



Turismo educativo en la Universidad Nacional Agraria La Molina: Un análisis de la experiencia educativa

Educational tourism at La Molina National Agrarian University: An analysis of the educational experience

Teresa Lindo Angulo^{1*}; Daniel Fernando Valle Basto²; Jorge Mario Chávez Salas³

¹ Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

² Universidad Científica del Sur, Lima, Perú.

³ Universidad Nacional Agraria La Molina, Lima, Perú.

* Autor de correspondencia: tindo@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-3471-8750>

Recibido: 27/09/2022; **Aceptado:** 15/11/2022; **Publicado:** 30/12/2022

Resumen

La gestión de la experiencia del visitante implica tanto aspectos emocionales, como educativos y sociales. Durante esta investigación, se entrevistó a 219 personas: 9 de la Oficina de Relaciones Públicas de la UNALM y de 7 instituciones educativas que visitan la Universidad Nacional Agraria La Molina (32 adultos y 178 estudiantes) para determinar los aspectos sociales y educativos que influyen en la experiencia de los visitantes a la UNALM. Durante el año 2017, se tomaron cuestionarios y entrevistas para obtener información, los que fueron analizados en grupos: (a) personal UNALM, (b) docentes – administrativos de los colegios, y (b) estudiantes de colegio. En el caso de los docentes y los estudiantes, se analizó el factor del colegio de origen (público – privado) para determinar las diferencias entre estos tipos de centros educativos para esta investigación. Los principales resultados de esta investigación, realizada en un contexto sin COVID-19, fueron los siguientes: (a) los docentes y el personal administrativo de los colegios reconocieron que las visitas educativas tienen los fines pedagógicos-académicos como su principal motivación (la salida educativa, con actividades académicas concretas, fue la más valorada por los colegios privados); y (b) los estudiantes se motivan principalmente por el «paseo escolar» (recreación) antes que por la experiencia educativa de la visita.

Palabras clave: turismo educativo, turismo escolar, educación ambiental.

Abstract

Visitor experience management involves emotional aspects, but also educational and social aspects. During this investigation, 219 people were interviewed: 9 from the UNALM Public Relations Office, and from 7 educational institutions that visit the La Molina National Agrarian University (32 adults and 178 students) to determine the social and educational aspects that influence in the experience of visitors to UNALM. During the year 2017, questionnaires and interviews were taken to obtain information, which were analyzed in groups: (a) UNALM staff, (b) teachers - school administrators, and (c) college students. In the case of teachers and

Forma de citar el artículo: Lindo, T., Fernando, D., Chávez, J. (2022). Turismo educativo en la Universidad Nacional Agraria La Molina: Un análisis de la experiencia educativa. *Tierra Nuestra*, 16(2), 145-155. <https://doi.org/10.21704/rtn.v16i2.1972>.

DOI: <https://doi.org/10.21704/rtn.v16i2.1972>.

© Los autores. Este artículo es publicado por la revista *Tierra Nuestra* del Departamento Académico de Ciencias Humanas de la Facultad de Economía y Planificación, Universidad Nacional Agraria La Molina. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>) que permite Compartir (copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato), Adaptar (remezclar, transformar y construir a partir del material) para cualquier propósito, incluso comercialmente.

students, the factor of the school of origin (public - private) was analyzed to determine the differences between these types of educational centers for this research. The main results of this research, which was carried out in a No COVID-19 context, were the following: (a) the teachers and the administrative staff of the schools recognized that the educational visits have pedagogical-academic purposes as their main motivation (the educational outing, with specific academic activities, was the most valued by private schools); and (b) students are primarily motivated by the «school trip» (recreation) rather than the educational experience of the visit.

Keywords: educational tours, scholar tourism, environmental education

1. Introducción

Hace décadas, la Universidad Nacional Agraria La Molina es visitada por grupos de estudiantes 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 (ver Figura 1). Estas visitas se llevan a cabo en concordancia con uno de los pilares fundamentales de los valores de esta universidad: el compromiso social, y con ello, la extensión a la comunidad (UNALM, 2017).

