



## Cuadernos Gestión Turística del Patrimonio

Handbook of tourism management heritage

Journal homepage: <https://cuadernosgestionturisticadelpatrimonio.es>

ISSN: 2952-2390

# LA GESTIÓN EN MUSEOS: CASO ELBA ARANDA DE SARANGO, PAITA, PERÚ

BRENDA KINBERLIN OJEDA BERNUY<sup>1</sup>

LUZ ARELIS MORENO-QUISPE<sup>2</sup>

## PALABRAS CLAVE

*Investigación mercados*  
*Turismo cultural*  
*Planificación*  
*Organización*  
*Visitantes*

## RESUMEN

*Los museos son importantes para el desarrollo del turismo y permiten transmitir el legado histórico de varias generaciones. El objetivo del estudio es identificar el perfil de los visitantes y explorar la gestión del museo Elba Aranda de Sarango, Paita Perú. Se trata de una investigación de tipo exploratoria y descriptiva basada en un enfoque mixto. Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple y se obtuvo una muestra de 341 visitantes encuestados. El estudio señala que la gestión del museo se centra en la planificación, organización, motivación y control de la institución. 54% de los encuestados visitó por primera vez el museo, la mayoría de los visitantes son varones y dentro de las actividades complementarias 23 % observan las costumbres, 18% prefiere probar la comida del lugar y 34% explora la huaca. 48.7% prefiere visitar el museo con su familia o amigos, 65% pertenece a un grupo educativo, 43% pertenecen a edades entre 20-29 años, 63.6% posee un nivel de instrucción superior universitaria y el 42.5% señala que está muy satisfecho con el recorrido que realizó.*

<sup>1</sup> Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, Universidad Nacional de Frontera (UNF), Sullana, Piura, Perú, Licenciada en Administración Hotelera y de turismo. E-mail: [brenda.kinberlin16@gmail.com](mailto:brenda.kinberlin16@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7348-4219>

<sup>2</sup> Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, Universidad Nacional de Frontera (UNF), Sullana, Piura, Perú, Magister. Docente Investigadora RENACYT reconocida por el Consejo Nacional de Ciencia Tecnología e Innovación Tecnológica-CONCYTEC. E-mail: [lmoreno@unf.edu.pe](mailto:lmoreno@unf.edu.pe), [lam204@hotmail.com](mailto:lam204@hotmail.com) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1332-5739> \*autor correspondiente

## **1.Introducción**

Los museos son reconocidos porque contribuyen a la colección, protección y presentación de objetos de importancia natural y cultural siendo una atracción popular para el ocio y recreo (Hughes y Moscardo, 2019). Según Chang y Gibson (2011), el turismo es una forma especial de ocio, una actividad de tiempo libre que permite adquirir experiencias a lo largo de la vida cotidiana. Sin embargo, teniendo en cuenta a Roberson (2010), el ocio es el tiempo libre para realizar actividades de interés que sean agradables y beneficiosa para la persona, como visitar un museo de arte y vivir una experiencia significativa y satisfactoria. Así mismo, las personas en marco de su libertad, control y autonomía desarrollan actividades de ocio aparte de las obligaciones del trabajo, sociedad y familia, organizando por voluntad propia actividades para relajarse, divertirse o ampliar conocimientos. Por esta razón, los museos al igual que otros atractivos turísticos son lugares especiales que las personas contemplan y les resultan interesantes.

Según Chan et al. (2020), las actividades que se asocian al ocio constan en la participación que se asocia en resultados positivos y negativos, por ende, las actividades de ocio suelen ser ejecutados por adultos, porque tienen más tiempo libre para participar en actividades. Así mismo, Howe y Rancourt (1990), sugieren que el tiempo, el ocio, la recreación y el trabajo son términos relativos con características denotativas y connotativas que atraviesan las disciplinas de la filosofía, la sociología, la psicología y la economía, así como otras áreas de estudio de la ciencia. Además, el tiempo libre percibido por la mayoría de las personas es un espacio para participar en actividades significativas y experimentar el ocio sintiéndose libre.

Según Greenhill (2009), la gestión de los museos tiende a implicar una serie de compromisos en situaciones que no están totalmente bajo el control del director del museo. El éxito o no del museo depende en gran medida de la habilidad y la fuerza del director para mantener un rumbo general en la dirección que desea seguir, a través; de opciones variables y cambiantes que se le presentan, por ende, el director debe saber hacia dónde quiere ir, cómo quiere que se desarrolle el museo en su conjunto y en los departamentos individuales que está constituido el museo.

