagar			
		Por los costos asociados al auspicio			
		xx			
40		TRIBUTOS POR PAGAR		204.82	
	4031	Es salud			
	4032	ONP			
41		REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES PAGAR		809.97	
	411	Remuneracione por pagar			
10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO			1,014.79
		Por el pago de los costos asociados al auspicio			
		xx			
63		SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS		3,036.00	
	631	Servicio prestado por terceros			
65		OTROS GASTOS DE GESTION		176.00	
	651	Gastos de gestion diversos			
10		EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO			3,212.00
		por los diversos costos asociados			
				38,826.74	38,826.74

Información a revelar:

LAS NIIF15 (2019), la finalidad del requerimiento de información a informar es que las empresas revelen información suficientemente para que los clientes de la información financiera comprendan el origen, la materialidad, la oportunidad y desasosiego de los ingresos y flujos de efectivo que nacen de contratos con clientes. Para esto, una entidad debe proporcionar informes cuantitativos y cualitativos acerca de: a) los contratos (b) evaluaciones y cambios significativos realizados en esos contratos al aplicar esta normativa (c) activos reconocidos de acuerdo con los párrafos 91 o 95 como gastos relacionados con las celebraciones o ejecuciones de contratos con clientes.

Para el presente caso, se asume que los servicios por auspicios han sido realizados al cierre del ejercicio 2021, por ello los ingresos se muestran en el Estado de Resultados Integrales del periodo, clasificados de acuerdo al Plan Contable General Empresarial (PCGE) en la cuenta 75: Otros ingresos de gestión.

**Figura 40***Estado de ingresos y gastos*

<b>ASOCIACIÓN MUSEO DE ARTE DE LIMA</b>		
<b>ESTADO DE INGRESOS Y GASTOS</b>		
<b>Por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021 y 2020</b>		
<b>(expresado en soles)</b>		
	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>INGRESOS</b>		
Donaciones	5,499,106	4,760,826
Servicios de enseñanza	2,140,950	4,193,716
Servicios de curaduría, conservación y restauración	121,819	171,327
Otros ingresos y servicios	633,581	806,380
Recupero por desvalorización de inventarios	2,146	10,258
Subsidios gubernamentales	1,294,901	1,311,586
<b>Total Ingresos</b>	<u>9,692,504</u>	<u>11,254,093</u>
<b>GASTOS</b>		
Gastos de personal	(3,239,134)	(3,208,681)
Servicios prestados por terceros	(3,091,141)	(3,577,827)
Tributos	(5,783)	(16,985)
Cargas diversas de gestión	(917,425)	(1,081,780)
Provisiones del ejercicio	(2,050,839)	(2,061,904)
Gastos financieros, neto	(42,667)	(36,383)
<b>Total Gastos</b>	<u>(9,346,989)</u>	<u>(9,983,560)</u>
Diferencia en cambio, neta	33,045	(23,990)
<b>SUPERÁVIT DEL PERÍODO</b>	<u><u>378,560</u></u>	<u><u>1,246,543</u></u>
Patrimonio institucional neto al inicio del período	13,129,022	11,882,487
<b>PATRIMONIO INSTITUCIONAL DEL PERÍODO</b>	<u><u>13,507,582</u></u>	<u><u>13,129,030</u></u>

## Figura 41

### Costos asociados de subasta

#### COSTOS ASOCIADOS DE SUBASTA

GASTOS DE PERSONAL		COSTO UNIT VARIABLE	COSTO TOTAL S/	
92110001	OPERARIO DE LIMPIEZA Y MANT.	40	4	160
92110001	VIGILANTE (MUSEO)	50	3	150
92110002	SOBRETIEMPO	15	28	411
92500009	OTROS GASTOS DE ATENC. PERSONAL (REFRIGERI	30	7	210
				<hr/> 931
SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS				
93112001	MOVILIDAD	30	7	210
93290003	AGENTE DE SEGURIDAD	150	2	300
93290009	GRABACION Y VIDEO	400	1	400
93710002	PUBLICIDAD	2,126	1	2,126
	PLATAFORMAS DIGITALES	698		
	MATERIAL IMPRESO (CATALOGOS, AF	1,429		
				<hr/> 3,036
CARGAS DIVERSAS DE GESTION				
95600004	MATERIALES DE LIMPIEZA	167	1	167
	<b>COSTO APROXIMADO</b>			<b>4,134</b>

## Figura 42

### Costos asociados exposición

#### COSTOS ASOCIADOS EXPOSICION

GASTOS DE PERSONAL		COSTO UNIT	VARIABLE	COSTO TOTAL S/
92110001	OPERARIO DE LIMPIEZA Y MANT.	40	3	120
92110001	VIGILANTE (MUSEO)	50	2	100
92110002	SOBRETIEMPO	15	20	294
92500009	OTROS GASTOS DE ATENC. PERSONAL (REFRIGERI	30	5	150
				<hr/>
				664
SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS				
93112001	MOVILIDAD	30	5	150
93290003	AGENTE DE SEGURIDAD	150	1	150
93290009	GRABACION Y VIDEO	400	1	400
93710002	PUBLICIDAD	1,698	1	1,698
	PLATAFORMAS DIGITALES	698		
	MATERIAL IMPRESO (CATALOGOS, AF	1,000		
				<hr/>
				2,398
CARGAS DIVERSAS DE GESTION				
95600004	MATERIALES DE LIMPIEZA	167	1	167
COSTO APROXIMADO				<b>3,228</b>

Sin embargo, al cierre del ejercicio los auspicios que no se han concretado por diversos factores se reconocen en el Estado de Situación Financiera como Ingresos Diferidos:

**Figura 43**

*Estado de situación financiera*

**Asociación Museo de Arte de Lima**  
Estado de Situación Financiera  
Al 31 de diciembre de 2021 y de 2020

<i>En soles</i>	<i>Nota</i>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<i>En soles</i>	<i>Nota</i>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Activos</b>				<b>Pasivos</b>			
<b>Activos corrientes</b>				<b>Pasivos corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	5	4,157,031	3,415,779	Obligaciones financieras	10	739,627	910,976
Cuentas por cobrar, neto	6	212,381	559,012	Cuentas por pagar diversas	11	1,897,473	2,106,117
Publicaciones, neto	7	822,005	795,216	Ingresos diferidos	12	1,077,260	908,056
Crédito por impuesto general a las ventas y gastos pagados por anticipado		148,464	134,625	Subvenciones del gobierno	13	1,311,871	1,361,378
<b>Total activos corrientes</b>		<b>5,339,881</b>	<b>4,904,632</b>	<b>Total pasivos corrientes</b>		<b>5,026,231</b>	<b>5,286,527</b>
<b>Activos no corrientes</b>				<b>Pasivos no corrientes</b>			
Cuentas por cobrar, neto	6	-	18,948	Obligaciones financieras	10	1,496,732	767,719
Obras de arte	8	11,616,271	11,093,992	Cuentas por pagar diversas	11	322,206	813,240
Instalaciones, mobiliario y equipo, neto	9	7,009,523	8,893,134	Subvenciones del gobierno	13	3,612,924	4,914,199
<b>Total activos no corrientes</b>		<b>18,625,794</b>	<b>20,006,074</b>	<b>Total pasivos no corrientes</b>		<b>5,431,862</b>	<b>6,495,158</b>
				<b>Total pasivos</b>		<b>10,458,093</b>	<b>11,781,685</b>
				<b>Patrimonio institucional</b>	14		
				Capital institucional		2,850,152	2,850,152
				Superávit institucional acumulado		10,657,430	10,278,869
				<b>Total patrimonio institucional</b>		<b>13,507,582</b>	<b>13,129,021</b>
<b>Total activos</b>		<b>23,965,675</b>	<b>24,910,706</b>	<b>Total pasivos y patrimonio institucional</b>		<b>23,965,675</b>	<b>24,910,706</b>

## Figura 44

### *Ingresos diferidos*

#### **12. Ingresos Diferidos**

Al 31 de diciembre de 2021 y de 2020 este rubro comprende:

<i>En soles</i>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
Anticipos por servicios de enseñanza	265,480	292,319
Anticipos por exposición de los Incas (a)	426,506	357,396
Otros menores (b)	385,274	258,341
<b>Saldo final al 31 de diciembre</b>	<b>1,077,260</b>	<b>908,056</b>

- (a) Corresponde al Fondo Suizo recibido para la exposición de los Incas.
- (b) Corresponde principalmente a los auspicios de empresas privadas como parte de las actividades de la Asociación que al cierre de los períodos no se habían culminado de prestar los servicios. Estos adelantos han sido reconocidos como ingresos durante el año 2022 y 2021, respectivamente.

## CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Análisis de estudio cualitativo

#### 5.1.1 Análisis de las entrevistas a profundidad

1. ¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?

Análisis: Los entrevistados coinciden en que estos ingresos son la fuente principal de la que depende el sostenimiento operativo y financiero.

2. ¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?

Análisis: Existe un escaso interés de la población por el consumo de servicios culturales, esto debido, principalmente, a la carencia de políticas estatales de promoción y difusión adecuadas, a lo que se suma el elevado costo que demanda la realización de la producción museística (curatorial, administrativo y operativo). Es importante señalar que los entrevistados orientan sus respuestas (indirectamente) a los ingresos provenientes por servicios culturales, específicamente, los ingresos por visitas.

3. Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?

Análisis: Las herramientas e indicadores que permiten monitorear la situación financiera son diversas, su uso dependerá de las necesidades, giro de negocio y tamaño de la empresa y asociaciones. En particular los museos privados que no cuentan con

apoyo estatal para financiar sus operaciones se ven obligados a administrar, gestionar y controlar sus recursos con mucha cautela. Es por ello que el cash flow es la herramienta principal para este propósito.

4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?

Análisis: Desde convenios interinstitucionales para ofrecer precios accesibles al público, crear mecanismos estatales de apoyo económico directo con fin público y promover leyes de mecenazgo como se hace en otros países de la región (Colombia, por ejemplo), todas tienen como eje principal (y demandan) la participación activa del Estado.

5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?

Análisis: Los entrevistados concuerdan en que si se aprobase el actual Proyecto de ley General de Museos tendría un impacto negativo en la recaudación. Este proyecto de ley está sujeto a una serie de cuestionamientos vinculados al rol intervencionista (contenidos museísticos), fiscalizador y sancionador que puede prestarse a manipulaciones políticas, que pondrían limitar y poner en riesgo la libertad de manifestaciones y expresiones de arte y cultura.

6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?

Análisis: Los entrevistados coinciden que entre las razones que impulsan esta demanda está la búsqueda de desarrollar habilidades artísticas para complementar vacíos de la educación regular, así como enriquecer conocimientos para ganar competitividad.

7. ¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?

Análisis: Hay una necesidad de los padres o tutores de ocupar a sus hijos menores de edad (en su mayoría) en cursos y talleres libres durante la temporada de verano que coincide con el periodo vacacional de la población escolar.

8. Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?

Análisis: Los entrevistados coinciden categóricamente en que el apoyo del Estado debería darse desde el lado tributario, permitiendo que las donaciones puedan ser utilizadas y deducidas en su totalidad. Actualmente el código tributario establece que las donaciones no pueden superar el 10% de la utilidad neta del ejercicio.

9. ¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico? ¿Por qué?

Análisis: Sin duda la coyuntura económica y/o financiera es la razón principal en la que coinciden los entrevistados, también la falta de alineamiento con los intereses de la institución y la falta de seguimiento y fidelización de la institución. Las principales donaciones que reciben estas instituciones provienen del sector privado tanto de personas naturales como jurídicas.

10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima? ¿Por qué?

Análisis: Los entrevistados coinciden que el Estado debe buscar e implementar mecanismos que mejoren las condiciones que promuevan el mecenazgo a través de incentivos y beneficios tributarios, promover una ley de museos con la asistencia de museos privados.

### **5.1.2 Análisis de la encuesta**

### **5.1.3 Análisis de los resultados de las encuestas**

Premisa 1: Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación

Comentario: Mediante las encuestas resultó que el 83.33% considera que los servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.

Análisis: Este resultado confirma que en estas instituciones este es un ingreso permanente y que forma parte de las fuentes de recaudación que financian su sostenimiento.

Premisa 2: Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos.

Comentario: Según el resultado de las encuestas, el 76.67% considera que dotar a las muestras de arte temporales con contenido lúdico y participativo incentiva al público a visitar los museos.

Análisis: La temporalidad de las exposiciones son una gran oportunidad para generar espacios que convoquen a los visitantes a conocer y participar activamente a través de programas públicos con contenido entretenido y dinámico que despierte el interés en los

visitantes.

Premisa 3: Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.

Comentario: Según los resultados, el 93.33% considera que un ajuste en las tarifas de entradas generaría una mayor recaudación.

Análisis: La confirmación de esta premisa corrobora en gran medida que las tarifas de ingresos a los museos privados son elevadas; con una disminución en el precio se lograría acercar más al público y generar mayor recaudación, sin embargo, es importante tener presente que esta afirmación guarda relación directa con la premisa anterior, ya que el servicio que se vende es una experiencia y no producto tangible sobre el que solo la variable del precio impacta en la demanda.

