

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECOTURISMO**



**“GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DE VISITANTES
ESCOLARES DE GRADOS MENORES A 3º
SECUNDARIA EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AGRARIA LA MOLINA”**

**Presentada por:
TERESA LINDO ANGULO**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGISTER SCIENTIAE EN ECOTURISMO**

Lima – Perú

2022

**UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA
LA MOLINA**

**ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ECOTURISMO**

**“GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DE VISITANTES
ESCOLARES DE GRADOS MENORES A 3º
SECUNDARIA EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL
AGRARIA LA MOLINA”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE
MAGISTER SCIENTIAE**

Presentada por:

TERESA LINDO ANGULO

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado:

Mg. Sc. Víctor Barrena Arroyo
PRESIDENTE

Mg. Sc. Daniel Valle Basto
ASESOR

MBA. Manuel López Ortiz
MIEMBRO

Dr. Jorge Chávez Salas
MIEMBRO

DEDICATORIA

A la memoria de mi adorado papito Percy Lindo Zárate,
por haber guiado mis pasos en el estudio y
estimulado hacia el logro de mi profesión.

A mi querida mamita Teresa, con mucho cariño
y devoción por su apoyo incondicional.

A mi esposo Dives Miguel Francis, por darme la fuerza
para superar y alcanzar todo lo que me propongo.

A mis amados hijos Liam Josué
y Thiago Gael, las razones de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Al M.Sc. Daniel Fernando Valle Basto, asesor de la presente tesis, maestro y amigo, por la valiosa ayuda y consejos prestados para la culminación de la misma.

Al M.Sc. Jorge Mario Chávez Salas, por su estimable ayuda y acertados consejos.

A la M.Sc. Sayaka Ota Nakayama por motivarme a estudiar la maestría y su apoyo para iniciar el presente trabajo.

A la M.Sc. Merelyn Valdivia Díaz y al M.Sc. Edwin Bellota Villafuerte por la ayuda y valiosas sugerencias para la redacción de la tesis.

A la Sra. Angélica Valle Quiroz y a Luis Fernando Sánchez Espinoza, por las facilidades brindadas.

A la Jefa de la Oficina de Imagen Institucional de la Universidad Nacional Agraria la Molina M.V. Ivonne Salazar Rodríguez, las secretarias Sra. Carmela Rodríguez Mora y Sra. Nelly Urbina Vásquez, a los alumnos guías y a todo el personal, por su hospitalidad y apoyo durante la realización de las encuestas.

A la Jefa de la Oficina de Admisión de la Universidad Nacional Agraria la Molina Ing. Luz Bullón Camarena y a la Coordinadora de las Visitas, Ing. Edith Díaz Gonzáles, por su cordialidad y ayuda en los aportes para el presente trabajo.

A la Ing. Marisol Pamela Elías Gallardo, Bach. Renzo Arturo Cornejo Saldarriaga, Bach. Gabriela Polo Espinoza y a todas las personas que formaron parte del equipo de encuestadores, por su gran apoyo en el trabajo de campo y recolección de información.

Al Bach. Mario Alberto Aduato Sangama por su gran apoyo en el análisis estadístico.

A todas y cada una de las personas que colaboraron en el desarrollo de la presente tesis.

ÍNDICE GENERAL

	Página.
II. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1. Conceptos	4
2.1.1. Turismo	4
2.1.2. Turismo Educativo.....	5
2.1.3. Turismo Escolar.....	5
2.1.4. Visitante	7
2.1.5. Visitas escolares.....	7
2.1.6. Ecoturismo	8
2.1.7. Educación Ambiental	9
2.1.8. Condiciones Socio-económicas y Educación	10
2.2. Las experiencias en las visitas escolares	11
2.2.1. Definición de experiencia.....	11
2.2.2. Experiencia del visitante.....	12
2.2.3. Características de la experiencia del visitante.....	12
2.2.4. Calidad de la experiencia del visitante	12
2.2.5. Gestión de la experiencia.....	13
2.3. Antecedentes de investigación	14
III. MATERIALES Y MÉTODOS	17
3.1. Área de estudio.....	17
3.1.1. Descripción del área	17
3.2. Materiales y Equipos	17
3.2.1. Materiales.....	17
3.2.2. Equipos.....	18
3.3. Métodos.....	18
3.3.1. Caracterización del área de estudio	18
3.3.2. Caracterización de las visitas escolares.....	19
3.3.3. Visitas guiadas por la Oficina de Admisión	19
3.4. Entrevistas	20
3.4.1. Oficina de Relaciones Públicas	20

3.4.1.1.	Personal de la Oficina de Relaciones Públicas	20
3.4.1.2.	Alumnos guías	20
3.4.1.3.	Personal de la Oficina de Admisión.....	20
3.5.	Encuestas.....	20
3.5.1.	Encuestas individuales.....	21
3.5.2.	Encuestas colectivas	22
3.6.	Análisis de resultados de las entrevistas y encuestas.....	26
3.6.1.	Análisis de resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas.....	26
3.6.2.	Análisis de resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Admisión	26
3.6.3.	Determinación de factores que influyen en la experiencia de los visitantes escolares a través de las encuestas individuales y colectivas.....	26
3.6.4.	Estimación del valor de la disposición a pagar	26
3.6.5.	Determinación de la relación entre el tipo de institución educativa y la calificación en cuanto la calidad del servicio.	27
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	28
4.1.	Resultados de las entrevistas al personal de la oficina de relaciones públicas ..	28
4.2.	Resultados de las entrevistas a los alumnos guías	29
4.3.	Resultados de la entrevista al personal de la oficina de admisión.....	31
4.4.	Resultados de la caracterización de las visitas escolares	32
4.4.1.	Datos generales	32
4.4.2.	Servicios usados.....	36
4.4.3.	Resultados vinculados a los factores sociales y económicos	40
4.4.4.	Resultados con relación a la integración de sitios óptimos para la visita	41
4.4.5.	Estimación de la disponibilidad a pagar	56
V.	CONCLUSIONES	58
VI.	RECOMENDACIONES	59
VII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	60
VIII.	ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

	Página.
Tabla 1: Situación actual del turismo educativo en Europa y Latinoamérica.	6
Tabla 2: Asistentes a la UNALM según Rangos de Edad y Meses del 2003.....	16
Tabla 3: Resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas .	28
Tabla 4: Resultados de las entrevistas a los alumnos guías de la UNALM.....	29
Tabla 5: Cantidad de alumnos guías entrevistados por especialidad	30
Tabla 6: Resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Admisión.....	31
Tabla 7: Cantidad de personas entrevistadas mediante encuestas individuales	32
Tabla 8: Total de personas entrevistadas, según institución educativa.....	33
Tabla 9: Relación entre el tamaño del grupo entrevistado para las encuestas colectivas y la cantidad de entrevistados individuales, según institución educativa y distrito. ..	34
Tabla 10: Escolares entrevistados, según rango de edad.....	35
Tabla 11: Servicios que más usaron los encuestados en la UNALM (Pregunta 3.1 de la Encuesta Individual)	36
Tabla 12: Número de entrevistados que pagaron entrada (Pregunta 3.3 de la Encuesta Individual)	40
Tabla 13: Análisis Chi-2 en relación con la percepción de DIGUSTO en los sitios de visita de la UNALM entre los colegios públicos y privados. Calculado en Past3.....	43
Tabla 14: Sitios que más les gustaron a los escolares (Pregunta 2.2 de la Encuesta Colectiva)	44
Tabla 15: Sitios que menos les gustaron a los escolares (Pregunta 2.3 de la Encuesta Colectiva)	45
Tabla 16: Calificación de la experiencia según tipo de institución (Pregunta 3.8 de la Encuesta Individual)	46
Tabla 17: Calificación de la experiencia de los escolares en su visita a la UNALM según tipo de institución.....	47
Tabla 18: La visita a la UNALM ¿les pareció? (Pregunta 2.1 de la Encuesta Colectiva)...	48
Tabla 19: Análisis Chi-2 con relación a la percepción del tiempo de visita de los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Pregunta hecha a los profesores y adultos acompañantes. Calculado en Past3.	49

Tabla 20:	Análisis Chi-2 con relación a la percepción del tiempo de visita de los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Pregunta hecha a los alumnos. Calculado en Past3.	49
Tabla 21:	Análisis Chi-2 en relación con la proporción de TAREAS que encargan los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Calculado en Past3.....	51
Tabla 22:	Pudo aprender en la visita a la UNALM	51
Tabla 23:	Comentarios más resaltantes (Pregunta 3.9 de la Encuesta Individual).....	52
Tabla 24:	Forma en que se enteró el entrevistado de la UNALM (Pregunta 2.2 de la Encuesta Individual)	53
Tabla 25:	¿Volverían a visitar la UNALM?	55
Tabla 26:	Recomendaría visitar la UNALM (Pregunta 3.7 de la Encuesta Individual).....	56
Tabla 27:	Análisis descriptivo de la variable Disponibilidad A Pagar (DAP) (Pregunta 3.5 de la Encuesta Individual).....	57

ÍNDICE DE FUGURAS

	Página.
Figura 1: Descripción gráfica de la diferencia entre Turista y Excursionista. Perú. (2011).	7
Figura 2: Mapa conceptual del Cambio Educativo relacionado a la Educación Ambiental. González, C. (1996).	11
Figura 3: Plano de la UNALM. UNALM. Historia. (2017).	19
Figura 4: Encuesta individual realizada a una madre de familia de la institución pública “I.E 3080 Perú – Canadá”	22
Figura 5: Paleta con imagen de Hidroponía	23
Figura 6: Paleta con imagen de la Embarcación	23
Figura 7: Paleta con imagen de la Laguna	23
Figura 8: Paleta con imagen de la Granja	24
Figura 9: Paletas con letras de izq. a der: i) C (corto), ii) N (normal) y iii) L (largo)	24
Figura 10: Paletas con imágenes de izq. a der: i) Si y ii) No	24
Figura 11: Paletas con letras de izq. a der: i) Muy bueno, ii) Bueno y iii) Regular	25
Figura 12: Paletas con emoticones de izq. a der: i) Mala y ii) Muy mala	25
Figura 13: Encuesta colectiva realizada a los alumnos de la “I.E 3080 Perú-Canadá” Nivel Primaria	25
Figura 14: Porcentaje de entrevistados según el cargo que ocupan en la institución educativa	33
Figura 15: Nivel de estudio de los entrevistados	34
Figura 16: Escolares entrevistados según nivel de estudio.	35
Figura 17: Porcentaje de entrevistados según la calificación del servicio de guiado.	37
Figura 18: : Calificación del servicio de guiado (Pregunta 3.1 de la Encuesta Colectiva)...	38
Figura 19: Porcentaje de entrevistados según la calificación a los SS.HH.	39
Figura 20: Calificación de los SS. HH (Pregunta 3.1 de la Encuesta Colectiva)	39
Figura 21: Calificación del precio de las entradas (Pregunta 3.4 de la Encuesta Individual)	41
Figura 22: Sitios que más les gustaron a los entrevistados (Pregunta 2.10 de la Encuesta Individual)	42
Figura 23: Sitios que menos le gustaron a los entrevistados (Pregunta 2.11 de la Encuesta Individual)	43

Figura 24: La visita a la UNALM ¿Le pareció? (Pregunta 2.5 de la Encuesta Individual)..	47
Figura 25: ¿Su visita incluyó algún tipo de tarea escolar?	50
Figura 26: Porcentaje del número de veces que han visitado la UNALM.....	53
Figura 27: Recomendaciones.....	54
Figura 28: Volvería a visitar la UNALM (Pregunta 3.6 de la Encuesta Individual)	55
Figura 29: ¿Recomendarían visitar la UNALM?.....	56

ÍNDICE DE ANEXOS

	Página.
Anexo 1: Modelo de encuesta individual	64
Anexo 2: Modelo de encuesta grupal	69
Anexo 3: Reglamento de las Visitas Técnicas Guiadas de la Oficina de Relaciones Públicas actualizada a Noviembre del 2018.....	71
Anexo 4: Fotos de los sitios visitados por los escolares	72
Anexo 5: Fotos de las encuestas a los visitantes escolares	74

RESUMEN

La gestión de la experiencia del visitante implica aspectos emocionales, pero también aspectos educativos y sociales, a pesar de que estas visitas fueron a áreas protegidas, museos y visitas académicas a universidades como la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). El objetivo general de esta investigación es establecer los factores que determinan la optimización de la experiencia de los visitantes escolares a la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). Durante esta investigación, siete instituciones educativas (3 públicas y 4 privadas) con 32 adultos encuestados (maestros, asistentes, padres, entre otros) y 178 estudiantes fueron evaluados para determinar los aspectos sociales y educativos que influyen en la experiencia de los visitantes de la escuela a la UNALM. Tomamos cuestionarios y entrevistas para obtener información para esta investigación. Los resultados que obtuvimos en las encuestas individuales y grupales se tabularon en una base de datos diseñada en Microsoft Access. Estos resultados muestran que la principal motivación de los estudiantes de la escuela para visitar la UNALM está en la relación que tiene con el concepto de "caminata escolar", entre otros hallazgos importantes de la investigación.

Palabras clave: Visitas educativas, turismo escolar, satisfacción del visitante.

ABSTRACT

Management of the visitor experience implies emotional aspects, but also educational and social aspects, even though these visits were to protected areas, museums and scholar visits to universities such as the Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). The general objective of this research is to establish the factors that determine the optimization of the experience of school visitors to the Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). During this research seven educational institutions (3 public and 4 private) with 32 adults surveyed (teachers, assistants, parents, among others) and 178 students were evaluated to determine the social and educational aspects that influence the experience of school visitors to UNALM. We took questionnaires' and interviews to get information for this research. The results we obtained in the individual and group surveys were tabulated in a database designed in Microsoft Access. These results show that the main motivation of the school students to visit the UNALM is in the relationship it has with the concept of the "School Walk", among other significant research findings.

Keywords: Educational tours, scholar tourism, visitor satisfaction experience.

I. INTRODUCCIÓN

La Universidad Nacional Agraria La Molina – UNALM - es uno de los centros más representativos a nivel universitario del Perú. Esta universidad cuenta con una amplia gama de recursos educativos que pueden ser potenciados para beneficio de la población estudiantil escolar de Lima y provincia, en beneficio propio de la institución.

Desde hace más de 20 años, la UNALM es visitada por estudiantes escolares, y ofrece un amplio campus con 208 hectáreas, dentro del cual se puede interactuar con los diversos elementos agropecuarios involucrados en la enseñanza e investigación universitaria. Estas visitas son permitidas en concordancia con uno de los pilares fundamentales de los valores de esta universidad: su compromiso social, y con ello, su extensión a la comunidad.

Los visitantes escolares representan un activo que permite la confluencia del interés por conocer, observar y disfrutar de atractivos que les permitan tener una experiencia satisfactoria en relación con sus expectativas. La experiencia de la visita es un aspecto fundamental de la satisfacción de un visitante. Gestionar esta experiencia es un aspecto poco explorado como tema relevante de investigación en turismo.

La presente investigación busca diseñar una propuesta para la optimización y mejora de la experiencia de los visitantes escolares a la UNALM, revalorizando y difundiendo sus atractivos educativos dentro de la sociedad como centro de investigación, y parte del turismo con enfoques hacia la educación ambiental y el ecoturismo. Los resultados consideramos sentarán bases sólidas para futuros estudios que ahonden en estos factores propios de estos centros de investigación.

En relación con el turismo, la experiencia obtenida como parte de una visita representa un factor importante para el visitante. Esto es debido a que el visitante llega a un lugar en busca de nuevas experiencias, con gran expectativa y altos estándares de satisfacción, y por lo tanto esperando recibir un servicio que a su vez supere las expectativas iniciales.

Actualmente, la mayoría de los sitios preferidos por los visitantes están relacionados a las áreas naturales, sitios arqueológicos, museos, actividades de turismo de aventura, vivencial entre otros. Una alternativa interesante presenta la oportunidad de visitar un centro de formación académica e investigación nacional, como lo es la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). Este lugar cuenta con múltiples atractivos de carácter educativo y recreativo para visitantes, especialmente niños.

Algunos atractivos que ofrece esta casa de estudios son: el Jardín Botánico “Octavio Velarde Núñez”, el vivero forestal y ornamental, el vivero de hidroponía, la granja de animales mayores y menores, la planta piloto de leche, centro de panificación, la maqueta modelo de una embarcación pesquera, entre otros.

Las actividades educativas pocas veces impactan de manera directa en el visitante, y en especial a los visitantes escolares, quienes representan la población de mayor recurrencia en este centro de investigación.

El objetivo general de esta investigación es establecer los factores que determinan la optimización de la experiencia de los visitantes escolares a la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM).

En tanto que los objetivos específicos son:

- I. Determinar qué factores influyen en la experiencia de los visitantes escolares menores a 3ero de secundaria a la UNALM.
- II. Determinar las posibles influencias que pudieran tener estos factores en los visitantes escolares menores a 3ero de secundaria en relación a su visita a la UNALM.
- III. Proponer alternativas que pudieran mejorar la experiencia de los visitantes escolares menores a 3ero de secundaria a la UNALM.

Con esta investigación se propone identificar los aspectos requeridos para un manejo adecuado para la atención de visitantes, así como proponer futuros instrumentos interpretativos educativos para una mejor satisfacción de las visitas escolares. Este estudio se sustenta en el uso de encuestas

como herramienta para evaluar la experiencia de los visitantes escolares a la UNALM, así como entrevistas dirigidas a docentes y guías.

Este grupo etario fue seleccionado en base a la modalidad de visita que tienen los estudiantes de colegios a la UNALM. De esta manera, los colegios con alumnos menores a 3ero de secundaria suelen ser atendidos por la Oficina de Relaciones Públicas, mientras que los alumnos de 4to y 5to Secundaria son atendidos por la Oficina de Admisión.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. CONCEPTOS

2.1.1. Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define al turismo como aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos (OMT 2018).

En el Perú, según la Ley General de Turismo (Ley N°29408) –, el turismo comprende las *“actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado”* (Perú 2011).

“El turismo es un movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro, pudiendo desarrollarse dentro o fuera del país. En un viaje turístico, lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales del lugar, las realizaciones productivas”. En esta definición, Rodríguez, abarca mucho más que el concepto propiamente dicho, ya que nos habla de los motivos de viaje del turista (Rodríguez 2009 citado en Ferreyra *et al.* 2014).

Como actividad productiva, el turismo puede ser beneficioso, pero también, considerablemente destructivo si no es manejado adecuadamente, ya que puede acabar con la riqueza de los patrimonios naturales y culturales de cualquier país (Rainforest Alliance 2008). Esto es debido a que el turismo supone importantes impactos donde se desarrolla, tanto por la transformación de los lugares, como por los efectos de la masificación temporal o el exceso de visitantes, pérdida de biodiversidad, destrucción de ecosistemas, exclusión de la comunidad

monopolios multinacionales, inflación entre otros aspectos (Tarlombani 2005).