La visita a los museos se percibe como una actividad basada en tres factores principales que afectan a la elección de las actividades de ocio de las personas en general; personales,

sociales y circunstanciales, así como factores de oportunidad. El primer grupo de factores está relacionado con las circunstancias personales, como la edad, el sexo, las actitudes y los intereses, el segundo grupo de factores incluye la ocupación y los ingresos, y la influencia de los amigos y grupos de amigos, finalmente el tercer grupo de factores se refiere a los recursos disponibles y el tiempo de ocio, el transporte y la concienciación (Lin, 2006).

Por ello, el objetivo de este estudio fue identificar el perfil de los visitantes y explorar la gestión del museo Elba Aranda de Sarango, Paita Perú.

### **1.1. La gestión de los museos**

Hoy en día, el término gestión se aplica no solo a las empresas sino a diversos ámbitos del campo cultural como en el caso de los museos. Según Guerra (2003), la gestión de los museos han sido influenciados por la investigación académica como es el caso de los museos europeos y tiene una relación directa con cambios en la realidad latinoamericana. Por ello es importante que la población de cada territorio tenga la capacidad de vivir y comprender su propio proceso y adoptar las nuevas tendencias, siempre y cuando le sean válidas y aplicables a su propia realidad.

Según Bravo (1995), la palabra “Gestión” sustituye en muchas ocasiones a la palabra organización teniendo en cuenta por la traducción del término en inglés (management), considerando que dicho término quedaría incluido. Asimismo, la gestión de museos desde el punto de vista práctico y filosófico, se debe considerar cuatro conceptos como la planificación, organización, motivación y control.

- **Planificación:** Se entiende como la proyección de objetivos para conducir al museo y lograr las metas propuestas dentro de sus funciones en la adquisición, conservación, investigación, educación, exposición y documentación; por ende, se incluye programación de actividades, asignación de presupuesto y valoración de los recursos. Según McKenzie (2019), indica que la planificación de los escenarios es invocar a varios cursos de formación de estudios museísticos y programas de cambio organizativo, teniendo la propuesta que los equipos de los museos deberían realizar un trabajo más frecuente y riguroso de imaginar el futuro y luego planificar la adaptación según lo imaginado.

- **Organización:** Implica las diversas actividades interrelacionadas entre los recursos financieros, la estructura de personas para conseguir la misión dentro de un museo, así como visionar lo que se desea alcanzar en un periodo de tiempo (Chen et al., 2022). Las personas tienen un papel importante en la organización para contrarrestar los diferentes problemas con las fortalezas de la organización, así como analizar el entorno externo para mediante sus experiencias y conocimientos en el museo.
- **Motivación:** La organización debe lograr una comunicación fluida entre el personal y los visitantes o turistas que acuden al museo. Los colaboradores asumen los objetivos de la organización como propios para avanzar en las metas alcanzar, siempre que exista una motivación laboral que permita un trabajo en equipo. Según Chen et al. (2022), la motivación es el factor para que las personas adopten su comportamiento, y mediante las exposiciones en los museos se generan aprendizajes que guían a los visitantes hacia la exploración de los contenidos que tiene el museo. Por su parte McKenzie (2019), menciona que los museos requieren de personal sensible al patrimonio cultural y natural, que se interese en cuidar los objetos materiales. Además, la motivación en los museos suele darse de forma intrínseca con un trabajo esencial e imaginativo y estimulante y, de forma extrínseca dependerá de los factores externos de la sostenibilidad del planeta frente a los museos.
- **Control:** Los sistemas de control son necesarios para la evaluación del museo, si está en vías para alcanzar los objetivos propuestos y que la institución cumpla con ellas. Según Wnuczak y Osiichuk (2020) mencionan que en el ámbito de la gestión cultural es importante la aplicación de sistemas eficaces de control de la gestión, esto implica la supervisión y evaluación de los recursos planificados y ejecutados. Además, las instituciones culturales utilizan una combinación de recursos de producción (mano de obra, capital, etc.) para prestar servicios culturales que promuevan el patrimonio arqueológico. Por lo tanto, es importante introducir un sistema de control de la gestión para garantizar que estos recursos se utilizan de forma óptima y los sistemas de evaluación del rendimiento respondan a las necesidades de los museos.