El grupo etario para la presente investigación 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 en niveles menores a 3.º de secundaria son atendidos por la

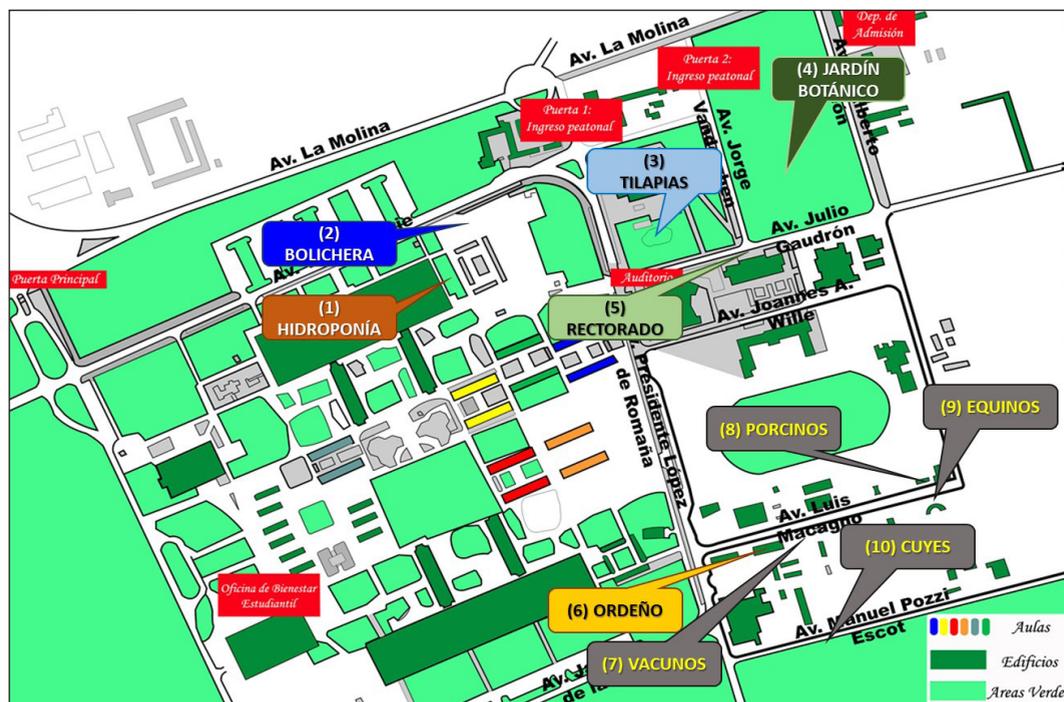
Oficina de Relaciones Públicas, mientras que los alumnos de 4.º y 5.º de secundaria son atendidos por la Oficina de Admisión (UNALM, 2017).

Según Martínez (2003), citado por Vera (2016), el turismo educativo es aquella actividad desarrollada por contingentes que conformen un grupo de 10 o más integrantes que se alojan, visitan y realizan actividades educativas en alguna localidad determinada.

De acuerdo con Arroba (2016), la situación actual del turismo educativo, también denominado turismo estudiantil, varía en concepto y aplicación de acuerdo con el 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 (ver Tabla 1).

Arroba (2016) también afirmó que los paseos

Figura 1
Plano de la UNALM



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

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 estos 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 viajes educativos y de egresados.
Venezuela	Es practicado por grupos de estudiantes, en la mayoría de los casos, en compañía de profesores de institutos en los que cursan estudios y con la organización de técnicos en 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 incluyen 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.

Fuente: Arroba (2016)

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 planificados para favorecer el aprendizaje práctico y significativo de los estudiantes en vivo y directo.

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. Asimismo, le brinda la oportunidad de crear una conciencia libre, crítica y objetiva para convertirse en una persona capaz de incidir en su sociedad para transformarla (Arroba, 2016).

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.

Estas visitas escolares o salidas pedagógicas generan una experiencia personal cargada de emociones en cada uno de sus integrantes, basada en la interacción con los estímulos representados 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).

Estas implican, no solo las intensas emociones personales que contrastan con lo cotidiano, sino también una operación de encuadre por la cual la actividad dio lugar a una historia memorable. La experiencia es, entonces, accesible al investigador a través de historias orales y escritas dejadas por las personas (Robert, 2013).

Asimismo, la experiencia del visitante (EdV) puede apreciarse como una transición dinámica entre el visitante y el entorno de recreación. Aquella evoluciona a través de los progresos de la visita sumados a las perspectivas de la visita previa a través de varias etapas de la misma actividades plasmadas en la encuesta y fase de seguimiento (McIntyre y Roggenbuck, 1998).

En el caso de los centros universitarios (campus de aprendizaje, investigación y educación), se considera que existe una cultura creyente en el poder del conocimiento para transformar a las personas y al mundo de la manera más positiva posible. Son 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). Todo ello requiere de nuevos abordajes para que los visitantes (en su mayoría, los escolares) tomen conciencia de las emocionantes oportunidades que les rodean, lo cual permite y alienta estos procesos.

2. Materiales y métodos

2.1 Área de estudio

La investigación se realizó dentro de la sede principal 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, la investigación se desarrolló en cuatro ubicaciones que son las que tienen más uso de parte de los colegios que visitan esta universidad.