2.1.2. Turismo Educativo

Según Martínez (2003), el turismo educativo es aquella actividad desarrollada por contingentes que conformen un grupo de diez o más integrantes que se alojan, visitan y realizan actividades educativas en alguna localidad determinada.

Existen dos grandes diferencias entre el Ecoturismo y el Turismo Educativo, a saber: el primero enfoca el tema de naturaleza, mientras que el segundo amplía su temática para su uso en la enseñanza. Por otro lado, el Turismo Educativo involucra planificación y programación en un marco didáctico y metodológico definido, como se hace en la docencia (Bonilla 2007 citado en Sandí *et al.* 2012).

De acuerdo con Arroba (2016), la situación actual del turismo educativo, también denominado turismo estudiantil, varía en su concepto y aplicación de país a país. Algunos países restringen esta actividad a niños y jóvenes estudiantes, como es el caso de España. Mientras que en Italia, el turismo educativo no es limitado a las escuelas (Tabla 1).

2.1.3. Turismo Escolar

El turismo escolar es un tipo de turismo educativo y constituye una importante herramienta activa en la formación del niño, entendiendo que la actividad turística, en sus aspectos sociales, económicos, culturales, recreativos, históricos y ambientales, conlleva al conocimiento, la revalorización de la identidad cultural, al desarrollo social y a la convivencia creciente con el medio ambiente.

En el caso de los niños constituye un esencial ingrediente en el desarrollo de valores humanos, culturales y sociales, en actitudes de reconocimiento y preservación de la cultura; por su propia naturaleza el turismo escolar, es un turismo educativo, haciendo a su vez sostenible. Es exitoso porque reconoce el valor único de los destinos, enseña el valor de estas y prevé el entendimiento cultural (Arroba 2016).

Tabla 1: Situación actual del turismo educativo en Europa y Latinoamérica.

PAÍS	SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EDUCATIVO
España	Promueve el recorrido turístico de niños que comienzan la etapa escolar hasta jóvenes que concluyen la colegiatura, con el fin de que los mismos conozcan su país, aprendan, valoren y reflexionen acerca del cuidado y la preservación de recursos naturales y culturales.
Italia	Es un instrumento de elevación educativa y cultural, educación que no es limitada a la escuela, sino que se complementa con la visita a todos los centros importantes de su historia y centros turísticos.
Costa Rica	Es una actividad que aún no es explotada con intensidad.
México	Programa “Estudiantes Embajadores” de intercambios académicos y turismo educativo cuenta con un fuerte reconocimiento en el mundo.
Argentina	Según la Ley 25.599 el turismo educativo comprende de viajes educativos y viajes de egresados.
Venezuela	Es practicado por grupos de estudiantes, en la mayoría de los casos en compañía de profesores de institutos donde cursan estudios y con la organización de técnicos de la materia, cuando se disponen a visitar sitios históricos, museos, parques, monumentos, llanuras, montañas, etc.
Ecuador	El gobierno fomenta el turismo educativo a través de becas gratuitas que incluye todos los viáticos pagados por parte del gobierno a estudiantes que obtienen los mejores promedios.
Bolivia	En la actualidad el turismo educativo tiene una escasa atención desde las políticas del Estado, Ministerio de Educación, Gobernaciones y Municipios.
Perú	El programa de turismo educativo en el Perú ofrece la opción de utilizar los eventos turísticos escolares como un valioso auxiliar didáctico en la preparación de los educandos, ya que los contenidos y los destinos turísticos en el contemplado, permiten enfrentar al alumno con el objeto concreto del conocimiento y su utilización en la realidad.

2.1.4. Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado (Perú 2011).

Se clasifican en dos grupos:

- Turista
- Excursionista

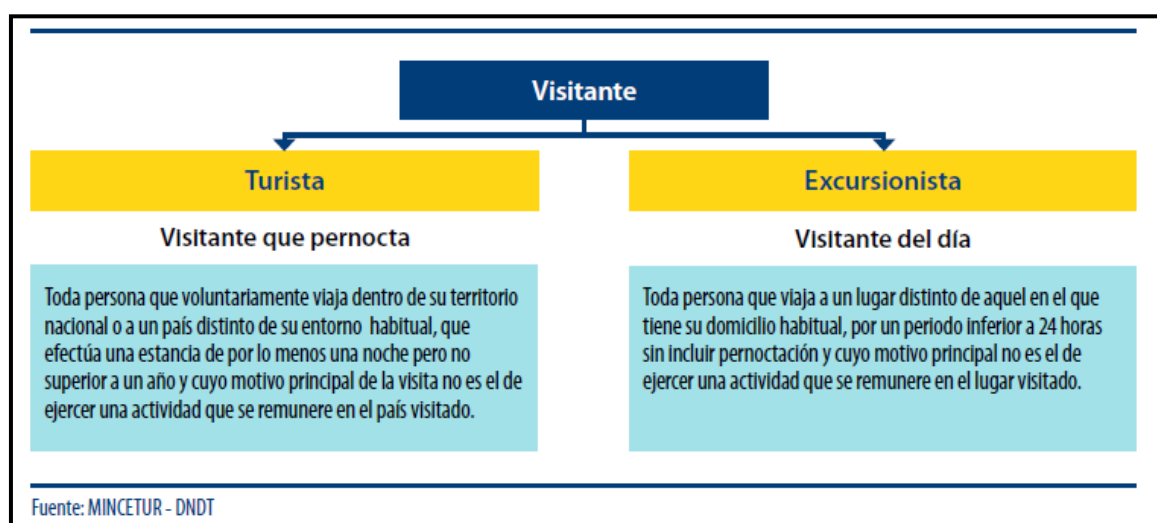


Figura 1: Descripción gráfica de la diferencia entre Turista y Excursionista.

Fuente: Perú (2011).

2.1.5. Visitas escolares

Para Niño (2012), las visitas escolares son salidas pedagógicas, estrategias didácticas que promueven la comprensión del entorno. Son una forma motivadora, placentera y atractiva de recibir información, comprender e interpretar el espacio, la historia y el patrimonio cultural y natural del lugar en el que vivimos. Son importantes porque no solo posibilitan el conocimiento concreto del medio y el alumno se acerca a la realidad circundante y la observa, sino que les hacen reflexionar sobre la complejidad de los procesos que han dado lugar a esa realidad y la necesidad de participar en los mismos de forma responsable y creativa. Además, estimula la curiosidad y el deseo de indagar, porque lo que va a observar no es toda la realidad sino una porción de esta que para ser completada necesita de apoyos conceptuales y teóricos con los

que el alumno deberá haber tomado contacto antes de desplazarse al lugar elegido, para después comparar la teoría con la realidad, revalidando los conceptos y construyendo un conocimiento, sin duda, más completo y relevante. Cada salida supone, además, el desarrollo de las capacidades de observación, descripción, explicación, interpretación y crítica. Son, por tanto, recursos educativos válidos y eficaces, además de un vehículo de socialización.

Arroba (2016) también afirma que los paseos o visitas escolares tienen por finalidad que los alumnos profundicen lo que están aprendiendo en clase, sin embargo, para que cumplan con su finalidad educativa, deben ser bien planeados, pues en vivo y en directo favorecen el aprendizaje práctico y significativo de los estudiantes. Las actividades del medio son fundamentales en la formación integral del escolar, ya que, al promover la interacción de este con su entorno, despiertan su interés por participar activamente en el desarrollo del conocimiento, brindándole la oportunidad de crear una conciencia libre, crítica y objetiva, convirtiéndose en una persona capaz de incidir en su sociedad para transformarla.

2.1.6. Ecoturismo

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), define el ecoturismo como el viaje responsable a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales (TIES 2018).

En tanto que, Ceballos-Lascurain (1996) lo define como el *“viaje medioambientalmente responsable, a áreas relativamente poco alteradas para disfrutar y apreciar la naturaleza a la vez que se promueve la conservación, tiene un bajo impacto ambiental y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local”*, coincidiendo esta definición con aquella dada por la Sociedad Internacional de Ecoturismo.

En el Perú, según el Reglamento para la Gestión Forestal el ecoturismo *“es el desarrollo de actividades vinculadas a la recreación y el turismo de naturaleza, ecológicamente responsable, en zonas donde es posible disfrutar de la naturaleza y apreciar la flora y fauna silvestre y los valores culturales asociados, contribuyendo de este modo a su conservación y generando beneficios para las comunidades locales”* (SERFOR 2015).

El ecoturismo se distingue del turismo de naturaleza por el énfasis que se hace en la conservación del recurso turístico y en la información que se le transmite al visitante acerca

del mismo; en la responsabilidad y el respeto del viajero por el entorno que visita; en la formación y capacitación de los pobladores locales y guías turísticos como custodios y garantes de la permanencia del recurso; y en la activa participación socioeconómica de las comunidades locales (Ferreyra *et al.* 2014).

Al igual que las otras formas de turismo, el ecoturismo puede ser una fuente de ingresos inestable ya que en la demanda del turismo influyen muchos factores externos como si hay otros países de moda o con ofertas especiales y existe un gran componente de estacionalidad (Drumm *et al.* 2002).

2.1.7. Educación Ambiental

Desde 1970, la UNESCO definió a la Educación Ambiental bajo los Tratados del Congreso de Nevada, organizado por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). En este congreso se definió como Educación Ambiental al proceso en el que se reconocen valores y se realiza una clasificación de conceptos orientados a desarrollar las aptitudes y actitudes necesarias para comprender la relación del hombre con su cultura y su entorno biofísico. La Educación Ambiental también permite la práctica en la toma de decisiones y en la formación de personal, las cuales se van a regir por códigos que marcan el comportamiento con respecto a la calidad medio ambiental.

Tiene dos fines específicos los cuales son: i) ayudar a los alumnos a adquirir valores sociales relacionados con el medio ambiente; y ii) motivar a los alumnos a participar en la mejora y protección del medio ambiente. Ambos son aspectos fundamentales en la formación de las nuevas generaciones, ya que se realizan bajo el concepto de conservación ambiental y desarrollo sostenible (Sandí *et al.* 2012).

En el Tratado de Educación Ambiental para Sociedades Sustentables y Responsabilidad Global realizado en Río de Janeiro en 1992, se afirmó que la Educación Ambiental es un proceso de aprendizaje permanente, basado en el respeto a todas las formas de vida, tal educación afirma valores y acciones que contribuyen a la transformación humana y social y a la preservación ecológica. Ella estimula la formación de sociedades socialmente justas y ecológicamente equilibradas, que conserven entre sí una relación de interdependencia y diversidad (González 1996).

González (1996) también menciona que la Educación Ambiental, coherente con el enfoque sistémico, requiere también una concepción sistémica del mundo educativo, un proyecto planteado desde una visión global, que considere que se trata de un sistema abierto, en el que el todo es más que la suma de las partes, en el que es más explicativo el conocimiento de las interrelaciones que el análisis de los distintos elementos, en el que se busca un enfoque interdisciplinar y en el que se valora la estructura y funcionamiento y se tienen en cuenta sus aspectos dinámicos y evolutivos y la realimentación del sistema. En el que se tiene en cuenta, en fin, su complejidad.

En el Perú, según el Plan Nacional de Educación Ambiental (PLANEA) 2016-2021, la Educación Ambiental es entendida como un proceso educativo integral que se da en toda la vida del individuo y que busca generar en este las representaciones, emociones, disposiciones y modos de comportamiento necesarios para desarrollar sus actividades productivas o reproductivas en forma ambientalmente adecuada y, así, contribuir al desarrollo sostenible del país. Por otro lado, la Ley General del Ambiente, en su artículo 127, sostiene que la Educación Ambiental es un proceso educativo integral que genera conocimientos, actitudes, valores y prácticas en las personas, para que desarrollen sus actividades en forma ambientalmente adecuada, de modo que contribuyan al desarrollo sostenible de nuestro país (MINEDU 2016).

2.1.8. Condiciones Socio-económicas y Educación

Aunque no se tienen estudios que relacionen de manera directa el nivel socio-económico de los colegios con el nivel de satisfacción en la experiencia de visitantes, si hay investigaciones que demuestran que los colegios con niveles socioeconómicos más desfavorables tienen una tendencia a tener rendimientos bajos en relación a las evaluaciones académicas, en comparación con la media calculada a nivel nacional. Esta afirmación la presenta Liliana Miranda (2008), cuando evalúa los factores asociados al rendimiento escolar y sus implicancias para la política educativa del Perú. Asimismo, Miranda (2008) reconoce que son los colegios estatales los que presentan una mayor cantidad de niños provenientes de niveles socioeconómicos más bajos.

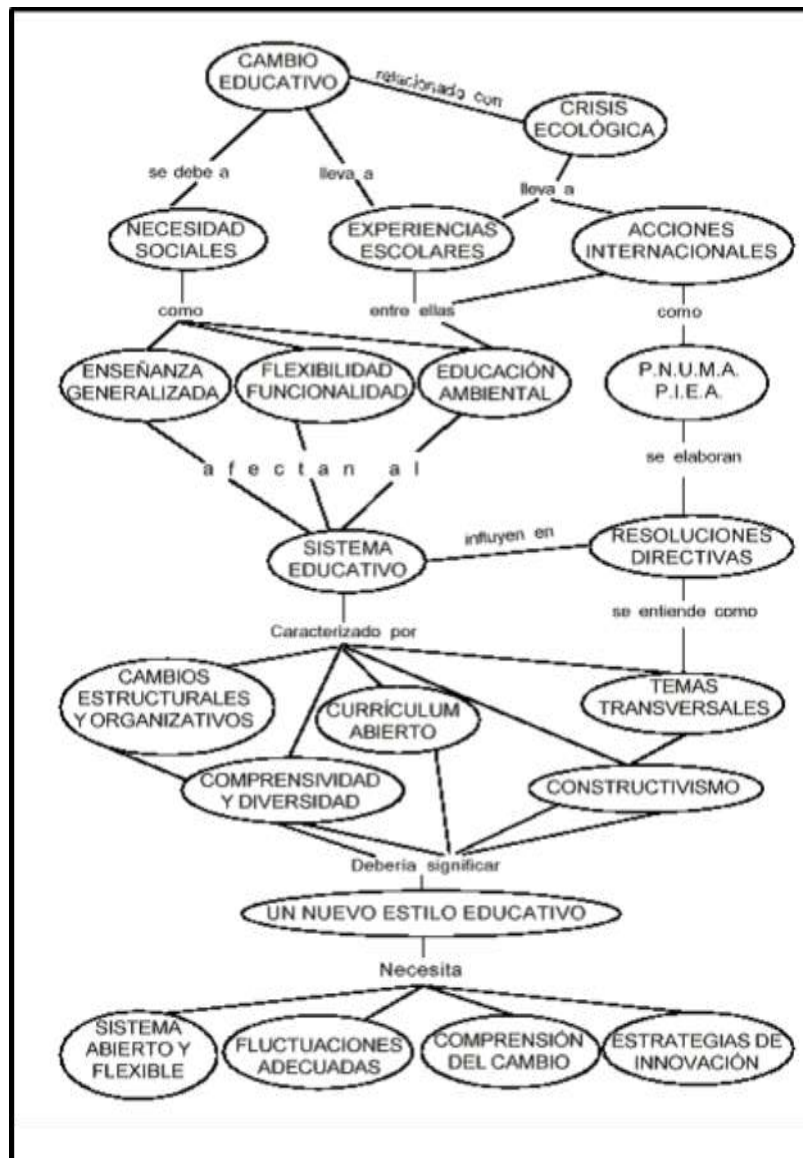


Figura 2: Mapa conceptual del Cambio Educativo relacionado a la Educación Ambiental.

Fuente: Gonzáles (1996).

2.2. LAS EXPERIENCIAS EN LAS VISITAS ESCOLARES

2.2.1. Definición de experiencia

Una experiencia es una vivencia personal, a menudo cargada emocionalmente, basada en la interacción con los estímulos que se representan en los productos o servicios disponibles a través del sistema de consumo; esta experiencia puede conducir a una transformación del individuo en el caso de las llamadas experiencias extraordinarias (Priskin 2004).

2.2.2. Experiencia del visitante

Antropológica y etnológicamente, la experiencia del visitante se define como: *"la experiencia es algo singular que le sucede a un individuo"*, y que no puede ser descrito por un observador externo. Ello implica, no sólo las intensas emociones personales que contrastan con lo cotidiano, sino también a una operación de encuadre por la cual esta actividad dio lugar a una historia reportable. La experiencia es entonces accesible al investigador a través de historias orales y escritas dejadas por las personas (Robert 2013).

2.2.3. Características de la experiencia del visitante

La experiencia del visitante (EdV) puede verse como una transición dinámica entre el visitante y el entorno de recreación, la cual evoluciona a través de los progresos de la visita sumados a las perspectivas de la visita previa, a través de varias etapas de las mismas actividades plasmados en la encuesta y fase de seguimiento (McIntyre & Roggenbuck 1998).

La EdV es la resultante de la interacción socio-psicológica y física del individuo y su relación con la recreación. Estas características incluyen atributos físicos, sociales y de gestión, sus interpretaciones y valoraciones, así como las construidas por el individuo a través de sus propias motivaciones, expectativas, capacidades y compensaciones (Miller & McCool 2003).

En el caso de los Centros Universitarios (campus de aprendizaje, investigación y educación) se considera que existe una cultura que cree en el poder del conocimiento para transformar a las personas y al mundo de la manera más positiva. Concebidos originalmente para nutrir esos valores y transmitirlos a la siguiente generación, al convertirse en ciudades de visitantes, asumen el reto de magnificar sus atribuciones transformadoras (Griswold *et al.* 2004). Lo cual requiere nuevos abordajes para que los visitantes (en su mayoría los escolares) tomen conciencia de las emocionantes oportunidades que les rodean permitiendo y alentando estos procesos.

2.2.4. Calidad de la experiencia del visitante

Para el visitante, las experiencias satisfactorias, y consecuentemente memorables, han de ser un tanto inesperadas, fortuitas, y que sorprendan al visitante. Desde una perspectiva humanístico-psicológica, podríamos decir que estas experiencias se caracterizan por combinar

el desarrollo personal ligado a la sensación de renovación interior con el disfrute derivado de las relaciones interpersonales con otras personas, ya sean familiares, amigos o miembros de las comunidades locales visitadas, así como el entorno, los cuales generan una sensación de logro externo (Rivera-García 2013).

Da Silva y Gonçalves (2015) señalan que existen algunas variables para medir la calidad de la experiencia como:

- i) La confiabilidad para ejecutar el servicio turístico de forma confiable y precisa, rapidez o nivel de respuesta para la orientación de los visitantes
- ii) La tangibilidad tanto de las instalaciones físicas adecuadas como de la presentación de los orientadores; y finalmente
- iii) La empatía sumada con la educación, respeto, consideración y cordialidad de los orientadores lo cual inspira confianza y calidad en la visita.

