



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

TEMA:

**Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla
Isabela en Galápagos.**

AUTORES:

**Cartagena Valladares Meisy Carolina
Salguero Santos Danna Jahel**

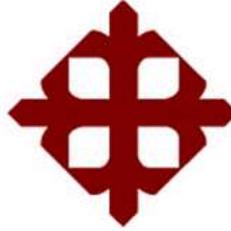
**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado
en Turismo**

TUTOR:

Lcda. Aline Guitierrez Northia, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2023



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE TURISMO

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Cartagena Valladares Meisy Carolina y Salguero Santos Danna Jahel**, como requerimiento para la obtención del título de Licenciado/a en Turismo.

TUTORA

Lcda. Aline Guitierrez Northia, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Phd.

Guayaquil, a los 8 días del mes de febrero del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Cartagena Valladares Meisy Carolina

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA

Cartagena Valladares Meisy Carolina



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Salguero Santos Danna Jahel

DECLARO QUE:

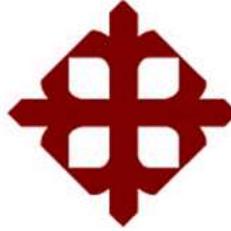
El Trabajo de Titulación, **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos** previo a la obtención del título de Licenciado/a en Turismo, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA

Salgueros Santos Danna Jahel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

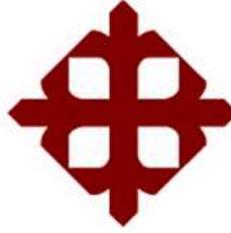
Yo, Cartagena Valladares Meisy Carolina

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA:

Cartagena Valladares Meisy Carolina



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

AUTORIZACIÓN

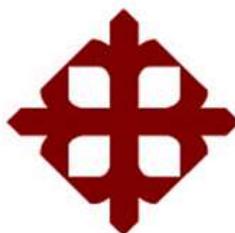
Yo, Salguero Santos Danna Jahel

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2023

LA AUTORA:

Salguero Santos Danna Jahel



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES
CARRERA DE TURISMO**

Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos**, presentado por las estudiantes **Cartagena Valladares Meisy Carolina, Salguero Santos Danna Jahel**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (1%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Documento:** [TT Cartagena Valladares - Salguero Santos -3.docx](#) (D156693200)
- Presentado:** 2023-01-23 06:24 (-05:00)
- Presentado por:** meisy.cartagena@cu.ucsg.edu.ec
- Recibido:** aline.gutierrez.ucsg@analysis.urkund.com
- Mensaje:** Tesis Cartagena Meisy y Salguero Danna [Mostrar el mensaje completo](#)

A yellow highlight indicates: **1%** de estas 30 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lcda. Alinne Gutiérrez Northia, Mgs.

TUTORA

Agradecimiento

Agradezco a Dios por darme salud y por permitirme estar aquí en el lugar y momento perfecto.

a mi madre, Alexandra Valladares por siempre apoyarme y estar al pendiente de este largo recorrido profesional.

A mi padre, Roberto Cartagena que ha sido mi maestro de vida y mi gran apoyo.

A mi hermana Diana por haberse convertido en lo más especial de mi vida, por escucharme y siempre darme de su tiempo.

A mi hermano Roberto que siempre estuvo al pendiente de mí.

A mis sobrinos Nuseika, Aylene y Dafin y mis cuñados Stalin y Anabel porque de una u otra manera han sido y fueron parte de este proceso.

A los amigos y compañeros que hice durante toda esta etapa especialmente a Leysly Contreras que se convirtió en una hermana para mí.

A mi querida amiga y compañera de tesis Danna Salguero que durante todos estos meses hemos creado lazos tantas experiencias únicas vividas.

A mi querido y amado Gokusito por haber estado conmigo desde el principio de mi carrera y mis demás bebés perrunos Mila, Luna, Tita y Rodolfo.

A mi estimada tutora Lic. Aline Gutiérrez por su enseñanza, su guía y paciencia que mantuvo a lo largo de este proceso.

A los docentes quienes estuvieron conmigo brindándome su conocimiento.

Meisy Carolina Cartagena Valladares

Agradezco a Dios por permitirme el día de hoy estar culminando una parte fundamental en mi vida. a mi mamá que me ha apoyado en toda mi carrera universitaria sin dudar.

A mi tía quien ha sido mi segunda madre y mi mejor ejemplo a seguir.

Les agradezco a mis primas que me han ayudado siempre que han podido.

Le agradezco a mi compañera Meisy quien me dio la oportunidad de hacer este proyecto junto a ella.

A los docentes que la carrera me brindó y fueron quienes pudieron transmitirme sus conocimientos para lograr convertirme en una profesional.

Danna Jahel Salguero Santos

Dedicatoria

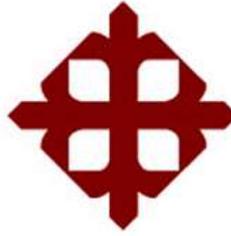
Le dedico este trabajo a mis padres Roberto Cartagena y Alexandra Valladares, a mis hermanos Diana y Roberto, a mis sobrinos Nuseika, Aylen y Dafin, a cada uno de ellos que me acompañó en este proceso y ahora disfrutan conmigo esta alegría de convertirme en una profesional.

Meisy Carolina Cartagena Valladares

Le dedico el presente trabajo a las mujeres que han estado presentes en mi vida; a mi mamá que, aunque no pudo estar de forma física en todo este tiempo, me apoyó en todo lo que he necesitado y gracias a todo su sacrificio ha hecho posible que yo llegue hasta aquí; y a mi tía Grecia quien me ha enseñado muchos valores para ser una persona de bien y con ética.

Gracias por todo.

Danna Jahel Salguero Santos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

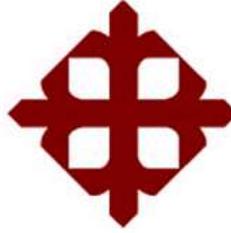
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

LCDA. ALINE GUITIERREZ NORTHIA, MGS.
TUTORA

ING. KARLA RAMÍREZ IÑIGUEZ, MGS.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

ING. ALEXANDRA MURILLO PALADINES, MGS.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ING. JOSÉ MEDINA CRESPO, MGS.
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE TURISMO**

Calificación

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
CARTAGENA VALLADARES MEISY CAROLINA	
SALGUERO SANTOS DANNA JAHIEL	

**LCDA. ALINE GUITIERREZ NORTHIA, MGS.
TUTORA**

Índice General

Introducción	2
Antecedentes	3
Justificación.....	5
Planteamiento del problema.....	5
Pregunta de Investigación	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
CAPÍTULO 1	7
Fundamentación Teórica	7
Marco teórico.....	7
Marco conceptual.....	12
Marco referencial.....	18
Marco legal	20
CAPÍTULO II	22
Análisis de mercado	22
Tipo de investigación.....	22
Enfoque de investigación.....	22
Diseño de la investigación	22
Muestra	23
Formula.....	23
Metodología utilizada	24
Resultados de las encuestas realizadas	25
CAPÍTULO III	36
Propuesta del producto	36
Generalidades de la isla Isabela.....	36
Metodología para el registro de la información del atractivo turístico, Muro de las Lágrimas en la Isla Isabela.....	36
Atractivos turísticos – Muro de las lagrimas	37

Propuesta para la operación de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela	44
Conclusiones	46
Recomendaciones.....	47
Referencias.....	48
Apéndices.....	53