En la UNALM, además de sus funciones educativas, de investigación, de información y documentación, también se brinda servicios y asistencia a la comunidad en general, además de instituciones públicas y privadas (Barcés, 2009). Esto ha permitido que sea un destino para el desarrollo de visitas educativas de los colegios.

En la presente investigación, se realizó la evaluación de las visitas escolares a la UNALM durante el año 2017 (contexto No COVID-19), en los itinerarios dirigidos por la Oficina de Relaciones Públicas de la UNALM. Este tipo de visitas solo está dirigido a grupos escolares de educación inicial hasta 3.º de secundaria y consisten en visitas guiadas dentro del campus, concentradas en cuatro puntos específicos establecidos

1. Hidroponía – Facultad de Ciencias
2. Embarcación Pesquera UNA – I “Don Fico”– Facultad de Pesquería
3. Laguna – Frente al auditorio principal
4. Granja – Facultad de Zootecnia

Las visitas son guiadas por estudiantes universitarios regulares de la UNALM de las diferentes facultades. Los escolares, profesores y otros acompañantes ingresan a las cuatro instalaciones mencionadas previamente. En la visita al Centro de Hidroponía (Facultad de Biología) y a la granja (Facultad de Zootecnia), se realizan los

recorridos convencionales, con excepción del sector de los porcinos y animales menores (como los cuyes). Asimismo, para la embarcación pesquera (Facultad de Pesquería), los visitantes ingresan por el lado de babor a la embarcación y, en la laguna, solo 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.

2.2 Caracterización de las visitas escolares

En la UNALM, las visitas educativas son atendidas por dos oficinas diferentes: (a) Oficina de Relaciones Públicas, encargada de atender y brindar servicios de guiado y atención de los colegios visitantes hasta 3.º de secundaria; y (b) la Oficina de Admisión, que canaliza las visitas y otros servicios para los estudiantes de 4.º y 5.º de secundaria, y da preferencia a la orientación de las carreras profesionales.

2.3 Entrevistas y cuestionario para docentes

Se realizó un total de 32 entrevista individuales dirigidas a los profesores, auxiliares, padres de familia y otros acompañantes (adultos). Las preguntas se dividieron en tres partes: (a) datos generales (lugar de origen, tipo de colegio, entre otros); (b) referente a la visita (percepción de la visita, tiempos, entre otros), y (c) sobre la calidad de servicio (apreciación de la calidad en base al lugar de visita, atención y servicios).

2.4 Entrevistas y cuestionarios para estudiantes

En total, fueron 178 escolares de instituciones educativas públicas y privadas a quienes se les aplicó un cuestionario especialmente diseñado para su nivel. Esto permitió orientar mejor las preguntas a los niños, y, con ello, obtener respuestas de acuerdo con su edad.

Tabla 2

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

Distrito de procedencia	Estatus	Tamaño del grupo (escolares)	Cantidad de entrevistados individuales (profesores, aux., etc.)
Los Olivos	Público	39	15
Surquillo	Privado	38	3
Huachipaico	Público	31	1
Jesús María	Privado	25	4
La Molina	Privado	25	6
Huancayo	Público	20	3
Total		178	32

3. Resultados y discusión

Se entrevistó a 32 adultos (docentes, administrativos y padres acompañantes) y 178 escolares, procedentes de instituciones educativas públicas o privadas, procedentes de diferentes distritos de Lima (ver Tabla 2).

3.1 Servicios usados

En la UNALM, el servicio de guiado es obligatorio y forma parte del precio de ingreso. Así, el servicio más solicitado fueron los servicios higiénicos, siendo usado por el 87,50% de los encuestados/entrevistados. Por otro lado, en todas las encuestas y entrevistas, las personas coincidieron en que no usaron otros servicios, tales como quioscos, restaurante, biblioteca, panadería u otro ofrecido.

En el caso del servicio de guiado, más del 90,25% de los adultos entrevistados lo calificaron como muy bueno o bueno, mientras que el 9,76% lo calificaron entre regular, malo y muy malo (ver Figura 2).

En el caso de los escolares, el 96,08% calificaron el servicio de guiado como bueno y muy bueno; de las cuales, el 53,43% provenían de una institución pública, y 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.

En relación con la calificación por el pago de la entrada, solo se entrevistó a los adultos. Es importante reconocer que el 51,22% prefirieron no responder /no opinar (ver Figura 3). El 39,02% del total calificaron como normal, mientras que 2,44% consideran como muy caro. De acuerdo con la información dada por la Oficina de Relaciones Públicas, el pago corresponde al servicio de guiado, que 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 las encuestas hechas a los adultos, se pudo aproximar a un valor a disposición a pagar por los visitantes: S/3,00 por persona.