Según Magio et al. (2021), la gestión de los museos está relacionado al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, facilita la participación nacional como internacional de las personas, en la planificación y administración arqueológica, excavación, catalogación y conservación de inventarios y protección de los espacios culturales. Así mismo, la gestión de museos implica desarrollar un mapeo funcional de la informatización del museo, es decir el museo debe estar conectado a un sistema de red informática para la gestión de las colecciones, las exposiciones digitales enriqueciendo y aportando la información de fondo histórica, despertando la curiosidad e interés por visitar el museo de forma virtual (Li et al. 2021)

Asimismo, a partir del 20 de marzo de 2020 el Perú fue declarado en Estado de Emergencia Nacional, y todos los museos dejaron de funcionar y la oferta cultural cambió hacia el público, las instituciones tuvieron que reinventarse mediante una transformación digital forzada sin un plan previo en muchos casos, y guiado por la intuición, las ideas y la creatividad. La pandemia representa una oportunidad para cambiar la perspectiva y proponer nuevas soluciones en la gestión de los museos, pero es necesaria segmentar el público que acude a estos espacios (Pluszyńska 2021), para establecer nuevos sistemas de reservas, el aforo en el lugar, la distancia entre los visitantes, la bioseguridad, la procedencia de las personas.

## **2. Metodología**

El estudio fue de tipo exploratorio y descriptivo (Escobar, Astuñaupa y Huanca 2015), basado en un enfoque mixto y de corte transversal (Sampieri, Fernández, y Baptista, 2010). La población estuvo conformada por 2994 visitantes que acudieron al museo Elba Aranda de Sarango, Paita Piura y la muestra fue de 341 visitantes. La duración del estudio fue desde julio de 2019 hasta diciembre de 2020. Se aplicó un cuestionario de 17 preguntas, se procesó y analizaron los datos mediante el software SPSS v.25.

### 3.Resultados

#### 3.1Gestión del Museo Elva Aranda de Sarango

El museo se encuentra ubicado en la Villa Santa Ana, carretera Sullana-Paita kilómetro 30,900, perteneciente al distrito de la Huaca, provincia de Paita, Piura en un entorno poblacional de 15,430 habitantes.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Gráfico I: Ubicación del museo por Google.

La planificación del museo Elva Aranda de Sarango se basa en un plan de actividades anual que aborda temas expositivos, de comunicación arqueológica y educativa dirigida a todos los públicos.



Fuente: Elaboración propia, 2022

#### Gráfico II: Sala de arqueología

Se observó 2 grupos de visitantes que acudían al museo Elba Aranda de Sarango, Paíta, Perú, por un lado, el 54% visitaba por primera vez al museo y por otro 46% de los visitantes repetía la visita. Según las actividades complementarias que realizan los visitantes, el 34% visita la Huaca, 23.2% observa las costumbres del lugar, 18,2% consume la gastronomía del lugar y 24.6% toma fotografías.

La mayoría de visitantes, 48.7% prefiere acudir al museo con su familia o amigos, 30.5% prefiere ir en grupo organizado y 19.6% acude solo. Respecto al grupo que pertenece 65.1% estaba vinculado a una institución educativa o escolar, 32.8% a una asociación cultural, 1.5% a una red de adultos mayores, 0.6% a un grupo de investigación.

La organización del museo se desarrolla por temas y están a cargo del Don Jaime Arturo Sarango Aranda propietario del museo Elba Aranda de Sarango, quien junto con el apoyo de estudiantes de la Facultad de Ciencias Empresariales y de Turismo de la Universidad Nacional de Frontera, Sullana, Perú realizan la programación y el guiado de las salas de exposición.

El Sr. Jaime tomó como iniciativa crear este museo, que nos permite conocer la historia del distrito de “La Huaca” y con la ayuda recibida por parte de la empresa Maple Etanol mejoró la infraestructura del museo desde sus inicios.

Dentro de las funciones que realiza el Sr. Jaime en el museo son:

- Encargado de la gestión económica y la publicidad del museo

- Recepción y atención de los visitantes que acuden al museo
- Realiza el rol de guía brindando la información que se exhibe en las salas
- Limpieza, mantenimiento y vigilancia de las salas de exhibición