Índice de Tablas

Tabla 1. Ciudad y país de origen de los encuestados	26
Tabla 2. Listado de motivaciones de los turistas para visitar la isla Isabela con paquete de turismo oscuro	31
Tabla 3. Actividades turísticas que ofrece las islas Galápagos	32
Tabla 4. Conceptualización del producto oscuro en Isabela	44
Tabla 5. Paquete turístico de 2 noches y 3 días de 9am-5pm	45
Tabla 6. Paquete turístico de 4 noches y 5 días de 9 am-5pm	45

Índice de Figuras

Figura 1. Teoría de las necesidades humanas, Abraham Maslow.....	11
Figura 2. Lugar de procedencia de los encuestados.....	25
Figura 3. Países de origen de los turistas encuestados.....	27
Figura 4. Edad de los encuestados.....	27
Figura 5. Género de los encuestados.....	28
Figura 6. Nivel de estudio de los encuestados	28
Figura 7. Con quien suele viajar normalmente el turista	29
Figura 8. Cuanto tiempo se quedará el encuestado en las islas Galápagos.....	30
Figura 9. Interés de los turistas por sitios relacionados con turismo oscuro.....	30
Figura 10. Isla en que le gustaría hospedarse a los turistas.....	31
Figura 11. Porcentaje de las atracciones turísticas.....	33
Figura 12. Tiempo dispuesto a pasar en las islas Galápagos	33
Figura 13. Pago por paquete turístico	34
Figura 14. Ficha del muro de las lágrimas	38

Resumen

La presente investigación busca realizar una propuesta para la operación de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela como es el Muro de las Lágrimas. La razón principal por la que no se ha desarrollado este tipo de turismo es que no se han identificado los recursos potenciales para promover estas actividades y posterior a esto los habitantes de la isla Isabela no tienen conocimientos de estas opciones de turismo.

Por ello, es que en esta investigación se realizó una encuesta para determinar el tipo de mercado y las preferencias de los posibles visitantes y a su vez, identificar las necesidades, gustos y requerimientos del mercado.

El cuestionario fue aplicado para turistas nacionales como internacionales que visitan las islas Galápagos, aquellos formularios fueron realizados por medio del formato de Google forms con un total de 387 encuestas. Dando como resultado que dentro del Ecuador si existen personas interesadas en conocer sobre el turismo oscuro hasta un 30%, es decir que, si existe aceptación por parte de los turistas en visitar la isla Isabela, mencionaron además que sería bueno incluir el turismo oscuro como parte de su travesía y en combinación con otras actividades llevarse una experiencia inolvidable.

Palabras Clave: Aceptación, Experiencias, Intereses, Necesidades, Turismo oscuro, Isla Isabela

Abstract

The present investigation seeks to make a proposal for the operation of a dark tourism product on Isabela Island such as the Wall of Tears. The main reason why this type of tourism has not been developed is that potential resources to promote these activities have not been identified and after that the inhabitants of Isabela Island have no knowledge of these tourism options.

For this reason, it is that in this investigation a survey was carried out to determine the type of market and the preferences of possible visitors and, in turn, identify the needs, tastes and requirements of the market.

The survey was applied to national and international tourists who visited the Galapagos Islands, those forms were made through the Google forms format with a total of 387 surveys. Giving as a result that within Ecuador if there are people interested in learning about dark tourism up to 30%, that is, if there is acceptance by tourists to visit Isabela Island, they also mentioned that it would be good to include dark tourism as a part of your journey and in combination with other activities to carry out an unforgettable experience.

Keywords: Acceptance, Experiences, Interests, Needs, Dark tourism, Isabela Island.

Introducción

Según la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos (2019) los atractivos turísticos son un conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por su ubicación y características propias atraen el interés del visitante.

El turismo es un sector importante en el Ecuador y en el mundo, en el 2018 el turismo aportó 2.392 millones de dólares a la economía Ecuatoriana lo que ayuda a mantener la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y camarón, de acuerdo a estadísticas, a partir de datos de balanza de pagos del Banco Central del Ecuador. Por otro lado, la balanza turística creció en relación del 2017 al 2018 dando un ingreso positivo.

Los ingresos del turismo que aporta en el Ecuador, ayudan a mejorar la vida de muchas familias en todo el país, por lo que algunos lugares se han hecho atractivos y llamativos para los turistas nacionales e internacionales.

Ecuador posee diversos sitios naturales turísticos entre ellos, Galápagos que es considerado un destino muy demandado por los extranjeros, por su diversidad en flora y fauna, sus volcanes y sus islas. Entre ellas, se encuentra la isla Isabela que es un atractivo turístico que se distingue por sus áreas protegidas y en las cuales está permitido hacer turismo. Esta isla busca realizar actividad turística de manera que sea amigable con el medio ambiente y como una alternativa menos dañina que el turismo convencional.

Entre la extensa gama de atractivos turísticos y sus métodos de clasificación hasta el momento no se han registrado, denominados atractivos turísticos oscuros. Esto se debe a que hay poca información al respecto en Ecuador, y el turismo oscuro es poco convencional y se refleja en los registros del país.

Por ello es que la presente investigación tiene como objetivo contribuir al conocimiento y comprensión del turismo oscuro en la isla Isabela, exactamente el muro de las lágrimas que es desconocido por algunos visitantes y tiene todas las características para convertirse en un atractivo turístico, de esta manera el tema va aclararse y pese a la historia que conlleva se podrá sugerir estrategias de revalorización del turismo oscuro, diversificando la oferta turística en las islas Galápagos más allá de lo típico del sol y la playa.

Antecedentes

Medina (2018) refirió que el territorio de Galápagos consta de una gran estructura que se encuentra bajo la jurisdicción del Parque Nacional Galápagos que:

Este a su vez dirige el mando desde que se fundó el 4 de Julio del año 1959. Desde entonces cuida, protege y precautela el bienestar de la fauna y flora del Archipiélago de Galápagos para que sea un ambiente seguro para quienes habitan en tal frágil ecosistema. (p.3)

La isla Galápagos según La Dirección Parque Nacional Galápagos (PNG, 2021) consta de diversos espacios como:

Galápagos está conformada por 15 islas principales más 107 islotes y rocas, que en su totalidad suman una superficie aproximada de 788.200 hectáreas, de las cuales el 97% es área de Parque Nacional terrestre (761.844 h) y el 3% restante destinado al uso y usufructo de las comunidades locales. Por otro lado, la Reserva Marina de Galápagos (RMG) tiene una superficie de 135.000 Km², lo que la convierte en la segunda reserva marina más grande del mundo, tras la Gran Barrera de Arrecifes australiano.

Las actividades de turismo en la Islas Isabela surgieron por la necesidad de tener nuevas actividades económicas que comenzó a presentar demanda por ende la Dirección del Parque Nacional Galápagos se encargó de regular las actividades turísticas. Esto se realizó mediante un plan de manejo, las medidas eran amigables con el medio ambiente creando nuevas fuentes de trabajo para la población.

El Parque Nacional Galápagos (PNG) mediante estudios realizados en la Isla Isabela acondicionó espacios para la práctica de senderismo y ciclismo que permite al visitante hacer el recorrido por los diferentes puntos que se dispuso para la visita, esta sea de manera libre o acompañados por un guía Especializado del Patrimonio Natural de Humanidad que posea todos los permisos requeridos por el Parque Nacional Galápagos.