Premisa 4: Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.

Comentario: De acuerdo al total de encuestados, se puede inferir que el 76.67% considera que una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte incrementaría los ingresos por servicios culturales.

Análisis: La mayoría de los museos cuenta con un área o departamento dedicado a la restauración y conservación de su colección, algunos de ellos prestan servicios a terceros generando una fuente de ingreso adicional en estas instituciones, pero son intermitentes. Un mayor equipamiento para brindar estos servicios especializados acompañado con una adecuada difusión haría de estos una línea de ingreso más constante.

Premisa 5: Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.

Comentario: Según las respuestas de los encuestados, el 76.67% considera que los

ingresos por servicios educativos so una fuente permanente de recaudación.

Análisis: Este resultado confirma que los ingresos por servicios educativos brindados en museos privados forman parte de las fuentes de recaudación permanente.

Premisa 6: Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.

Comentario: Por medio de la encuesta se concluyó que el 83.33% cree que los ingresos por servicios educativos están cobrando mayor importancia como fuente de recaudación.

Análisis: Los museos desde hace algunas décadas han identificado una oportunidad de “negocio” en el dictado de cursos y talleres que a través del tiempo se ha posicionado como una alternativa actual y vigente, gracias en gran medida, al respaldo y prestigio que estas instituciones.

Premisa 7: El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.

Comentario: Mediante de las encuestas resulto que el 73.33% coincide que el cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.

Análisis: La pandemia y situación de emergencia sanitaria desde marzo del 2020 trajo consigo nuevas condiciones para realizar actividades comerciales debido a las restricciones de distanciamiento social, afectando directamente los comercios que tenían en la presencialidad el componente fundamental para generar sus ingresos. Esto no fue ajeno a los museos, quienes vieron comprometidos la recaudación por estos servicios, obligándolos a iniciar procesos de transformación digital para dictar sus cursos en modalidad virtual.

Premisa 8: Los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.

Comentario: Un 73.33% de los encuestados concuerda en que los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en los meses de enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.

Análisis: En su mayoría los cursos y talleres que se dictan son de periodicidad mensual y son denominados “cursos libres”, es decir, se pueden llevar solo un mes, lo que los hace flexibles y adaptativos; están dirigidos al público en general, teniendo mayor demanda en la temporada de vacaciones escolares.

Premisa 9: Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.

Comentario: Según la cifra que arroja la encuesta, el 63.33% considera que los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.

Análisis: Entre las fuentes de ingresos regulares que tienen estas instituciones están las donaciones, modalidad más antigua de recaudar fondos para su manutención

Financiamiento. Las donaciones son actividades intrínsecas a los museos e instituciones que fomentan el arte y cultura sin fines de lucro.

Premisa 10: La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.

Comentario: De acuerdo con los resultados de las encuestas, el 63.33% creen que se catalogan como entidades receptoras de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.

Análisis: Las donaciones provenientes del sector privado, principalmente de las empresas, espera obtener un escudo fiscal por sus contribuciones que pueda utilizar para deducir impuestos, por lo que las entidades beneficiadas que cuenten con esta calificación serán las primeras elecciones en la relación de los benefactores.

Premisa 11: No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.

Comentario: El 80,00% de los encuestados considera que no todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidas para un destino específico.

Análisis: Entre las donaciones que perciben estas instituciones hay donaciones sujetas a restricción y que ingresan para ser destinadas para un propósito específico, este es el caso de exposiciones y proyectos que se rigen bajo condiciones en el marco de convenios y acuerdos interinstitucionales.

Premisa 12: Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.

Comentario: Según los resultados que arroja la encuesta, el 80.00% concuerda en que una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondo) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.

Análisis: Contar con personas y organizaciones que protejan los intereses de las piezas y colecciones es de vital importancia para los museos, a veces los fondos recaudados con los mecanismos tradicionales dirigido a un mercado local ya no son suficientes, es por ello que resulta necesario la implementación de políticas de captación de fondos con alcance internacional.

Premisa 13: Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado

Comentario: Según el resultado de la encuesta, el 83.33% afirma que alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado.

Análisis: Los servicios y productos que brindan los museos están dirigidos,

principalmente, al público en general o consumidores finales quienes pagan al contado.

Premisa 14: El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.

Comentario: El 80.00% de los encuestados considera que, el alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.

Análisis: Entre los puntos que evalúan las entidades financieras para otorgar créditos se encuentran la capacidad de pago y el grado de liquidez de los ingresos que generan los solicitantes, y los museos cumplen con este requerimiento brindándoles mayores probabilidades de acceso a créditos.

Premisa 15: La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez.

Comentario: Mediante las encuestas se concluyó que el 73.33% afirman que la lenta de rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez.

Análisis: Esto ocurre principalmente con las publicaciones que son editadas por las mismas instituciones debido al alto costo de producción y elevado precio de venta, del mismo modo ocurre también con los souvenirs, no siendo así sobre la mercadería recibida en consignación para ser vendidas en las tiendas de los museos.

Premisa 16: La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro.

Comentario: La respuesta de los encuestados a esta afirmación fue de 76.67% que considera que la exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las ventas representa un ahorro.

Análisis: Estos beneficios tributarios normados y reglamentados en el Código Tributario están dirigidos a instituciones constituidas sin fines de lucro que tengan entre sus actividades principales: la cultura, la asistencia social, educación, el arte, entre otros. Sin embargo, estos beneficios no se adquieren automáticamente, para ellos se tiene que cumplir con una serie de requerimientos exigidos por las entidades estatales reguladoras.

Premisa 17: La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.

Comentario: Según los resultados obtenidos de las encuestas el 66.67% confirma que la cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.

Análisis: En estas instituciones no todas las obligaciones con proveedores están destinadas a mantener una fuente generadora de ingresos, esto hace más crítico el cumplimiento de compromisos porque se tienen que financiar con los escasos recursos que se obtienen de las actividades corrientes, de ahí que las variaciones en las ventas tenga un impacto en la cadena de pago.

Pregunta 18: Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años).

Comentario: Mediante de las encuestas se concluyó que el 76.67% confirma que las obligaciones financieras, en promedio, no supera el mediano plazo (5 años).

Análisis: Por lo general estas instituciones buscan financiamiento para hacer frente a sus gastos operativos que se cubren con las recaudaciones corrientes, por ello es común que los créditos no superen los 2 o 3 años de plazo. Sin embargo, en el 2020 debido a la recesión económica producto de la pandemia, hizo que los créditos se extendieran hasta por 5 años.

Pregunta 19: Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.

Comentario: De acuerdo con las encuestas, el 80.00% confirma que los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.

Análisis: Como se indicó en la premisa anterior, los financiamientos bancarios por lo general están destinados a cubrir gastos operacionales, entre los que figuran las cargas del personal, seguridad, mantenimiento y logística operativa, así también en la obtención de bienes de capital como equipos de aire acondicionado para las de exposición, luminarias, equipos de cómputo e inversión en acondicionamiento de ambientes y señalética de acuerdo a las normativas vigentes (INDECI).

Pregunta 20: Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.

Comentario: Según la encuesta como resultados manifiesta que el 80.00% considera que se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.

Análisis: Esto confirma los comentarios recibidos del representante de uno de estos museos, quien refiere que existe una cercanía y predisposición de las instituciones financieras (más destacadas) de apoyar el sector cultura conscientes del esfuerzo que representa mantenerse abiertos al público. Es así que, acorde a estas consideraciones se obtienen condiciones favorables de créditos con tasas por debajo del mercado y con facilidades en los plazos de pago.

Pregunta 21: Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.

Comentario: El 70% de los encuestados está de acuerdo en que resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que

tienen.

Análisis: En los museos constantemente se desarrollan proyectos culturales y exposiciones temporales que necesitan para su realización incurrir en campañas de difusión (publicidad), curadurías educativas, overhead (gastos generales) transversales a todas las áreas, consumos de servicios públicos (electricidad principalmente), entre otros, haciendo difícil su medición tanto para los proyectos como para las unidades de negocio que intervienen con su cuota de participación.

Pregunta 22: El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.

Comentario: Con el resultado de las encuestas se determinó que el 76.67% concuerda con que el margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.

Análisis: Los indicadores o KPI son indispensables para cuantificar el desempeño financiero o económico de las compañías. En los museos privados esto no es diferente, ya que al ser autogestionarias necesitan contar con indicadores que les permitan monitorear el desempeño de sus actividades; entre ellos, el EBITDA es el indicador que más suelen utilizar para medir la capacidad operativa de generar ganancias, luego de cubrir sus costos operacionales.

Pregunta 23: Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.

Comentario: El 76.67% de los encuestados coincide en que implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.

Análisis: Esta afirmación ha cobrado mayor importancia durante el periodo de

pandemia, cuando se restringieron los flujos de ingresos por la emergencia sanitaria que mantuvo cerradas a estas instituciones; la reutilización de materiales como panelera, urnas acrílicas (o de vidrio), luminarias y mueblería utilizadas en exposiciones pasadas se destinaron al mejoramiento y acondicionamiento de otros ambientes. Esta práctica ha permitido abaratar costos de producción museística y de mantenimiento haciendo más eficiente el uso de los recursos.

Pregunta 24: Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros, distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad.

Comentario: Con el resultado de las encuestas se pudo saber que el 60.00% corrobora la afirmación que dice que los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros, distorsiona la lectura de los indicadores de rentabilidad.

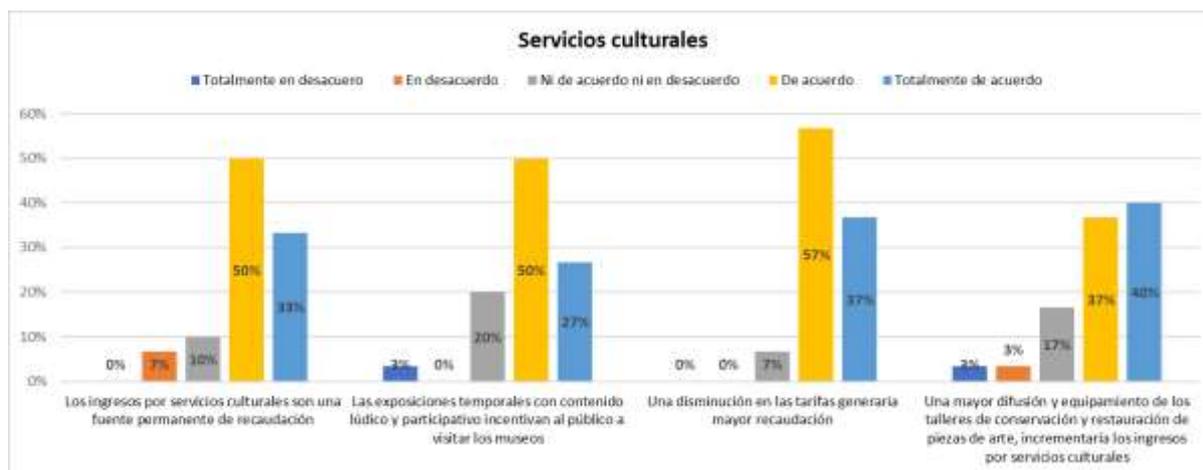
Análisis: En estas instituciones se tiene como “regla de oro” que los proyectos y exposiciones (sobre todo las temporales) se financien con recursos externos y no con recursos corrientes. Sin embargo, en la realidad algunas veces esto no sucede, debiendo ser cubiertos (parte o la totalidad) con ingresos ordinarios afectando el presupuesto operativo del resto de áreas (educación, marketing, etc.).

#### **5.1.4 Análisis de la variable independiente: Ingresos ordinarios**

##### **Servicios culturales**

#### **Figura 45**

*Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre que los servicios culturales forman parte de los ingresos ordinarios*

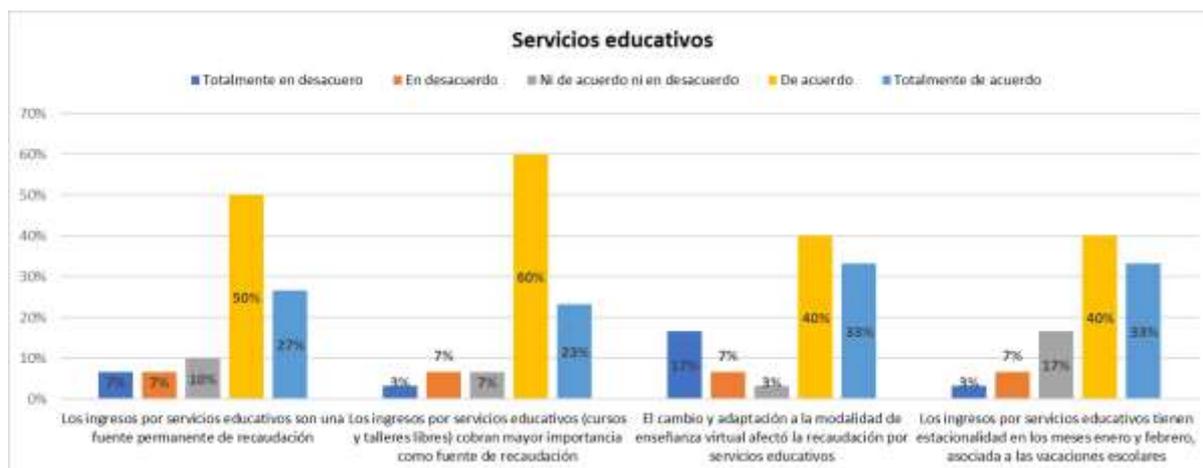


Las afirmaciones planteadas sobre la dimensión “servicios culturales” y su relación con los ingresos ordinarios fue ampliamente respaldada por los encuestados superando el 70% de aceptación. A la premisa que afirma que una disminución de las tarifas generaría una mayor recaudación el 57% estuvo de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo. Así mismo, se puede apreciar que el 40% de los encuestados están de acuerdo con que una mayor difusión y equipamiento de los talleres para brindar servicios especializados de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales. En tanto, las respuestas en desacuerdo y totalmente en desacuerdo no superan el 10%.