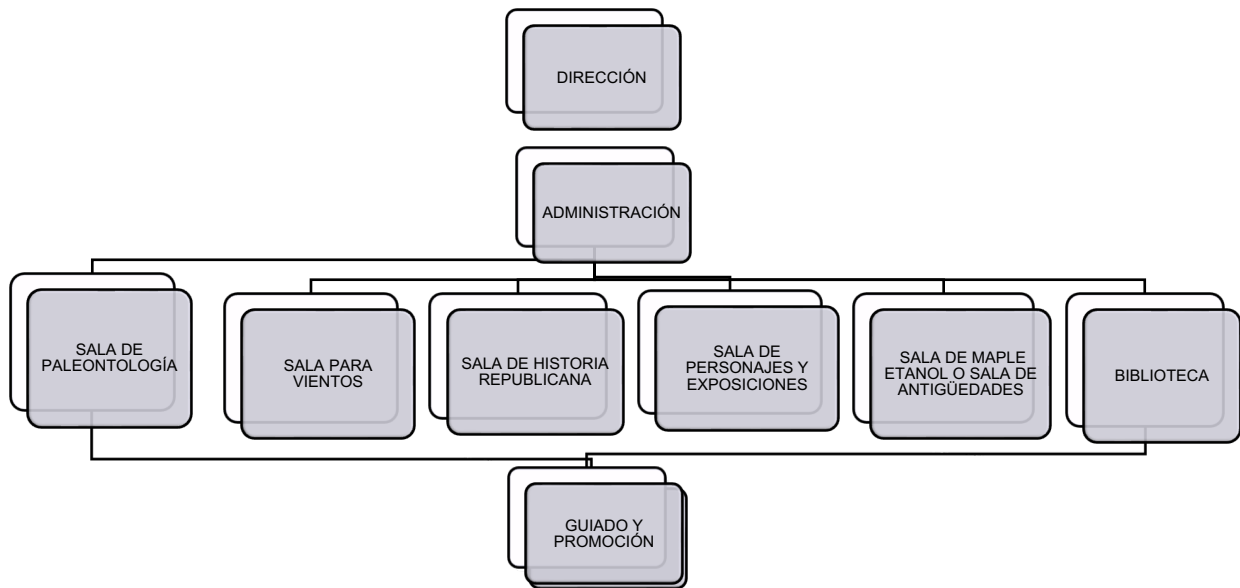
Los ingresos que tiene el museo para su mantenimiento y funcionamiento son por el ingreso de los visitantes. Por un lado, S/. 5.00 soles pagan jóvenes y adultos y por otro S/.3.00 soles los niños. Por ende, el ingreso mensual proyectado del museo puede ascender en ocasiones a S/. 1,240 soles mensuales. Dentro de las capacidades de las personas que gestiona el museo están; brindar un trato amable y cortés a los visitantes, actuar con responsabilidad en todas las actividades internas y externas que realice el museo hacia el público, comunicar las exposiciones y actividades, trabajar en equipo junto con los colaboradores del museo, y poseer conocimientos sobre la normativa de salud y seguridad en el museo.

Los horarios de atención del museo Elba Aranda de Sarango son de lunes a sábado de 10:00 a.m. a 16:00 y domingos de 11:00 a.m. a 15:00.

Según el organigrama propuesto para el museo Elba Aranda de Sarango se considera las siguientes áreas.

- Dirección: Dirige el museo, conserva, investiga, difunde y expone todas las manifestaciones culturales y arqueológicas en el distrito de la Huaca y la región.
- Administración: Administra o maneja los recursos financieros y humanos del museo.
- Sala de Paleontología: Se exhibe los restos fósiles de animales, según refiere Don Jaime Aranda “pertenecen a la época de plioceno y pleistoceno (cráneos de mastodontes de los géneros Cuvieronius, Macrauchenias y Megaterios.), marinos, fluviales y terrestres, también se halló un esqueleto parcial de una ballena, dientes de tiburón, especies marinas y ostras de gran tamaño que existieron en el lugar”, así mismo señala que “estos trabajos fueron apoyados en sus inicios por el arqueólogo Rodolfo Salas Gismondi de la dirección de paleontología de vertebrados de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”.
- Sala para Vientos: Exhibe ceramios de pasa vientos que fueron encontrados por los pobladores en el distrito de la Huaca.

- Sala de Historia Republicana: Exhibe objetos como iglesias y casas antiguas que presentan el desarrollo de la sociedad en una secuencia cronológica, que abarca desde la edad de piedra, las etapas pre-incas e incas hasta la época republicana. republicana (año 1821 al presente).
- Sala de Personajes y Exposiciones: Se exhiben personajes de peruanos ilustres, muestra de ello el Sr. Jaime Aranda refiere que se trata del “escultor de América del Sur, Luis Felipe Agurto Olaya”, quien esculpió el monumento piurano “Miguel Grau Seminario”.
- Sala de Antigüedades: Esta sala permite atender a los visitantes empleando material gráfico y evidencias fotográficas del tren que se construyó en 1877 por el estadounidense Ezra Miller, este tren unía las vías de Paita a Piura, ahora ya no existe.
- Sala de Biblioteca: En el 2022 se inauguró esta sala, contiene colecciones de libros, manuscritos, objetos personales y cuadros que las convierten en un fondo museográfico para ser apreciado por el público que concurre al museo.
- Guiado y Promoción: Esta área es la encargada de atender al público nacional e internacional que visita el museo por medio de un recorrido personalizado, explicando la historia en español e inglés del museo. Asimismo, promocionar mediante las redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) el acceso y visitas del público, así como brindar folletos o trípticos del museo para fomentar la enseñanza y aprendizaje del público que acude al museo.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Gráfico III: Organigrama propuesto para el museo