3.2 Calificación de los servicios usados

Para la evaluación de cada uno de los servicios visitados en la UNALM, se realizaron preguntas que pudieron ayudar a diferenciar la percepción de satisfacción de la experiencia por los servicios usados/visitados por grupo etario (adulto-escolar), así como por la procedencia del colegio (público-privado).

Así, en relación con el sitio o atractivo que más les gustó visitar, el 48,78% del total de adultos entrevistados indicaron que le gustó la hidroponía,

Figura 2

Porcentaje de entrevistados según la calificación del servicio de guiado

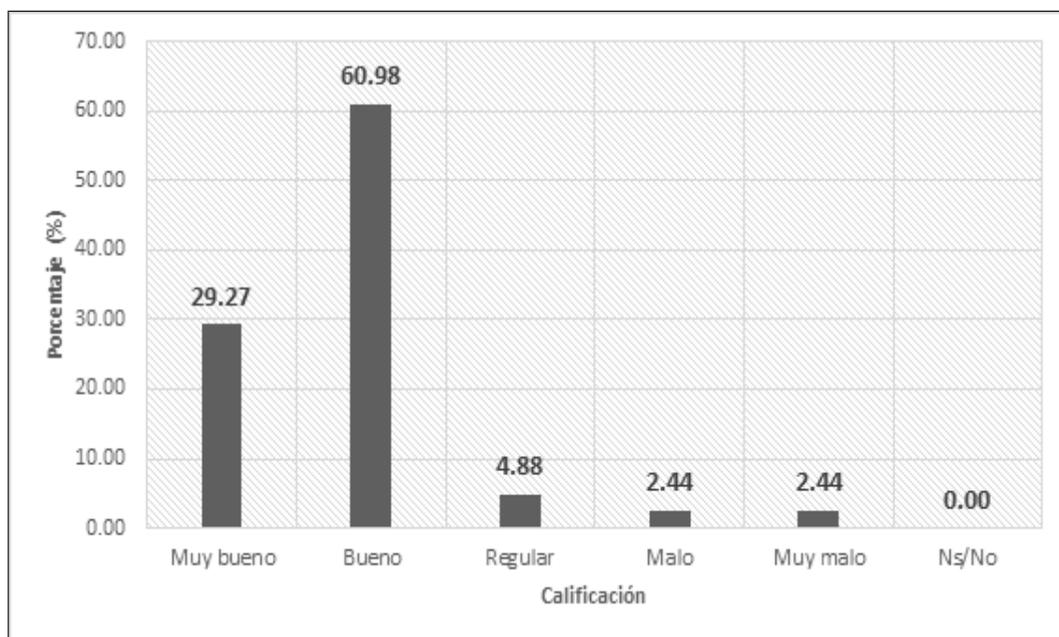


Figura 3

Calificación del precio de las entradas (pregunta 3,4 de la encuesta individual)



de los cuales el 29,27% son del sector público, y el 19,51%, del privado; mientras que el 39,02% indicaron que le gustó la granja, de los cuales el 21,95% son del sector público, y el 17,07%, del privado (ver Figura 4).

Es evidente que los gustos de los adultos (profesores, administrativos y/o acompañantes) difieren de los que manifiestan los escolares. Con respecto a los sitios visitados por estos, la granja fue el que más les gustó: representó el 50,00% del total, de los cuales el 38,20% proviene de colegios privados; y el 11,79%, de colegios públicos. El segundo sitio en preferencia fue la embarcación, que representó el 28,65%, de los cuales el 26,96% provienen de colegios públicos; y el 1,687%, de colegios privados. La laguna (12,92%) fue el tercer sitio que encantó a los escolares, de los cuales el 9,55% son de colegios públicos, y el 3,37%, de privados. El último sitio que les gustó a los escolares fue la hidroponía, que representó el 8,42% del total de los entrevistados, de los cuales el 5,05% proviene de una institución privada; y el 3,37%, de una pública (ver Figura 5).

Por otro lado, el sitio que menos les gustó a los adultos durante la visita fue la granja. Al respecto, el 19,51% del total indicó que fue el lugar que menos le gustó. De este grupo, el 14,63% pertenece al sector público, y el 4,88%, al privado. Seguidamente, el 7,32% de los entrevistados indicaron que la laguna fue el sitio que menos les gustó (en su totalidad pertenecen al sector privado). El mismo porcentaje

(7,32%) se obtuvo con la embarcación. De este conjunto, el 4,88% pertenecen al sector público; y el 2,44%, al privado. Finalmente, del total, el 21,95% no sabían o no respondieron. De este grupo, el 17,07% pertenece al sector público; y el 4,88%, al privado (ver Figura 6).