### Servicios educativos

**Figura 46**

*Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre que los servicios educativos forman parte de los ingresos ordinarios*

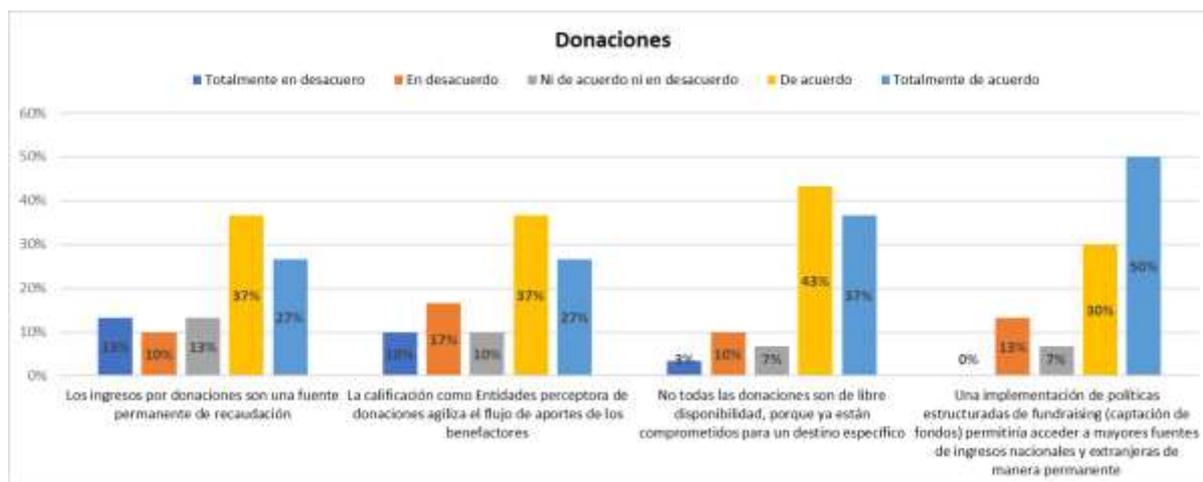


Las afirmaciones planteadas sobre la dimensión “servicios educativos” y su relación con los ingresos ordinarios también fue respaldada por los encuestados, superando el 70% de aceptación en todas las premisas. Es importante destacar que ante la afirmación “los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación” el 60% y 23% estuvo de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, lo cual confirma que existe una tendencia a posicionarse y consolidarse como una fuente importante ingresos. Por otro lado, ante la premisa “el cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos” si bien el 73% respondió favorablemente ante esta afirmación, un 24% no lo considera así, esto se debe principalmente a que hay museos que tienen cursos especializados que se adaptaron sin mayores inconvenientes a la modalidad virtual (Museo Pedro de Osma, por ejemplo).

## Donaciones

**Figura 47**

*Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre si las donaciones forman parte de los ingresos ordinarios*



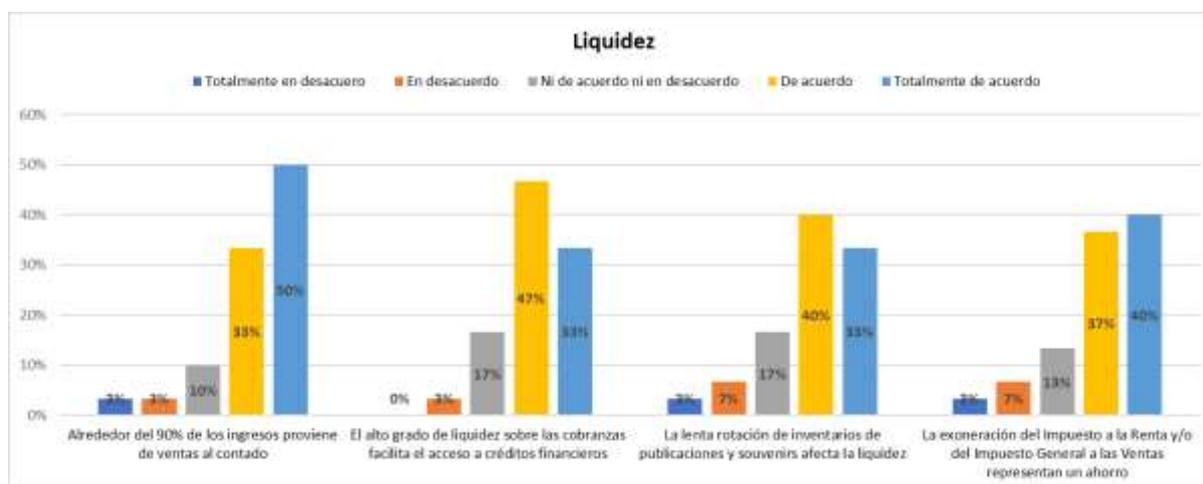
Las afirmaciones planteadas sobre la dimensión “donaciones” y su relación con los ingresos ordinarios también fue respaldada por los encuestados, superando el 60% de aceptación en todas las aseveraciones. Llama la atención qué de las tres dimensiones de la variable dependiente esta sea la que mayor grado de rechazo tiene, a pesar de que las donaciones siempre han sido un canal de ingresos importante para estas instituciones desde sus inicios. El nivel de rechazo ante la premisa “los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación” es de 23% y 27% ante “la calificación como entidades como entidades captadoras de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores”. También resalta que el 80% concuerda con que “una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente”.

### 5.1.5 Análisis de la variable dependiente: Impacto financiero

## Liquidez

Figura 48

Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre la liquidez

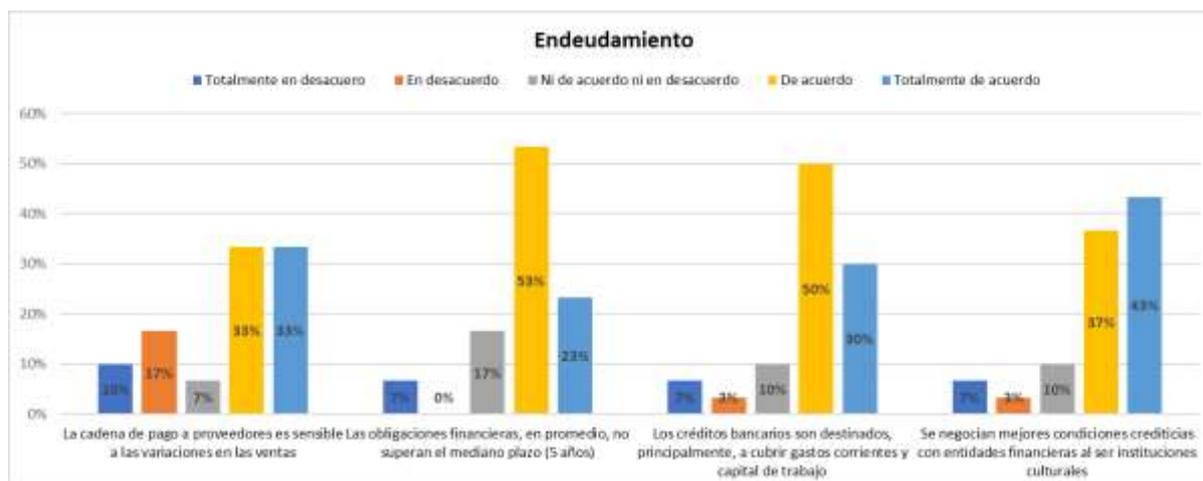


Las respuestas que han proporcionado los encuestados ante las afirmaciones planteadas sobre la liquidez y su impacto financiero han sido favorables. En todos los casos el nivel de aceptación supera el 70%, destacando la premisa “alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado” la cual obtuvo 33% y 50% que está de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente. También se puede apreciar que a la premisa “la exoneración del Impuesto a la renta y/o del Impuesto General a las Ventas representa un ahorro” el 37% y 40% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, confirmando con esto que los beneficios tributarios impactan financieramente en los museos privados. El nivel de desacuerdo y totalmente en desacuerdo no supera el 10% en conjunto.

## Endeudamiento

Figura 49

*Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre endeudamiento*



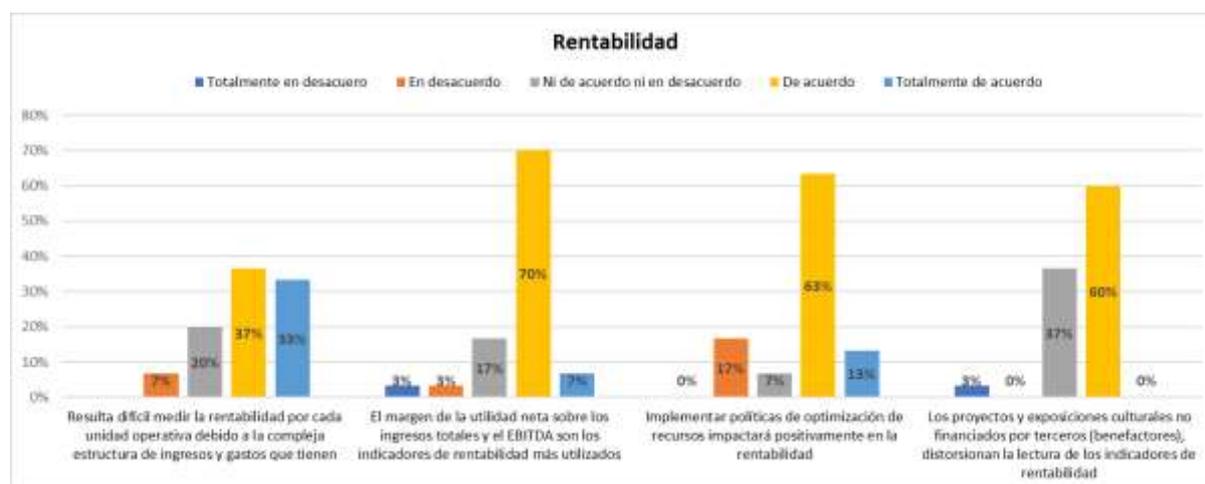
Las respuestas que han proporcionado los encuestados ante las afirmaciones planteadas sobre endeudamiento y su impacto financiero han sido favorables. En todos los casos el nivel de aceptación supera el 60%, destacando que el 50% y 30% están de acuerdo y totalmente de acuerdo, respectivamente, con que “los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo”, lo cual confirma que muchas veces los ingresos corrientes no son suficientes para cubrir sus gastos operativos. Del mismo modo, resulta interesante señalar que el 37% y 43% está de acuerdo y totalmente de acuerdo, de forma respectiva, con la premisa “se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales” este resultado confirma el vínculo interinstitucional de apoyo hacia los museos privados, especialmente a aquellos con proyección internacional (MALI, por ejemplo), ha esto se suma el impecable historial crediticio que ostentan estas instituciones. Por otro lado, la premisa que afirma que “la cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas” obtuvo 27% de rechazo en conjunto entre los que están

en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

## Rentabilidad

**Figura 50**

*Aceptación de los encuestados de los museos privados de Lima Metropolitana sobre la rentabilidad*



Las respuestas que han proporcionado los encuestados ante las afirmaciones planteadas sobre rentabilidad y su impacto financiero han sido favorables. En todos los casos el nivel de aceptación supera el 60%, siendo “el margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados” con mayor aceptación, 70%. Destaca también “implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad” con 63% que está de acuerdo, así como con un 60% de aceptación respecto a que “los proyectos y exposiciones culturales no financiadas por terceros (benefactores), distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad”. Se puede decir que a pesar de las limitaciones que tienen estas instituciones para medir y controlar sus indicadores de rentabilidad a detalle, debido a su compleja estructura de ingresos y gastos, les resulta muy útil el uso del EBITDA.