La motivación que proyecta el museo Elba Aranda de Sarango se apoya en 15.2% en las redes sociales, 11.7% en folletos o trípticos, 46.9% en la invitación de amigos y familiares, 20.2% en el cartel del museo que es visible hacia los visitantes.



Fuente: Elaboración propia, 2022

Gráfico III: Cartel del museo

El control esta visto como la mejora continua en los servicios que ofrece el museo Elba Aranda de Sarango a los visitantes, en ese sentido 48,4% de los visitantes al museo indicaron que la atención, amabilidad, conocimiento, comportamiento del guía y la presentación de la exposición en el museo fue muy buena y un 32,6% de los visitantes valoraba estos atributos como bueno, y 19.1% como regular.

El 44,3% percibe como muy buena la variedad de objetos que ofrece el museo, 37,2% la descripción informativa en la exposición del museo, 38,1% valoran la limpieza y orden en las salas y el 38,1%, valoran como muy buena la calidad en general del museo (Tabla 1).

Tabla 1. Aspectos que se valora del museo para la mejora continua

Escala	Variedad de Objetos		Descripción informativa		Limpieza y orden		Calidad general	
	Frec.	%	Frec	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Muy buena	151	44.3	127	37.2	130	38.1	130	38.1
Buena	115	33.7	135	39.5	129	37.8	132	38.7
Regular	65	19.1	69	20.2	72	21.1	69	20.2
Mala	5	1.5	5	1.5	5	1.5	5	1.5
Muy mala	5	1.5	5	1.5	5	1.5	5	1.5
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>100</b>	<b>341</b>	<b>100</b>	<b>341</b>	<b>100</b>	<b>341</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia, 2022.

Las sugerencias de mejora desde la percepción del visitante que acude al museo se evidencian en 23.2% que señala que debe mejorar la infraestructura, 10.6% los servicios de limpieza en el museo, 16.1 el mantenimiento de la exhibición, 11.1% la iluminación en general, 15.8% caracterizar por áreas la exhibición del museo, 20.8% la promoción del museo, 2.3% el servicio de guía.

### 3.2. Perfil del visitante del museo Elba Aranda de Sarango

El perfil del visitante que acudió al museo según género, fueron 50,4% hombres y 49,6% mujeres. 6.5% de los visitantes tenían edades menores a 14 años, 14.1% entre 14 a 19 años, 43.1% de 20 a 29 años 35.2% de 30 a 60 años y solo 1.2% más de 60 años.

Según el grado de instrucción 63,6% tenía superior universitario, 19,9% superior técnica, 10,6% secundaria y 5,9%, primaria. Sin embargo, del total de visitantes que acuden al museo Elba Aranda de Sarango 27% fueron profesionales relacionados a las ciencias empresariales como administradores, contadores, economistas, etc., 22%, profesionales de las ciencias de la salud, 13% profesionales técnicos, 13% profesionales en ciencias sociales, 11% fueron estudiantes.

75% de los visitantes procedían de diversas ciudades peruanas, principalmente de Sullana, Paita y Piura y en menor proporción de Talara, Lima y Arequipa. Así mismo, 25%

de los visitantes internacionales, provenían de países vecinos como Venezuela, Ecuador, Chile y Argentina, también llegaban visitantes de Estados Unidos, Paraguay y Alemania.

Respecto a la disponibilidad de gasto de los visitantes 26,7% gastaba entre S/.10.00 a S/.20.00 soles, 19,6% gastaba entre S/.30.00 a S/40.00 soles y 15,8% gastaba entre S/.40.00 a S/.50.00 soles.

Los motivos que tienen los visitantes para acudir al museo son diversos; 46,3% acudía para aprender y conocer la historia, 32,0% estaba motivado por conocer los restos fósiles como el mamut, 15,2% buscaba reunirse con amigos y por eso acudía al museo, 5,3% por motivos de investigación.