Ministerio del turismo (2018) afirma que en estos recorridos tales como:

Tour de Humedales y Centro de Crianza de Tortugas Gigantes (Flamingos), aquello se oferta por medio de los operadores de turismo local debido a que conocen de nuevas tendencias de turismo oscuro y se encuentra en el recorrido Tour de Humedales siendo conocido comúnmente como “Muro de las Lágrimas“ este sitio turístico posee todas las características para convertirse en

un atractivo turístico muy relevante para la Isla Isabela y la isla Galápagos.
(p.3)

El turismo representa un fenómeno social, económico y cultural que está en constante evolución, debido a que las personas con sus necesidades han cambiado por deseo de vivir experiencias diferentes. En los últimos años ha despertado un interés diferente y especial por los lugares donde han ocurrido tragedias, catástrofes, desastres naturales o cualquier aspecto relacionado con la muerte y el dolor. A esta tipología turística se la considero como “turismo oscuro” (Foley y Lennon, 2018).

El turismo oscuro ha sido definido como el fenómeno turístico derivado de la oferta o demanda de sitios relacionados con la muerte, episodios macabros o desastres (Lennon y Foley, 2019). Asimismo, es definido como la combinación de turismo lo que incluye patrimonio, tragedia y la historia de un sitio.

Desde los juegos de gladiadores en la época Romana, pasando por la tradición thanatopic que se remonta a la Edad Media, la tendencia de practicar turismo oscuro relacionado con la muerte y los hechos mortíferos se intensifica en el siglo XIX por la influencia de los movimientos artísticos del Romanticismo y del Neogótico que tenían sus ideales estéticos un especial interés por la muerte y el dolor.

En el siglo XIX las dos guerras mundiales han generado un enorme patrimonio ligado al conflicto que ha dado origen al turismo bélico. Con el nuevo milenio, desastres naturales y provocados por el hombre que van alimentando la industria del turismo de catástrofe.

En la actualidad el turista no busca lo común como son los parques de diversiones, cruceros, playas, etc., ahora se dan la oportunidad de conocer y experimentar nuevas tendencias turísticas que involucran conocer distintos lugares, y de esta manera conectan con sus sentimientos y emociones, en aquellos destinos donde se han originado varias catástrofes, muertes, desastres naturales, se convierte en un enfoque principal de turismo oscuro, y de esta manera transmitir sentimientos basados en situaciones y hechos suscitados a lo largo del tiempo (Sharpley y Stone, 2019).

Cuando se trata de viajar, no siempre se trata de ir a un destino de descanso, relajación o aventura, también se trata de encontrar nuevas experiencias personales que te acerquen y revelen la realidad, el dolor y la realidad, la violencia de este trágico, mal mundo. tiene lugar en diversos lugares, como centros de concentración y cárceles, que se han convertido con el tiempo en lugares de tortura y muerte violenta.

Además, un recurso importante son las plataformas digitales, que contribuyen significativamente a la consolidación de esta nueva tendencia turística con sus contenidos, que incluyen documentales o series. Estas historias ahora se presentan y se centran en lugares donde ocurrieron hechos trágicos o violentos, creando una mayor aceptación entre los turistas a través de los medios digitales.

Justificación

Soro (2018) opina que “las imágenes de los lugares afectados por catástrofes naturales o provocadas por el hombre o ligadas a acontecimientos trágicos, como la muerte de personajes famosos, son transmitidas por los medios de comunicación cinema, que transforma en ficción eventos trágicos, mortíferos”.

El turismo oscuro se está volviendo cada vez más popular en el mercado ya que atrae a más y más personas de todo el mundo a visitar estos lugares que sufren de infortunio, sin importar el motivo o el deseo de viajar, es una tendencia que está ocurriendo y no se puede dejar de escapar (Cevallos & Pineda, 2018).

Esta investigación se llevó a cabo con la finalidad de contribuir a una mejor comprensión del estudio, esclareciendo motivos que hacen que el turismo oscuro no termine de aclararse en algunos lugares y pese al gran interés que conlleva en todo el mundo y sugerir estrategias de comercialización y revalorización del turismo oscuro. Además, es importante la necesidad de diversificar la oferta turística de Galápagos más allá del turismo típico de sol y playa, asegurando de esta manera el futuro turístico prometedor.

Planteamiento del problema

El turismo oscuro es una innovación en el mundo sobre todo en Ecuador. Su crecimiento en las sociedades latinoamericanas se ha estancado en gran medida debido a tabúes ideológicos y sociales, pero a pesar de ello, el turismo oscuro ha movilizó a cientos de personas en todo el mundo que se han sentido atraídas por temas relacionados con el misterio, la muerte y la tragedia. Si bien los lugares más visitados se encuentran en Europa y los países anglosajones, también existen lugares potenciales para desarrollar esta oportunidad turística en América Latina, especialmente en Ecuador.

El turismo en las Islas Galápagos es bastante limitado debido a la falta de diversificación, ya que las autoridades no están interesadas en mejorar y desarrollar

formas alternativas de turismo. Como resultado, los productos turísticos de la provincia ignoran el turismo oscuro, desaprovechando su enorme potencial turístico. La razón principal por la que no se ha desarrollado este tipo de turismo es que no se han identificado los recursos potenciales para promover estas actividades.

Los habitantes de la isla Isabela tienen un conocimiento limitado de esta opción turística, lo que también crea grandes problemas para el flujo de turistas, ya que se tarda unas dos horas en barco para visitar la isla; la isla no cuenta con aeropuerto y los turistas prefieren hospedarse en la isla Santa Cruz y la isla San Cristóbal. Además, este modelo crea un segmento de mercado limitado, lo que dificulta su desarrollo e implementación, creará prejuicios y posibles rutas o actividades de turismo oscuro no tendrán la acogida necesaria. Dado que al mismo tiempo no existen propietarios potenciales de recursos para contribuir conjuntamente a la implementación del turismo oscuro, esto también aumenta la dificultad de promover esta actividad.

Por consiguiente, ni los propietarios ni los Isabeleños conocían el significado histórico de estos sitios, lo que resultó en una pérdida de memoria colectiva entre ecuatorianos y extranjeros por igual.

Pregunta de Investigación

¿De qué manera el potencial de la Isla Isabela puede aprovecharse en la generación de un producto de turismo oscuro?

Objetivo General

Diseñar una propuesta de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos.

Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente el diseño de productos turísticos oscuros
2. Analizar el mercado turístico para establecer las características de un producto de turismo oscuro
3. Realizar una propuesta para la operación de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela

CAPÍTULO 1

Fundamentación Teórica **Marco teórico**

El presente proyecto propone implementar un producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos en relación al conocimiento y motivaciones que tienen los turistas, por lo cual se han seleccionado seis distintas teorías que contribuyen significativamente a la investigación pues describen los mecanismos de la motivación, en qué se basan, y como se desarrollan en los turistas.

Teoría General de Sistemas

La teoría general de sistemas se basa en las investigaciones del alemán Ludwig von Bertalanffy, publicadas entre 1950 y 1968, quien trató de lograr un enfoque integrado entre las ciencias naturales y sociales, donde es importante determinar la interacción entre sus elementos y sistemas. de la colección que producen (TGS, 1976).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2012) indica que:

“Las distintas definiciones que han propuesto los especialistas con respecto a la Teoría General de Sistemas, hay una que destaca por su objetividad y claridad, es la que propone” (p.5)

Esta teoría de sistema proporciona una visión integral del universo, con ellos se justifica plenamente cualquier parte de la creación, es decir que tiene una función particular y necesariamente para ser estudiados y captados en su realidad.

El surgimiento y desarrollo de esta teoría creó un gran impacto en la comunidad científica, y no pasó mucho tiempo antes de que un grupo de expertos formara una sociedad, ahora conocida como Sociedad Internacional para las Ciencias de Sistemas (ISSS), cuyo objetivo principal era continuar con la trabaja. investigación, después de todo, a medida que avanza. Bertalanfi (Gurría, 2010).