### 5.2 Confiabilidad del instrumento (alfa de Cronbach)

Maese et al. (2016) define al alfa de Cronbach como aquel coeficiente que se utiliza para medir la viabilidad de elementos cuantitativos, comúnmente se registra en la literatura como coeficiente de fiabilidad. Este coeficiente ayuda a medir la fiabilidad de las correlaciones, determinando si nivel de lo recopilado es consistente o no por medio de ítems dentro de una medición.

Según George y Mallery (2003) nombra las siguientes recomendaciones para analizar los resultados de los coeficientes del alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa > 0.9 excelente
- Coeficiente alfa > 0.8 bueno
- Coeficiente alfa > 0.7 aceptable
- Coeficiente alfa > 0.6 cuestionable
- Coeficiente alfa > 0.5 pobre
- Coeficiente alfa < 0.5 inaceptable

En la tabla N°48 se puede observar que la encuesta realizada como parte del trabajo de campo se realizó a 30 personas entre los que figuran gerentes, contadores, y personal administrativo y financiero de que labora en museos privados de Lima Metropolitana.

**Tabla 34***Resumen de procesamiento de datos*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
	Válido	30	100.0
Casos	Excluido	0	.0
	Total	30	100.0

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

Conforme al estudio realizado, el análisis del alfa de Cronbach muestra el siguiente resultado:

**Tabla 35***Estadísticas de fiabilidad*

Estadísticas de fiabilidad			
Alfa de Cronbach		N de elementos	
		.965	24

De acuerdo con los resultados obtenidos de la estadística de fiabilidad, el coeficiente del alfa de Cronbach alcanzado es 0.965, con lo cual garantiza la confiabilidad de los resultados.

**5.2.1 Análisis del Chi cuadrado**

Con el propósito de ejecutar la prueba del Chi cuadrado y analizar las hipótesis propuestas, primero se debe determinar las variables de estudio.

- Variable Independiente (X): Ingresos ordinarios
- Variable dependiente (Y): Impacto financiero

### 5.2.2 Prueba de Hipótesis General

Se enuncia las siguientes hipótesis: H1: Hipótesis alternativa y H0: Hipótesis nula

**H1:** Los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**H0:** Los ingresos ordinarios no tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**Tabla 36**

*Ingresos ordinarios \* Impacto financiero*

		Impacto financiero			Totalmente de acuerdo	Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Ingresos ordinarios	En desacuerdo	3	0	0	0	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	1	3
	De acuerdo	0	1	10	3	14
	Totalmente de acuerdo	0	0	5	5	10
Total		4	2	15	9	30

**Tabla 37***Prueba de Chi-cuadrado Ingresos ordinarios \* Impacto financiero*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	31.944 <sup>a</sup>	9	<.001
Razón de verosimilitud	27.713	9	.001
Asociación lineal por lineal	15.604	1	<.001
N de casos válidos	30		

a. 14 casillas (87.5%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20.

### **Interpretación del resultado:**

Sig. 0.001 < 0.05

Al llevar a cabo el test estadístico de la significación asintótica del Chi-cuadrado nos arroja 0.001, lo que infiere que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1), por consiguiente, valida que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

### **5.2.3 Prueba de hipótesis específicas**

Con propósito de llevar a efecto el test de hipótesis específicas, se va a desarrollar el análisis de la prueba de Chi-cuadrado sobre las dimensiones de la variable independiente “Ingresos ordinarios”, es decir, servicios culturales, servicios educativos y donaciones.

#### **Hipótesis específica 1:**

**H1:** Los ingresos ordinarios por servicios culturales tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**H0:** Los ingresos ordinarios por servicios culturales no tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**Tabla 38**

*Servicios culturales \* Impacto financiero*

		Impacto financiero			Totalmente de acuerdo	Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Servicios culturales	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	1	3
	De acuerdo	3	0	6	3	12
	Totalmente de acuerdo	0	1	9	5	15
Total		4	2	15	9	30

**Tabla 39**

*Pruebas de Chi-cuadrado*

Pruebas de chi-cuadrado				
	Valor	gl	Significación (bilateral)	asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	10.092 <sup>a</sup>	6	.121	
Razón de verosimilitud	12.275	6	.056	
Asociación lineal por lineal	3.337	1	.068	
N de casos válidos	30			

a. 10 casillas (83.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .20.

Interpretación del resultado:

Sig. 0.121 > 0.05

Al efectuarse el test estadístico de la significación asintótica del Chi-cuadrado nos arroja 0.121, lo que significa que se rechaza la hipótesis alternativa (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0), esto concluye que los ingresos ordinarios por servicios culturales no tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

Hipótesis específica 2:

**H1:** Los ingresos ordinarios por servicios educativos tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**H0:** Los ingresos ordinarios por servicios educativos no tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**Tabla 40**

*Servicios educativos \* Impacto financiero*

		Impacto financiero				Total
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Servicios educativos	Totalmente en desacuerdo	1	0	0	0	1
	En desacuerdo	2	1	0	0	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1	0	0	2
	De acuerdo	0	0	10	4	14
	Totalmente de acuerdo	0	0	5	5	10
Total		4	2	15	9	30

**Tabla 41***Prueba de Chi-cuadrado*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35.179 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	32.211	12	.001
Asociación lineal por lineal	18.737	1	<.001
N de casos válidos	30		

a. 18 casillas (90.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .07.

Interpretación del resultado:

Sig. 0.001 < 0.05

Al llevarse a cabo el test estadístico de la significación asintótica del Chi-cuadrado nos arroja 0.001, lo que infiere que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1), lo cual se concluye que los ingresos ordinarios por servicios educativos tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

Hipótesis específica 3:

**H1:** Los ingresos ordinarios por donaciones tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**H0:** Los ingresos ordinarios por donaciones no tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

**Tabla 42***Donaciones \* Impacto financiero*

		Impacto financiero				
		En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Donaciones	En desacuerdo	3	1	0	0	4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	0	2	1	4
	De acuerdo	0	1	5	1	7
	Totalmente de acuerdo	0	0	8	7	15
	<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>30</b>

**Tabla 43***Prueba de Chi-cuadrado*

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	24.517 <sup>a</sup>	9	<.004
Razón de verosimilitud	24.725	9	.003
Asociación lineal por lineal	15.137	1	<.000
N de casos válidos	30		

a. 15 casillas (93.8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .27.

Interpretación del resultado:

Sig. 0.004 < 0.05

Al llevarse a cabo el test estadístico de la significación asintótica del Chi-cuadrado nos arroja 0.004, lo cual infiere a que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alternativa (H1), con lo cual reafirma que los ingresos ordinarios por donaciones tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

### **5.3 Análisis del caso práctico**

El museo reconoce los ingresos ordinarios bajo la norma NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes; es decir la asociación reconoce los ingresos al momento de transferir riesgos y beneficios sobre las ventas de productos o entrega de sus servicios a un cliente. Entre sus ingresos ordinarios están los servicios clasificados por servicios culturales, servicios educativos y donaciones. Por un lado, el museo brinda servicios culturales que consisten básicamente en visitas al museo, exposiciones artísticas, teatro y cine, servicio de conservación de antigüedades, entre otros. Asimismo, como política el museo reconoce los ingresos de servicios culturales al momento de brindar el servicio, los ingresos recaudados se muestran en el estado de resultado integral (ERI). En cambio, los servicios educativos que consisten en brindar enseñanza de cursos como; artes escénicas, artes gráficas, artes marciales, artes musicales, artes plásticas y demás, el reconocimiento del ingreso se refleja en el estado de resultados como “ingresos”, y también en el estado de situación financiera como activos diferidos, va a depender de su grado de cobrabilidad, por ejemplo, ingresos por recaudación de matrículas que corresponde al siguiente ciclo académico, la asociación lo reconocerá como un activo diferido. Finalmente, tenemos a

los ingresos por donaciones tanto de empresas como personas, las donaciones más usuales están los denominados auspicios, estos servicios por auspicios a medida que se van cumpliendo se irán reflejando en el estado de resultado como un ingreso y los que estén pendientes se reflejan por el estado de situación financiera como activos diferidos.

## CONCLUSIONES

Antes de empezar, es importante mencionar que las conclusiones también están orientadas a exponer los factores internos o externos que afectan y explican el comportamiento de los ingresos ordinarios.

Posteriormente de haber realizado y analizado el resultado obtenido de la aplicación del instrumento cualitativo y cuantitativo utilizados en la recopilación de información para validar nuestra investigación sobre “Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021” se ha puntualizado los siguientes resultados en cuanto a las hipótesis establecidas y al análisis de la información:

### **Hipótesis general**

Basado en los análisis realizados se confirma que los ingresos ordinarios impactan financieramente en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021. De acuerdo a la información obtenida mediante de las entrevistas a profundidad y encuestas, se determinó que los ingresos por servicios culturales, servicios educativos y donaciones son fuentes de recaudación permanente y sostenimiento financiero para estas instituciones.

A los ingresos ordinarios de los museos privados en el 2021 es de aplicación la NIIF 15, por la naturaleza de sus ingresos, debido a que de ellos se desprende una “obligación de desempeño” que se deba satisfacer en un punto determinado o a lo largo del tiempo.

### **Hipótesis específica 1**

El resultado alcanzado en concordancia con la hipótesis específica 1, la cual plantea que Los ingresos ordinarios por servicios culturales tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021, queda descartada por no superar el análisis del instrumento cualitativo y cuantitativo de la recopilación de información, esto se debe a que este fuente de ingreso no es tan representativa a nivel de recaudación como son los ingresos por servicios educativos y donaciones, sin embargo, es fundamental precisar que este tipo de ingreso es intrínseco a los museos y es una fuente permanente de ingreso.

### **Hipótesis específica 2**

Se confirma que, efectivamente, los ingresos ordinarios por servicios educativos tuvieron impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana en el 2021, que son ingresos permanentes y que tienen estacionalidad; conclusiones que se apoyan en las respuestas conseguidas de las premisas 5 y 6 de la encuesta. Así mismo, se puede evidenciar que la mayor recaudación se da en la temporada de vacaciones escolares, en los meses de enero y febrero. Igual que los servicios culturales (visitas a exposiciones), los servicios educativos están vinculados fuertemente a la presencialidad. En 2 de los 4 museos encuestados los ingresos por estos servicios son relevantes y tienen un impacto significativo en lo financiero.

Finalmente, la NIIF 15 se aplica a los ingresos por servicios educativos, debido a que de ellos se desprende una “obligación de desempeño” que se deba satisfacer en un determinado momento o a lo largo del tiempo.

### **Hipótesis específica 3**

Por último, se confirma que los ingresos ordinarios por donaciones tuvieron impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana en el 2021. Existe un estrecho

vínculo entre los aportes provenientes de benefactores nacionales y la calificación como entidades receptoras de donaciones que deben ostentar los museos que permita a los donantes deducirlos para fines tributarios. Así mismo, hay que señalar que las donaciones representan una participación importante sobre los ingresos totales que permite financiar gastos operativos, adquisiciones para la colección, proyectos y la producción de exposiciones.

Finalmente, la NIIF 15 se aplica a los ingresos por donaciones en los casos en que estos aportes ingresan bajo la modalidad de auspicios o patrocinios, debido a que de ellos se desprende una “obligación de desempeño” que se deba satisfacer en un determinado momento o a lo largo del tiempo.

## **RECOMENDACIONES**

### Ingresos ordinarios

Con la identificación de los ingresos ordinarios en los museos privados y los factores que afectan su comportamiento, las recomendaciones están orientadas a buscar mejoras que contribuyan su recaudación, de manera tal que el impacto en las finanzas sea favorable.

Al identificar y conocer los ingresos que generan los museos privados de forma autogestionaria (sin apoyo del Estado) y comprobar que impactan financieramente, resulta importante y necesario mejorar las condiciones que les permitan asegurar y contar con los recursos necesarios que no pongan en riesgo su labor cultural y educativa en la sociedad; para lograrlo, los esfuerzos deberían pasar por un rol más activo del Estado, así como con la participación de los museos privados para crear mecanismos articulados que apunten en la misma dirección, mejorar la vulnerable y sensible situación financiera que atraviesan los museos privados.

### Servicios culturales

En el mercado limeño el precio sigue siendo una variable de peso al momento de decidirse por la compra de un bien o servicio, esto no es diferente en los museos al momento de contratar un servicio o adquirir un bien, por ello se recomienda evaluar y ajustar el precio de sus tarifas para que sean más accesibles al público con entradas que los ubiquen entre las alternativas de los interesados como una opción de entretenimiento y cultura. Para hacer esto posible es importante contemplar la participación conjunta de los museos y llegar a acuerdo que apunten en la misma dirección, en ese sentido, se recomienda crear y/o fortalecer lazos interinstitucionales entre los museos de Lima Metropolitana para hallar formas y mecanismos que capten el interés de la ciudadanía con propuestas, por ejemplo, como: fijar precios homogéneos para determinadas fechas o temporadas (18 de mayo es el Día internacional de los museos, la entrada es gratuita en todos los museos) acompañadas de una red campañas de difusión mediante sus plataformas digitales y redes sociales. Del mismo modo, se recomienda también dar un impulso a las áreas de conservación, restauración, registro y catalogación de artículos y piezas de arte (servicios especializados), con mejoras en equipamiento y capacitación de personal, en vista de un incremento en la demanda de estos servicios proveniente de coleccionistas privados, instituciones públicas y privadas, etc., que contribuiría como fuente de ingresos.