#### **4. Discusión**

La importancia de los museos incide en la relación hacia el público que acude para explorar sus conocimientos, historia y poder compartir las vivencias siendo beneficioso para la organización y los visitantes. Las personas encuentran en los museos lugares de conversación, recibiendo la información que los enriquece teniendo experiencias únicas que les permite relacionarse con otras personas que comparten los mismos intereses, siendo la comunicación necesaria en el museo (Benito, 2017).

Según Lopez (2020), el perfil demográfico es la clasificación del turista acorde a la residencia o lugar de origen. Además, esta variable determina el comportamiento de la compra o consumo, considerando que las empresas turísticas optan por diseñar paquetes turísticos. En este estudio el género masculino de los visitantes predominó, con edades de 20 a 29 años, con grado de instrucción superior universitaria, cuya profesión fue ciencias empresariales, sin embargo; estos resultados no concuerdan con Tan y Oinonen (2009) quienes estudiaron a 64 personas, 28 hombres y 36 mujeres. Tenían que visitar un museo al menos una o dos veces al año. La mitad de los participantes tenía entre 18 y 35 años, y la otra mitad tenía más de 35 años, la mitad de cada categoría de edad visitaba un museo al menos una vez al mes. Así como señalan Merciu, Laurenti y Cercleux (2018), que evidenció que los visitantes de los museos según el nivel de educación prefieren un tipo de museo, además las personas mayores visitan muy poco los museos como ocurre en Bucarest, Rumanía frente a la proporción de jóvenes, un dato similar se observó en el presente estudio y ello debe motivar a elaborar nuevas estrategias dirigidas a este grupo etareo.

Además, los museos se consideran recursos turísticos tradicionales y culturales por las colecciones que albergan, por su autenticidad y la diversidad tipológica de cada museo, por esta razón el museo debe responder a las motivaciones de viaje y necesidades de los visitantes desde el punto de vista cultural, y estas motivaciones compiten con las del cine, los teatros u otras organizaciones culturales en su intento de atraer a un número significativo de personas. En los últimos años, el reto de atraer a los visitantes a los museos ha generado un cambio significativo en la transformación de espacios estáticos hacia espacios culturales dinámicos, diversificando las funciones tradicionales (educativas, culturales, de preservación y restauración) implementando funciones sociales y recreativas (Merciu, Laurent, i y Cercleux, 2018).

Por su parte Altieri et al (2021), señalaron que los museos han tenido que hacer frente a la creciente competencia y priorizaron identificar las motivaciones de los visitantes para segmentar el público y ofrecer experiencias únicas que satisfagan los deseos del visitante de una manera abierta, inclusiva y creativa aumentando el impacto afectivo de la experiencia.

Respecto a la procedencia se observó que la mayoría de los visitantes que acuden al museo fueron del interior de la región norte peruano, siendo sullaneros, paiteños y piuranos, así como visitantes internacionales de países vecinos como venezolanos, ecuatorianos, chilenos y argentinos. Estos resultados coinciden con Falcon (2012), quien mencionó en su informe que el público objetivo del museo fue piurano, sullanero, talareños y paiteños, pero no indica datos de los visitantes extranjeros. También Diaz (2018), aporta que los visitantes que acudieron al museo nacional fueron provincianos del interior del país, así como visitantes extranjeros.

Según Pazmiño (2016), "...Las características psicográficas definen las respuestas de un individuo en su ambiente, sus valores, actitudes, percepciones, intereses y satisfacciones, aspectos que no son deducibles de su perfil demográfico". En el presente estudio los visitantes nacionales tuvieron una disponibilidad de gasto superior a S/. 60.00 soles por visita, aunque muchos solo dispusieron entre S/.10.00 a S/.20.00 soles, estos resultados no coincidieron Sedmak y Brezovec (2017), quienes mencionaron que el visitante típico de un museo pertenecía a un grupo de educación, ocupación e ingresos altos, que normalmente buscan oportunidades para aprender, experimentar algo nuevo, hacer algo que valga la pena, sentir comodidad y confort y también para participar activamente.