Entre los especialistas que son parte de ésta asociación se encuentra Anatol Rapoport, Kennet Boulding y Ralph Gerard, quienes se enfocan principalmente a realizar investigaciones sobre:

El isomorfismo de conceptos, leyes y modelos en varios campos y facilitar las transferencias entre aquellos, promover y desarrollar modelos teóricos en campos en que no existían, promocionar la unidad de la ciencia a través de principios conceptuales, así como el mejoramiento de la comunicación entre los especialistas

(Panosso, 2018).

Teoría del sistema turístico

El sistema turístico define a cada uno de los efectos del turismo y su alrededor.

Según (Vázquez, et al., 2017) el pensamiento sistémico del turismo se basa en cuatro teorías fundamentales:

- La Teoría General de Sistemas de Von Bertalanffy.
- La Teoría de Sistemas Dinámicos de Forrester.
- La Teoría de Sistemas Complejos de Rolando García.
- La Teoría de Sistemas Funcionales de Luhmann

De tal forma que, Bertalanffy (1973) menciona que el sistema turístico se forma en base al estudio de la conceptualización general de sistemas y que se trata de una serie de componentes que se encuentran relacionados entre sí y con el medio.

En este caso se determina que cada uno de los elementos que lo componen deben estar relacionados entre sí para lograr un fin o fin común, pero desde el punto de vista del turista estos elementos se encuentran en constante desarrollo y cambio, por lo que cada autor, de acuerdo a sus normas, surgen nuevos conceptos y fenómenos relacionados con los sistemas turísticos.

Molina en el año 1991 que existen algunos modelos sobre el sistema turístico, donde él considera solo seis factores para el impulso turístico, los cuales son:

- Superestructura.
- Demanda.
- Infraestructura
- Atractivos
- Equipamientos y facilidades
- Comunidad receptora

Teoría de las necesidades humanas

Abraham Maslow publicó esta teoría en 1943, influyendo en los campos de la psicología, el marketing y la publicidad. Según Maslow, todas las personas tienen un deseo de autorrealización, en el orden de la pirámide, primero satisfacer sus necesidades básicas; a medida que avanza la vida, escalar la pirámide hasta que uno se sienta autorrealizado.

Estas necesidades se satisfacen mediante tres tipos de comportamiento:

Comportamiento constructivo que beneficia al individuo ya los demás; Comportamiento destructivo, se satisface la necesidad, pero no todos se benefician, y el fallido, donde no se satisfacen las necesidades (Noticias Universia México, 2017).

Las necesidades humanas son jerárquicas, de mayor a menor: necesidades biológicas, necesidades de seguridad, necesidades sociales de amor y pertenencia, necesidades de estima y necesidades de autorrealización. Se mencionan a continuación:

Necesidades básicas o fisiológicas (biológicas). Son la base de la pirámide y sobre este nivel se construye el resto. La necesidad más básica sería la de la supervivencia física, y ésta sería la primera en motivar nuestro comportamiento. Estas necesidades son las únicas inherentes en toda persona: respirar, vestirse, alimentarse, descansar, sexo, etc. Se cubre todo lo relacionado con el ser humano para que pueda sobrevivir (Boeree, 2019).

Necesidades de seguridad. Se refiere a todos aquellos aspectos que nos hacen sentir seguros para mantener un orden y seguridad en la vida y poder vivir sin miedo. Es decir, seguridad física (salud), tener dinero (trabajo), necesidad de una vivienda. En esta etapa se cubren las necesidades que las personas necesitan una vez ya han sido cubiertas las necesidades biológicas (Boeree, 2019).

Necesidades sociales. Una vez cubiertas las necesidades anteriores, el tercer nivel se relaciona con las necesidades sociales que implican sentimientos de pertenencia. Es decir, sentirse integrado en la sociedad a través de las relaciones interpersonales y el desarrollo afectivo: amistades, pareja, familia, ser parte de un grupo, recibir y dar afecto, etc (Boeree, 2019).

Necesidades de estima o reconocimiento. Son aquellas relacionadas con la confianza, la reputación... De hecho, Maslow las clasificó en dos categorías: la autoestima –independencia, confianza en uno mismo, dignidad, logro, etc.-; y la reputación o respeto, que precede a la autoestima o dignidad (Wahba, Lawrence y Bridwell, 2014).

Necesidades de autorrealización. Se trata del nivel más alto y únicamente puede ser satisfecho una vez todas las demás han sido alcanzadas. En esta etapa es cuando el ser humano busca su crecimiento personal y desarrollar todo su potencial para lograr su éxito. Son personas autorrealizadas aquellas que son conscientes de sí mismas y se preocupan por las opiniones de los demás (moralidad, creatividad, éxito (Mahmoud,

et al., 2018). Este quinto nivel es el más racional y el que nos diferenciaría de los animales, ya que el resto son necesidades de carencia.

Teoría Motivación Turística

Pearce, (2020) indica que es una adaptación al modelo de Maslow donde se incorpora el factor de la experiencia turística. Los niveles de motivación turística son los siguientes:

Necesidad de relajación: Que consiste en el descanso del turista por una actividad diferente a la que habitualmente realiza.

Necesidad de estimulación: Seguridad y emociones fuertes que se buscan al momento de visitar un lugar.

Necesidades sociales: Se refiere a la familia, relaciones íntimas de amistad y va relacionado a mostrar lo que la persona está realizando.

Necesidad de autoestima: Está basado en el desarrollo personal, cultural, histórico y medioambiental.

Necesidad autorrealización: Búsqueda de la felicidad (Pearce, 2020).

Castaño (2017) señala que el motivo como termino es aquel que dirige la conducta humana del individuo y comparten una importante relación con las necesidades biológicas, psicológicas y sociales. Esto puede ser una base inicial para entender a las personas que viajan y que esperan encontrarse en su destino final, de acuerdo con el ámbito de turismo.

Además, afirma Castaño (2017) en su investigación sobre la teoría que la aproximación psicosocial presenta un ciclo turístico centrado en esa motivación diciendo lo siguiente:

Este mecanismo actúa como un donante de la conducta humana y determina todos los acontecimientos que están implicados en cualquier actividad turística. Solo permite dar respuestas específicamente a tres cuestiones del ciclo turístico como son las razones para viajar (el porqué), la elección específica (dónde) y los resultados obtenidos (satisfacción).

La pirámide de Maslow y la adaptación de Pearce

García (2015), describe que en el año 1943:

“El psicólogo humanista Abraham Maslow, publico un modelo de los elementos motivadores siguiendo una estructura jerárquica piramidal ordenada en cinco niveles” (p.151).

En detalle, el primer nivel cuenta con alimentación, recreación y servicios básicos; lugares donde los turistas tienen que pagar por la comida y el alojamiento. Por lo tanto, los productos turísticos deben tenerlo.

En el siguiente nivel de seguridad, lo relaciona con las emociones de la persona, que motiva al turista a tomar una decisión y visitar ese lugar. Y en los siguientes tres niveles, donde el turista da a conocer su status, de acuerdo a los lugares que visita, los conocimientos que ha adquirido y la felicidad que le ha generado (Dann, 2016).

Figura 1.
Teoría de las necesidades humanas, Abraham Maslow



Teoría de las Emociones

La teoría de Cannon-Bard (1934) menciona que los estímulos emocionales tienen dos efectos independientes, que provocan el sentimiento de emoción en el cerebro y también la expresión en el sistema nervioso.

Estos estímulos emocionales se presentan al mismo tiempo, en el momento que se da un hecho se refleja en las personas la emoción, los impulsos que conllevan a la corteza, donde se realizan los procesos complejos de pensamiento que nos permite tomar una decisión (Revista Española de Neuropsicología, 2004).