El lugar que menos les gustó a los escolares fue la hidroponía, lo cual representó el 22,48% (40) del total. De este conjunto, el 14,04% provenían de una institución educativa pública, y el 8,42%, de una privada. Asimismo, a 40 escolares (22,47%) les gustó menos la granja (en su totalidad pertenecen al sector público). Por otro lado, a 34 escolares (19,10%) no les gustó mucho la laguna. De este conjunto, 21 escolares (11,79%) provenían de una institución privada, y 13 (7,30%), de una pública (ver Figura 7).

También, se observó que los gustos de los escolares por los sitios visitados son inversamente proporcionales en relación con los gustos de los profesores. Esto se debería principalmente a las expectativas y actitudes de los escolares con respecto a la visita. Así, se entiende que la principal motivación de los estudiantes a la visita en la UNALM está relacionada con el concepto del «paseo escolar», el cual a su vez se interpreta como actividades recreativas y disfrute. Esto se hace evidente en los gustos expresados por los escolares. En estos, se muestra su preferencia por los sitios con actividades «interactivas».

Figura 4

Sitios que más les gustaron a los entrevistados adultos (pregunta 2,10 de la encuesta individual)

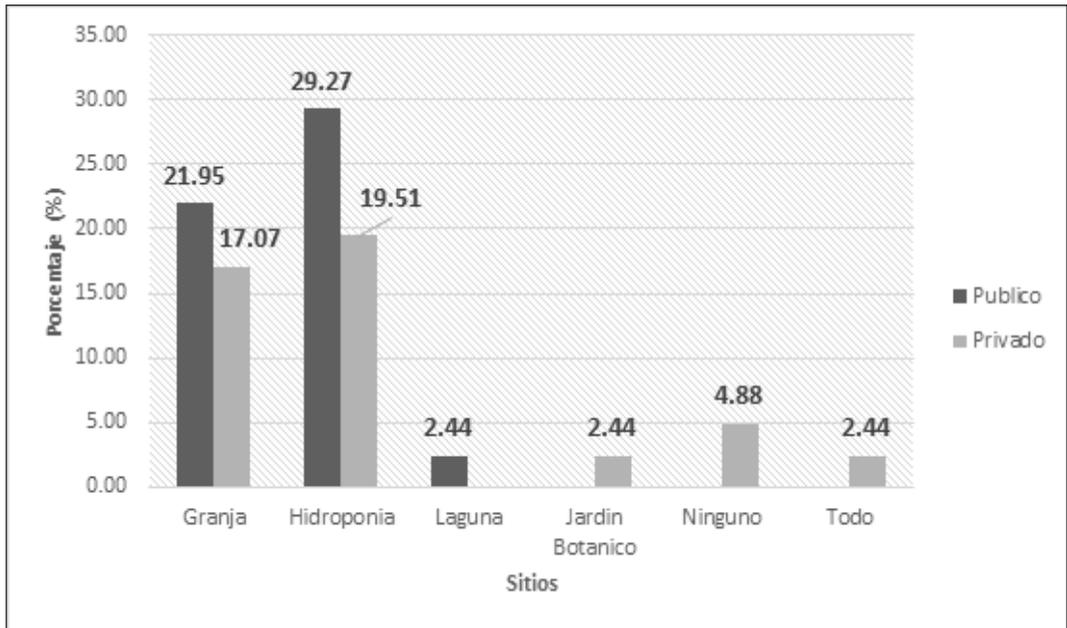


Figura 5

Sitios que más les gustaron a los entrevistados escolares (pregunta 2,10 de la encuesta individual)