2.2.5. Gestión de la experiencia

Dentro del marco de la creciente expansión turística, la afluencia masiva de visitantes plantea la necesidad de gestionar el turismo desde los parámetros de la sostenibilidad. Es decir, desde el punto de vista del uso responsable de los recursos que se explotan turísticamente, entendiendo por uso sostenible aquel uso que garantice su conservación y transmisión a las generaciones futuras (García-Hernández 2001). Los gestores y planificadores del espacio turístico son responsables de satisfacer las demandas y necesidades de los visitantes. Entonces, es necesario que se conozcan y diagnostiquen los requerimientos de éstos, que se entiendan sus motivaciones, sus satisfacciones e insatisfacciones. Desde hace años se explora la reacción psicológica del visitante desde distintos puntos de vista. La ciencia geográfica analiza el territorio, su estado actual y funcionamiento ante determinados hechos espaciales, entre ellos la masificación-saturación de un destino turístico. Masificación y saturación no son una cuestión estrictamente cuantitativa (Almeida-García 2006).

Algunos autores consideran que la investigación sobre las atracciones turísticas está "en la infancia" o en una fase "embrionaria" y que tal vez debido a esto son escasas las investigaciones que hagan un enlace entre las experiencias y la influencia de la gestión de

visitantes en el éxito de la misma. Refiriéndose inclusive que "el enfoque convencional de gestión de visitantes está ampliamente relacionada con la minimización de los impactos negativos, con muy poca investigación en lo que respecta a la experiencia del visitante" (Catarino 2012).

Kuo (2002), en lo que se refiere a los objetivos de la gestión de visitantes y las ventajas de ésta, elabora una lista muy clara sobre esta temática, de una manera cuidadosa y eficiente, recomienda incrementar los siguientes aspectos:

- a. Mejorar la experiencia de los visitantes.
- b. Aumentar el conocimiento y la comprensión de la cultura y la naturaleza destino, así como de cuestiones medioambientales y de conservación.
- c. Inducir responsabilidad cívica.
- d. Alentar a los visitantes a dotar a un comportamiento más responsable En relación con la cultura y la naturaleza del destino.
- e. Minimizar los impactos negativos sobre los recursos resultantes de las Actividades de los visitantes.
- f. Aumentar la propensión de repetir las visitas.
- g. Dispersión de los flujos de visitantes en el espacio.
- h. Promover la visita hacia áreas menos visitadas.
- i. Alentar visitas en la temporada baja para minimizar los riesgos Los impactos de la estacionalidad y reducir el tránsito durante la temporada alta.
- j. Alentar un mayor gasto por visitante.

2.3. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Existen diversos trabajos de investigación realizados sobre gestión de la experiencia de los visitantes, los que en su mayoría se han realizado a nivel internacional y algunos pocos a nivel nacional. Estos trabajos muestran las herramientas para hacer factible las mediciones: las encuestas y las entrevistas.

La investigación realizada por Zamberlan *et al.* (2012), en relación a la calidad de la experiencia de los visitantes que visitan el Parque Estatal del Caracol (Brasil), demuestra que una evaluación permanente del nivel de la calidad de la experiencia de la visita debe realizarse mediante un estudio para determinar el grado de satisfacción de los visitantes. Este tipo de estudios cuentan con un instrumento fundamental: las encuestas.

Por su parte, Brida *et al.* (2013), en su estudio sobre los determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural, como el caso del Museo de Antioquía en Colombia, muestra que también se emplearon encuestas para la medición del grado de satisfacción de la experiencia de los visitantes tanto turistas como residentes que visitaron el museo, considerando entre las determinantes características socioeconómicas, de la visita y experiencia de los visitantes.

Kataoka (2004) utilizó el escenario del Parque Estatal de la Isla Anchieta en Brasil, debido a que su condición de isla genera una expectativa en el visitante. Para evaluar la calidad de la experiencia del visitante en el parque, utilizaron entrevistas dando un enfoque cuantitativo en el análisis de datos.

Finalmente, en el campus de la UNALM, Barcés (2009) realizó un estudio sobre un Plan de Interpretación Ambiental con el objetivo de proponer diferentes itinerarios turísticos de índole académico a los visitantes de esta casa de estudio. Sin embargo, en este estudio no se optó por realizar encuestas debido a que se determinaron claramente los públicos objetivos (escolares y universitarios). Lo que si se determinó en este estudio fue la cantidad de visitantes del año 2003 según su grupo etario.

Tabla 2: Asistentes a la UNALM según Rangos de Edad y Meses del 2003.

GRUPO ETARIO					
MES	3 a 6	7 a 11	12 a 16	Más de 17	TOTAL
	INICIAL	PRIMARIA	SECUNDARIA	ADULTOS	
Enero	0	0	0	0	0
Febrero	14	50	0	35	99
Marzo	0	111	25	0	136
Abril	45	320	0	92	457
Mayo	368	94	76	0	538
Junio	419	1375	649	0	2443
Julio	1167	1738	564	0	3469
Agosto	640	1414	258	63	2375
Setiembre	791	1381	638	112	2922
Octubre	1610	1170	277	89	3146
Noviembre	1274	980	316	16	2586
Diciembre	10	50	0	18	78
TOTAL	6338	8683	2803	425	18249

Fuente: Barcés (2009)

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. ÁREA DE ESTUDIO

3.1.1. Descripción del área

La investigación corresponde al área comprendida dentro del campus universitario de la Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM), ubicado en el distrito de La Molina, provincia y departamento de Lima. Aunque todo el campus tiene un área de 208 hectáreas, donde se realizan labores académicas, de investigación y proyección social, la investigación se centra en cuatro puntos estratégicos mayormente usados por los colegios en su visita. En la UNALM se realizan labores de educación, investigación, información y documentación, para la capacitación de estudiantes, profesionales y público interesado en temas de su competencia. También brinda servicios y asistencia a la comunidad en general, además de instituciones públicas y privadas (Barcés 2009). *Materiales y Equipos*

3.2. MATERIALES Y EQUIPOS

3.2.1. Materiales

- Lapiceros
- Tablas sujetapapeles de madera con clip tamaño A-4
- Hojas bond A-4
- Encuestas
- Paletas con emoticones para realizar las encuestas colectivas a los escolares.
- Registro de estadística de visitantes escolares a la UNALM (2009-2017) proporcionado por la Oficina de Relaciones Públicas.
- Tesis sobre Plan de Interpretación Ambiental para el Campus de la UNALM realizada por Krisna Barcés.

3.2.2. Equipos

- Cámara fotográfica digital
- Laptop (Core I5)
- Memoria externa o USB de 16 GB

3.3. MÉTODOS

3.3.1. Caracterización del área de estudio

La evaluación de las visitas escolares a la Universidad Nacional Agraria La Molina se realizó en los itinerarios dirigidos por la Oficina de Relaciones Públicas de la UNALM. Este tipo de visitas solo está dirigida a grupos escolares de educación inicial hasta 3° de secundaria. Estas consisten en visitas guiadas dentro del campus, concentradas en cuatro (4) puntos específicos establecidos:

3.3.1.1. Hidroponía – Facultad de Ciencias

3.3.1.2. Embarcación Pesquera UNA – I “Don Fico” – Facultad de Pesquería

3.3.1.3. Laguna – Frente al Auditorio Principal

3.3.1.4. Granja – Facultad de Zootecnia

Las visitas son guiadas por alumnos regulares de la UNALM de las diferentes facultades. Los escolares, profesores y otros acompañantes ingresan a las 4 instalaciones mencionadas previamente. En la visita al centro de Hidroponía (Facultad de Biología) y Granja (Facultad de Zootecnia) se hacen los recorridos convencionales, con excepción del sector comprendido a los Porcinos y Animales Menores (como los cuyes). Mientras que para la Embarcación Pesquera (Facultad de Pesquería), los visitantes ingresan por el lado de babor a la embarcación y en la Laguna sólo caminan alrededor de ella. No se considera en la actualidad la visita al interior del Jardín Botánico por temas administrativos, aunque sí se hace una breve explicación en sus exteriores.

3.3.2. Caracterización de las visitas escolares

Para caracterizar las visitas escolares se definió el objetivo principal del área de estudio. El objetivo definido fue corroborado a través de entrevistas personales con la jefa de la Oficina de Imagen Institucional, así como del personal administrativo de la Oficina de Relaciones Públicas y los alumnos guías. También se incluyó las entrevistas realizadas al personal de la Oficina de Admisión.

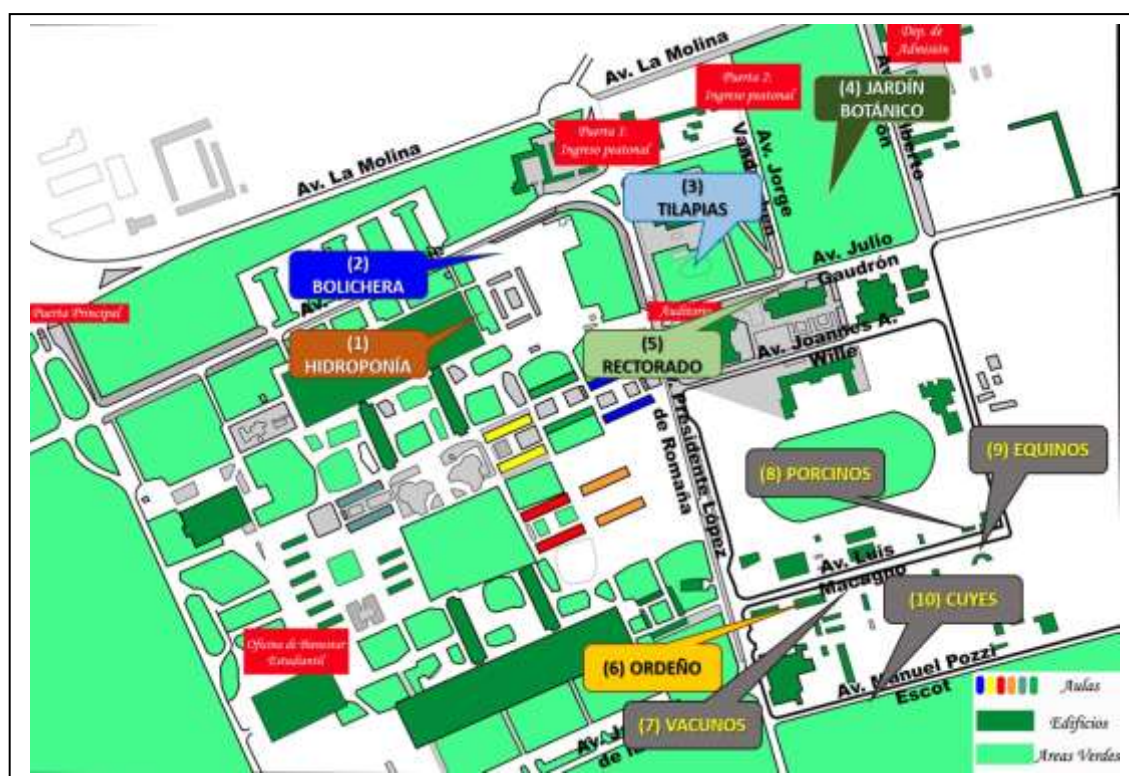


Figura 3: Plano de la UNALM.

Fuente: UNALM (2017). <http://www.lamolina.edu.pe/portada/html/acerca/mapa.htm>

3.3.3. Visitas guiadas por la Oficina de Admisión

Al igual que la investigación hecha por Barcés (2009), se decidió no incluir en la evaluación aquellas las visitas escolares el itinerario desarrollado por la Oficina de Admisión, las que están dirigidas a estudiantes de 4° y 5° de secundaria, así como jóvenes preuniversitarios. Esto es debido a que los recorridos hechos para este grupo etario se hacen con fines de Orientación Vocacional.

3.4. ENTREVISTAS

Las entrevistas se usaron para conocer y obtener información más precisa de la problemática en sí, lo que motivó a realizar este estudio. Una gran ventaja de la entrevista sobre otras técnicas es que permite la captación inmediata y corriente de la información deseada, sobre los más variados temas y con cualquier tipo de informante (Ludke & André 1986).

Las entrevistas se realizaron a la jefa de la Oficina de Imagen Institucional, al personal administrativo de la Oficina de Relaciones Públicas, y a los alumnos guías.

3.4.1. Oficina de Relaciones Públicas

3.4.1.1. *Personal de la Oficina de Relaciones Públicas*

El 18 de octubre del 2017 se realizaron 2 entrevistas específicas tanto a la jefa de la Oficina de Imagen Institucional como a la Encargada de las visitas y guiados de la Oficina de Relaciones Públicas. Las entrevistas contaron de 6 preguntas orientadas al servicio de guiado que realizan.

3.4.1.2. *Alumnos guías*

Durante el mes de octubre del 2017, se entrevistaron a 7 alumnos guías de la UNALM de los 12 que realizan el servicio de guiado del itinerario de la Oficina de Relaciones Públicas. La entrevista se realizó en base a 10 preguntas específicas sobre el desarrollo del guiado, capacitaciones, entre otros.

3.4.1.3. *Personal de la Oficina de Admisión*

El 27 de diciembre del 2018 se realizó una entrevista a la coordinadora de las visitas guiadas de la oficina de admisión. La entrevista contó de 4 preguntas orientadas al servicio de guiado que realizan.

3.5. ENCUESTAS

Las encuestas son instrumentos para obtener datos en diferentes estudios que se desean realizar, como por ejemplo determinar el nivel de satisfacción en una visita turística. Lefevre & Lefevre (2003) argumentan que los modelos de las encuestas sociales llamadas “de opinión” son organizadas sobre la forma de preguntas con alternativas de respuestas pre-determinadas,

haciendo que la naturaleza eminentemente discursiva y argumentativa del pensamiento acabe siendo profundamente violentada. Estas encuestas fueron elaboradas para que las respuestas tiendan más a la objetividad que a la subjetividad.

Se realizaron preguntas y cuestionarios a los escolares desde 1° de primaria hasta 3° de secundaria. Además, participaron de las encuestas los profesores, padres de familia y otros acompañantes, quienes proporcionaron información respecto al lugar de origen del colegio, así como de los lugares recorridos, sus preferencias, el tiempo de permanencia, etc. Todas las encuestas se realizaron de manera anónima, a través de cuestionarios bien estructurados con un número adecuado de preguntas.

Las encuestas se realizaron en los meses de octubre a noviembre del 2017 con 4 y 2 fechas de encuestas respectivamente a las instituciones públicas y privadas que realizaron visitas guiadas a la UNALM. La realización de las encuestas se hizo al finalizar el itinerario. Para la selección de las fechas para las encuestas se tomó en cuenta lo mencionado por Barcés (2009), pues la temporada alta de registro de visitantes escolares a la UNALM comprende los meses de junio a noviembre, siendo setiembre y octubre los meses de visitas más demandados.

3.5.1. Encuestas individuales

Se realizó un total de 32 encuestas individuales dirigidas a los profesores, auxiliares, padres de familia y otros acompañantes. Fueron 32 preguntas en total, las que se dividieron en 3 partes: i) datos generales (lugar de origen, tipo de colegio, entre otros), ii) referente a la visita (percepción de la visita, tiempos, entre otros), y iii) de la calidad de servicio (apreciación de la calidad en base al lugar de visita, atención y servicios).



Figura 4: Encuesta individual realizada a una madre de familia de la institución pública “I.E 3080 Perú – Canadá”

3.5.2. Encuestas colectivas

En total, fueron 178 escolares de instituciones educativas públicas y privadas encuestados de manera colectiva. Se seleccionaron 10 preguntas del total que se hicieron para las encuestas individuales. Esto permitió orientar mejor las preguntas a los niños, y con ello obtener respuestas de acuerdo con su edad.

Para la realización de las encuestas, se esperó que cada grupo visitante (¹) termine su recorrido para hacerles las preguntas. Para obtener las respuestas se utilizaron paletas con imágenes de los lugares visitados, emoticones y letras para expresar las respuestas. Los alumnos se dividieron en grupos con la paleta elegida según su respuesta y se tomaron las fotos respectivas para luego hacer la contabilización de estos y obtener los resultados.

¹.- 25 alumnos, cantidad máxima por grupo de guiado establecido en el Reglamento de Visitas Guiadas de la Oficina de Relaciones Públicas



Figura 5: Paleta con imagen de Hidroponía



Figura 6: Paleta con imagen de la Embarcación



Figura 7: Paleta con imagen de la Laguna



Figura 8: Paleta con imagen de la Granja



Figura 9: Paletas con letras de izq. a der: i) C (corto), ii) N (normal) y iii) L (largo)



Figura 10: Paletas con imágenes de izq. a der: i) Si y ii) No



Figura 11: Paletas con letras de izq. a der: i) Muy bueno, ii) Bueno y iii) Regular



Figura 12: Paletas con emoticones de izq. a der: i) Mala y ii) Muy mala



**Figura 13: Encuesta colectiva realizada a los alumnos de la “I.E 3080 Perú-Canadá”
Nivel Primaria**

Fuente: Foto propia. Autorizada por el docente encargado del colegio

3.6. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS Y ENCUESTAS

3.6.1. Análisis de resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas

Los resultados obtenidos en las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas fueron tabulados en matrices desarrolladas en formato Microsoft Excel, lo que permitió agrupar y ordenar las respuestas dadas.

3.6.2. Análisis de resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Admisión

Los resultados obtenidos en las entrevistas al personal de la Oficina de Admisión fueron tabulados en matrices desarrolladas en formato Microsoft Excel, lo que permitió agrupar y ordenar las respuestas dadas.

3.6.3. Determinación de factores que influyen en la experiencia de los visitantes escolares a través de las encuestas individuales y colectivas

Los resultados obtenidos en las encuestas individuales y grupales fueron tabulados, para lo que se usó una base de datos diseñada en Microsoft Access. Luego, las tablas con los resultados fueron exportadas a Microsoft Excel para el análisis de cada una de las preguntas hechas.

En la mayoría de los casos, los resultados permitieron construir gráficos de porcentajes (pie) y de barras, para poder explicar su comportamiento. Se hizo una caracterización de los visitantes escolares por tipo de colegio, es decir, público o privado. De esta manera se encontraron los factores que influyen en la experiencia de los visitantes escolares.

3.6.4. Estimación del valor de la disposición a pagar

De acuerdo con la encuesta (Anexo 1 – pregunta 3.5), se incluyó una pregunta en relación con la Disponibilidad a Pagar (DAP), lo que permitió inferir sobre el valor a pagar por el precio de las entradas. Este cálculo se hizo estimado la media y mediana para obtener resultados más precisos.

3.6.5. Determinación de la relación entre el tipo de institución educativa y la calificación en cuanto la calidad del servicio.

Para determinar la relación que pudiera existir entre el tipo de colegio (público o privado²) y el objetivo de la visita, o en relación con la percepción de los visitantes con la misma, es que se hicieron pruebas de Chi-cuadrado, las que se realizaron usando el aplicativo Past3 ©.