Por su parte Sánchez (2015), menciona que el comportamiento de las personas se encuentra en el enfoque conductista es decir cuando se produce un estímulo-respuesta en el museo y los objetos museográficos atraen la atención de los visitantes. Este reporte coincide con los motivos de los visitantes al museo Elba Arada de Sarango que fueron; aprender y conocer la historia, conocer los restos fósiles (mamut), la reunión de amigos, la investigación. Asimismo, los visitantes acudieron más de una vez al museo y cuando lo hicieron fue acompañado por la familia y amigos, por un grupo organizado, estos resultados coinciden con el informe de Falk y Storksdieck (2005), que señalan que la naturaleza de libre elección de las experiencias museísticas los visitantes es selectiva de lo que buscan aprender y sus decisiones de visitar están influenciadas por su conocimiento previo. Por lo tanto, tratar de medir un fenómeno que es muy idiosincrático y muy variable de un individuo a otro es un reto y requiere enfoques y herramientas de los que se utilizan para evaluar el aprendizaje. Asimismo Sedmak y Brezovec (2018), mencionan que diferentes visitantes de los museos necesitan diferentes tipos de exposiciones, funciones, tamaños y enfoques de interpretación, por ende la interpretación lo define como una herramienta de comunicación que se utiliza para facilitar la forma en que los visitantes se relacionan con las exposiciones del museo, asimismo señala el papel activo del visitante en crear el significado de una experiencia museística, influenciado por las motivaciones de ocio, los acompañantes y la identidad propia.

Por su parte Preko y Gyepi (2021), sostienen que los servicios turísticos de alta calidad tienden a promover lealtad e impactan directamente en la rentabilidad debido a que los visitantes tienen una mayor disposición de pago por disfrutar la experiencia que ofrece el museo. Por otro lado Merciu, Laurent, i y Cercleux (2018), mencionan que el uso de métodos modernos de promoción basado en las tecnologías como dispositivos portátiles, sistema de información con ayuda de teléfonos inteligentes, fachadas mediáticas contribuyen en los sistemas de guiado que conecta al museo con un mayor número de visitantes, estos aspectos es importante que a futuro considere el museo Elba Aranda de Sarango para maximizar la promoción y el acceso de todos los públicos. Tal como señalan Vinodan y Meera (2020) acerca de las tecnologías, especialmente móviles que ofrecen espontaneidad, comodidad y eficacia para lograr una información auténtica sobre el destino de una manera única para mejorar las experiencias, por ello el turismo electrónico refleja la digitalización de todos los procesos y cadenas de valor del turismo, los viajes, hostelería y restauración aplicando la tecnología de la información y la comunicación para maximizar la eficiencia y eficacia de los productos y las empresas turísticas. Así mismo, fortalece los emprendimientos culturales que

identifican a la región del norte peruano (Moreno-Quispe, 2021). Por otro lado, en el ámbito educativo el internet permite que los estudiantes tengan información actualizada de los museos y trabajen en colaboración entre compañeros, intercambiando conocimientos, experiencias y fomentando su aprendizaje (Hernández Romero & Salazar Heredia, 2018). Las necesidades educativas de cada estudiante son retos para la educación inclusiva por esta razón es necesario socializar las actividades extracurriculares que desarrollan los estudiantes fuera de las aulas como su visita de estudio a museos, ferias culturales entre otras actividades. También es necesario el desarrollo de planes, programas y/o proyecto de intervención, que busquen responder las diferentes necesidades educativas que de estudiantes porque según Delgado Valdivieso (2022), la educación inclusiva “es uno de los grandes desafíos para los contextos de educación superior actuales, caracterizados por el aumento de la complejidad y la diversidad de los estudiantes y sus situaciones. Por tanto, permite a todos sus actores, generar diferentes escenarios de intervención con el fin de buscar siempre el acceso, la permanencia y el éxito académico de todos los estudiantes” (p.16).

#### **4. Conclusiones**

La gestión del museo Elba Aranda de Sarango se basa principalmente en la planificación, organización, motivación y control que está dirigida por Don Jaime Arturo Sarango Aranda. El visitante que acude al museo mayormente es del género masculino y de edades de 20 a 29 años y de 30 a 60 años principalmente. La mayoría tenía estudios superiores universitarios relacionados a las ciencias empresariales, gastan entre S/.10.00 a S/.20.00 soles en el museo. El motivo principal de visitar a este atractivo es aprender y conocer la historia y los restos fósiles como el mamut.

En el presente estudio los visitantes del museo Elba Aranda de Sarango percibieron la satisfacción considerando la publicidad, la recomendación de amigos y familiares, folletos y las redes sociales. Asimismo, los visitantes solicitaron que es necesario que el museo facilite elementos de apoyo, servicio de guiado, así como mejorar la infraestructura, realizar la promoción del museo, el mantenimiento y caracterización de las salas de exhibición e iluminación general. Por ello, los gestores deberían desarrollar estrategias de marketing para maximizar la promoción del museo y mejorar la experiencia del viaje atendiendo las recomendaciones identificadas del visitante.