### Servicios educativos

Hasta antes de la pandemia los museos dictaban sus cursos de manera presencial, pero la coyuntura económica y estado de emergencia sanitaria causado por el COVID-19 obligó a los museos a buscar nuevas alternativas para brindar sus servicios educativos. En ese sentido, se recomienda mantener la modalidad virtual para aquellos cursos que se adapten a este formato como una opción atractiva para los usuarios, esto generaría una disminución en costos

operativos. Se recomienda también buscar alianzas estratégicas con escuelas, centros culturales, centros comerciales, etc. que funjan de sedes temporales durante el verano que es el periodo de ventas con mayor demanda.

### Donaciones

Las donaciones siempre han sido una fuente de ingreso vital para los museos privados. Esta recomendación va dirigida al Estados y dependencias gubernamentales. Se debería revisar y replantear la legislación que trata de los beneficios tributarios para aquellos contribuyentes que tributan como contribuyentes naturales o jurídicos que realizan donaciones, otorgándoles un mayor uso de estas como escudo fiscal en la determinación del pago del Impuesto a la Renta (actualmente las deducciones por concepto de donaciones no puede exceder el 10% de la renta neta de tercera categoría), así mismo, urge promover una Ley de museos resuelta con la asistencia de museos privados en la que se consignent políticas de favorecimiento a los canales de ingreso.

Finalmente, se recomienda a estas instituciones unir esfuerzos para que desde la Dirección y Gerencia General se promueva una administración y gestión con visión más “empresarial” que permita medir la rentabilidad y controlar mejor sus recursos asociados a sus fuentes de ingreso.



## REFERENCIAS

- Aguilar, V. (2013). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corp. Petrolera S.A.C. - AÑO 2012* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Martín de Porres]. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/653>
- Aguilar-Barojas, S. (2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud. *Salud en Tabasco, 11* (1-2), 333-338. <https://www.redalyc.org/pdf/487/48711206.pdf>
- Alvarado, E. (2018). *Hacia un Museo Sostenible. Oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima*. Museo de Arte de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/3158>
- Alvarez, P. (2009). Espacios educativos y Museos de Pedagogía, Enseñanza y Educación. *Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación*, (19), 191–206. <https://revistascientificas.us.es/index.php/Cuestiones-Pedagogicas/article/view/10024>
- Andia, W. y Paucar, E. (2013). Los planes de negocios y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data*, 16 (1), 80-84. <https://www.redalyc.org/pdf/816/81629469009.pdf>
- Andrade, S. (2013). *Diccionario de contabilidad* (3era ed.). Andrade.
- Aponte, M. y Ramirez, M. (2017). Gestión de redes y asociaciones de internacionalización de la educación superior en el mundo. *Ciencia y Educación*, 1 (1), 47-55. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7151562.pdf>
- Arboleda, M. (2020). *Análisis del impacto de la aplicación de la NIIF 15 en las empresas del sector de la construcción en Quito* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica de Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18818/9%20Tesis-%20Mishell%20Arboleda.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica* (6ta. edición). Editorial Episteme.  
[https://tauniversity.org/sites/default/files/libro\\_el\\_proyecto\\_de\\_investigacion\\_de\\_fidi\\_as\\_g\\_arias.pdf](https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidi_as_g_arias.pdf)
- Arias, T. y Contreras, D. (2019). *Solo para Curiosos: Origen de los museos en el Perú*. Municipalidad Metropolitana de Lima.  
<https://www.munlima.gob.pe/images/MUNILIBRO19.pdf>
- Arnaldo, J., Herrero, A. y Modesta, D. (2020). *Historia de los Museos Historia de la Museologia*. Editorial Trea.
- Asuaga, C. (2020). Un Análisis De La Gestión De Las Instituciones Culturales: El Caso Específicos De Los Museos, Uruguay.
- Balboa, Y. y Bautista, R. (2019). *Plan de negocio para la implementación de un museo interactivo del café Lima Metropolitana* [Tesis de Maestría, Universidad ESAN].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12640/1624>
- Bankrate. (s.f.). *Ordinary income Definition*. <https://www.bankrate.com/glossary/o/ordinary-income/>
- Baral, S., Li, Y., y Mei, B. (2020). Financial Effects of the 2017 Tax Cuts and Jobs Act on Nonindustrial Private Forest Landowners: A Comparative Study for 10 Southern States of the United States. *Journal of Forestry*, 118(6), 584–597.  
<https://doi.org/10.1093/jofore/fvaa032>
- Barret, T. (22 de agosto del 2018). Financial Impact of the Tax Cuts and Jobs Act on Ag Producers. *University of Nebraska-Lincoln. Institute of Agriculture and Natural Resources*. <https://cropwatch.unl.edu/2018/financial-impact-tax-cuts-and-jobs-act-ag->

producers

Bustamante, R. (2020). *"Implementación y aplicación de IFR 15 - ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos de clientes" : propuesta metodológica de aplicación de la NIIF15 para una empresa proveedora de la industria minera y construcción* [Tesis de Maestría, Universidad de Chile].  
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/179326>

Carmona, A. (2018). *Puesta en marcha y financiación de pequeños negocios o microempresa*. IC Editorial.

Carranza, C. y Espinoza, T. (2018). *"NIIF 15 ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes y los estados financieros de la empresa Total Weight & Systems S.A.C periodo 2016-2017"* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Callao].  
<http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/4827/NIIF%2015%20Y%20LOS%20ESTADOS%20FINANCIEROS%20DE%20TOTAL%20WEIGHT%20%26%20SYSTEMS%20SAC.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chilcho, R. y Huidobro, F. (2018). *La NIIF 15 - ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes - y la evaluación de su impacto financiero y tributario en las empresas del sector construcción* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].  
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624499/Chilcho\\_dr.pdf?sequence=9&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624499/Chilcho_dr.pdf?sequence=9&isAllowed=y)

Cohen, N. y Gómez, G. (2019). *Metodología de la Investigación. ¿Para qué? La producción de los datos y los diseños*. Editorial Teseo.

Coll, V., Rausell, P., y Abeledo, R. (2015). Estimación del impacto económico de los museos a través de las nuevas tecnologías de la información: el caso del museo Ene.Térmica. *Transinformação*, 27(3), 265-275. <https://doi.org/10.1590/0103-37862015000300008>

Comisión de la Promoción de Perú para la Exportación y el Turismo. (Enero de 2019). *El turismo cultural en el Perú. En el 2017, el Perú recibió 1 053 612 arribos de vacacionistas extranjeros que realizaron actividades culturales.*

[https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/0\\_el\\_turismo\\_cultural\\_en\\_el\\_peru.html](https://www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2019/ene/0_el_turismo_cultural_en_el_peru.html)

Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. (2016). *La biodiversidad en la Ciudad de México* (vol. III). CONABIO/SEDEMA.

[https://www.researchgate.net/profile/Paola-Martinez-](https://www.researchgate.net/profile/Paola-Martinez-Duque/publication/315643741_Seccion_8_Servicios_Ecosistemicos_Servicios_de_regulacion/links/58d727e7aca2727e5ee7710a/Seccion-8-Servicios-Ecosistemicos-Servicios-de-regulacion.pdf)

[Duque/publication/315643741\\_Seccion\\_8\\_Servicios\\_Ecosistemicos\\_Servicios\\_de\\_regulacion/links/58d727e7aca2727e5ee7710a/Seccion-8-Servicios-Ecosistemicos-Servicios-de-regulacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Paola-Martinez-Duque/publication/315643741_Seccion_8_Servicios_Ecosistemicos_Servicios_de_regulacion/links/58d727e7aca2727e5ee7710a/Seccion-8-Servicios-Ecosistemicos-Servicios-de-regulacion.pdf)

Congreso de la República. (09 de febrero del 2021). Proyecto de Ley. Ley General De Museos.

[https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016\\_2021/Proyectos\\_de\\_Ley\\_y\\_de\\_Resoluciones\\_Legislativas/PL07060-20210209.pdf](https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL07060-20210209.pdf)

Consejo internacional del museos - ICOM. (2021). *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: tercera encuesta.* <https://icom.museum/es/news/museos-y-covid-19-tercero-informe-icom/>

Deloitte. (2016). Implementación del IFRS (NIIF) 15 Ingresos ordinarios provenientes de contratos con los clientes Una guía práctica para los problemas de implementación para

el sector de productos y servicios industriales.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/co/Documents/audit/BibliotecaTecnica>

ca/RecursosIFRS/Otros/IFRS%2015%20Productos%20industriales%20(ok).pdf

EVE Museos e Innovación. (27 de julio de 2020). *Finanzas y Museos: Desafíos más allá de las crisis económicas*. <https://evemuseografia.com/2020/07/27/finanzas-y-museos-desafios-mas-alla-de-las-crisis-economicas/>

Falcón, J. M. (2012). La arquitectura del museo: testigo y evidencia de la época.

*Arquiteturarevista*, 8(2), 135-147.

<https://www.redalyc.org/pdf/1936/193625014005.pdf>

Feedback Networks (2013). *Calcular la muestra correcta*. Recuperado el 03 de marzo de 2023, de

<https://www.feedbacknetworks.com/cas/experiencia/sol-preguntar-calcul.html>

Ghosh, C. y Petrova, M. (2021). The Effect of Legal Environment and Regulatory Structure on Performance: Cross-Country Evidence from REITs. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 63(1), 40-81. <https://doi.org/10.1007/s11146-019-09742-8>

Giro, J. (2019). *Costos de Operación e Ingresos del atractivo turístico Basílica Catedral del Cusco, Periodo 2018* [Tesis de Maestría, Universidad Andina del Cusco]. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3575/Juan\\_Tesis\\_maestr%  
c3%ada\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3575/Juan_Tesis_maestr%c3%ada_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guel, P., Morales, R., y Peters, T. (2011). *Una canasta básica de consumo cultural para América Latina. Cultura y Sociedad*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado. [https://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2011/11/Una-canasta-b%  
C3%A1sica-de-consumo-cultural-para-Am%  
C3%A9rica-Latina.pdf](https://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2011/11/Una-canasta-b%<br/>C3%A1sica-de-consumo-cultural-para-Am%<br/>C3%A9rica-Latina.pdf)

Hasseldine, J., y Fatemi, D. (2019). Tax practitioner judgements and client advocacy: the blurred boundary between capital gains vs. ordinary income. *EJournal of Tax Research*,

16(2), 303–316. <https://www.business.unsw.edu.au/research-site/publications-site/ejournaloftaxresearch-site/Documents/19-02-14-eJTR-16%282%29-Compilation-final.pdf>

Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Editorial McGRAW-HILL e Interamericana Editores S. A. de C. V. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hicks, J. (2010). *Historia de la economía*. Obtenido de Keynes's theory of employment. The Econometric Society: [http://historiadelamacroeconomia.wikispaces.com/file/view/Keynes+-Theory+of+Employment\\_+by+Hicks.pdf](http://historiadelamacroeconomia.wikispaces.com/file/view/Keynes+-Theory+of+Employment_+by+Hicks.pdf)

Honigman, P. (2019). *La norma internacional de información financiera 15, ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes y su influencia en los estados financieros de la empresa Accounting Service S.A.C, Lima Metropolitana, año 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/3337>

Huacchillo, L., Ramos, E., y Pulache, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Universidad y Sociedad*, 12 (2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000200356#:~:text=En%20general%20la%20gesti%C3%B3n%20financiera,realizan%20mediante%20entidades%20bancarias%20y%20a](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356#:~:text=En%20general%20la%20gesti%C3%B3n%20financiera,realizan%20mediante%20entidades%20bancarias%20y%20a)

Ibarra, A. (2009). Desarrollo del análisis factorial multivariable aplicado al análisis financiero actual. *Eumet.net*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/666/index.htm>

Ibermuseos. (19 de Octubre de 2018). *Panorama de los Museos: Perú*.

<http://www.iber museos.org/panorama-de-los-museos-per/>

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2014). Summary for Policymakers. *Climate Change 2013 - The Physical Science Basis*, 1-30.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

International Financial Reporting Standards. (2019). *Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes*.

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIIF%2015%20-%20Ingresos%20de%20Actividades%20Ordinarias%20Procedentes%20de%20Contratos%20con%20Clientes.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). *Patrimonio, bienes y servicios culturales 2016-2019*. Recuperado el 03 de marzo de 2023, de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digita les/Est/Lib1755/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digita les/Est/Lib1755/libro.pdf)

Jiménez-Blanco, M. (2014). *Una Historia del Museo en Nueve Conceptos*. Cátedra.