En aplicación de estas pruebas es que plantearon las siguientes hipótesis complementarias:

- a) Tiempo: Se asume la siguiente premisa:
La percepción del tiempo de duración de la visita NO es diferente entre colegios públicos y privados
- b) Lugares visitados: Se asume la siguiente premisa:
EL GUSTO por los lugares atractivos NO es percibida de manera diferente entre colegios públicos y privados.
- c) Lugares visitados: Se asume la siguiente premisa:
EL DISGUSTO por los lugares atractivos NO es percibida de manera diferente entre colegios públicos y privados
- d) Calificación de la Experiencia: Se asume la siguiente premisa:
La CALIFICACIÓN de la experiencia de la visita a la UNALM NO es percibida de manera diferente entre colegios públicos y privados

² .- Aunque NO es determinante, el presente estudio considera que el tipo de colegio (público o privado) es un indicador del nivel socio-económico, tal como lo explica Miranda (2008)

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS AL PERSONAL DE LA OFICINA DE RELACIONES PÚBLICAS

Los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas (Jefa y Secretaria encargada de las visitas) son:

Tabla 3: Resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuánto es el precio que cobran por guiado a los escolares?	<ul style="list-style-type: none">• Colegios nacionales: 4 soles (por alumno)• Colegios particulares: 5 soles (por alumno)• Por cada 25 alumnos al profesor se le exonera el pago.
2. ¿Por qué la diferencia del precio entre colegios nacionales y particulares?	“...el precio de las entradas está definido en el Reglamento de Visitas Técnicas Guiadas.”
3. ¿Por qué no se considera al Jardín Botánico dentro del recorrido?	“Por accidentes debido a caídas de árboles viejos que han ocasionado daños.” (*) No hay sustento técnico por parte de los 2 entrevistados.
4. ¿Considera usted que debe haber más opciones de recorridos y no sólo los que tienen establecidos?	Sí
5. ¿Se ha considerado innovar los recorridos haciéndolos más teórico-práctico?	“Sí. Hemos pensado en implementar el contacto con los animales y así hacerla más vivencial. Todo esto debería ser implementado en una zona.”
6. Los alumnos guías deberían recibir capacitación en cuanto a técnicas de guiado y así mejorar la calidad del servicio dentro de las experiencias del visitante y la Maestría en Ecoturismo podría ser el encargado en realizar estas capacitaciones, ¿qué opina al respecto?	“Es una buena propuesta de mejora en cuanto al servicio de guiado con los alumnos y así poder mejorar muchos aspectos en todo sentido.”

Fuente: Elaboración propia

Con relación al objetivo general de esta investigación, existe una investigación previa realizada por Barcés (2009), en la que se propone un Plan de Interpretación Ambiental, y cuyo objetivo es promover la recreación y educación basada en la naturaleza y medio ambiente. Al respecto, y en base a las entrevistas y encuestas realizadas en el presente estudio, se identificó como hallazgo la evidente falta de integración y comunicación entre las oficinas encargadas y/o programas que se presentan como atractivos para los visitantes (itinerario de la Oficina de Relaciones Públicas y jardín botánico), especialmente, escolares y universitarios. Por esta razón, NO se puede establecer una propuesta que englobe todos los sitios que los visitantes demandan como parte de opciones de futuros itinerarios.

4.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A LOS ALUMNOS GUÍAS

Los resultados obtenidos a través de las entrevistas realizadas a los alumnos guías son:

Tabla 4: Resultados de las entrevistas a los alumnos guías de la UNALM

Preguntas	Respuestas
1. ¿Por qué decidiste ser guía en la UNALM?	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo económico (a) • Interacción social (b)
2. ¿Cómo empiezas tu recorrido?	<ul style="list-style-type: none"> • Con las reglas de conducta (a) • Introducción del recorrido (a)
3. ¿Cuáles son las mayores dificultades que enfrentaste como guía en la UNALM?	<ul style="list-style-type: none"> • Guiar a niños con habilidades especiales. (c) • Utilizar un lenguaje adecuado para los niños. (a) • El tamaño de grupo a guiar (supera a los 25) y el manejo de grupo. (a) • Las paradas para ir a los SSHH. (a)
4. ¿Cuál es el tiempo máximo que has realizado el recorrido como guía?	<ul style="list-style-type: none"> • 2 horas (a)
5. ¿En qué punto del recorrido te sientes más cómodo?	<ul style="list-style-type: none"> • Granja (3) • Hidroponía (2) • Embarcación (1) • Laguna (1)
6. ¿Qué punto del recorrido consideras más peligroso?	<ul style="list-style-type: none"> • Embarcación (3) • Laguna (1) • Granja (3)
7. ¿Cómo es el trato que recibes de parte de la Oficina de Relaciones Públicas?	<ul style="list-style-type: none"> • Trato amable y formal (a)

<<Continuación>>

8. ¿Reciben capacitaciones en cuanto al guiado?	<ul style="list-style-type: none">• Sólo una capacitación anual (hacer el mismo recorrido) ^(a)
9. ¿Cuál es el requisito para ser guía molinero?	<ul style="list-style-type: none">• Examen de conocimientos ^(a)• Disponibilidad de horarios ^(a)
10. Como guía molinero, ¿qué sugieres para ofrecer un mejor servicio?	<ul style="list-style-type: none">• Capacitación en técnicas de guiado. (a)• Manejo de residuos sólidos en los puntos de recorrido. (a)• Mayores incentivos a los guías. (a)

(^a): Los 7 encuestados coinciden plenamente a estas respuestas.

(^b): Sólo 2 de los 7 encuestados.

(^c): Sólo 1 de los 7 encuestados.

(1), (2), (3): Cantidad de encuestados que respondieron.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Cantidad de alumnos guías entrevistados por especialidad

Especialidad	Cantidad
Zootecnia	2
Industrias Alimentarias	2
Biología	1
Pesquería	1
Agronomía	1
Total	7

Fuente: Elaboración propia

Durante el proceso de entrevistas con los alumnos guías se detectaron los siguientes hallazgos como: la falta de motivación por parte de la Oficina de Relaciones Públicas a los alumnos guías para poder seguir realizando los recorridos respectivos, problemas internos con los alumnos guías más antiguos (mencionan que hay preferencia por aquellos guías con más tiempo en los guiados para realizar los recorridos), llamadas a último momento para realizar un guiado que genera cruce con sus horarios de clase, falta de capacitaciones en técnicas de guiado y no aumento pecuniario por sus servicios.

4.3. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA AL PERSONAL DE LA OFICINA DE ADMISIÓN

Los resultados obtenidos a través de la entrevista realizada al personal de la Oficina de Admisión (Coordinadora de las visitas) son (Tabla 6):

Tabla 6: Resultados de las entrevistas al personal de la Oficina de Admisión

Preguntas	Respuestas
1. ¿Cuánto es el precio que cobran por guiado a los escolares?	<ul style="list-style-type: none"> • Colegios nacionales: 4 soles (por alumno) • Colegios particulares: 5 soles (por alumno) • *Nº máx. de personas por guiado: 15 a 20. Incluye snack (néctar y galletas).
2. ¿Por qué la diferencia del precio entre colegios nacionales y particulares?	<ul style="list-style-type: none"> • “... el precio está definido en el Reglamento que maneja la Oficina de Admisión.”
3. ¿Ha pensado también innovar los recorridos haciéndolos más teórico-práctico?	<ul style="list-style-type: none"> • “Sí, desde ya nuestros recorridos son más vivenciales (talleres, charlas, visita a las instalaciones de la UNALM como aulas, laboratorios, etc) pues nuestra finalidad es captar futuros estudiantes molineros.”
4. Los alumnos guías deberían recibir capacitación en cuanto a técnicas de guiado y así mejorar la calidad del servicio dentro de las experiencias del visitante y la Maestría en Ecoturismo podría ser el encargado en realizar estas capacitaciones, ¿qué opina al respecto?	<ul style="list-style-type: none"> • Sería bueno proponer esto con el fin de mejorar nuestro servicio y el que también propone la Oficina de Relaciones Públicas, así también mejoraremos la imagen de nuestra universidad.

Fuente: Elaboración propia

Según Barcés (2009), se coincidió que debido a la falta de integración y comunicación entre los programas y laboratorios (Oficina de Relaciones Públicas y Oficina de Admisión), que ejecutan estas actividades interpretativas y visita, se pudo observar que la información colectada genera una división de esfuerzos, distorsión del mensaje interpretativo y sobre utilización de recursos logísticos.

En este sentido, menciona que la información colectada en su investigación generó una división de esfuerzos, distorsión del mensaje interpretativo y sobre utilización de recursos logísticos. No hay coordinación entre las oficinas encargadas de los sitios con mayor demanda debido a temas estrictamente administrativos. Sobre el circuito de Orientación Vocacional (Oficina de Admisión), como este tiene claro sus objetivos y metas, se considera que está bien estructurado, pero se sugiere la capacitación de sus guías en el tema de comunicación, interpretación y adaptación de técnicas cortas que mejoren las experiencias del visitante (Barcés 2009).

La universidad cuenta con el recurso humano (alumnos), los cuales conocen los temas a transmitir por su formación. Están en la etapa de aprender y experimentar, al realizar el guiado les ayuda a desarrollar sus técnicas de comunicación. Actualmente no se aplican técnicas para el guiado, sólo se dispone de textos muy generales. No cuentan con material de apoyo para facilitar su labor informativa (Barcés 2009).

4.4. RESULTADOS DE LA CARACTERIZACIÓN DE LAS VISITAS ESCOLARES

4.4.1. Datos generales

Se tomaron 32 encuestas individuales dirigidas a profesores, auxiliares y adultos que acompañaban a los estudiantes escolares. De este total, el 75% correspondieron a mujeres, y sólo un 25% varones (Tabla 7).

Tabla 7: Cantidad de personas entrevistadas mediante encuestas individuales

Sexo	Cantidad De Entrevistados	Porcentaje (%)
Mujer	24	75
Varón	8	25
Total	32	100

Fuente: Elaboración propia

En relación con las personas entrevistadas pertenecientes a las instituciones educativas (IE), resultó que 15 de ellos pertenecieron a la IE PERÚ – CANADÁ. Por otro lado, la institución

que menos entrevistados tuvo fue la IE César Vallejo, con tan sólo una persona, representando el 3.11 % del total (Tabla 8).

Tabla 8: Total de personas entrevistadas, según institución educativa

Institución Educativa	Profesores	%
Ie Peru-Canada	15	46.88
Colegio de Jesus	6	18.75
Sagrado Corazon de Jesus	4	12.50
San Vicente de Paul	3	9.38
Hogar Infantil	3	9.38
Cesar Vallejo	1	3.11
Total	32	100.00

Fuente: Elaboración propia

Además, es importante identificar el rol que cumple el adulto encuestado en la institución. En este caso, el 63,41% de los encuestados fueron profesores, el 29,27% fueron padres y madres que acompañan, y el 2,44% fueron auxiliares. El 4,88% del total no indicaron o no respondieron en cuanto su relación con la institución (Figura 14).

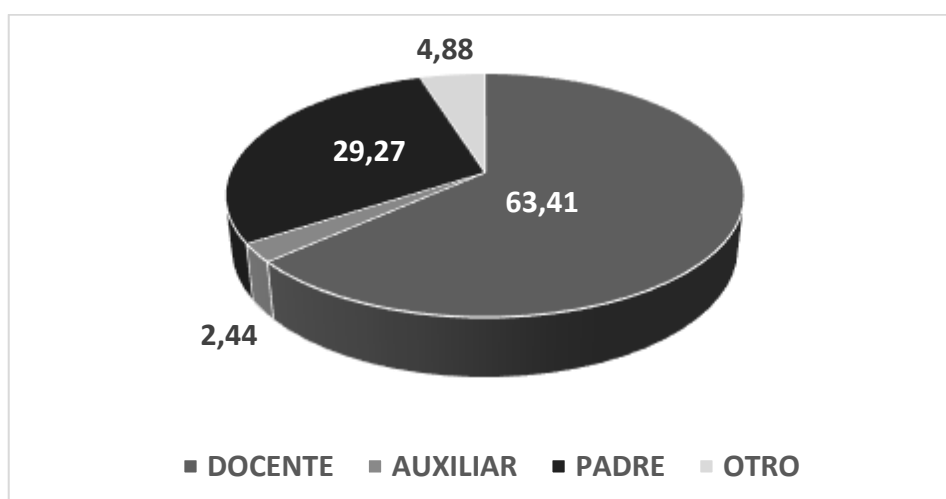


Figura 14: Porcentaje de entrevistados según el cargo que ocupan en la institución educativa

Fuente: Elaboración propia

No obstante que el 63,41% de los encuestados respondieron en calidad de profesores, el 56,10% indicaron que tenían estudios universitarios completos, 12,20% son técnicos, entre otros (Figura 15).

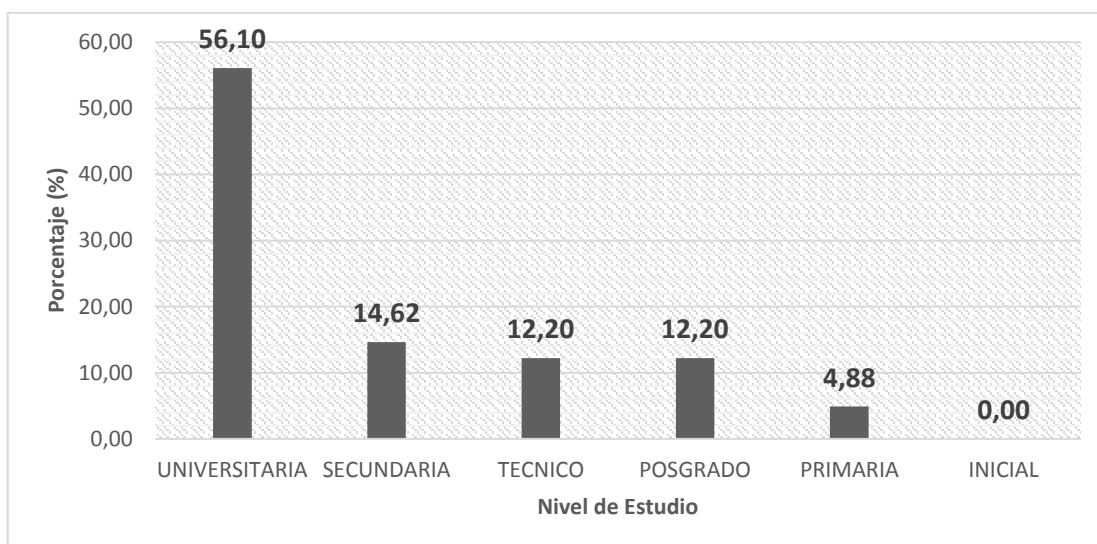


Figura 15: Nivel de estudio de los entrevistados

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las encuestas colectivas, fueron 178 escolares entrevistados, de los cuales el mayor número lo representó la IE Perú-Canadá con 39 alumnos, mientras que el menor número lo representó la IE Hogar Infantil con 20 alumnos.

Tabla 9: Relación entre el tamaño del grupo entrevistado para las encuestas colectivas y la cantidad de entrevistados individuales, según institución educativa y distrito

Institución Educativa	Distrito	Tamaño del Grupo (Escolares)	Cantidad de Entrevistados Individuales (Profesores, Aux.,etc)
Perú – Canadá	Los Olivos	39	15
San Vicente de Paul	Surquillo	38	3
César Vallejo	Huarocharí	31	1
Colegio de Jesús	Jesús María	25	4
Sagrado Corazón de Jesús	La Molina	25	6
Hogar Infantil	Huaral	20	3
Total		178	32

Fuente: Elaboración propia

Según el nivel de estudio, de los 178 escolares entrevistados el 68.63% son del nivel secundario y el 31.37% del nivel primario (Figura 16).

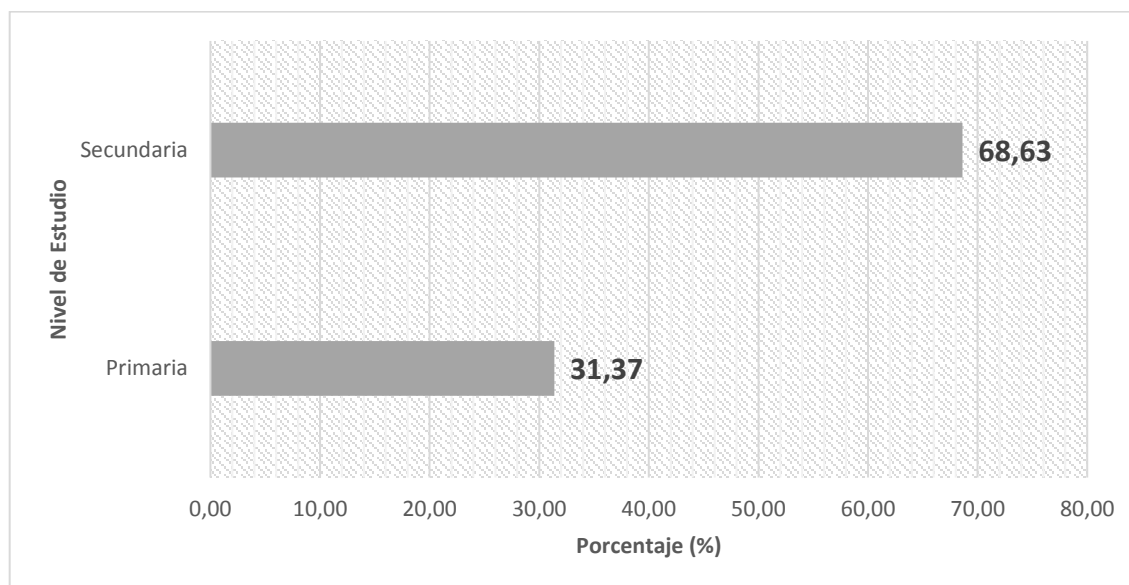


Figura 16: Escolares entrevistados según nivel de estudio.

Fuente: Elaboración propia

De los 178 escolares entrevistados, 114 escolares (64.04%) tienen edades comprendidas entre 11 a 14 años. Mientras que 64 escolares (35.95%) tienen entre 6 a 10 años (Tabla 10).

Tabla 10: Escolares entrevistados, según rango de edad.

Rango de Edad	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
6-10	64	35.95
11-14	114	64.04
Total	178	100.00

Fuente: Elaboración propia

Un dato importante que se utilizó para tener como referencia las cantidades de profesores, padres de familia, alumnos es lo obtenido en la investigación de Barcés (2009) que obtuvo los siguientes datos básicos como el total de estimado de visitantes durante el año 2003 que fue de 18 249 visitantes. Así como también los meses más frecuentes de visitas fueron de junio a noviembre, siendo setiembre y octubre los más demandados. Por otro lado, los meses menos visitados fueron enero a marzo.

4.4.2. Servicios usados

En relación con los servicios usados por los colegios que visitaron la UNALM, se puede constatar que los 32 encuestados confirmaron que utilizaron el servicio de guiado, 28 utilizaron los Servicios Higiénicos, y sólo 1 indicó que utilizó la boletería. Por otro lado, se verificó que ninguno de los encuestados utilizó otros servicios como quioscos, auditorio, restaurante, panadería, etc (Tabla 11).