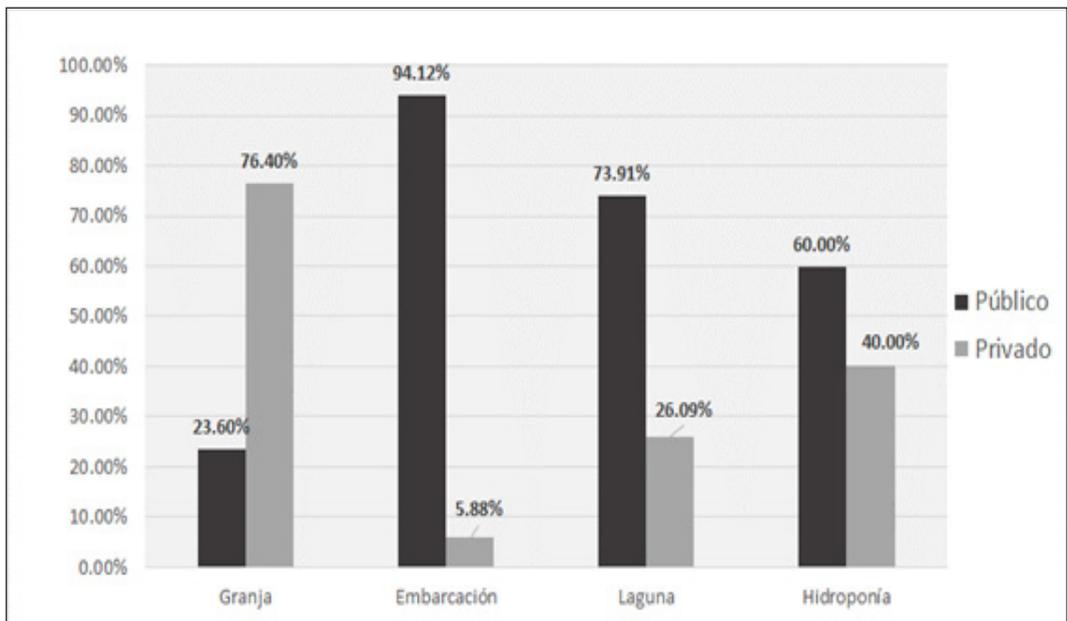


Figura 6

Sitios que menos gustaron a los entrevistados adultos (pregunta 2,11 de la encuesta individual)

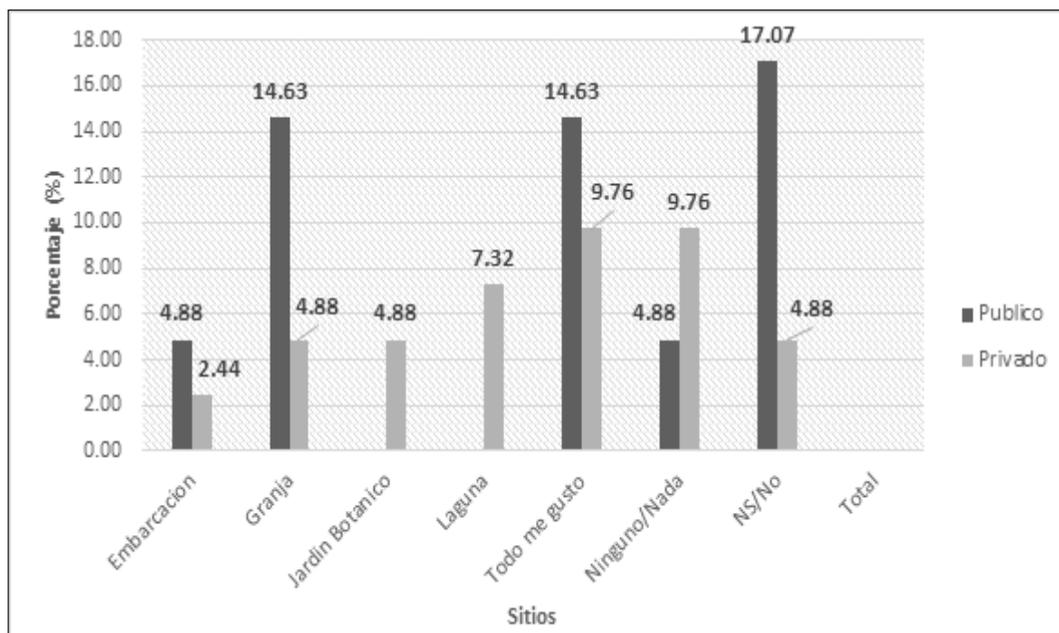
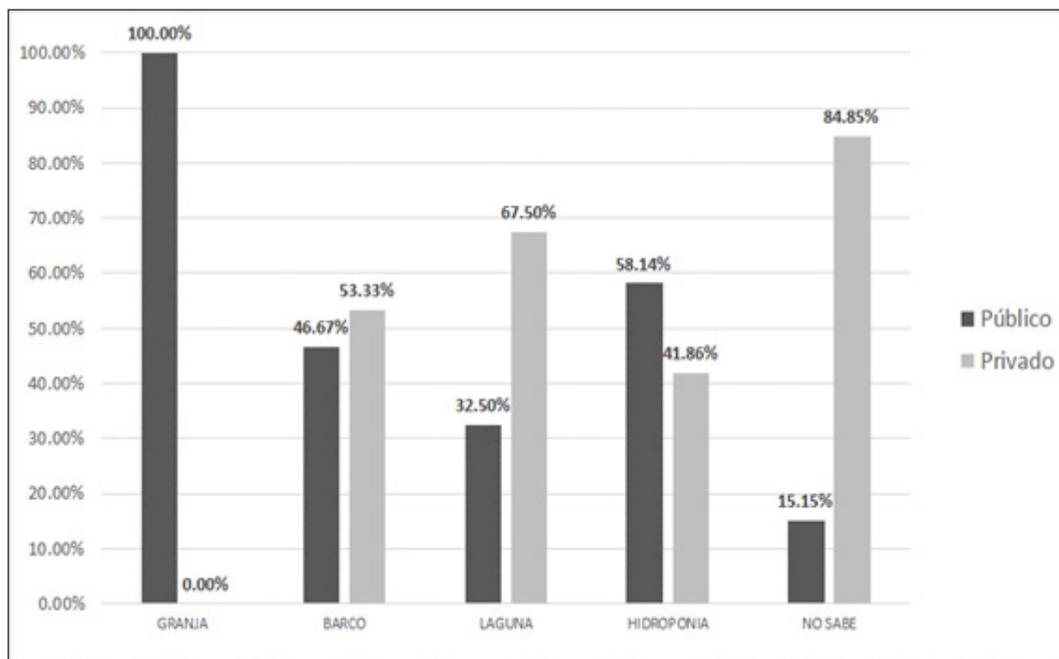