Jones, P., Christensen, J., Tranter, R., Niemi, J., y Bennett, R. (2018). A review of the financial impact of production diseases in poultry production systems. *Animal Production Science*, 59(9) 1585-1597. <https://doi.org/10.1071/AN18281>

Kumar, A. (s.f.). What Is Ordinary Income?. *Wall Street Mojo*. <https://www.wallstreetmojo.com/ordinary-income/>

Kim, J. (2021). Derivatives as Technological Disruption: A Conceptual Approach on Complex Global Financial Instrument Innovation and Related Tax Policy Tool Responses. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 9(4), 820–827.

10.13189/ujaf.2021.090428

Kwoung, J. M. (2018). La procedencia del museo y su impacto financiero: el análisis de la baja del museo y el valor del arte. *ProQuest Number: 13808165*.

Lebrún, A. (2011). Sostenibilidad y museos. *Consensus*, 16(1), 155-168.  
<http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/consensus/volumen16/anamarialebrun.pdf>

Lizcano, J. (2004). *Rentabilidad empresarial: Propuesta práctica de análisis y evaluación*. Cámaras de Comercio, Servicio de Estudios.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=487031>

Llorentede, E. (2020). *Análisis contable y fiscal de los ingresos bajo la NIIF 15*. [Tesis de Licenciatura, Universidad del SINU, Seccional Cartagena].  
<http://repositorio.unisinucartagena.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/401/ANALISIS%20CONTABLE%20Y%20FISCAL%20DE%20LOS%20INGRESOS%20BAJO%20LA%20NIIF%2015.docx%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Lopez, A. (2014). *Análisis y Valoración de Empresas: El caso particular de una empresa auxiliar del Sector de Obra Civil y Construcción de Almería. (Firmes y Construcciones S.A)* [Tesis de Licenciatura, Universidad de Almería]. <http://hdl.handle.net/10835/3656>

Mcneil, B. (2022). A profits interest: basics. *Journal of Deferred Compensation*, 27(3), 31–71.  
<https://www.wagnerlawgroup.com/wp-content/uploads/sites/1101401/2022/02/A0679138.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas. (1997). *Norma Internacional de Contabilidad N. 1. Presentación de estados financieros*.

[https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_publ/con\\_nor\\_co/NIC01\\_04.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/NIC01_04.pdf)

Melrose, J., Perroy, R. y Careas, S. (2016). *Statewide Agricultural Land Use Baseline 2015*.

Hawaii State Department of Agriculture. <https://hdoa.hawaii.gov/wp-content/uploads/2016/02/StateAgLandUseBaseline2015.pdf>

Mgammal, M. (2020). Corporate tax planning and corporate tax disclosure. *Meditari Accountancy Research*, 28(2), 327–364. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-11-2018-0390>

Ministerio de Cultura y Deporte de España. (2021). *Anuario de estadísticas culturales 2021*.

Secretaría General Técnica. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:f595ecde-9965-4204-a134-7c569931eb1e/anuario-de-estadisticas-culturales-2021.pdf>

Ministerio de cultura (2021). *Museos de Lima*. Recuperado el 03 de marzo de 2023, de <https://www.museosdelima.com/tag/museos-del-ministerio-de-cultura/>

Ministerio de educación (2021). *Ley General de Educación N°28044*. Recuperado el 03 de marzo de 2023, de [http://www.minedu.gob.pe/p/ley\\_general\\_de\\_educacion\\_28044.pdf](http://www.minedu.gob.pe/p/ley_general_de_educacion_28044.pdf)

Montero, J., Miranda, C., y López, J. (2020). “*La NIIF 15 y los estados financieros de la empresa Statkraft Perú S. A., periodos 2018-2019*” [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Callao]. <http://hdl.handle.net/20.500.12952/5976>

Museo de Arte de Lima. (s.f.). *Donaciones*. <https://mali.pe/donaciones/>

Napier, C. y Stadler, C. (2020). The real effects of a new accounting standard: the case of IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers. *Accounting and Business Research*, 50. <https://doi.org/10.1080/00014788.2020.1770933>

Nguyen, X. y Maine, J. (2019). Attacking Innovation. *Boston University Law Review*, 99,

1687–1755. <https://ssrn.com/abstract=3490027>

Pajuelo, K. y Stuart, C. (2020). *Impacto contable y tributario de la aplicación de la NIIF 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes en el reconocimiento de ingresos en las empresas del sector inmobiliario del Perú* [Tesis de Licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18248/PAJUELO\\_AMADOR\\_STUART\\_BARRETO%20%281%29%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/18248/PAJUELO_AMADOR_STUART_BARRETO%20%281%29%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Perdesoli, C. (2020). *Educación y pedagogía en museos. Las visitas familiares a la exhibición DESmedidos: excesos y mandatos en la sociedad de consumo, de la Universidad Nacional de La Plata* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata] <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1904/te.1904.pdf>

Ramirez, M., y Santamaria, I. (2020). *Análisis de oferta y demanda del mercado del arte colombiano en Bogotá*. Colegio de Estudios Superiores de Administración. [https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2496/ADM\\_1020823498\\_2020\\_1.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/2496/ADM_1020823498_2020_1.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

Real Academia Española. (s.f.). *Impacto*. <https://dle.rae.es/impacto#otras>

Román, A. (2020). Análisis del subsector museos y su contribución económica en México. *UVSERVA. Revista electrónica de la Coordinación Universitaria de Observatorios de la Universidad Veracruzana*, 9, 20-34. <https://doi.org/10.25009/uvs.v0i9.2686>

Sadiq, K. y Sawyer, A. (2019). New Zealand's 'experience' with capital gains taxation and policy choice lessons from Australia. *EJournal of Tax Research*, 16(2), 362–392. <https://www.business.unsw.edu.au/research-site/publications->

site/ejournaloftaxresearch-site/Documents/19-02-14-eJTR-16%282%29-compilation-final.pdf

Sarmiento, S. y Valdivia, A. (2017). *Evaluación del impacto financiero y tributario de la NIIF15: Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes, en el Sector de Servicios de Asesoramiento Técnico de Ingeniería, 2017* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625047/SarmientoQ\\_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625047/SarmientoQ_S.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Service Public Fédéral Financies. (s.f.). *Definición y categorías*. [https://finances-belgium-be.translate.google.fr/particuliers/famille/donations/definition-categories?\\_x\\_tr\\_sl=fr&\\_x\\_tr\\_tl=es&\\_x\\_tr\\_hl=es-419&\\_x\\_tr\\_pto=sc#q1](https://finances-belgium-be.translate.google.fr/particuliers/famille/donations/definition-categories?_x_tr_sl=fr&_x_tr_tl=es&_x_tr_hl=es-419&_x_tr_pto=sc#q1)

Teachmint. (s.f.). *Educational Services*. <https://www.teachmint.com/glossary/e/educational-services/>

Toder, E. (2020). Does the federal income tax law favor entrepreneurs?. *National Tax Journal*, 73(4), 1219–1232. <https://doi.org/10.17310/ntj.2020.4.13>

Toder, E. y Viard. A. (2017). Replacing corporate tax revenues with a mark-to-market tax on shareholder income. *National Tax Journal*, 69(3), 701–732. <https://doi.org/10.17310/ntj.2016.3.08>

Valencia, H. (2013). *La influencia del desconocimiento de la Tasa de Costo Efectivo Anual en el nivel de endeudamiento de los usuarios de tarjetas de crédito del distrito de Trujillo* [Tesis de Bachiller, Universidad Nacional de Trujillo].

Vargas, J. (2021). *Aplicación de la NIIF 15 y su impacto en el rendimiento financiero y tributario en la empresa comercial “Health Is Life S.A.C., periodo 2019* [Tesis de

Licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/4040>

Wood, G., Ong, R., y Cigdem, M. (2016). Housing Tax Reform: Is There a Way Forward?

*Economic Papers*, 35(4), 332–346. <https://doi.org/10.1111/1759-3441.12151>

Yin, L. (2019). *La gestión económica y cultural de museos arqueológicos y de arte contemporáneo. En Beijing y en Madrid. Estudio comparativo-contrastivo* [Tesis de

Doctorado, Universidad Rey Juan Carlos]. <http://hdl.handle.net/10115/17513>

Yiqi, W. y Jewoo, K. (2021). The financial impact of online customer reviews in the restaurant industry: A moderating effect of brand equity. *International Journal of Hospitality*

*Management*, 95. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102895>

Zamora, A. (2008). *Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de Guayaba en el Estado de Michoacán* [Tesis de Licenciatura,

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo].

[http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/91](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/91)

[4/ININEE-M-2008-0001.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/914/ININEE-M-2008-0001.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Anexo A: Matriz de consistencia

#### Problema general y específico, objetivo general y específicos e Hipótesis general.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios culturales y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?</p> <p>¿Cómo es el</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios culturales y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>Los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <p>Los ingresos ordinarios por servicios culturales tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p> <p>Los ingresos ordinarios por servicios educativos tienen impacto financiero en los</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>X= INGRESOS ORDINARIOS</p> <p>X1: Servicios culturales</p> <p>X2: Servicios educativos</p> <p>X3: Donaciones</p> <p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Y= IMPACTO FINANCIERO</p> <p>Y1: Liquidez</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptiva correlacional</p> <p>Diseño de la investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Técnica de recolección de la información:</p> <p>Entrevista</p> <p>Revisión documental</p> <p>Instrumentos de recolección:</p> <p>Guía de entrevista</p> <p>Ficha de revisión documental</p>	<p>Población:</p> <p>Museos privados de Lima Metropolitana</p> <p>Muestra</p> <p>13 museos privados de Lima Metropolitana, administrados por Asociaciones sin fines de lucro (9) y fundaciones (4)</p>

<p>comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios educativos y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?</p> <p>¿Cómo es el comportamiento de los ingresos ordinarios por donaciones y membresías y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021?</p>	<p>Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por servicios educativos y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p> <p>Analizar el comportamiento de los ingresos ordinarios por donaciones y membresías y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p>	<p>museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p> <p>Los ingresos ordinarios por donaciones tienen impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021</p>	<p>Y2: Endeudamiento</p> <p>Y3: Rentabilidad</p>		
--	--	---	--	--	--

## Anexo B: Entrevista a profundidad

### Entrevista a la directora del Museo de Arte de Lima - MALI



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**  
FACULTAD DE NEGOCIOS/PROGRAMA ACADEMICO DE CONTABILIDAD

#### **Entrevista en profundidad**

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC, agradece su participación para el desarrollo de la presente investigación académica de la carrera de contabilidad titulada: Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021. La información proporcionada será exclusivamente utilizada para fines del desarrollo de nuestra investigación académica, por lo cual será tratada de manera confidencial.

**Entrevistado:** Sharon Lerner Rizo Patrón

**Cargo:** Directora

**Empresa/Organización:** Asociación Museo de Arte de Lima - MALI

**1. ¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?**

Sí, son parte fundamental del sostenimiento operativo. Si bien no pueden cubrir las múltiples necesidades vinculadas al desarrollo de proyectos, todas las fuentes de ingreso son indispensables para la sostenibilidad institucional.

**2. ¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?**

Las instituciones culturales privadas y los museos privados en particular dependen en gran medida de apoyos externos empresariales y de la filantropía para solventar un alto porcentaje de sus ingresos. Esto hace que la recaudación sea directamente dependiente de la situación económica general del país. De haber crisis los primeros gastos que se eliminan son aquellos apoyos externos dedicados a cultura.

Cuando la oferta cultural de la institución deja de ser atractiva o estar alineada con los intereses de la juventud esto también afecta la reputación y el potencial de recaudación de la institución por taquilla, ventas varias asociadas a proyectos y apoyos puntuales.

**3. Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?**

En el Museo de Arte de Lima se tiene una gestión bicéfala, a cargo de una Dirección de Contenidos y un Gerente General que supervisa todos los aspectos vinculados a la situación financiera institucional. Yo desconozco las herramientas actualmente utilizadas por la institución, aunque en Gerencia me indican que es el "Flujo de Caja". Entiendo que hace un par de años se había evaluado la posibilidad de implementar un software para el manejo de la contabilidad. Las herramientas que se manejan en el área de dirección incluyen el análisis de datos (Data Analytics) que nos permite medir impacto en distintos frentes (visitantes, usuarios en redes, ventas de tienda, etc.) y modificar estrategias para la recaudación.

- 4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?**

Existe actualmente la figura de los Estímulos a la Producción Cultural por vía de la postulación con proyectos específicos, pero lo ideal, y todavía inexistente sería un mecanismo de apoyo directo a las instituciones museales privadas para poder solventar parte de su operación con fin público. Otra acción necesaria es la promoción en el sector de la necesidad de una adecuada Ley de Mecenazgo que brinde beneficios tributarios que permitan que el sector privado desarrolle más actividades filantrópicas.

- 5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?**

La Ley de Museos, tal y como está concebida actualmente, genera mayores burocracias y dificultades para las instituciones privadas del sector. Es una Ley con un alto grado de fiscalización que, de ser aprobada, va a afectar la agencia de las instituciones para su autosostenimiento.