Tabla 11: Servicios que más usaron los encuestados en la UNALM (Pregunta 3.1 de la Encuesta Individual)

Servicios	Si	No
Boletería	1	31
Servicios Higiénicos	28	4
Señalización	0	32
Quioscos	0	32
Ventas	0	32
Guiado	32	0
Auditorio	0	32
Restaurante	0	32
Biblioteca	0	32
Panadería	0	32
Otros	0	32

Fuente: Elaboración propia

Uno de los objetivos específicos de esta investigación es proponer escenarios futuros que pudieran mejorar la experiencia de los colegios que visitan la UNALM, sean estos profesores o escolares. Esto es un indicador del manejo y participación de los guías, quienes son pieza fundamental en la visita, pues gran parte de la satisfacción de los visitantes a los sitios recorridos depende de ellos. Brida *et al.* (2003) señala que el trato del personal afecta el grado de satisfacción, pues un buen trato del personal percibido eleva la probabilidad de caer en una categoría de satisfacción más alta. Esto es razonable, debido a que el visitante está en contacto con el personal de la oficina encargada de la visita en el momento del ingreso y de allí depende la primera impresión del lugar a visitar. Mientras que durante todo el recorrido de la visita hasta finalizar el personal que estará a cargo son los guías.

Un resultado importante y necesario de recalcar es que los grupos que fueron encuestados y/o entrevistados coincidieron que todas las visitas se realizaron con guías. En relación con esto y de la pregunta **3.2 Respecto a los servicios usados (GUIADO) de la Encuesta Individual**, el 60,98% lo calificaron como BUENO, mientras que el 9,76% lo calificaron entre REGULAR, MALO y MUY MALO (Figura 17).

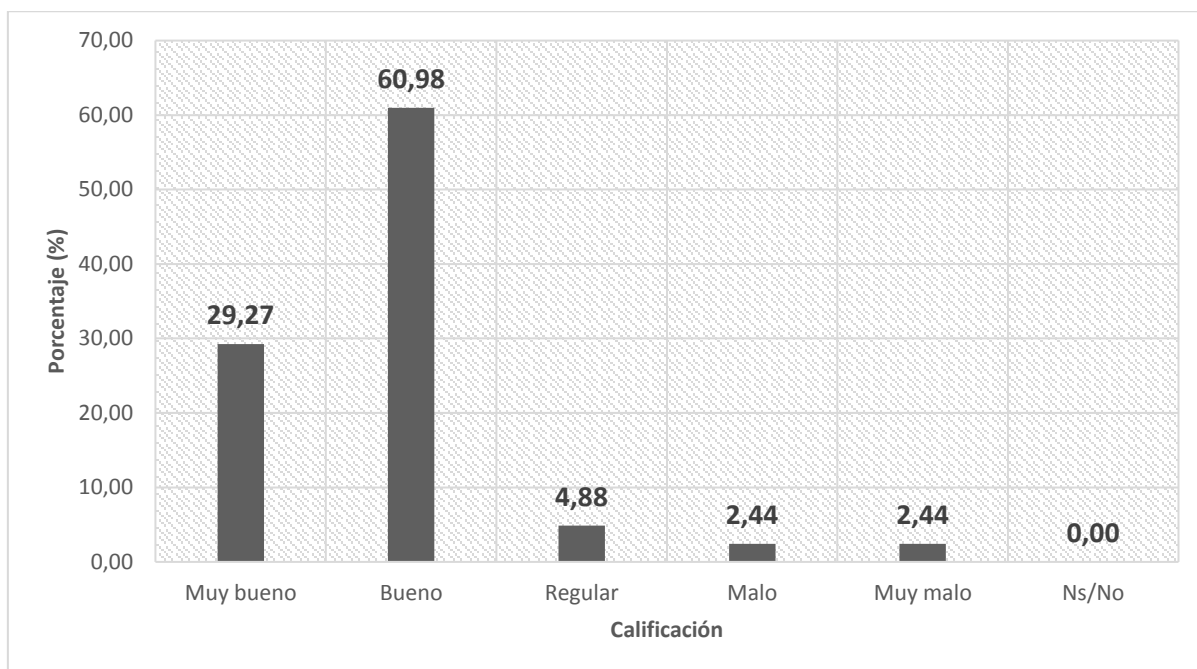


Figura 17: Porcentaje de entrevistados según la calificación del servicio de guiado

Fuente: Elaboración propia

En el caso de las encuestas colectivas, el 96,08% del total de 178 escolares, calificaron al servicio de GUIADO como BUENO y MUY BUENO, de las cuales, el 53,43% provenían de una institución pública, mientras que el 42,65% de una institución privada. Solamente el 3,92% del total de escolares encuestados, calificaron al servicio de GUIADO como MUY MALO, siendo este porcentaje de escolares provenientes de colegios PÚBLICOS (Figura 18).

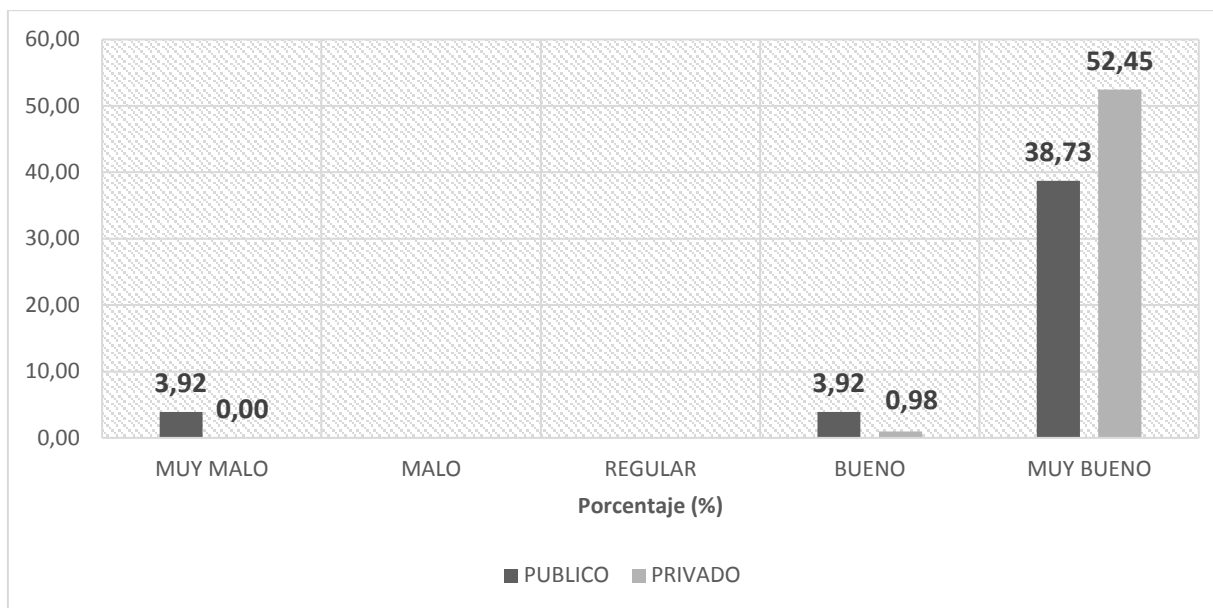


Figura 18: Calificación del servicio de guiado (Pregunta 3.1 de la Encuesta Colectiva)

Fuente: Elaboración propia

En los resultados obtenidos, se observó que las personas encuestadas (escolares y adultos) muestran satisfacción con los servicios de guiado, lo que demuestra su nivel de satisfacción positivo. El guía es quien transmite el mensaje al público, juega un rol importante en el éxito del programa y una deficiente capacitación del personal podría proyectar una mala impresión (Barcés 2009). Sin embargo, en las entrevistas realizadas a los guías, nos demuestra que existen muchas deficiencias en su formación y/o cómo se está aplicando la forma de trabajo con respecto al uso de la interpretación y técnicas de guiado; y de manera personal, la motivación que les produce el ambiente donde laboran (sitios específicos del recorrido, oficina, etc).

En relación con la pregunta de la Encuesta Individual: **3.2 Respecto a los servicios usados (Servicios Higiénicos - SSHH), califíquelos de acuerdo a la escala**, el 41,46% de los encuestados calificaron los servicios higiénicos como BUENO, mientras el 7,32 lo calificaron como MUY BUENO. Sin embargo, el 4,88% lo calificaron como MALOS o MUY MALOS (Figura 19).

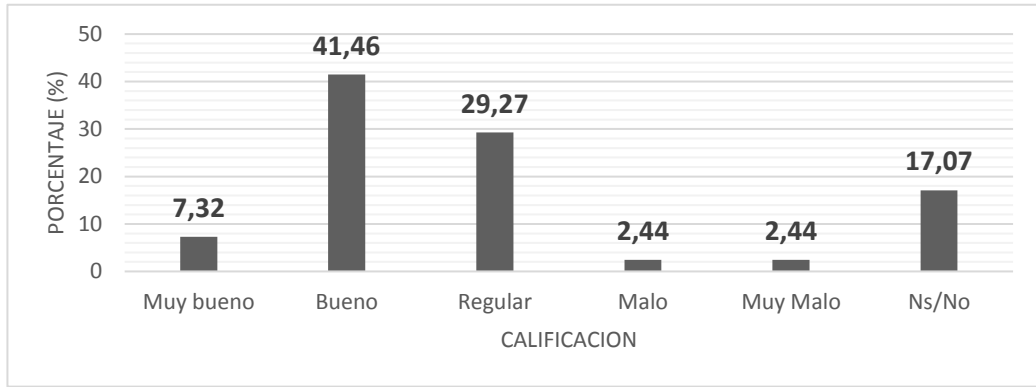


Figura 19: Porcentaje de entrevistados según la calificación a los SS.HH.

Fuente: Elaboración propia

En el caso de los 178 escolares encuestados, el 26.47% del total calificaron los servicios higiénicos como MUY BUENO, de las cuales, el 22.55% provenían de una institución pública, y el 3.92% de una institución privada. Mientras que el 21.57% del total calificaron a los SS. HH como un servicio REGULAR, de las cuales, el 21.08% provenían de una institución PRIVADA y el 0.49% de una institución PÚBLICA. Solamente el 5.39% del total de escolares encuestados, calificaron a los SS. HH como MALO, de las cuales el 4.90% eran de colegios PRIVADOS y el 0.49% de colegios PÚBLICOS (Figura 20).

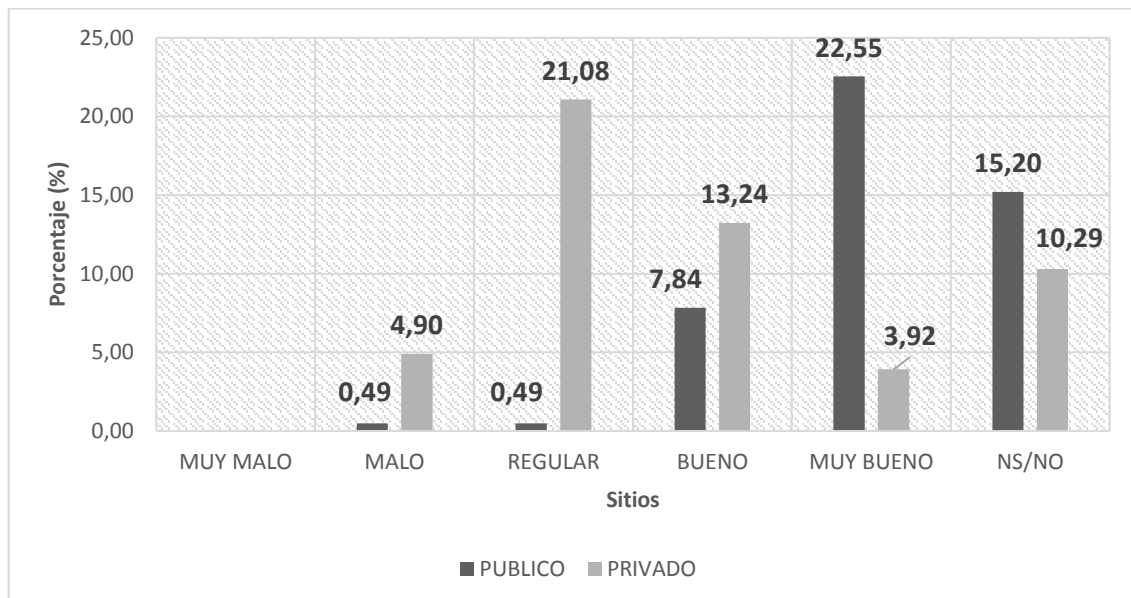


Figura 20: Calificación de los SS. HH (Pregunta 3.1 de la Encuesta Colectiva)

Fuente: Elaboración propia

4.4.3. Resultados vinculados a los factores sociales y económicos

Un aspecto interesante en relación con las visitas de estudio a la UNALM es la discrecionalidad en relación con el pago por derecho por servicio de guía. Aunque el Reglamento de Visitas Técnicas Guiadas indica: “*Por cada 30 alumnos o visitantes, se exonera del pago a dos (2) docentes acreditados por el colegio o institución*”, el personal de la Oficina de Relaciones Públicas suele aplicar la exoneración de una persona por cada 25 visitantes por grupo, esto es debido a que muchos grupos no llegan al número completo de 30 visitantes. Bajo esta regla, al momento de realizar las encuestas, es que se pudo identificar que el 21.87% de los entrevistados NO realizaron ningún pago de entrada (Tabla 12).

Tabla 12: Número de entrevistados que pagaron entrada (Pregunta 3.3 de la Encuesta Individual)

¿Pago?	Cantidad de entrevistados	Porcentaje (%)
Si	25	78.13
No	7	21.87
Total	32	100.00

Fuente: Elaboración propia

En relación con la calificación por el pago de la entrada, el 39,02% del total calificaron como NORMAL, mientras que 2.44% consideran como MUY CARO. En este punto, es relevante mencionar que el 51,22% prefirieron No responder /No Opinar (Figura 21).

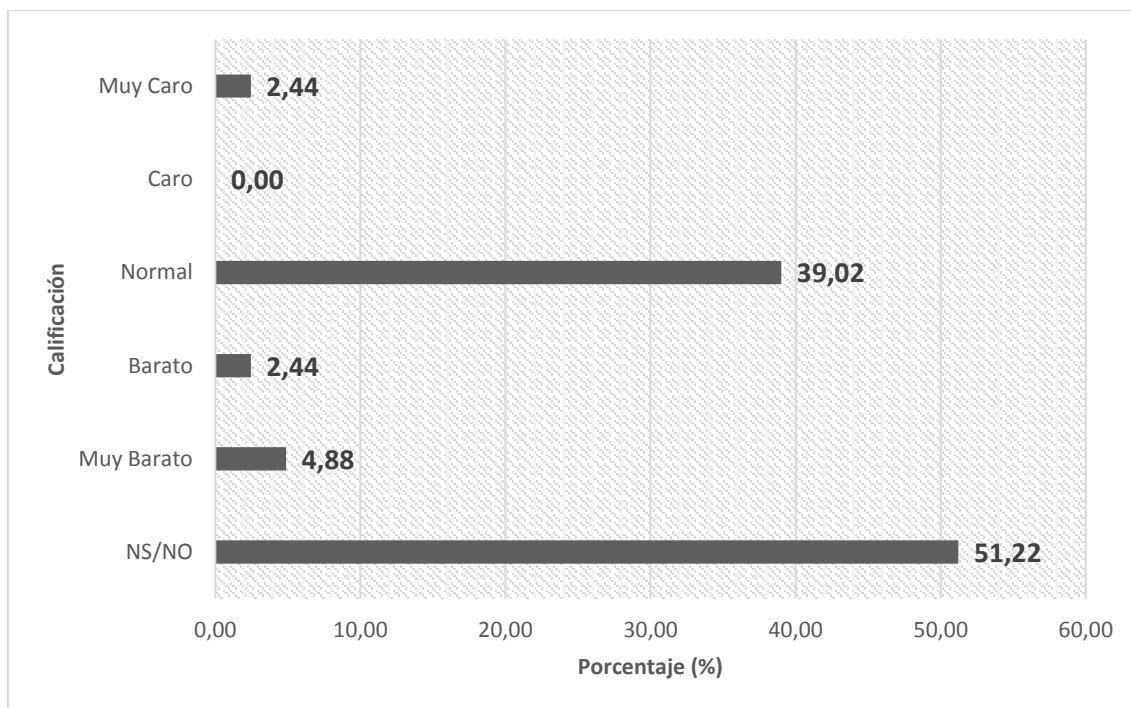


Figura 21: Calificación del precio de las entradas (Pregunta 3.4 de la Encuesta Individual)

Fuente: Elaboración propia

4.4.4. Resultados con relación a la integración de sitios óptimos para la visita

Con relación al objetivo general de esta investigación, existe una investigación previa realizada por Barcés (2009), en la que se propone un Plan de Interpretación Ambiental, y cuyo objetivo es promover la recreación y educación basada en la naturaleza y medio ambiente. Al respecto, y en base a las entrevistas y encuestas realizadas en el presente estudio, se identificó como hallazgo la evidente falta de integración y comunicación entre las oficinas encargadas y/o programas que se presentan como atractivos para los visitantes, especialmente, escolares y universitarios. Por esta razón, NO se puede establecer una propuesta que englobe todos los sitios que los visitantes demandan como parte de opciones de futuros itinerarios.

En este sentido, Barcés (2009) menciona que no hay coordinación entre las oficinas encargadas de los sitios con mayor demanda (Oficina de Relaciones Públicas y Jardín Botánico) debido a temas estrictamente administrativos.

En relación con el sitio o atractivo que más les gustó visitar, de las 32 personas entrevistadas, el 48.78% del total de entrevistados indicaron que le gustó la HIDROPONIA, de donde el 29.27% son del sector público y el 19.51% son del sector privado; mientras que el 39.02% son los que indicaron que le gustó la GRANJA, de donde el 21.95% son del sector público y el 17.07% son del sector privado (Figura 22).