Si se da a conocer los productos de turismo oscuro la información que reciban los turistas, debe estar atento para que sus emociones se activen y decidan visitar este lugar.

Teoría de desarrollo económico

Arthur Lewis en su teoría del desarrollo económico explica que se debe decidir que es producto y cuál es el costo de producción; algunos pueden ser publicidad y transporte, de igual forma tener más procedimientos de bienes y servicios.

Menciona que el número de horas que trabaja una persona y la conducta humana influye en el crecimiento económico; la actitud de la persona en el trabajo, la riqueza que espera obtener, el ahorro y la invención (Lewis, 1957).

Dentro de las causas del crecimiento económico, primero está el esfuerzo de economizar; es decir solo tomar en cuenta lo necesario, sobre todo lo innovador. En segundo lugar, el aumento de conocimientos y aplicación; relacionado a los valores de la sociedad, si las instituciones y la población están de acuerdo o no al momento de realizar un proyecto y fomentar el ocio. Tercero, el volumen del capital; mediante el análisis de los siguientes factores: creencias, diferencias raciales, geográficas, accidente histórico (Lewis, 1957).

El autor recomienda eliminar los prejuicios porque afectarán al crecimiento.

Cepal, (1949) indica que “Cuando se integra una propuesta innovadora como es el turismo oscuro como producto turístico en las islas Galápagos, previamente se debe conocer la apertura del sector turístico, entidades de la población; y la aceptación del mercado”. (p.7)

Una vez que tenga este resultado, verificaremos que la publicidad sea atractiva para mostrar atractivos oscuros, si hay suficiente transporte para movilizar a los turistas a estos lugares y personal bien capacitado. Si se cumplen los parámetros mencionados por los teóricos, se puede contribuir al desarrollo económico esperado.

Marco conceptual

El marco conceptual se basa en un conjunto de definiciones expuestas por el investigador al desarrollar el trabajo de investigación y el sustento teórico del problema. Se va a desarrollar el siguiente marco conceptual con la finalidad de comprender diferentes términos que se encuentran relacionados con el trabajo de investigación. El objetivo es dar a entender ciertos conceptos mediante la representación de la información, con conceptos básicos y de forma sencilla.

Turismo

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos (Cabarcos, 2006).

Por otro lado, de acuerdo con Enrique Romero señala que:

El turismo se ha convertido en una actividad social vista de manera diferente a hace 10 años; Ahora que estamos en un período de expansión turística, cuando el hábito de viajar está arraigado en la mente de las personas, solo queda crear centros que satisfagan las expectativas de los turistas (Theobald, 2005).

De acuerdo con lo señalado por la Organización Mundial de Turismo (1998), “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (p.7)

Estas personas se denominan turistas (pueden ser turistas o tours; residentes o no residentes), y el turismo está relacionado con sus actividades, algunas de las cuales están relacionadas con el consumo turístico.

Actualmente, la contribución del turismo a la creación de empleo y al crecimiento del PIB se considera un mecanismo clave a través del cual el turismo contribuye al bienestar de las comunidades en las que opera (Ibáñez & Cabrera, 2011).

Producto turístico

De acuerdo con lo indicado por Hotelería y Turismo (2008), manifiesta que es todo aquello que se pueda ofrecer a un mercado turístico para que se adquiera, se use, se consuma o se lo preste atención, con el objetivo de satisfacer un deseo o necesidad.

Con base en lo anterior, los conceptos de producto y turismo pueden expresarse como productos turísticos correspondientes a servicios que brindan comodidad a los turistas nacionales y extranjeros para satisfacer las necesidades de entretenimiento de los viajes.

Cuando el objetivo de un proyecto es entregar un producto, se debe definir el concepto del producto a entregar para que todas las partes involucradas tengan la misma visión del servicio a brindar y a partir de esto también es posible resaltar y resaltar cómo se diferencian de sus competidores directos.

Existen diversos productos turísticos, de diferentes estilos y precios, y servicios de restauración que son relativamente sencillos, sencillos y económicos y que se concentran principalmente en la Isla Isabela. En este caso también se incluyen las agencias de viajes que brindan servicios de movilización interna, tours, caminatas y otras actividades para los turistas que llegan a la isla.

Turismo oscuro

El concepto de turismo oscuro surge relativamente hace pocos años, la primera vez que es citado data del año 1996 por los autores de la Universidad de Glasgow, Jhon Lennon y Malcolm Foley en la revista científica *International Journal of Heritage Studie* (Dann, 2018).

Varios investigadores han definido el concepto de turismo oscuro (Foley y Lennon, 2016) siendo la definición más aceptada la de los profesores Sharpley y Stone en donde lo definen como el acto de viajar y visitar lugares, atracciones y exhibiciones que son reales o recreaciones de la muerte, verdadera o aparentemente, sufridas y cuyo tema principal es macabro.

Usualmente, aquellos sitios en donde ocurrieron eventos trágicos o que están asociados culturalmente con la muerte en general (cementeros) o individual (memoriales de sujetos notorios) no se convierten de inmediato en destinos turísticos ni tienen la capacidad de recibir muchos visitantes. Más bien sucede que, con el arribo espontáneo y creciente de gente, la comunidad receptora se ve en la necesidad de reorganizar su espacio, al principio de manera informal, pero muy pronto, al darse la comodificación (mercantilización) de la muerte, aparecen los proveedores turísticos (formales e informales) (Seanton y Lennon, 2014).

Así, se establece el turismo, lo que conlleva la generación de memoriales, museos, centros para visitantes, exposiciones y eventos, además de la organización de tours especiales, lo cual va de la mano con la infraestructura correspondiente (vías de comunicación, transportes, hospedaje, restaurantes, etc.). Al mismo tiempo, la promoción turística atrae a nuevos turistas al destino creado.

Aunado al surgimiento de destinos del turismo oscuro en el mismo espacio en el que ocurrió realmente el evento de muerte y desastre, hay edificaciones o actividades (museos, exposiciones, y otras) ubicadas fuera del lugar del suceso trágico, por

ejemplo, museos del holocausto y de la memoria (Lennon y Foley, 1999).

También hay otros espacios, como las denominadas fábricas de la diversión oscura (dark fun factories), que “aluden a los lugares de visita, atracciones y excursiones que, predominantemente, tienen un enfoque de entretenimiento y ética comercial, y que presentan la muerte real o ficticia, así como eventos macabros” (Stone, 2016, p. 152).

Estos espacios fueron construidos con el objetivo de ser atractivos turísticos o al menos el turismo fue considerado desde su creación.

Un asunto clave del turismo oscuro es cómo empaquetar a la muerte a fin de desarrollarla como un producto turístico.

Así, se puede cuestionar si un tipo de infraestructura determinado resulta adecuado en un entorno en donde hay duelo de los supervivientes; por ejemplo, qué tan apropiado es crear restaurantes o cafés para satisfacer las demandas de los turistas en donde hubo campos de concentración como Auschwitz o Buchenwald, en los que los reclusos murieron de hambre (Sharpley, 2019).

Un esquema que ha sido frecuentemente citado en los estudios sobre destinos del turismo oscuro es el denominado espectro del turismo oscuro (dark tourism spectrum), publicado:

Un instrumento que ayuda a organizar un sinnúmero de atracciones y sitios “de” o “asociados con” la muerte, el cual se basó en sus propias reflexiones y las de otros autores. Las características sobre los sitios “de” y “asociados con” la muerte son particularmente interesantes, no para especificar qué tan oscuro es o no un sitio, sino porque constituyen una especie de lente que permite identificar la complejidad y diversidad de matices que se vinculan en la reflexión de un sitio de turismo oscuro (Stone, 2016, p. 151).