Figura 7

Sitios que menos gustaron a los entrevistados escolares (pregunta 2,11 de la encuesta individual)



En cuanto a la percepción del tiempo usado durante la visita escolar, se obtuvieron dos resultados diferentes: uno en relación con la respuesta de los profesores y acompañantes, y el segundo resultado, con lo percibido por los escolares.

Para la evaluación de la percepción de los docentes y acompañantes (adultos), la prueba de Chi-2 mostró que sí existen diferencias entre las respuestas de los adultos provenientes de colegios públicos en comparación con aquellos de colegios privados. Los profesores de los colegios privados perciben la visita más corta de lo esperado. El resultado (Chi-2= 10,155; gl=4) fue concluyente: indicó que sí hay diferencia entre estas instituciones con respecto a su percepción en el recorrido de la visita (ver Tabla 3).

Asimismo, en el caso de la percepción de los escolares, la prueba de Chi-2 mostró que no existen

diferencias entre las respuestas de los colegios públicos y de los colegios privados. El resultado (Chi-2= 3,3955; gl=2) fue concluyente al indicar que no hay diferencia entre estas instituciones en relación con su percepción en el recorrido de la visita (ver Tabla 4).

Finalmente, un aspecto importante para responder a las demandas educativas fue aquella relacionada con la inclusión de «tareas» para los estudiantes como parte de sus visitas. Al respecto, el 63,41% de personas entrevistadas indicó que la visita escolar sí incluyó tarea educativa (proyecto de estudio). De este conjunto, el 21,95% fue del sector público, y el 41,46%, del privado. Asimismo, el 36,59% del total indicó que no incluyó tarea. De este conjunto, pertenecía al sector público el 31,71%, y al sector privado, el 4,88% (ver Figura 8).

Tabla 3

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

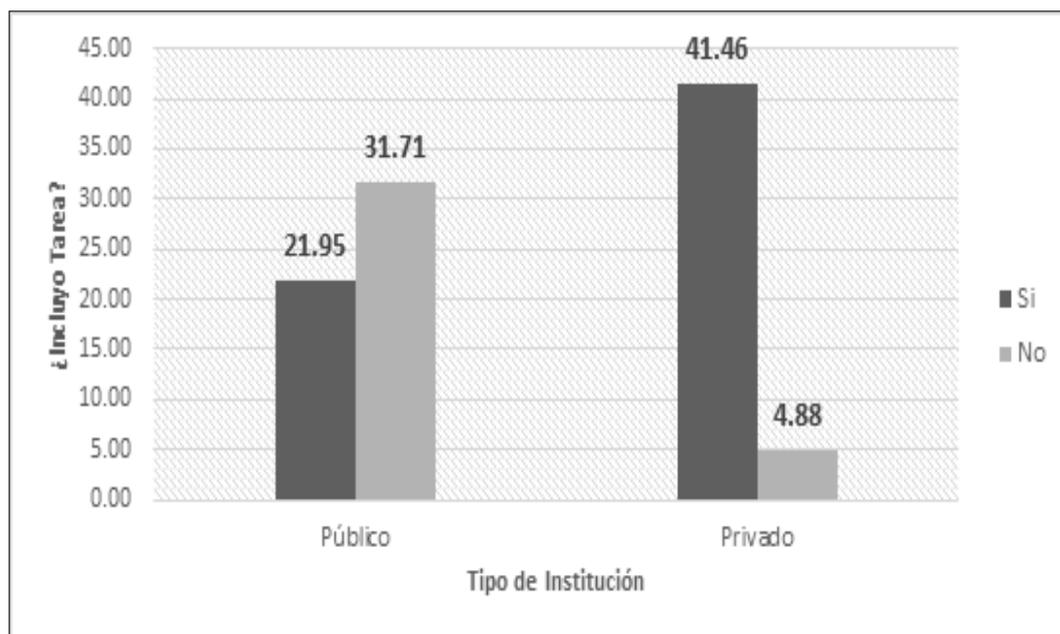
Rows, columns:	3, 3	Degrees freedom:	4	TABLA	CHI2		TABLA
Chi2:	10,155			5,9915	10,155	>	5,9915
Monte Carlo p:	0,0392						
p (no assoc.):	0,03789						
Cramer's V:	0,26374	Contingency C:	0,34946				
Ho: La percepción de los profesores y adultos del tiempo de duración de la visita NO es diferente entre colegios públicos y privados							
Ha: La percepción de los profesores y adultos del tiempo de duración de la visita Sí es diferente entre colegios públicos y privados							