- 6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?**

En el MALI hace más de dos décadas que el área educativa ha mostrado ser la mejor fuente de financiamiento institucional. Hay un mercado ávido de generar espacios culturales para los jóvenes y las familias, en particular niños tras horas de clase y vacaciones útiles. Al ser dictados desde un museo

le brinda un respaldo institucional (prestigio) que favorece la demanda frente a competidores.

7. **¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?**

El primer trimestre del año (vacaciones de verano de niños y adolescentes).

8. **Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?**

En el caso del MALI si son constantes debido al desarrollo de larga data de una red de Patronos y personas allegadas a la institución a través de comités especializados. La iniciativa desde el Estado que favorecería el desarrollo y crecimiento de esta fuente de ingresos sería una Ley de Mecenazgo similar a la que hay en otros países de la región (Colombia, por ejemplo).

9. **¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico? ¿Por qué?**

Falta de alineamiento con la misión y el programa de la institución. Crisis económica a nivel país.

10. **¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima? ¿Por qué?**

Los puntos señalados anteriormente: apoyo desde el Estado, pero sin una voluntad fiscalizadora. El impulso de mecanismos tributarios que favorezcan el mecenazgo.



## Entrevista al Gerente General del Museo de Arte de Lima



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS/PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

### Entrevista en profundidad

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC, agradece su participación para el desarrollo de la presente investigación académica de la carrera de contabilidad titulada: Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021. La información proporcionada será exclusivamente utilizada para fines del desarrollo de nuestra investigación académica, por lo cual será tratada de manera confidencial.

**Entrevistado:** José Antonio Ríos Montagne

**Cargo:** Gerente General

**Empresa/Organización:** Asociación Museo de Arte de Lima - MALI

1. **¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?**

Son los ingresos que le dan sostenibilidad operativa y permiten que el museo funcione, cubra los gastos de planilla, seguros, mantenimiento etc. Sin esos ingresos la parte "curatorial" o "museística" no tiene viabilidad.

2. **¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?**

No existe una política de fomento a la cultura y el público no está acostumbrado a consumir masivamente servicios culturales, asistir a museos etc.

Los museos privados tienen que hacer esfuerzos muy grandes para atraer público y la publicidad en medios masivos es muy cara como para contar con una campaña sostenida de difusión.

La importancia de los ingresos por taquilla actualmente es pequeña y representa menos del 5 % de los ingresos totales del museo.

- 3. Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?**

El flujo de caja operativo porque permite ver la capacidad de la institución en cubrir los gastos operativos que permiten al museo funcionar. En este flujo no se deben incluir los ingresos y gastos extraordinarios dedicados para propósitos no ordinarios tales como adquisición de obras, exposiciones etc. Cada uno de estos proyectos deben ir financiados previamente a fin de no comprometer los ingresos ordinarios y comprometer la viabilidad y sostenimiento operativo del museo.

- 4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?**

Campañas de difusión para atraer públicos a los museos.

Fondos concursables para proyectos de modernización ejemplo, transformación digital. Lo mismo para infraestructura.

- 5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?**

El proyecto de ley es nefasto porque le quita libertad de acción a los museos y limita los contenidos al convertirse el MINCUL en un ente que califica que contenidos son adecuados y que no.

Asimismo, pretende establecer cuáles son las funciones que deben cumplir los museos quitándoles libertad de acción y de organización, el abanico de museos es tan grande y tan distinto que pretender meter a todos los museos privados en el "mismo saco" es absurdo, cada museo tiene una realidad y forma de funcionar distinta, y eso parte desde la particularidad de cada institución hasta realidad económicas de cada museo.

Adicionalmente al obligar a los museos a inscribirse en el registro nacional de museos para, entre otros, mantener beneficios tributarios como exoneración de IR e IGV, se presta a manipulación política del gobierno de turno. Esto unido a que el MINCUL puede sancionar económicamente a los museos por supuestas faltas "Leves", "graves" o "muy graves" se convierte en un arma de coerción que restringe la libertad y creatividad de los museos privados que se rigen por normas y principios aceptados internacionalmente por el ICOM (Consejo Internacional de Museos).

- 6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?**

Los cursos y talleres del MALI tienen un posicionamiento y trayectoria de más de 20 años y, unido al prestigio del museo, ha permitido contar con una demanda importante de estudiantes.

Un factor de impulso a la demanda es el deseo de los padres de que sus hijos desarrollen habilidades a través del arte, y que estas les permitan mejorar capacidades que les servirán, más adelante, en su desarrollo personal y profesional.

En relación con otros museos este rubro es significativamente menor, por razones propias de cada institución, infraestructura etc.

7. **¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?**

La de verano por ser la de vacaciones escolares.

8. **Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?**

Mejorar los incentivos tributarios para que cada sol donado, sea un sol de deducción de impuestos y no un porcentaje como es actualmente. Eso no sólo permitiría que las empresas se involucren más con el desarrollo de la cultura sino también impulsaría el mecenazgo de personas naturales.

9. **¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico? ¿Por qué?**

Pueden ser razones propias de la coyuntura relacionada con la situación financiera del donante, o de la confianza (o falta de confianza) que puede generar la institución en un momento determinado.

**10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima?**

**¿Por qué?**

Tener gestión profesional no sólo en el campo curatorial sino en la gestión financiera y administrativa, no basta con contar con buenos curadores sino es indispensable tener gerentes y gestores administrativos profesionales.



## Entrevista al director ejecutivo del Museo de Arte Contemporáneo – MAC Lima



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS  
FACULTAD DE NEGOCIOS/PROGRAMA ACADEMICO DE CONTABILIDAD

### Entrevista en profundidad

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC, agradece su participación para el desarrollo de la presente investigación académica de la carrera de contabilidad titulada: Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021. La información proporcionada será exclusivamente utilizada para fines del desarrollo de nuestra investigación académica, por lo cual será tratada de manera confidencial.

**Entrevistado:** Nicolás Gómez Echeverri

**Cargo:** Director Ejecutivo

**Empresa/Organización:** Museo de Arte Contemporáneo - MAC Lima

1. **¿Considera usted que los ingresos ordinarios tienen impacto financiero en los museos de Lima Metropolitana? ¿Por qué?**

Sí. La sostenibilidad financiera de los museos privados depende en mayor parte de estos ingresos.

2. **¿Qué factores considera usted que son las principales causas que limitan las expectativas de recaudación de ingresos en los museos privados? ¿Por qué?**

- Gastos elevados asociados a una gestión museológica óptima (desde el punto de vista curatorial, administrativo y operativo).
  - Cultura de consumo cultural pobre (en diferentes escalas sociales).
  - Falta de acuerdo con los organismos de control y administración pública (gubernamental o municipal)
- 3. Al ser instituciones constituidas sin fines de lucro y siendo autogestionarias de sus propios recursos, ¿Qué herramienta financiera diría usted que es la más útil para analizar y evaluar la situación financiera?**
- Revisión mensual de Estados Financieros
  - Comparación de presupuesto y forecast
  - Revisión mensual de Flujo de Caja
  - Análisis por unidades de negocio
- 4. Teniendo en cuenta que existe un potencial económico del patrimonio cultural ¿Qué acciones articuladas con sus pares y con el Ministerio de Cultura considera usted que podrían llevarse a cabo para promover e incentivar más la asistencia a los museos? ¿Por qué?**
- Convenios interinstitucionales de descuento al público en boletería o servicios compartidos.
  - Coordinación con entidades gubernamentales para adaptar la Currícula Nacional de tal manera que fomente visitas obligatorias de grupos escolares.
- 5. De aprobarse el Proyecto de ley General de Museos ¿considera usted que este pueda generar un impacto en la recaudación por servicios culturales? ¿Por qué?**

El proyecto actual no considera estrategias efectivas que beneficien la generación de fondos de museos privados.

**6. El dictado de cursos y talleres en los museos cada vez cobra mayor importancia como fuente de ingresos, en algunos más que en otros ¿Qué factores diría usted que impulsan esta demanda? ¿Por qué?**

- La necesidad de ocupar niñas y niños en periodos vacacionales.
- La necesidad del público en complementar vacíos de su educación regular.
- La necesidad del público de enriquecer conocimientos para ganar competitividad.

**7. ¿Qué temporada del año genera mayor recaudación por servicios de educativos? ¿Por qué?**

Verano.

**8. Las donaciones son consideradas una fuente de ingreso permanente, pero no son constantes ¿Qué iniciativas consideraría usted que, desde el Estado, se puedan hacer para dinamizar y canalizar mejor el apoyo económico del sector privado? ¿Por qué?**

Aprobar beneficios tributarios que permitan a personas naturales y jurídicas saldar el 100% de donaciones en su reporte anual.

**9. ¿Qué razones llevan a un donante/benefactor constante, retirar su apoyo económico? ¿Por qué?**

- Cautela frente a una mala perspectiva de la economía nacional.
- Fin de interés por el proyecto.
- Ajustes internos corporativos que obligan a canalizar fondos a otras causas.
- Falta de seguimiento y fidelización por parte de la institución.

**10. ¿Qué recomendaciones propondría usted para mejorar y fortalecer la sostenibilidad económica y financiera de los museos privados de Lima?**

**¿Por qué?**

Promover una Ley de Museos resuelta con la asistencia de Museos privados, en la que se consignen políticas de favorecimiento a los canales de ingreso.



Nicolás Gómez Echeverri

Director Ejecutivo MAC Lima

## Anexo C: Encuesta

### Instrumento: Encuesta al sector museos privados

Nombre del encuestado(a):

Cargo:

Empresa:

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC, agradece su participación para el desarrollo de la presente investigación académica de la carrera de contabilidad titulada: Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021. La información proporcionada será exclusivamente utilizada para fines del desarrollo de nuestra investigación académica, por lo cual será tratada de manera confidencial.

A continuación, se presentan una serie de afirmaciones, por favor asígnele una calificación según su opinión siguiendo la siguiente escala: (1=Totalmente en desacuerdo, 2=En desacuerdo, 3=Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4=De acuerdo, 5=Totalmente de acuerdo)

Nº	Variable: Ingresos ordinarios					
	Ingresos ordinarios proveniente de servicios culturales	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
1	Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.					
2	Las exposiciones temporales con contenido lúdico y					

	participativo incentivan al público a visitar los museos.					
3	Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.					
4	Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.					
	Ingresos ordinarios proveniente de servicios educativos	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
5	Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.					
6	Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.					
7	El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por					

	servicios educativos.					
8	Los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en los meses de enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.					
	Ingresos ordinarios proveniente de donaciones	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
9	Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.					
10	La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.					
11	No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.					
12	Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría					

	acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.					
Variable: Impacto financiero						
	Impacto en la liquidez	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
13	Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado.					
14	El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.					
15	La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez.					
16	La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro.					

	Impacto en endeudamiento	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
17	La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.					
18	Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años).					
19	Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.					
20	Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.					
	Impacto en la rentabilidad	Totalmente en desacuerdo (1)	En desacuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
21	Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja					

	estructura de ingresos y gastos que tienen.					
22	El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.					
23	Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.					
24	Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad.					

## Anexo D: Validación de instrumento a través de experto



**UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS**  
FACULTAD DE NEGOCIOS/ PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

**CARTA DE PRESENTACIÓN**

Señora

**NATALY RODRIGUEZ AGUAYO**

Presente

Asunto: **VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO.**

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante del programa de Titulación en Contabilidad de la UPC, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Licenciado en Contabilidad.

El título de la investigación es: Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021; y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

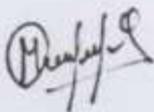
- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Marianella Coronel Castro

Orlando Alfredo Cabello Coral





## DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

### **Variable 1**

#### Ingresos Ordinarios:

Según Guajardo y Andrade (2008) los ingresos representan los recursos que recibe una empresa por la venta de un servicio o bien, ya sea al contado o al crédito. Se consideran ingresos cuando se prestan servicios o se venden bienes, no cuando se recibe el dinero. Al respecto, señala Polimeni et al. (1997) que la renta se define como el precio del bien vendido o del servicio prestado. Por otro lado, Goxens y Ángeles (1995), argumentan que ingreso significa, en general, toda aportación o incremento patrimonial, y en particular, el ingreso como incremento de bienes o derechos sin una contraprestación, es decir, no ofrece ningún otro valor patrimonial en intercambio.

La NIIF 15 define los cinco pasos a proseguir a fin de identificar los ingresos ordinarios provenientes de transferencia la de bienes o servicios, según proceda, a raíz de contratos con clientes, este debe ser representados según su naturaleza, sus montos, calendarios de incertidumbre del ingreso de flujo de efectivo según la entidad espera obtener a cambio de la contraprestación bienes o servicios (Deloitte, 2016, p.6). En términos generales, el ingreso ordinario es el dinero que se obtiene del trabajo. Esto incluye salarios por hora, salarios, propinas, comisiones, intereses devengados de bonos, ingresos obtenidos de un negocio, algunas rentas y regalías, ganancias de capital a corto plazo que se retienen por no más de un año y dividendos no calificados. Excluye todo lo que pueda clasificarse como ganancia de capital a largo plazo, que en la mayoría de los casos se refiere a la venta de una propiedad y los ingresos derivados de esa transacción (Bankrate, s.f.).