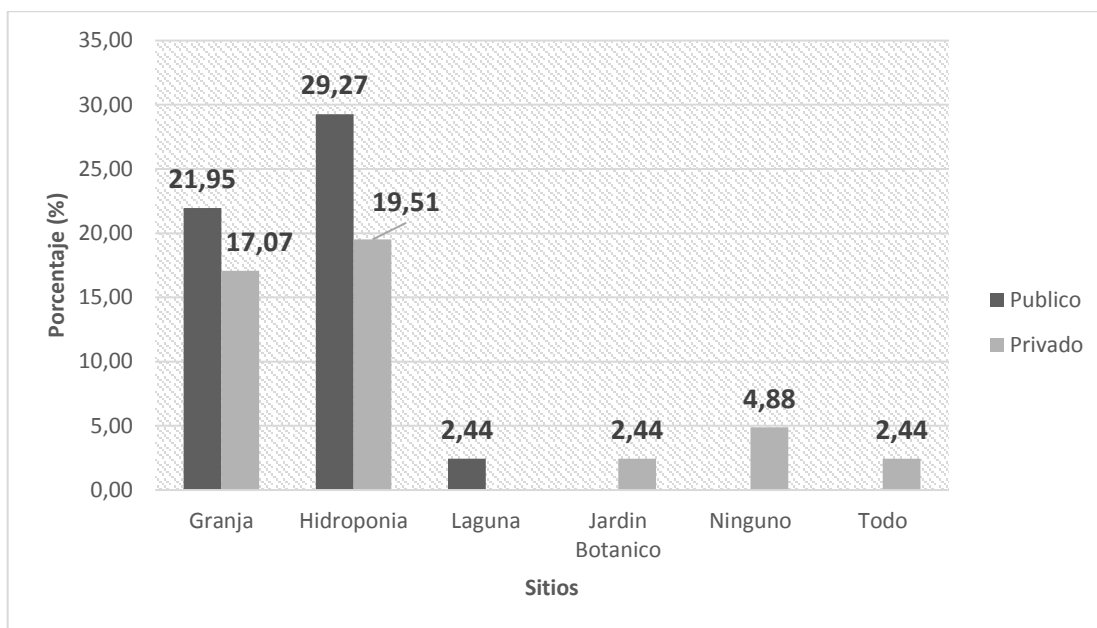


Figura 22: Sitios que más les gustaron a los entrevistados (Pregunta 2.10 de la Encuesta Individual)

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el sitio que menos les gustó durante la visita, considerando a las 32 adultos entrevistadas, el 19.51% del total indicaron que la GRANJA fue el lugar que menos les gustó, de las cuales el 14.63% pertenecen al sector público, mientras que el 4.88% pertenecen al sector privado. Seguido del 7.32% de los entrevistados que indicaron que la LAGUNA era el sitio que menos gustó, siendo en su totalidad del sector privado. El mismo porcentaje (7.32%) se obtuvo con la EMBARCACIÓN, de las cuales el 4.88% pertenecen al sector público, mientras que el 2.44% del sector privado. Del total, el 21.95% no sabían o no respondieron, de las cuales el 17.07% pertenecen al sector público y el 4.88% del sector privado (Figura 24).

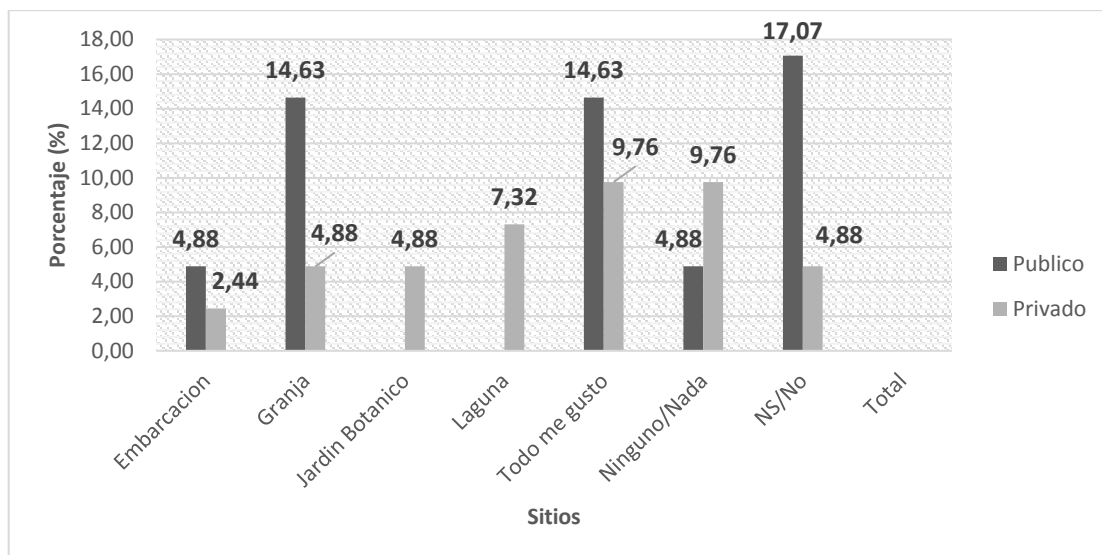


Figura 23: Sitios que menos le gustaron a los entrevistados (Pregunta 2.11 de la Encuesta Individual)

Fuente: Elaboración propia

El análisis en Chi-2 de la percepción de los colegios en relación con lo que “MENOS” les gustó muestra que en un 95% de confianza, no habría diferencia entre los colegios públicos y los privados (Chi-2= 10,728; gl= 6). Pero, al 90% de confianza, si hubiera alguna diferencia en la percepción de cada grupo de colegio (Tabla 13).

Tabla 13: Análisis Chi-2 en relación con la percepción de DIGUSTO en los sitios de visita de la UNALM entre los colegios públicos y privados. Calculado en Past3.

Rows, columns:	2, 8	Degrees freedom:	6	Tabla	CHI2		Tabla
Chi2:	10,728	p (no assoc.):	9,72E-02	12,5916			
Monte Carlo p:	-1						
p (no assoc.):	0,10169						
Cramer's V:	0,51152	Contingency C:	0,4554				
Ho	EL DISGUSTO por los lugares atractivos de la UNALM NO es percibida de manera diferente por los profesores entre colegios públicos y privados			10,728	<	12,5916	
Ha	EL DISGUSTO por los lugares atractivos de la UNALM SI es percibida de manera diferente por los profesores entre colegios públicos y privados						

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los sitios visitados por los escolares, la GRANJA fue el que más les gustó, representando el 50.00% del total, de las cuales, el 38.20% provienen de colegio privado, mientras que el 11.79% de colegio público. Como segundo sitio fue la EMBARCACIÓN, representando el 28.65%, de las cuales el 26.96% provienen de colegio público, mientras que el 1.687% de colegio privado. La LAGUNA (12.92%) fue el tercer sitio que les encanto a los escolares, de las cuales el 9.55% son de colegio público y el 3.37% privados. El último sitio que les gustó a los escolares fue la HIDROPONÍA representando el 8.42% del total de entrevistados de las cuales el 5.05% proviene de una institución privada y el 3.37% de una pública (Tabla 14).

Tabla 14: Sitios que más les gustaron a los escolares (Pregunta 2.2 de la Encuesta Colectiva)

Tipo de Institución	SITIO								Total
	Granja		Embarcación		Laguna		Hidroponía		
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
Público	21	11.79	48	26.96	17	9.55	9	5.05	95
Privado	68	38.20	3	1.68	6	3.37	6	3.37	83
Total	89	50.00	51	28.65	23	12.92	15	8.42	178

Fuente: Elaboración propia

El lugar que menos les gustó a los escolares fue la HIDROPONIA, representando el 22.48% (40) del total, de las cuales el 14.04% (25) provenían de una institución educativa pública y el 8.42% (15) de una privada. Mientras que a 40 escolares (22.47%) les gustó menos la GRANJA, de las cuales en su totalidad pertenecen al sector público. Y a 34 escolares (19.10%) no les gustó mucho la LAGUNA, de donde 21 escolares (11.79%) venían de una institución privada y 13 (7.30%) provenían del sector público (Tabla 15).

Tabla 15: Sitios que menos les gustaron a los escolares (Pregunta 2.3 de la Encuesta Colectiva)

Tipo de Institución	SITIO										Total
	Granja		Embarcación		Laguna		Hidroponía		Ns/No		
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
Público	40	22.47	7	3.93	13	7.30	25	14.044	10	5.61	95
Privado	0	0.00	7	3.93	21	11.79	15	8.42	40	22.47	83
Total	40	22.47	15	7.86	34	19.10	40	22.47	66	37.07	178

Fuente: Elaboración propia

Este análisis busca atender al segundo objetivo específico de esta tesis, que fue determinar el grado de influencia que existe entre los indicadores sociales y educacionales con relación a la experiencia de los visitantes escolares. A nivel del grado de influencia social, el hecho mismo de pertenecer a una institución pública o privada no garantiza una mayor satisfacción o experiencia durante la visita.

También se observó que los gustos de los escolares a los sitios visitados (resultados de las Preguntas 2.2 y 2.3 de las encuestas individuales) son inversamente proporcionales con los gustos de los profesores. Esto se debería principalmente a las expectativas y actitudes de los escolares con relación a la visita. Esto se traduce en lo siguiente: la principal motivación de los estudiantes a la visita en la UNALM está en la relación que tiene esta salida con el concepto del “Paseo Escolar”, el cual a su vez se relaciona al recreo y disfrute. Esto se hace evidente por los gustos expresados por los escolares en las Tablas 14 y 15, las que muestran su preferencia a los sitios con actividades “Interactivas”.

Al respecto, Bozal (2006) señala que las actitudes se definen como aquellas formas de pensar, sentir o comportarse hacia una idea, objeto, persona o grupo; esta definición está compuesta por tres elementos cognitivo, afectivo y comportamental. Según la teoría de la acción razonada, existe un vínculo causal entre las creencias y la conducta; ya que las creencias desarrollan las actitudes, y estas llevan a las intenciones, y las intenciones determinan la conducta (Fishbein, 1967 citado en Barraza & Pineda, 2003). Aquí también es importante señalar a Kataoka (2004), en su investigación en el Parque Estatal de la Isla Anchieta en Brasil,

señala que el número de veces que un visitante ha ido a un lugar turístico muestran mayor motivación principal que aquellos que vienen por primera vez.

Con respecto a la experiencia de la visita de los profesores, padres de familia, entre otros, se constató que el 100% de las personas encuestadas calificaron su experiencia en la UNALM entre MUY BUENA y BUENA. Del total de personas encuestados, 22 (68.75%) pertenecían al sector PÚBLICO y 10 (31.25%) al sector PRIVADO (Tabla 16).

Tabla 16: Calificación de la experiencia según tipo de institución (Pregunta 3.8 de la Encuesta Individual)

Calificación	Tipo de Institución				Total
	Público		Privado		
	Total	%	Total	%	
Muy Buena	10	31.25	4	12.50	14
Buena	12	37.50	6	18.75	18
Regular	0	0	0	0	0
Mala	0	0	0	0	0
Total	22	68.75	10	31.25	32

Fuente: Elaboración propia

Mientras que la experiencia de los escolares en su visita a la UNALM en la **Pregunta 3.4 de la Encuesta Colectiva**, 173 alumnos calificaron su visita entre MUY BUENO y BUENO, de las cuales, el 51.11% (91) provienen de una institución PÚBLICA, mientras que el 46% (82) proviene de una institución PRIVADA. Solamente hay un 0.98% (2) del total de encuestados que calificaron su visita a la UNALM como MALA, entre PÚBLICOS y PRIVADOS (Tabla 17).

Tabla 17: Calificación de la experiencia de los escolares en su visita a la UNALM según tipo de institución

Tipo de Institución	Calificación								Total
	Malo		Regular		Bueno		Muy Bueno		
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	
Público	1	0.60	3	1.69	2	1.10	89	50.01	95
Privado	1	0.60	0	0.00	12	6.70	70	39.30	83
Total	2	1.20	3	1.69	14	7.80	159	89.31	178

Fuente: Elaboración propia

En relación con el tiempo y recorrido de la visita, el 63% de los encuestados indicaron que la visita les pareció NORMAL, el 22% de los entrevistados lo consideraron como LARGO, y sólo el 15% manifestaron que la visita fue CORTA (Figura 24).

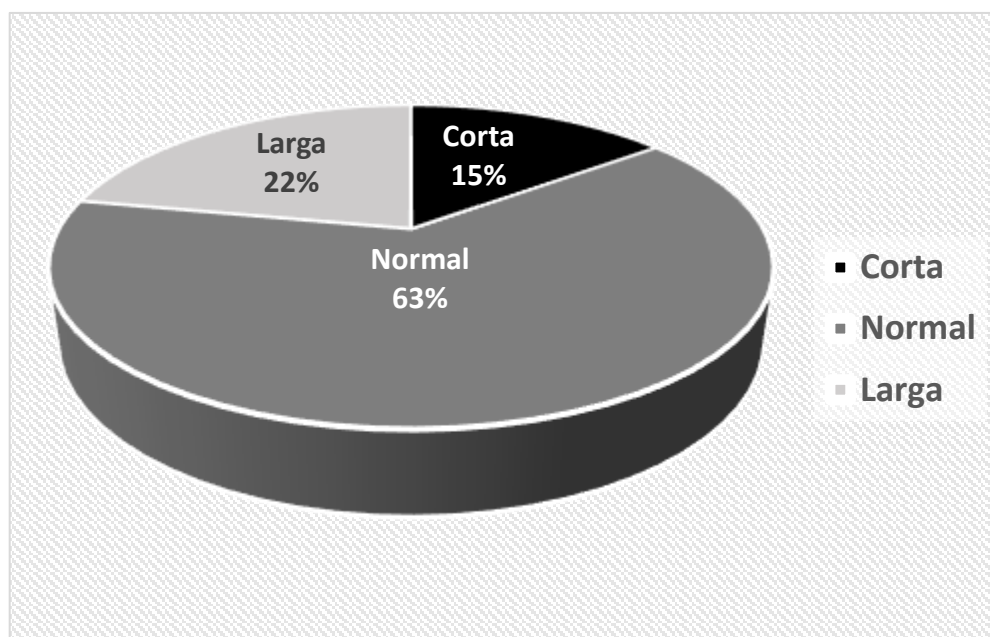


Figura 24: La visita a la UNALM ¿Le pareció? (Pregunta 2.5 de la Encuesta Individual)

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tiempo y recorrido de las visitas de los alumnos, a 17 escolares (10.15%) les pareció CORTA, de estos el 6.18% fueron del sector público y el 3.37% del sector privado. 130 escolares (73.03%), dijeron que la visita a la UNALM les pareció NORMAL, de las cuales el 34.29% fueron del sector público y el 38.74% del sector privado. Del total de escolares que consideraron la visita como LARGA (31 escolares del total que representan el 17.42% del total), el 12.93% pertenecían de un colegio público, mientras que el 4.49% pertenecían de un colegio privado (Tabla 18).

Tabla 18: La visita a la UNALM ¿les pareció? (Pregunta 2.1 de la Encuesta Colectiva)

Tipo de Institución	La visita les pareció						Total
	Corta		Normal		Larga		
	Total	%	Total	%	Total	%	
Público	11	6.18	61	34.29	23	12.93	95
Privado	6	3.37	69	38.74	8	4.49	83
Total	17	9.55	130	73.03	31	17.42	178

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la percepción del tiempo de parte de los colegios, se obtuvieron dos resultados diferentes: uno con relación a la respuesta de los profesores y acompañantes, y el segundo resultado es con relación a lo percibido por los estudiantes. Para el caso de la percepción de los docentes y acompañantes, la prueba de Chi-2 mostró que sí existe diferencias entre las respuestas de los colegios públicos de aquellas de los colegios privados. Siendo los profesores de los colegios privados los que perciben la visita más CORTA de lo esperado. El resultado (Chi-2= 10,155; gl=4) fue concluyente, indicando que SÍ hay diferencia entre estas instituciones con relación a su percepción en el recorrido de la visita (Tabla 19).

Tabla 19: Análisis Chi-2 con relación a la percepción del tiempo de visita de los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Pregunta hecha a los profesores y adultos acompañantes. Calculado en Past3.

Rows, columns:	3, 3	Degrees freedom:	4	Tabla		Chi2		Tabla	
Chi2:	10.155			5.9915					
Monte Carlo p:	0.0392								
p (no assoc.):	0.03789								
Cramer's V:	0.26374	Contingency C:	0.34946						
Ho	La percepción de los profesores y adultos del tiempo de duración de la visita NO es diferente entre colegios públicos y privados								
Ha	La percepción de los profesores y adultos del tiempo de duración de la visita SI es diferente entre colegios públicos y privados				10.155	>	5.9915		

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de la percepción de los alumnos, la prueba de Chi-2 mostró que NO existe diferencias entre las respuestas de los colegios públicos de aquellas de los colegios privados. El resultado (Chi-2= 3,3955; gl=2) fue concluyente, indicando que NO hay diferencia entre estas instituciones con relación a su percepción en el recorrido de la visita (Tabla 20).

Tabla 20: Análisis Chi-2 con relación a la percepción del tiempo de visita de los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Pregunta hecha a los alumnos. Calculado en Past3.

Rows, columns:	2, 3	Degrees freedom:	2	Tabla		Chi2		Tabla	
Chi2:	3,3955	p (no assoc.):	0,18309	5.9915					
Monte Carlo p:	0,1861								
p (no assoc.):	0,18309								
Cramer's V:	0,12901	Contingency C:	0,12795						
Ho	La percepción de los alumnos del tiempo de duración de la visita NO es diferente entre colegios públicos y privados				3,3955	<	5.9915		
Ha	La percepción de los alumnos del tiempo de duración de la visita SI es diferente entre colegios públicos y privados								

Fuente: Elaboración propia

Un aspecto importante para responder a las demandas educativas fue la **Pregunta 2.7 de la Encuesta Individual** relacionada a la inclusión de “Tareas” para los estudiantes como parte de sus visitas. Al respecto de las 32 personas entrevistadas (63.41% del total) indicaron que el guiado SI incluyó tarea, de donde el 21.95% fue del sector público y el 41.46% fue del sector privado; mientras que el 36.59% del total indicaron que NO incluyó tarea, siendo del sector público el 31.71% y del sector privado el 4.88% (Figura 25).

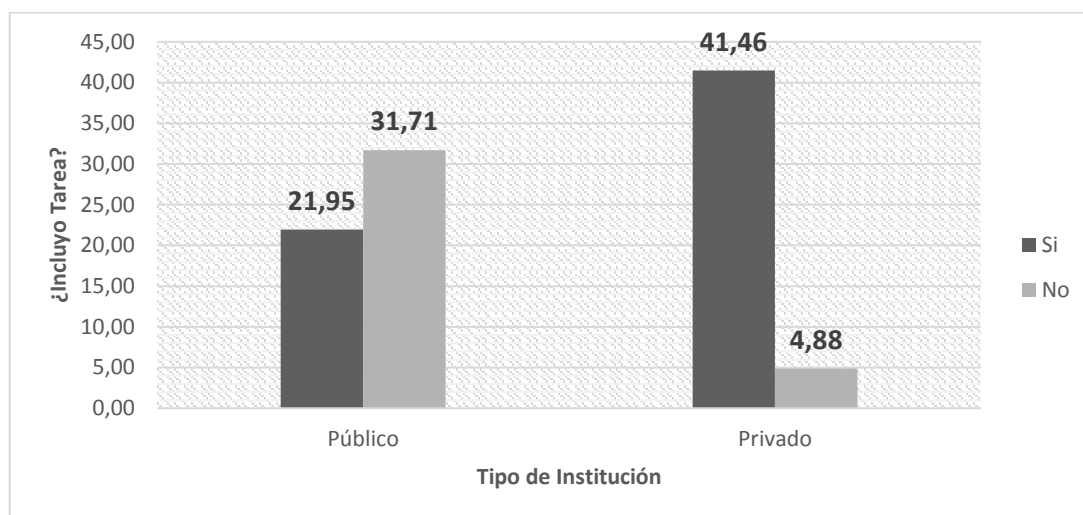


Figura 25: ¿Su visita incluyó algún tipo de tarea escolar?