Tabla 4

Análisis Chi-2 con respecto a la percepción del tiempo de visita de los colegios públicos y privados que visitan la UNALM. Pregunta formulada 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	3,3955	<	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							
Ha: La percepción de los alumnos del tiempo de duración de la visita Sí es diferente entre colegios públicos y privados							

Figura 8: ¿Su visita incluyó algún tipo de tarea escolar?



4. Conclusiones

Se plantean las siguientes conclusiones:

1. Los profesores, los padres de familia y los escolares de los colegios que visitan la UNALM se muestran en general muy satisfechos con la visita realizada a la UNALM, independiente de la procedencia del colegio.
2. Es importante reconocer que hay una diferencia considerable entre el grado de satisfacción de los adultos (docentes, administrativos y acompañantes) y el grado de satisfacción de los escolares, la que se manifiesta en las preferencias por los sitios/servicios visitados.
3. La principal motivación de los estudiantes escolares para visitar la UNALM se basa en la expectativa del «paseo escolar» (recreación y disfrute), mientras que la motivación para los adultos está más relacionada con las actividades académicas cognitivas y el desarrollo de tareas académicas.
4. Lo mismo se evidencia en relación con la percepción del tiempo de duración de la visita, la que es diferente entre adultos de colegios públicos y privados. En cambio, la percepción de los alumnos de los colegios públicos y privados no muestra una diferencia significativa.
5. La tarea académica es dependiente del tipo de

colegio y muestra una diferencia significativa entre los profesores de instituciones educativas públicas y privadas. Son las instituciones educativas privadas las que tienen mayores expectativas en relación con las tareas o trabajos académicos en comparación con sus pares provenientes de instituciones educativas públicas.

Contribución de los autores

Preparación y ejecución, Desarrollo de la metodología, Concepción y diseño, Edición del artículo, Supervisión del estudio: TLA, DFVB, JMCS.

Fuentes de financiamiento

Esta investigación no recibió ninguna subvención específica de ninguna agencia de financiación, sector gubernamental ni comercial o sin fines de lucro.

Aspectos éticos / legales

Los autores declaran no haber incurrido en aspectos antiéticos ni haber omitido normas legales.

ORCID and e-mail

Teresa Lindo
Angulo tliindoa@gmail.com
 <https://orcid.org/0000-0003-3471-8750>

Daniel Fernando Valle Basto
dvalle@cientifica.edu.pe
 <https://orcid.org/0000-7175-1192>

Jorge Mario Chávez Salas
jmchavez@lamolina.edu.pe

[historica.html](#)

Vera Macías, Johanna Karina. (2016). *Turismo educativo: origen, importancia y gestión de esta modalidad turística en las universidades del cantón Samborondón*. [tesis de grado, Universidad Espiritu Santo, Ecuador]. Repositorio: <http://201.159.223.2/handle/123456789/2060>

Referencias Bibliográficas

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, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia]. Repositorio institucional <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/11267>.

Barcés, K. (2009). *Plan de Interpretación Ambiental para el Campus de la Universidad Nacional Agraria La Molina*. [tesis magister scientae, Universidad Nacional Agraria La Molina, Perú. No publicada].

Brida, Juan Gabriel, Monterubbianesi, Pablo Daniel, & Zapata-Aguirre, Sandra. (2013). Determinants of Visitor's Satisfaction to a Cultural Attraction: The Case of the Museum of Antioquia, Colombia. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(4), 729-744. Recuperado en 06 de febrero de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322013000400006&lng=es&tlng=en.

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(10): 73-81. doi: 10.1109/MC.2004.149.

Priskin, J. (2004). *L'expérience: concepts et évaluation*. Rapport final. Montreal, Canada, Université du Québec à Montreal. 39p. https://chairedetourisme.uqam.ca/upload/files/experience_rapportfinal_27%20avril%202004.pdf

Universidad Nacional Agraria La Molina (UNALM). (2017). Historia. Accesible en: <http://www.lamolina.edu.pe/portada/html/acerca/res>