#### **Dimensiones de las variables:**

- Servicios culturales

Es una actividad vinculada al arte en sus diversas disciplinas y manifestaciones que conllevan la asistencia de visitantes, así como de los servicios adicionales que de ellas se desprenden. Entre estos servicios, por destacar a los más importantes, se encuentran: exhibiciones y muestras (entradas), conservación y restauración de piezas de arte, registro y catalogación de

colecciones y cursos especializados de curaduría y gestión cultural, entre otros (UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO, 2016).a su vez, El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2020) distingue los servicios culturales como actividades artísticas que se contemplan o consumen en el momento de su exhibición o ejecución. Son actividades, en cierta medida, perecederas y de baja reproducibilidad, lo que permite afirmar que tienen un carácter único. Son ejemplos de servicios culturales todos aquellos relacionados con la asistencia de espectadores o visitantes para asistir a espectáculos como teatro, danza, circo, conciertos, funciones cinematográficas, muestras de arte, feria artesanal o del libro, acto de patrocinio, carnaval, festival, biblioteca, entre otros.

- Servicios educativos

Es una actividad formativa y de aprendizaje que se imparte y obtiene a través del conocimiento y que se da en las escuelas, colegios, academias, universidades, museos, entre otros. En los museos esta actividad ha cobrado mayor presencia con la oferta de cursos y talleres libres en temporadas de vacaciones escolares (Alvarez, 2009).

Los servicios educativos se pueden explicar cómo la formación o instrucción que se imparte sobre diferentes temas. Las instituciones que brindan estos servicios sobre diferentes temas pueden ser centros de capacitación y entrenamiento, colegios, escuelas y universidades (Teachmint, s.f.).

Este es un conjunto de actividades de educación, pedagógicas y gestión diseñada y organizada para lograr un objetivo de aprendizaje dado o para realizar tareas educativas específicas durante un período de tiempo (Ministerio de Educación- MINEDU, 2021).

- Donaciones

La donación es un acto voluntario y deliberado en el que una persona sea natural o jurídica se desprende de parte de su patrimonio (mueble o inmueble) para transferirlo a otra. En los museos este tipo de ingreso proveniente de mecenazgos que se destina principalmente a financiar exposiciones y cubrir gastos corrientes (Aponte & Ramirez, 2017)

Apoyo material (financiero, humano o técnico) entregado sin contraprestación directa por parte del beneficiario a una persona natural o jurídica, para el ejercicio de actividades que responden al interés general, habitualmente asociadas a fines culturales sociales, recreativos, académicos o humanitarios y que cumple con los ejes y directrices dispuestos en la presente Política, por ejemplo, programas educativos, deportivos, de apoyo fundaciones, entre otros (UNESCO).

Una donación es un contrato por el cual un donante (el que da) se despoja, gratuitamente, de forma inmediata e irrevocable, de un bien mueble o inmueble en favor de un donatario (el que recibe) que lo acepta (Service Public Fédéral Finances , s.f.).

### **Variable 2**

Impacto financiero:

Se define como un efecto negativo o positivo a consecuencia de un evento, en el ámbito comercial definen al impacto financiero como un costo o pérdida surgidas como resultado un desastre, evento o suceso controlado. Este tipo de eventos suele pasar por diversos factores como, por ejemplo; desastres naturales, riesgos de mercado o falla internos, la falla más usual es la de un producto (The Law Dictionary 2017).

Al transar operaciones comerciales, los inversionistas suelen considera el coeficiente de corrección del retorno esperado y el retorno ajustado de las inversiones, el fin de estos indicadores es prevenir y/o anticipar resultados desfavorables como favorables en el futuro como resultado de las operaciones comerciales. La ventaja de esta medida originaria es proyectar los posibles retornos de resultados además de permitir la jerarquía preferencial de todas las inversiones. Los usuarios internos y/o externos, y cualquier usurario de la información interesada en una empresa, necesitan conocer la situación económica y financiera en que se encuentra una compañía. En este sentido, deben analizar constantemente el principio de empre en marcha (Ramírez et al., 2014, p.3).

### **Dimensiones de las variables:**

- **Rentabilidad**

La rentabilidad es la medida en que los ingresos netos se generan para cubrir adecuadamente los costes, incluyendo un rendimiento justo para la gestión y el capital invertido (Wolf et al., 2016). Dicho concepto es una herramienta para medir la disposición de una entidad para recibir ganancias o beneficios. Para ello, muchos investigadores han empleado una variedad de ratios de rentabilidad.

- **Liquidez**

El análisis de liquidez empresarial proporciona información sobre los activos líquidos que pueden convertirse en efectivo con relativa facilidad, así como también los pasivos a corto plazo de la compañía. En este sentido, si el volumen de activos líquidos no es lo

suficientemente grande como para cubrir el pasivo corriente, la empresa puede correr fácilmente el riesgo de liquidez. La liquidez refleja la suficiencia de las entidades para hacer frente a sus compromisos financieros a su vencimiento (Wolf et al., 2016).

- Endeudamiento

El análisis del nivel de endeudamiento permite la supervisión del riesgo empresarial y proporciona información no sólo para los gerentes de la empresa, sino también para las partes externas, como los bancos o los prestamistas. De hecho, estos últimos pueden, por ejemplo, evaluar si pueden prestar el dinero con seguridad a la empresa en cuestión. Mientras que los gerentes de la empresa pueden observar si el aumento del nivel de endeudamiento mejora la rentabilidad mediante el efecto positivo del apalancamiento financiero (Wolf et al., 2016).

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable 1: Ingresos Ordinarios

Variable	Dimensión	Nº	Items	Niveles de rango
Servicios Culturales		1	Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.	1.- Totalmente en desacuerdo 2.- En desacuerdo 3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4.- De acuerdo 5.- Totalmente de acuerdo
		2	Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incrementan al público a visitar los museos.	
		3	Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.	
		4	Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.	
INGRESOS ORDINARIOS	Servicios Educativos	5	Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.	
		6	Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.	
		7	El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.	
		8	Los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en los meses enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.	
		9	Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.	
		10	La calificación como Entidad receptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.	
Donaciones		11	No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.	
		12	Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.	

Variable 2: Impacto Financiero

Variable	Dimensión	Nº	Items	Niveles de rango
IMPACTO FINANCIERO	Liquidez	13	Atródoeur del 90% de los ingresos proveniente de ventas al contado.	
		14	El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.	
		15	La lenta rotación de inventarios de publicaciones y suministros afecta la liquidez.	
		16	La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro.	
	17	La cadena de pago a proveedores es sensible a las vacaciones en las ventas.	1.- Totalmente en desacuerdo	
	18	Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años).	2.- En desacuerdo	
	19	Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.	3.- Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	20	Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.	4.- De acuerdo	
	21	Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.	5.- Totalmente de acuerdo	
	22	El margen de la unidad sea sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.		
	23	Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.		
	24	Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros (benefactores), disminuyen la lectura de los indicadores de rentabilidad.		

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

Se usará para determinar los Ingresos ordinarios y su impacto financiero en los museos privados de Lima Metropolitana, año 2021.

N° Dimensiones/ítems	PERTINENCIA	Relevancia		Claridad		Sugerencia
		1	2	3		
PERFIL ENCUESTADO DEL	Sí	No	Sí	No	Sí	No
1 Nombre del encuestado	X		X		X	
2 Cargo	X		X		X	
3 Empresa	X		X		X	
<b>Variable 1: Ingresos Ordinarios</b>						
<b>DIMENSIÓN 1: Servicios Culturales</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
4 Los ingresos por servicios culturales son una fuente permanente de recaudación.	X		X		X	
5 Las exposiciones temporales con contenido lúdico y participativo incentivan al público a visitar los museos.	X		X		X	
6 Una disminución en las tarifas generaría mayor recaudación.	X		X		X	
7 Una mayor difusión y equipamiento de los talleres de conservación y restauración de piezas de arte, incrementaría los ingresos por servicios culturales.	X		X		X	

<b>DIMENSIÓN 2: Servicios Educativos</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
8	Los ingresos por servicios educativos son una fuente permanente de recaudación.	X		X		X	
9	Los ingresos por servicios educativos (cursos y talleres libres) cobran mayor importancia como fuente de recaudación.	X		X		X	
10	El cambio y adaptación a la modalidad de enseñanza virtual afectó la recaudación por servicios educativos.	X		X		X	
11	Los ingresos por servicios educativos tienen estacionalidad en los meses de enero y febrero, asociada a las vacaciones escolares.	X		X		X	
<b>DIMENSIÓN 3: Donaciones</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
12	Los ingresos por donaciones son una fuente permanente de recaudación.	X		X		X	
13	La calificación como Entidades perceptora de donaciones agiliza el flujo de aportes de los benefactores.	X		X		X	
14	No todas las donaciones son de libre disponibilidad, porque ya están comprometidos para un destino específico.	X		X		X	
15	Una implementación de políticas estructuradas de fundraising (captación de fondos) permitiría acceder a mayores fuentes de ingresos nacionales y extranjeras de manera permanente.	X		X		X	
<b>Variable 2: Impacto Financiero</b>							

<b>DIMENSIÓN 1: Liquidez</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
16	Alrededor del 90% de los ingresos proviene de ventas al contado.	X		X		X		
17	El alto grado de liquidez sobre las cobranzas facilita el acceso a créditos financieros.	X		X		X		
18	La lenta rotación de inventarios de publicaciones y souvenirs afecta la liquidez.	X		X		X		
19	La exoneración del Impuesto a la Renta y/o del Impuesto General a las Ventas representan un ahorro.	X		X		X		
<b>DIMENSIÓN 2: Endeudamiento</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	
20	La cadena de pago a proveedores es sensible a las variaciones en las ventas.	X		X		X		
21	Las obligaciones financieras, en promedio, no superan el mediano plazo (5 años).	X		X		X		
22	Los créditos bancarios son destinados, principalmente, a cubrir gastos corrientes y capital de trabajo.	X		X		X		
23	Se negocian mejores condiciones crediticias con entidades financieras al ser instituciones culturales.	X		X		X		

<b>DIMENSIÓN 3: Rentabilidad</b>		<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>
24	Resulta difícil medir la rentabilidad por cada unidad operativa debido a la compleja estructura de ingresos y gastos que tienen.	X		X		X	
25	El margen de la utilidad neta sobre los ingresos totales y el EBITDA son los indicadores de rentabilidad más utilizados.	X		X		X	
26	Implementar políticas de optimización de recursos impactará positivamente en la rentabilidad.	X		X		X	
27	Los proyectos y exposiciones culturales no financiados por terceros, distorsionan la lectura de los indicadores de rentabilidad.	X		X		X	

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):**

---

**Opinión de aplicabilidad:** Aplicable [X]      Aplicable después de corregir [ ]

No aplicable [ ]

**Apellidos y nombres del experto validador: RODRIGUEZ AGUAYO NATALY**

**DNI: 43458274**

**Especialidad del experto validador: CONTADOR / AUDITOR FINANCIERO**

**<sup>1</sup>Pertinencia:** El ítem corresponde al conceptoteórico formulado.

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

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

17 de octubre del 2022



.....  
**Firma del experto**

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

**ANEXO E: Lista de referencias verificadas por cuartiles**

Título	Re vista	LINK N Cuartil	N Cuartil
Bulletin of the American Museum of Natural History	American Museum of Natural History Library	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=24135&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=24135&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
American Museum Novitates	American Museum of Natural History	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=4700152639&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=4700152639&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Memoirs of the Queensland Museum	Queensland Museum	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=31273&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=31273&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Museum Management and Curatorship	Routledge	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=100906&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=100906&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Annals of Carnegie Museum	Carnegie Museum of Natural History	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=20076&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=20076&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Records of the Australian Museum	Scientific Publications	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=85143&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=85143&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Acta Entomologica Musei Nationalis Pragae	National Museum/Narodni muzeum	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19700177038&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19700177038&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Bulletin of the Peabody Museum of Natural History	Peabody Museum of Natural History	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19900192437&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19900192437&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Museum International	Wiley-Blackwell Publishing Ltd	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=5900153340&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=5900153340&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	

Museum Anthropology	Wiley-Blackwell	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=6000152793&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=6000152793&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Memoirs of Museum Victoria	Museum Victoria	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19400157530&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19400157530&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Artibus Asiae	Museum Rietberg Zurich	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=16200154751&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=16200154751&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Journal of Museum Education	Maney Publishing	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=21100386854&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=21100386854&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Archeometriai Műhely	Hungarian National Museum	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19700183128&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19700183128&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
Museums and Social Issues	Taylor and Francis Ltd.	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=21100805794&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=21100805794&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	
International Journal of the Inclusive Museum	Common Ground Research Networks	<a href="https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19900193861&amp;tip=sid&amp;clean=0">https://www.scimag-ojr.com/journalsearch.php?q=19900193861&amp;tip=sid&amp;clean=0</a>	