Sistema turístico

Según Theobald (1994) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado.

La demanda: formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.

El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro

entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.

Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. Entran en esta consideración las agencias de viajes, las compañías de transporte regular y aquellos organismos públicos y privados que, mediante su labor profesional, son artífices de la ordenación y/o promoción del turismo (Sancho, 1998).

Por su parte Boullon (2006, p.31), manifiesta que se compone por una serie de subsistemas interrelacionados entre sí, proponiendo los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades.

Esta propuesta de funcionamiento del sistema turístico se realiza a través de un enfoque sistemático que trata de coordinar sus diversas partes, pero aún no tiene identificados los ciclos mecánicos que cada parte debe realizar periódicamente con el responsable de la planificación, organización, gestión y control del sistema turístico para asegurar el desarrollo y eficiencia de su funcionamiento.

Espacio turístico

De acuerdo con Boullón (2006, p.57) concibe el espacio turístico como consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos, este elemento del patrimonio turístico más la planta turística y la infraestructura son suficientes para definir el espacio turístico de cualquier país.

En este sentido, el patrimonio turístico corresponde a la materia prima del turismo, que está formada por los espacios naturales que proporciona el entorno, mientras que el objeto turístico es el aprovechamiento del territorio para crear espacios que complementen el producto turístico.

Con relación a lo indicado en el párrafo anterior, la planificación tiene dos consideraciones: Espacio natural y espacio urbano (Boullón, 2006, p.59).

Importancia del turismo

Especialmente en países en vías de desarrollo, el turismo refleja un porcentaje de ingresos significativos para satisfacer los ingresos económicos, ya que pasa a ser

un fuerte concepto de exportación a nivel mundial.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, señala que el número de turistas ascenderá a 1,6 millones para el año 2020, lo cual a su vez representa el crecimiento de 4,5% a nivel mundial (Kekutt, 2014).

La diversificación del turismo incorpora al abanico de las opciones al turismo ecológico, alternativo permanentes y temporales, responsables, flexibles y sostenibles, para que la demanda pueda elegir entre las diferentes alternativas para satisfacer las necesidades de recreación. La correcta identificación y explotación de los mercados turísticos, a lo largo de las últimas décadas, han demostrado ser la gran fuente de ingresos para el turismo (Martínez, 2008).

Desarrollo social

Desde la óptica de la modernidad: el desarrollo es entendido como el cambio de una sociedad rural, agrícola, analfabeta, pobre y con crecimiento de población rápido, a otra que es principalmente urbana, industrializada, culta, rica, con un crecimiento de población lento o estacionario (Miller, 2002, p.437).

En la perspectiva económica el desarrollo requiere del crecimiento económico, pues solo a partir de ello, se puede incrementar el nivel de bienestar de una sociedad; aunque también implica la capacidad que tiene un país de ofrecer empleo a sus habitantes, cubrir cuando menos las necesidades básicas de la población y, principalmente contar con una tasa positiva de distribución y redistribución de la riqueza nacional (Orozco y Nuñez, 2013, p.146).

Se comprende en esta teoría que el desarrollo corresponde a la capacidad para satisfacer las necesidades mínimas de la población por medio del uso moderado de los recursos naturales y del medio ambiente.

Calidad en productos y servicios

Son las diferentes explicaciones existentes sobre qué es la calidad y el estudio de cómo conseguir implementarla en la mayor medida en diferentes tipos de productos y servicios (Rodríguez, 2016, p.3).

En la actualidad, los compradores perciben más claramente la calidad de los diversos productos que compiten en el mercado y compran de acuerdo con esto. La calidad es factor básico en la decisión del cliente respecto a la adquisición de productos

y servicio (Feigenbaum, 1999, p.376).

De acuerdo con esta teoría, existen tres pasos a seguir:

- Liderazgo en calidad
- Técnica de calidad moderna
- Compromiso de la organización

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2006) la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

Turismo consciente

Es considerada una alternativa de turismo debido a que trata de diferenciarse del turismo sol y playa, comparte la filosofía de turismo permanente social como una definición que caracteriza la responsabilidad social medio ambiente, responsabilidad social y lo ético (Neto, 2017).

Turismo sostenible

El turismo sostenible permite reportar un alto grado de satisfacción a los turistas, asimismo representa para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos prácticas turísticas sostenibles (Organización Mundial del Turismo, 2014)

Marco referencial

Muro de Berlín

No hay duda de que la caída del Muro de Berlín fue un punto de inflexión en la historia moderna. Marcó un punto de inflexión en las relaciones internacionales e inició otro proceso importante: la reunificación de Alemania, que marcó el fin de la Guerra Fría y el establecimiento de un nuevo orden mundial.

El Muro de Berlín es relevante para este estudio porque fue considerado turismo oscuro en Alemania durante la Segunda Guerra Mundial; la razón principal por la que la gente difunde esta historia es por la cantidad de información que

recibimos a través de diferentes medios. La información brinda una visión realista, tiende a los conflictos y eventos pasados, así como parte de la realidad actual, y ayuda y promueve el desarrollo de las áreas en las que actúan.

Auschwitz-Birkenau

El campo de concentración de Auschwitz es el campo de concentración más grande y representativo del Holocausto. Funcionó como campo de concentración, campo de trabajo y campo de exterminio. Después de días, a veces semanas de traslados, los prisioneros deportados creían que habían llegado a un campo de trabajo. Sin embargo, la realidad era bien distinta y los horrores de Auschwitz eran inimaginables (Berembaum, 1993).

Auschwitz fue el más importante y mejor organizado de los campos de exterminio nazis. Aquí es donde la mayor cantidad de personas fueron asesinadas durante el Holocausto. 1.250.000 personas perdieron la vida, más del 90% de las cuales eran judíos, además de gitanos, homosexuales, testigos de Jehová y comunistas. En Auschwitz, cientos de miles de personas fueron utilizadas como mano de obra esclava (Spielvogel, 2010).

A la entrada de este campo se encuentra el cartel *Arbet Macht Frei* ("Libertad de trabajo"), porque en realidad los prisioneros no eran enviados a morir al llegar, sino explotados y muertos de hambre. En Auschwitz cometieron atrocidades inimaginables que probablemente no se pueden comparar con ninguna otra prisión en la historia (Spielvogel, 2010).

Esta historia tiene relación con esta investigación de turismo oscuro, debido a que ambos son momentos vivientes de una trágica historia que se convierten hoy en día en lugares famosos y atractivos.

A pesar de la violencia, el dolor, el sufrimiento, la muerte y la destrucción que trae la guerra, la verdad es que por alguna razón la gente se siente más o menos atraída por él. De hecho, muchas personas se sienten muy atraídas por el turismo oscuro, e incluso quieren ver y visitar las escenas de batallas sangrientas donde los antepasados, compatriotas y personajes históricos han muerto muchas veces en las batallas.

Cementerio General de Guayaquil

El cementerio es el reflejo de la historia de una nación, el despertar cultural que

tiene nuestro país sobre todo en la costa Ecuatoriana, nos da a conocer protagonistas de la historia. El cementerio alberga entre sus puertas algunos personajes de la historia, entre ellos se encuentra el Presidente de la República, Vicepresidentes, proceres, artistas, políticos, escritores, poetas. Cuenta con 4 rutas ya establecidas, que no son utilizados por los turistas debido a que deben obtener un permiso que acepte su recorrido dentro del establecimiento, y que su vez, éste se debe obtener antes de ingresar al cementerio, pero por otras rutas, se puede apreciar los diferentes estilos arquitectónicos de que están construidas las lapidas, así como de las esculturas y monumentos que a través de los años han sido preservados.