Fuente: Elaboración propia

En este punto, aunque las respuestas difieren en relación con la asignación de “Tareas” como parte de las visitas educativas, los resultados de la prueba de Chi-2 realizada ($\chi^2= 6,4249$; $gl=2$) muestra que SÍ habría diferencias estadísticas significativa entre los colegios públicos y privados (Tabla 21).

Tabla 21: Análisis Chi-2 en relación con la proporción de TAREAS que encargan los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Calculado en Past3.

Rows, columns:	3, 2	Degrees freedom:	2	Tabla	Chi2		Tabla
Chi2:	6,4249	p (no assoc.):	0,040257	5.9915			
Monte Carlo p:	0,037539						
p (no assoc.):	0,037539						
Cramer's V:	0,28164	Contingency C:	0,27109				
Ho	El encargo de TAREAS durante la visita NO es diferente entre los colegios públicos y privados que visitan la UNALM						
Ha	El encargo de TAREAS durante la visita SÍ es diferente entre los colegios públicos y privados que visitan la UNALM			6,4249	>	5.9915	

Fuente: Elaboración propia

La **Pregunta 2.12 de la Encuesta Individual** es sobre la percepción del aprendizaje de las personas encuestadas. Los resultados mostraron que el 59.37% de los encuestados indicaron que aprendieron MUCHO durante la visita a la UNALM. Mientras que el 31.25% indicaron que aprendieron ALGO. Solamente 2 personas (6.25%), dijeron que aprendieron POCO durante el recorrido. Tan solo una persona (3.13%), dijo que no aprendió NADA (Tabla 22).

Tabla 22: Pudo aprender en la visita a la UNALM

¿Pudo aprender?	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
Mucho	19	59.37
Algo	10	31.25
Poco	2	6.25
Nada	1	3.13
Total	32	100.00

Fuente: Elaboración propia

Los comentarios de mayor relevancia de parte de los entrevistados fueron: ENTREGAR FOLLETOS INTERACTIVOS, MAYOR LIMPIEZA, MAYOR INTERACCIÓN CON LOS ALUMNOS, MEJORES GUÍAS y TRAYECTOS MUY CORTOS ⁽³⁾, que en total representan el 39.37% (Tabla 23).

Tabla 23: Comentarios más resaltantes (Pregunta 3.9 de la Encuesta Individual)

Comentarios	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
Todo bien	10	31.25
Otros comentarios	5	15.62
No responde	3	9.37
Entregar folletos interactivos	3	9.37
Mayor limpieza (granja)	2	6.25
Mayor interacción con los alumnos	2	6.25
Mejores guías	2	6.25
Trayecto muy corto	2	6.25
Mayor difusión	1	3.13
Trayecto muy largo	1	3.13
Una mejor organización	1	3.13
Total	32	100.00

¹ .- (1)Estas categorías de las respuestas fueron dadas por los mismos entrevistados, dada que la pregunta fue abierta

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la **Pregunta 2.1 de la Encuesta Individual ¿Cuántas veces ha visitado la UNALM?**, de las 32 personas encuestadas el 73.17% del total visitaron la UNALM por primera vez, el 24.39% lo visitaron entre 2 a 4 veces, y el 2.44% del total, visitaron la UNALM entre 5 a 10 veces (Figura 26).

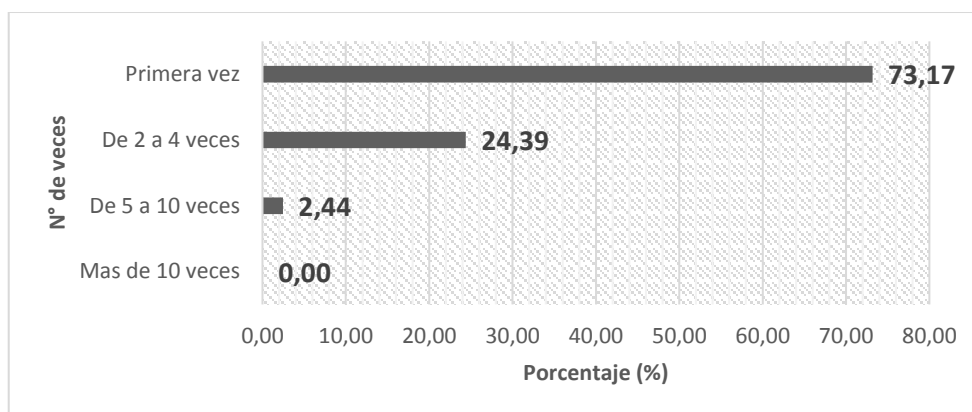


Figura 26: Porcentaje del número de veces que han visitado la UNALM

Fuente: Elaboración propia

Se constató que 10 personas (31.25%) indicaron que se enteraron de la UNALM mediante un amigo, 1 persona (3.12%), indicó que ya conocía la UNALM, y 20 personas (62.50%), indicaron otra forma por la cual se enteraron de la UNALM (Tabla 24).

Tabla 24: Forma en que se enteró el entrevistado de la UNALM (Pregunta 2.2 de la Encuesta Individual)

¿Cómo se enteró?	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
Otro	20	62.50
Amigo	10	31.25
Internet	0	0
Conocía	1	3.12
TV	0	0
Estudie	1	3.12
Siempre	0	0.00
Total	32	100.00

Fuente: Elaboración propia

Un aspecto importante fue la **Pregunta 2.13** relacionada a las recomendaciones dadas por los encuestados. El 7.32% de los encuestados recomendaron **MÁS PRÁCTICA**, es decir tener un contacto directo con los animales en el caso cuando visiten la Granja y con las plantas en Hidroponía. De igual forma un 9.75% dijeron que sean **GRUPOS PEQUEÑOS Y SEPARADOS POR EDADES** y un 7.31% recomendaron **MÁS ASEO/MENOS POLVO** en las instalaciones (Figura 27).

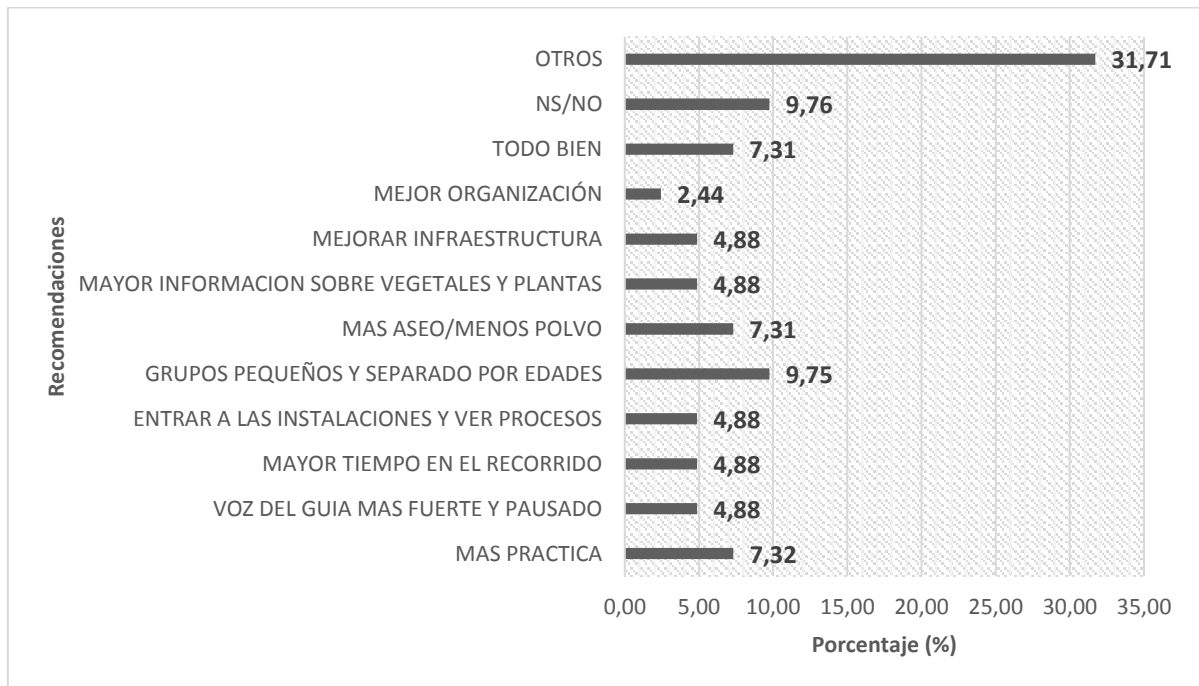


Figura 27: Recomendaciones

Fuente: Elaboración propia

En relación con la intención de volver a visitar a la UNALM, el 95% de los encuestados manifestaron su interés por regresar (Figura 28).

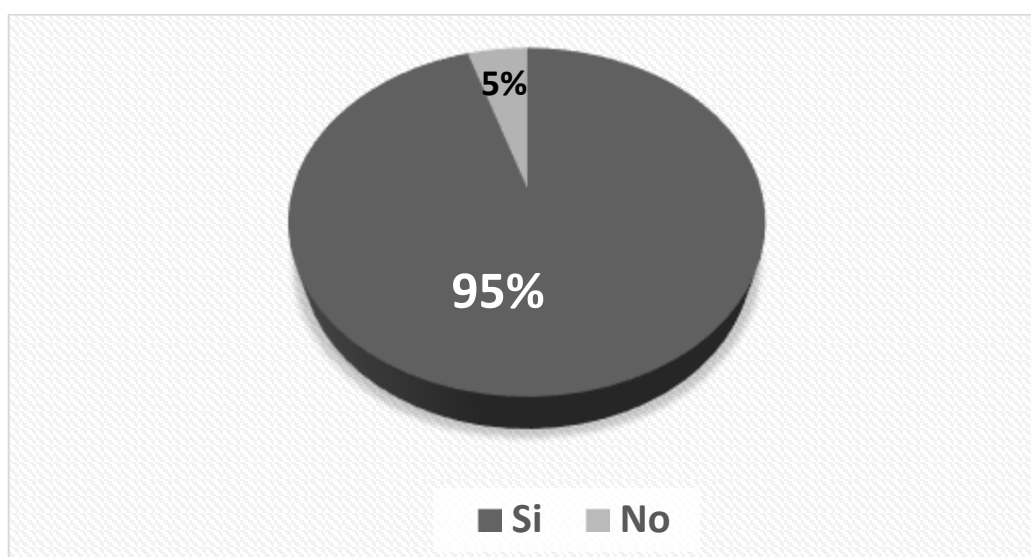


Figura 28: Volvería a visitar la UNALM (Pregunta 3.6 de la Encuesta Individual)

Fuente: Elaboración propia

En la **Pregunta 3.2**, el 98.87% del total de escolares encuestados (178) indicaron que **SÍ** volverían a visitar la UNALM y sólo el 1.12% del total, indicaron que **NO** volverían a visitar la universidad (Tabla 25).

Tabla 25: ¿Volverían a visitar la UNALM?

Volvería	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
Si	176	98.87
No	2	1.12
Total	178	100.00

Fuente: Elaboración propia

Dado el grado de satisfacción de los encuestados en relación con su visita a la UNALM es muy alta, el 93,75% están dispuestos a recomendar a otros para que visiten la universidad (Tabla 26).

Tabla 26: Recomendaría visitar la UNALM (Pregunta 3.7 de la Encuesta Individual)

Recomendaría visitar la UNALM	Cantidad de Entrevistados	Porcentaje
Si	30	93.75
No	2	6.25
Total	32	100

Fuente: Elaboración

De la misma forma en la **Pregunta 3.3**, los 178 escolares encuestados, el 98.87% del total SÍ recomendarían visitar la UNALM. Solo el 1.112% NO lo recomendaría (Figura 29).

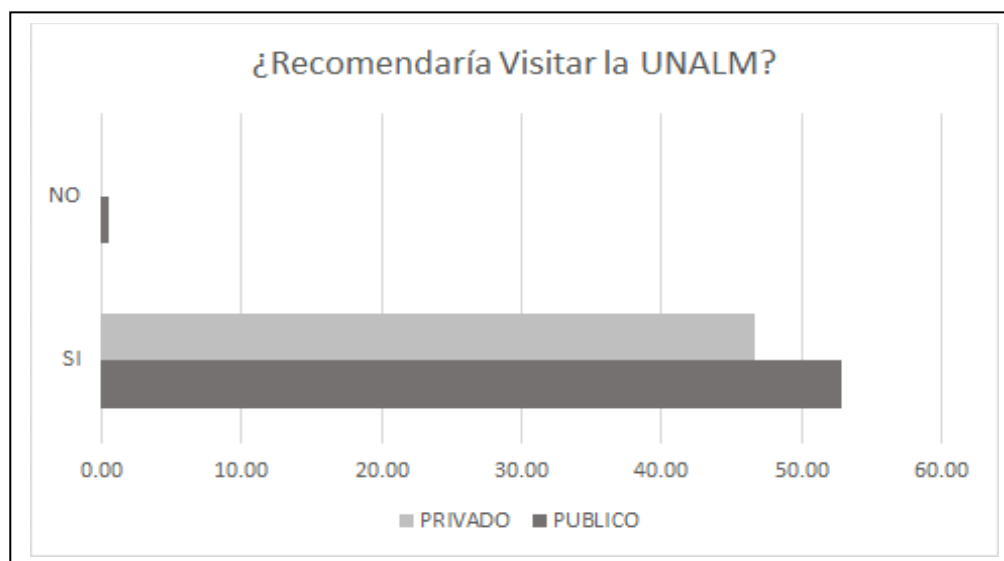


Figura 29: ¿Recomendarían visitar la UNALM?

Fuente: Elaboración propia

4.4.5. Estimación de la disponibilidad a pagar

A partir de la calificación por el pago de ingreso, es que se pudo estimar la **Disponibilidad A Pagar (DAP)**. El estimador usado para este cálculo es la Mediana, pudiéndose inferir como la disponibilidad de pago por persona para el servicio brindado en S/.3.00 (Tabla 27).

Tabla 27: Análisis descriptivo de la variable Disponibilidad A Pagar (DAP) (Pregunta 3.5 de la Encuesta Individual)

Disposición	
Media	4.45
Mediana	3.00
Varianza	36.61
Desviación Típica	6.05
Mínimo	0.00
Máximo	28.00

Fuente: Elaboración propia

Al respecto, el aspecto social está relacionado al pago de la entrada por guiado, al lugar de procedencia del visitante, así como tipo de institución educativa (pública o privada). En este trabajo, se realiza un ensayo para estimar una propuesta de precio que satisface tanto a las instituciones públicas y privadas que proceden de los distintos distritos de la ciudad de Lima. Esta estimación se hizo a partir de la información obtenida mediante las entrevistas al personal de la Oficina de Relaciones Públicas. Según esto, el pago por el servicio de guiado es de S/. 4.00 por alumno de institución educativa pública y S/. 5.00 por alumno de institución educativa privada; y por cada 25 alumnos, un profesor queda exonerado del pago. En base a esta información, así como a los resultados de la Pregunta 3.5, se puede determinar la disposición a pagar por los visitantes para el servicio brindado es de S/. 3.00.

En este sentido y asumiendo que los colegios públicos están vinculados a los grupos sociales y económicos más bajos, y los colegios privados están relacionados a las clases sociales y económicas más solventes, no se ha encontrado diferencias significativas entre este criterio y la disponibilidad de pago. Este hallazgo difiere de Brida *et al.* (2003), porque en su investigación se observa que el mismo hecho de realizar un pago eleva la probabilidad de caer en una categoría más alta, teniendo en cuenta que quien debe pagar una entrada le otorga una mayor valoración al lugar que visita con relación a quien puede acceder libremente.

V. CONCLUSIONES

1. El universo de colegios encuestados en los meses de octubre y noviembre del año 2017, fue de 6 instituciones educativas (3 públicas y 3 privadas) con 32 adultos encuestados (profesores, auxiliares, padres de familia, entre otros) y 178 alumnos. Este muestreo coincide con los meses de mayor afluencia de visitantes escolares a la UNALM.
2. La tarea es dependiente del tipo de colegio, y muestra una diferencia significativa entre los profesores de instituciones educativas públicas y privadas. Por otro lado, la percepción de los profesores y adultos del tiempo de duración de la visita si es diferente entre colegios públicos y privados. Mientras la percepción de los alumnos, tanto de los colegios públicos y privados, no muestra una diferencia significativa.
3. La principal motivación de los estudiantes para visitar la UNALM está en la relación que tiene esta salida con el concepto del “Paseo Escolar”.
4. La edad (escolares vs profesores y/o adultos) resulta un determinante del grado de satisfacción a nivel emocional.
5. No es posible establecer una propuesta que englobe todos los sitios que los visitantes demandan, como parte de opciones de futuros itinerarios. Esto es debido a que no existe una coordinación fluida entre las oficinas encargadas de los sitios con mayor demanda (Oficina de Relaciones Públicas, Oficina de Admisión y Jardín Botánico). Dichas oficinas trabajan de manera autónoma.
6. Los alumnos que actúan de guías perciben que no están usando técnicas de interpretación ni aplican técnicas de guiado para sus recorridos; sólo utilizan guiones generales para hacer las explicaciones en cada sitio del itinerario.
7. El trato del personal (alumnos guías) afecta el grado de satisfacción de los visitantes escolares y también de los profesores y/o adultos.

VI. RECOMENDACIONES

Con la finalidad de generar alternativas e insumos para que la UNALM pueda usar para el desarrollo de una propuesta integral de gestión de la calidad de visitantes (escolares, preuniversitarios y público en general), es que se propone lo siguiente:

- Establecer un mecanismo de coordinación conjunta con las Oficinas de Relaciones Públicas, Admisión y Jardín Botánico – Departamento de Biología para la creación y mejora de los itinerarios de visita.
- Promover el fortalecimiento de capacidades de los alumnos guías en los siguientes temas:
 - Técnicas de Interpretación Turística
 - Técnicas de Guiado, así como en Manejo de Grupos
 - Diseño y aplicación de un Guion Interpretativo.
- Realizar los recorridos con grupos pequeños para mejorar la calidad de la visita y hacerla más práctica.
- Coordinar con los encargados de los sitios de visitas para manejar un buen control de la limpieza y aseo.
- Se sugiere trabajar con un formato de tareas estandarizadas (proporcionado por las oficinas encargadas de las visitas) para todos los colegios que visitan la UNALM y así facilitar a los docentes a un mejor entendimiento del recorrido para con sus alumnos.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida-García, F. 2006. Tipología de visitante turístico y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela. *Baetica. Estudios de Arte, Geografía e Historia* 28: 231-258.
- Arroba, N. 2016. Turismo estudiantil para el desarrollo integral educativo a través del aprendizaje significativo de circuitos turísticos temáticos (Experiencia con niños (as) de 5to de Primaria Unidad Educativa Alonzo de Mendoza LAJA – Provincia Los Andes). Tesis de Grado presentado para la obtención del Grado de Licenciatura. La Paz, Bolivia.
- Barcés, K. 2009. Plan de Interpretación Ambiental para el Campus de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Tesis para optar el Grado de Magister Scientiae. Lima – Perú.
- Barraza, L., & Pineda, J. 2003. Cómo ven los bosques los jóvenes mexicanos: comparación de dos comunidades rurales. *Unasyuva*, 54(213), 10-17.
- Bonilla, M. 2007. Turismo Educativo: Programando el aprendizaje al aire libre. *Tecnitur, Revista oficial de la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo*. 23 (122), 24-25
- Bozal, M. 2005. Escala mixta Likert-Thurstone. *Anduli: Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, (5), 81-96.
- Brida, J.G; Monterubbianesi, P; Zapata, S. 2013. Determinantes del grado de satisfacción en la visita a un atractivo cultural. El caso del Museo de Antioquía – Colombia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Volumen 22 (2013) pp. 729-744.