### **Agradecimientos**

Se agradece a la Universidad Nacional de Frontera por la subvención otorgada para realizar el presente estudio (Convenio N° 05-2021-UNF).

## Bibliografía

- Albelo, J. (15 de enero de 2015). *Croma Cultura*. Obtenido de <https://www.cromacultura.com/tipos-de-museos/>
- Altieri, A., Ceccacci, G., Giraldo, L., Leopardi, M., Mengoni, & Talipu. (2021). *Affective guide for Museum: a system to suggest museum*. 3-13.
- Benito, D. C. (20 de noviembre de 2017). *Conceptual evolution of the museum as a space for communication*. Obtenido de <https://sci-hub.hkvisa.net/10.5209/ESMP.59962>
- Bravo, J. I. (1995). *Dialnet*. Obtenido de <file:///C:/Users/UNF/Downloads/Dialnet-LaOrganizacionYGestionDeMuseos-50959.pdf>
- Collado, C. F., Baptista Lucio, P., & Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Delgado Valdivieso, K. E., Vivas Paspuel, D. A., Carrión Berrú, C. B., & Reyes Masa, B. (2022). *Educación inclusiva en América Latina: Trayectorias de una educación segmentada*. *Revista de Ciencias Sociales*, 18-35.
- Falk, J. H., & Storksdieck, M. (2005). *Learning science. História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, 117-143.
- Falcón Sarango, Pedro (2012). Obtenido de [https://pirhua.udel.edu.pe/bitstream/handle/11042/2707/HUM-GC\\_020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udel.edu.pe/bitstream/handle/11042/2707/HUM-GC_020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Gamazo, A. R. (2017). *La importancia del museo en la educación. Un binomio en continua evolución. Revista de investigación aplicada y experiencias educativas*, 127-150.
- Guía de Museos del Perú. (2012). *Ministerio de Cultura*. Lima: Dirección de Museos y Bienes Muebles.
- Hernández Romero, G., & Salazar Heredia, A. (2018). *Empleo del internet por estudiantes de una Universidad pública mexicana*. *Revista de Ciencias Sociales*, 113-125.
- Iber- Museos*. (25 de octubre de 2021). Obtenido de <http://www.iber museos.org/recursos/noticias/el-ministerio-de-cultura-de-peru-presenta-reporte-de-reapertura-de-museos-2020-2021/>
- Lopez, T. L. (2020). Obtenido de [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2514/3/TL\\_VidaurreLopezTiare.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2514/3/TL_VidaurreLopezTiare.pdf)
- Merciu, F.-C., Laurentiu Merciu, G., & Loreta Cercleux, A. (2018). The Role of Museums in the Development of Cultural Tourism. *Springer Proceedings in Business and Economics*, 173-186.

- Ministerio de la Cultura. (2021). *Museos en línea*. Obtenido de <https://museos.cultura.pe/museos-en-el-per%C3%BA>
- Moreno-Quispe, L. A., Martínez Nole, I. V., Apaza Panca, C. M., & Santa Cruz Arévalo, J. E. (2021). Ideas de negocio para reactivar el turismo en pandemia en “La Encantada”, Chulucanas, Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 173-186.
- Pablo, V. E., Astuñaupa Flores, S., & Huanca Solís, W. (2015). *Metodología de la Investigación Científica*. Huancayo: Gáfica Tolentino. E.I.R.L.
- Preko, A. K., & Francis Gyepi-Garbrah, T. (2021). Museum experience and satisfaction: moderating role of visiting frequency in national museum of Ghana. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 239-253.
- Romero, M. E., Ordoñez Ocampo, B. P., & Espinoza Freire, E. E. (2021). Los museos en la enseñanza de historia. *Revista Universidad y Sociedad*.
- Sampieri, R. H., Fernández - Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. Iztapalapa, México D.F: Pintado in México.
- Sedmak, G., & Brezovec, A. (2017). Visitors’ Preferences for Museum Interpretation: *Research Gates*, 141-150.
- Sedmak, G., & Brezovec, A. (2018). Visitors’ Preferences for Museum Interpretation: Identifying and Targeting Market Segments. *Research Gates*, 141-150.
- Tan, E. S., & Oinonen, K. (2009). Personalising Content Presentation in Museum exhibitions. *Proceedings of the 15th International Conference on Virtual Systems and Multimedia*, 232-238.