Este atractivo turístico coincide con esta investigación porque la edificación del cementerio general de Guayaquil se despierta un interés cultural a la población por su valor intrínseco en comparación con otros cementerios de la región.

Marco legal

Ley Orgánica de Régimen Especial Galápagos

El 5 de marzo de 1998 fue expedida la Ley Orgánica de Régimen Especial Galápagos, la cual brinda los lineamientos para la conservación, crecimiento y desarrollo de la provincia de Galápagos; la misma que de acuerdo al artículo 42 del Reglamento de la Ley, determina que es un organismo administrativo desconcentrado de la entidad nacional encargada de los bosques y áreas protegidas, con sede en Puerto Ayora ubicada en la Isla Santa Cruz (Ley Orgánica de Régimen Especial Galápagos 1998).

Esta ley está enfocada en la protección del medio ambiente, es decir a la conservación de las especies que habitan en la provincia de Galápagos, las cuales pueden estar en peligro debido al crecimiento de los habitantes residentes que se ha dado en los últimos años en el archipiélago.

En el artículo 36 de la ley, se indica “toda persona deberá estar calificada en una de las categorías migratorias de la presente Ley, para lo cual deberá efectuar el trámite pertinente”, con lo que se pretende controlar el ingreso de habitantes con la intención de radicar permanentemente en el archipiélago.

Así también, en el artículo 61 hace referencia al turismo señalando “... se basará en el fortalecimiento de la cadena de valor local y la protección del usuario de servicios turísticos, así como en los principios de sostenibilidad, límites ambientales, conservación, seguridad y calidad de los servicios turísticos”.

Ley de Turismo

La ley de turismo entró en vigencia una vez publicada en el Registro Oficial el 19 de abril de 2001, donde se establece al desarrollo turístico como política prioritaria para el crecimiento de los pueblos y habitantes que se encuentran ubicados en zonas turísticas. Asimismo, se indica que en lo que respecta a la provincia de Galápagos, las actividades turísticas que se ofertan deberán estar regidas por el Ministerio de Turismo y lo concerniente al manejo ambiental, será por Ministerio del Ambiente y las actividades recreativas que se oferten, estarán regidas por la Ley de Régimen Especial que se encarga de la Conservación y el Desarrollo Sustentable.

Por otro lado, en el artículo 26 de la misma ley hace referencia a los incentivos y beneficios en general a las personas que presenten o propongan proyectos turísticos y que los mismos sean aprobados por el Ministerio de Turismo; entre los beneficios están la exoneración total de los impuestos cuando se realice aumento de capital y cuando se realice transferencia de dominio de los bienes inmuebles.

CAPÍTULO II

Análisis de mercado

Para determinar el tipo de mercado y las preferencias de los posibles visitantes para el complemento de esta investigación se realizó una encuesta que permitió identificar cuáles son las principales necesidades, gustos o requerimientos del mercado.

Tipo de investigación

El tipo de investigación seleccionado es de carácter mixto: exploratorio y descriptivo. Es imperativo denotar que el tipo de investigación elegido seguirá lineamientos que logren cumplir los objetivos planteados en la investigación.

En consecuencia, se recurrió por una investigación de carácter exploratoria y descriptiva ya que ambos factores permiten recolectar información que ayude a identificar el perfil de cada turista y catalogar los resultados para poder generar un análisis factible y determinar cada perfil.

Enfoque de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014) en el libro de metodología de la investigación, indican que el diseño de investigación es una estrategia utilizada para obtener información necesaria para la investigación y para proveer respuesta a la hipótesis.

Un diseño de investigación es la disposición de condiciones para recopilación y análisis de datos de una manera que tenga como objetivo combinar relevancia para el propósito de investigación.

Se optó por utilizar el enfoque mixto para el desarrollo del siguiente proyecto. El enfoque mixto, emplea enfoques de investigación tanto cuantitativos como cualitativos. Su mayor beneficio es que permite utilizar las oportunidad y fortalezas de ambos tipos de investigación mezclándolas, e intentado minimizar todas sus debilidades potenciales.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación que se utilizó es el no experimental, puesto a que no se realizó ningún experimento para recrear una situación con el fin de poder

estudiarla, al contrario, se analizarán características, gustos y preferencias reales y genuinas de todos aquellos que visitan y se encuentran en la isla Isabela.

Muestra

La muestra es considerada un pequeño grupo de individuos tomados de la población, la cual será objeto de estudio. Se debe mencionar que este pequeño grupo es representativo, determina buenos criterios para su inclusión y emplea el muestreo correcto acorde a la investigación.

Formula

Dentro del proyecto se utilizó el cálculo de la población finita, puesto que se conoce el número de personas nacionales y extranjeros que visitaron la isla Galápagos.

El número de turistas que han visitado las Islas Galápagos en el año 2021 fueron 136.336.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N =	Población =	136.336
P =	Probabilidad de éxito =	0,5
Q =	Probabilidad de fracaso =	0,5
P*Q=	Varianza de la Población=	0,25
E =	Margen de error =	5,00%
NC (1- α) =	Confianza =	95%
Z =	Nivel de Confianza =	1,96

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 136.336}{0.052^2 (136.336 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.5 * 0.5 * 136.336}{0.0025(135.336) + 3.84 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{130.88256}{0.33834 + 0.96}$$

Metodología utilizada

Herramientas de investigación primaria

Las herramientas de investigación primaria que se utilizaran en el presente proyecto serán de gran ayuda para la recolección de datos, los cuales darán a conocer las variables y características que facilitarían la realización del mismo.

Encuesta

La encuesta es un instrumento de investigación de mercado que consiste básicamente en obtener información de las personas que son encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa a la obtención de información específica. Para esta investigación se la utilizo como herramienta porque nos ayudó a conocer datos específicos y reales de una muestra en particular, posteriormente estos datos fueron analizados y así poder concluirla.

Recolección de datos

El cuestionario fue aplicado a turistas nacionales y extranjeros que visitan las islas Galápagos donde se buscó medir variables como la demanda actual y potencial y el producto turístico en la Isla Isabel.

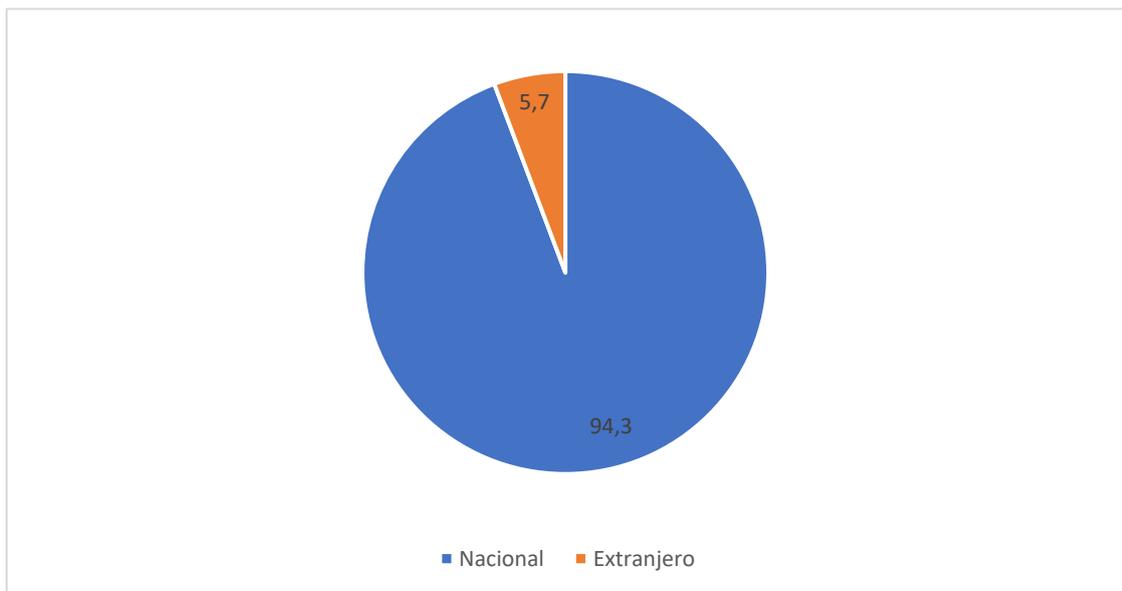
Para la obtención de los resultados se utilizó formularios desarrollados en formato de Google forms, y para el procesamiento de los datos y generación de los gráficos se utilizó el programa SPSS, y también se utilizó Excel.