- Catarino, DF. 2012. Experiências em eventos e a influência da gestão de visitantes. Dissertação. Aveiro, Portugal, Universidade de Aveiro. 139 p.
- Ceballos-Lascurain, H. 1996. Tourism, Ecotourism and Protected Areas. IUCN. The World Conservation Union. Gland, Switzerland.
- Da Silva, MEM; Gonçalves, GR. 2015. A influência da percepção da qualidade para a gestão de eventos turísticos: o caso do 26º Festival Internacional de Balonismo de Torres (RS) – Brasil. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica* 17: 414-443.
- Ferreira, A.; Ríos, J. 2014. Caracterización de la identidad iquiteña. Propuesta de Programa de Turismo Escolar, Estudiantes del 1º de Secundaria de la I.E.P.S.M Rosa Agustina Donayre de Morey, Iquitos 2014. Requisito para la obtención del Título Profesional de Licenciado en Educación con mención en: Ciencias Sociales.
- García-Hernández, M. 2001. Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes en conjuntos monumentales: el caso de la Alhambra. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico* 36:124-137.
- González, C. 1996. Principales tendencias y modelos de la Educación Ambiental en el sistema escolar. *Revista Iberoamericana de Educación* Número 11 - Educación Ambiental: Teoría y Práctica.
- Griswold, WG; Shanahan, P; Brown, SW; Boyer, R; Ratto, M; Shapiro, RB; Truong TM. 2004. ActiveCampus - Experiments in Community-Oriented Ubiquitous Computing. *IEEE Computer* 37: 73–81.
- Kataoka, S. 2004. Indicadores da qualidade da experiência do visitante no Parque Estadual da Ilha Anchieta. Dissertação apresentada à Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”. Universidade de São Paulo, para obtenção do título de Mestre em Recursos Florestais, com opção em Conservação de Ecossistemas Florestais. Estado de São Paulo – Brasil.
- Kuo, IL. 2002. The effectiveness of environmental interpretation at resource-sensitive tourism destinations. *International Journal of Tourism Research* 4: 87-101.

- Lefevre, F; Lefevre, A.M.C. 2004. O pensamento coletivo como soma qualitativa. Setembro de 2003. <http://www.fsp.usp.br/quali-saude>; (22 de abril de 2004).
- Ludke, M; André, M.E.D.A. 1986. Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986. 203p.
- Martínez, P. 2003. En Equipo-Naya (Ed.), II Congreso Virtual de Turismo 2003. Buenos Aires.
- McIntyre, N; Roggenbuck, JW. 1998. Nature/person transactions during an outdoor adventure experience: a multi-phasic analysis. *Journal of Leisure Research* 30: 401–422.
- Miller, TA; McCool, S.F. 2003. Coping with stress in outdoor recreational settings: an application of Transactional Stress Theory. *Leisure Sciences* 25: 257–275.
- Ministerio de Educación (MINEDU). 2016. Guía de Educación Ambiental para el Desarrollo Sostenible – Cambio Climático. Lima - Perú.
- Miranda, L. 2008. Factores asociados al rendimiento escolar y sus implicancias para la política educativa del Perú. EN Benavides, M. Análisis de procesos y resultados educativos en el Perú: contribuciones empíricas para el debate. GRADE. Lima – Perú. P: 11 – 39.
- Niño, M. 2012. Las Salidas Escolares en la Educación Primaria. Palencia de cerca – Programa de Visitas Escolares. Escuela Universitaria de Educación de Palencia (EUE). Palencia – España.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). 2018. Accesible en: <http://www2.unwto.org/es/content/definicion>
- Perú. 2011. Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, publicado por la Dirección General de Política de Inversiones del Ministerio de Economía y Finanzas – MEF. 315 PP. Lima – Perú.

- Priskin, J. 2004. L'expérience: concepts et évaluation. Rapport final. Montreal, Canada, Université du Québec à Montreal. 39p.
- Rivera-García, M. 2013. El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. En Rodríguez-García, L.; Roldán-Tapia, A.R. (Coord.) Relaciones interculturales en la diversidad. Colombia. pp.199-217.
- Robert, C. 2013. Considérer l'expérience du visiteur, une clé pour La gestion intégrée dès forêts. Thèse. Montreal, Canada, Université de Montréal. Montreal. 71 p.
- Rodríguez, M. 2009. Definición de turismo. (Artículo en internet). Accesible en: <http://www.mailxmail.com/curso-turismo-calidad-vida/definicion-turismo>
- Sandí, J.; Hidalgo, K. 2012. Turismo Educativo: Herramienta para facilitar procesos de enseñanza-aprendizaje. 16 Convención Científica de Ingeniería y Arquitectura. Palacio de Convenciones de La Habana.
- Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR). 2015. Reglamento para la Gestión Forestal. Lima – Perú.
- Tarlombani, M. 2005. Turismo y sustentabilidad: Entre el discurso y la acción. Estudios y Perspectivas en Turismo, volumen 14 (2005) pp. 222 – 242. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires – Argentina.
- The International Ecotourism Society (TIES). 2018. Accesible en: <http://www.ecotourism.org/book/definicion-y-principios-del-ecoturismo>
- Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). 2017. Historia. Accesible en: http://www.lamolina.edu.pe/portada/html/acerca/res_historica.html
- Zamberlan, N; Teixeira, A. 2012. Avaliação do perfil e do nível de qualidade da experiência pelos visitantes do Parque Estadual do Caracol. IBEAS – Instituto Brasileiro de Estudos Ambientais. III Congresso Brasileiro de Gestão Ambiental. Goiânia – Brasil.

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Modelo de encuesta individual

ENCUESTA INDIVIDUAL DE LOS VISITANTES AL CAMPUS DE LA “UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA (UNALM)”

El objetivo de la presente encuesta es recoger información sobre la experiencia y satisfacción de los visitantes escolares a la UNALM. Es de carácter anónimo y confidencial.

ENCABEZADO:

“Buenos días/tardes, soy Teresa Lindo Angulo, estudiante de la Universidad Nacional Agraria La Molina, y quisiera tomarle unos minutos de su tiempo para una encuesta de opinión. Esta encuesta será usada con fines académicos, por lo que la desarrollaremos de manera confidencial. POR FAVOR, siéntase libre de expresar sus opiniones. MUCHAS GRACIAS POR SU VALIOSO TIEMPO”

1. DATOS GENERALES			
1.1.CÓDIGO		1.2.Fecha : ___/___/___	
1.3.Sexo	Masculino ()	Femenino ()	1.4.Hora :
1.6.Lugar de procedencia (Distrito)		1.5.Rango de Edad	
1.7.Institución Educativa			
1.5.Rango de Edad			
		< 5 ()	
		6 – 10 ()	
		11 – ()	
		15 ()	
		16 - 20 ()	
		21 – ()	
		30 ()	
		> 31 ()	
1.8.¿Usted es...?			
Docente ()	Alumno ()		Auxiliar ()
Padre/Madre ()	Otro ()		
1.9.Nivel de Estudio			
Inicial ()	Técnico ()		
Primaria ()	Universitaria ()		
Secundaria ()	PostGrado ()		

<<Continuación>>

2. REFERENTE A LA VISITA			
2.1.¿Cuántas veces ha visitado la UNALM?			
Primera Vez ()	2 – 4 veces ()	5 – 10 veces ()	>10 veces ()
2.2.¿Cómo se enteró la de UNALM?			
Ya la conocía desde () pequeño/pequeña		Yo estudié acá ()	
Por la TV ()		Por Internet ()	
Siempre vengo ()		Un amigo/amiga ()	
Otro			
2.3. En esta oportunidad... ¿Cuál es el motivo de su visita?			
Educativa ()		Recreo ()	
Compras ()		Obligación ()	
Otros Motivo:			
2.4.¿A qué hora llegó a la UNALM? (aproximado) :			
2.5.La visita a la UNALM le pareció....? Corta () Normal () Larga ()			
2.6.Durante su visita a la UNALM, ¿Contó con el servicio de guiado? Sí () No ()			
2.7.SÓLO PARA QUE CONTESTADA POR EL PROFESOR O RESPONSABLE DE LA VISITA: ¿Su visita incluyó algún tipo de tarea escolar? Sí () No ()			
2.8.SÓLO PARA QUE CONTESTADA POR EL PROFESOR O RESPONSABLE DE LA VISITA: ¿La visita satisfizo la tarea escolar? Sí () No ()			
REFERENTE A LA VISITA (continúa)			
2.9.En su visita a la UNALM... ¿Qué sitios visitó? Por favor, enumérelos en orden			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

<<Continuación>>

2.10.	De los sitios visitados en la UNALM, ¿Cuál fue el que más le gustó?		
	¿Porqué?		
2.11.	De los sitios visitados en la UNALM, ¿Cuál fue el que menos te gustó?		
	¿Porqué?		
2.12.	Gracias a la visita, pudiste aprender....?		
Nada ()	Poco ()	Algo ()	Mucho ()
2.13.	De tu experiencia en la visita, ¿qué recomiendas y/o te gustaría que se deba mejorar para hacerla más agradable y educativa?		
		
		
		
		
		
		
		

3. DE LA CALIDAD DE SERVICIO

3.1. ¿Cuáles de los servicios que ofrece la UNALM usó? (marque las alternativas)

Boletería	()	Guiado	()
Servicios			
Higiénicos	()	Aulas/Auditorios	()
Parqueo	()	Restaurantes	()
Quisqs	()	Biblioteca	()
Centro de Ventas	()	Panadería	()
Otros			

3.2. Respecto a los servicios usados, califíquelos de acuerdo a la escala:					
SERVICIOS	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Boletería	()	()	()	()	()
Servicios Higiénicos	()	()	()	()	()
Guías	()	()	()	()	()
Señalización	()	()	()	()	()
Senderos	()	()	()	()	()
Quioscos	()	()	()	()	()
Centro de Ventas	()	()	()	()	()
Panadería	()	()	()	()	()
Biblioteca	()	()	()	()	()
Otros	()	()	()	()	()

3.3.¿Usted (o su institución) pagó el derecho de ingreso (ENTRADA)? ⁽⁴⁾

Sí () No ()

3.4.Si usted (o su institución) pago entrada, esta le pareció...? ⁽¹⁾

Muy Barato	Barato	Normal	Caro	Muy Caro
()	()	()	()	()

3.5.Con los servicios que se ofrecen actualmente, cuanto estaría dispuesto a pagar por la entrada? ⁽¹⁾

3.6.Con los servicios que se ofrecen actualmente, ¿volvería a visitar la UNALM?

Sí () No ()

⁴ .- Pregunta sólo para los profesores

<<Continuación>>

3.7. Con los servicios que se ofrecen actualmente, ¿recomendaría a otros para que visiten a la UNALM?				
Sí	()	No	()	
3.8. En general... ¿cómo calificaría su experiencia en la UNALM?				
Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy Bueno
()	()	()	()	()
3.9. ¿Alguna sugerencia o comentario final?				

Nombre del Encuestador	
Fecha:	
Hora de finalización de la encuesta	

LA ENCUESTA HA TERMINADO

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo 2: Modelo de encuesta grupal

ENCUESTA GRUPAL DE LOS VISITANTES AL CAMPUS DE LA “UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA (UNALM)”

El objetivo de la presente encuesta es recoger información sobre la experiencia y satisfacción de los visitantes escolares a la UNALM. Es de carácter anónimo y confidencial.

ENCABEZADO:

“Buenos días/tardes, soy Teresa Lindo Angulo, estudiante de la Universidad Nacional Agraria La Molina, y quisiera tomarles unos minutos de su tiempo para hacerles una encuesta de opinión. Esta encuesta será usada con fines académicos, por lo que la desarrollaremos de manera confidencial y a la vez entretenida. POR FAVOR, siéntanse libres de expresar sus opiniones. MUCHAS GRACIAS POR SUS VALIOSOS TIEMPOS”

1. DATOS GENERALES		
1.1.CÓDIGO	1.2.Fecha : ___/___/___	
1.3.Lugar de procedencia (Distrito)	1.7 Rango de Edad	6 – 10 ()
1.4.Institución Educativa		11 – 15 ()
		16 - 20 ()
		21 – 30 ()
		> 31 ()
1.5.¿Usted es...?		
Docente ()	Alumno ()	Auxiliar ()
Padre/Madre ()	Otro ()	
1.6.Nivel de Estudio		
Inicial ()	Técnico ()	
Primaria ()	Universitaria ()	
Secundaria ()	PostGrado ()	

<<Continuación>>

2. REFERENTE A LA VISITA
2.1. ¿La visita a la UNALM les pareció....? Corta () Normal () Larga ()
2.2. De los sitios visitados en la UNALM, ¿Cuál fue el que más les gustó?
2.3. De los sitios visitados en la UNALM, ¿Cuál fue el que menos les gustó?

3. DE LA CALIDAD DE SERVICIO					
3.1. Respecto a los servicios usados, califíquelos de acuerdo a la escala:					
SERVICIOS	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
Servicios Higiénicos	()	()	()	()	()
Guías	()	()	()	()	()
3.2. Con los servicios que se ofrecen actualmente, ¿volverían a visitar la UNALM?					
Sí	()	No	()		
3.3. Con los servicios que se ofrecen actualmente, ¿recomendarían a otros para que visiten a la UNALM?					
Sí	()	No	()		
3.4. En general... ¿cómo calificarían su experiencia en la UNALM?					
Muy mala	Mala	Regular	Bueno	Muy Bueno	
()	()	()	()	()	

Nombre del Encuestador	
Fecha:	
Hora de finalización de la encuesta	

LA ENCUESTA HA TERMINADO

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo 3: Reglamento de las Visitas Técnicas Guiadas de la Oficina de Relaciones Públicas actualizada a Noviembre del 2018



UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA VISITAS TÉCNICAS GUIADAS REGLAMENTO

La Universidad Nacional Agraria La Molina abre sus puertas para recibir **visitas guiadas educativas** a estudiantes (escolares desde inicial hasta el 3° de Secundaria) y de instituciones de enseñanza, asociaciones, municipios y/o gremios. Los guías son alumnos capacitados y autorizados por esta Oficina.

Horario de visita: De Lunes a Viernes entre las 8:30 y las 13:30 hs.

Cantidad de visitantes por día: 25 alumnos hasta un máximo de 200 estudiantes.

Recordamos que la **DISCIPLINA y SEGURIDAD DE LOS VISITANTES** está bajo **RESPONSABILIDAD** de los profesores o coordinadores. La falta de disciplina o inconductas no serán toleradas y se procederá a solicitar el inmediato retiro del campus.

Modalidad para solicitar autorización de visita:

1. Coordinar **previamente** la fecha y hora de visita con la oficina de Imagen Institucional (OI) al teléfono 614.7800 anexo 114; al teléfono directo 614.7127 ó por correo electrónico: visitasguiadas@lamolina.edu.pe
2. Registrada la visita, se procede a **confirmarla** mediante carta dirigida a la Dra. Ivonne Salazar R., Jefa de la OI, indicando el día de llegada previsto, la hora de arribo, la cantidad de estudiantes, su grado de estudios y los datos del coordinador o profesor responsable de la visita.
3. Considerar que la **puntualidad** es un requisito. Solamente se dará media hora de tolerancia; pasado ese tiempo perderá su turno y se dará prioridad al grupo siguiente. Si por algún motivo tuvieron que anular la visita, agradeceremos avisarnos con anticipación para ceder su lugar a otra institución.
4. **Pagos:** a) Por **estacionamiento**, deberán pagar S/. 2.00 al ingresar al Campus.
b) Por el **guiado**, abonarán en la Oficina de Imagen Institucional:
S/. 4.00 p/ alumno de Colegio Estatal ó S/. 5.00 p/alumno por Colegio Parroquial o Privado; los institutos, clubes o gremios, deberán consultar el precio por persona previamente.
Por cada 30 alumnos o visitantes, se **exonera** del pago a **dos (2) docentes acreditados** por el colegio o institución. Otros acompañantes pagan la misma tarifa que los estudiantes.

Nota importante: En caso de requerir **BOLETA DE VENTA** brindar el nombre, DNI, dirección, distrito y correo electrónico de **la persona que la solicita**; para la **FACTURA** brindar la **razón social**, RUC, dirección, distrito y correo electrónico. Esta información, solicitada por SUNAT, es **obligatoria**.

5. La visita comprende:

- a) Una reseña histórica de la Universidad;
- b) Importancia del cultivo hidropónico, (exteriores de Hidroponía);
- c) Visita a la embarcación artesanal pesquera "Don Fico";
- d) Importancia de los Jardines Botánicos (exteriores del Jardín Botánico de la UNALM);
- e) Visita a la granja (camélidos sudamericanos, vacunos y caballos de paso);
- f) Explicación sobre el ordeño (exteriores de la Sala de ordeño)

Durante el trayecto se muestra y explica la importancia de **las plantas, su diversidad y el cuidado al medio ambiente**.

6. **Duración:** El recorrido del circuito tiene una duración de 2 a 2.30 hs. aproximadamente.
7. **No está permitido merendar o almorzar** en el campus ni **permanecer en la Universidad sin nuestros guías oficiales**. Terminado el recorrido **NO** deben permanecer en el campus debiendo retirarse ordenadamente.

Disfrutemos la visita!

La Molina, noviembre 2018
/crr

Anexo 4: Fotos de los sitios visitados por los escolares

Fotos de los sitios visitados por los escolares



Hidroponía – Facultad de Ciencias



Embarcación Pesquera UNA – I “Don Fico”– Facultad de Pesquería



Laguna – Frente al Auditorio Principal



Granja – Facultad de Zootecnia

Anexo 5: Fotos de las encuestas a los visitantes escolares



Encuesta realizada a los alumnos de la “I.E 1207 Sagrado Corazón de Jesús” (La Molina)



Encuesta realizada a los alumnos del “Colegio De Jesús” (Jesús María)

***Fotos autorizadas por los profesores de la institución**



Encuesta realizada a los alumnos del colegio “Leadership School” (Jesús María)



Recorrido y encuesta a los alumnos de la I.E.P “Hogar Infantil” (Huaral)

***Fotos autorizadas por los profesores de la institución**