Resultados de las encuestas realizadas

A continuación, se da a conocer el formato de la encuesta que se realizó a 387 turistas y visitantes de la Isla Isabela, y por medio de ella se pudo obtener la información necesaria sobre el interés que tienen estas personas en conocer sobre el turismo oscuro en Ecuador. También conocer cuánto estarían dispuestos a pagar si operadores turísticos empezaban a promocionar estos atractivos oscuros y las cualidades que deberían tener cada paquete y tour turísticos para que sea de interés y agrado hacia los turistas. Los resultados que se obtuvieron de la encuesta realizada fueron los siguientes:

1. Lugar de procedencia

Figura 2.
Lugar de procedencia de los encuestados



Nota: La figura muestra el porcentaje mayor de residencia de las personas encuestadas tanto nacionales como extranjeros. Adaptados de los autores de esta investigación.

Análisis e interpretación: De los datos obtenidos por la encuesta realizada a la muestra de 387 personas a nivel nacional, se puede observar que 94.3% son de Ecuador de distintas provincias y el 5.7% residen fuera del país.

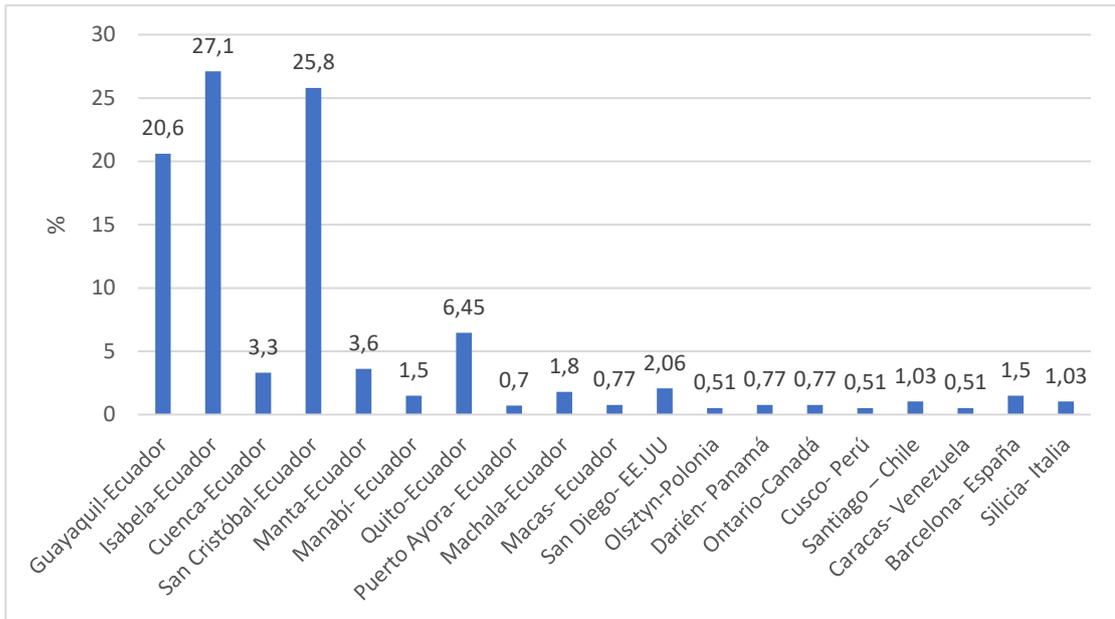
2. Ciudad y país de origen

Tabla 1
Ciudad y país de origen de los encuestados

Ciudad y país	Frecuencia	Porcentaje
Guayaquil-Ecuador	80	20.6
Isabela-Ecuador	105	27.1
Cuenca-Ecuador	13	3.3
San Cristóbal-Ecuador	100	25.8
Manta-Ecuador	14	3.6
Manabí- Ecuador	6	1.5
Quito-Ecuador	25	6.45
Puerto Ayora- Ecuador	3	0.7
Machala-Ecuador	7	1.8
Macas- Ecuador	3	0.77
San Diego- EE.UU	8	2.06
Olsztyn-Polonia	2	0.51
Darién- Panamá	3	0.77
Ontario-Canadá	3	0.77
Cusco- Perú	2	0.51
Santiago – Chile	4	1.03
Caracas- Venezuela	2	0.51
Barcelona- España	6	1.5
Silicia- Italia	4	1.03
Total	387	100

Nota: Se consideran lugares de todo el mundo, que son de donde residen los turistas encuestados

Figura 3.
Países de origen de los turistas encuestados

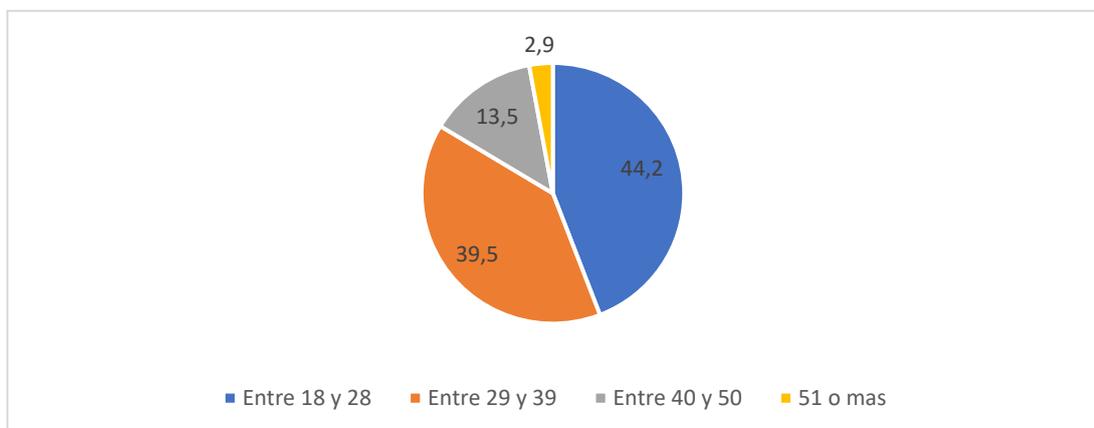


Nota: En la figura se observa los diferentes porcentajes de los países de origen siendo el mayor los nacionales. Adaptados de los autores de esta investigación.

Análisis e interpretación: Como se observa en la tabla 1, la mayoría de los turistas encuestados son nacionales y residen en la isla Isabela con un 27.1% que corresponden a 105 personas y en la isla San Cristóbal con un 25.8% que corresponden a 100 personas, y el resto son extranjeros con un porcentaje menor de 2% como se observa en la figura 3.

3. Edad

Figura 4.
Edad de los encuestados

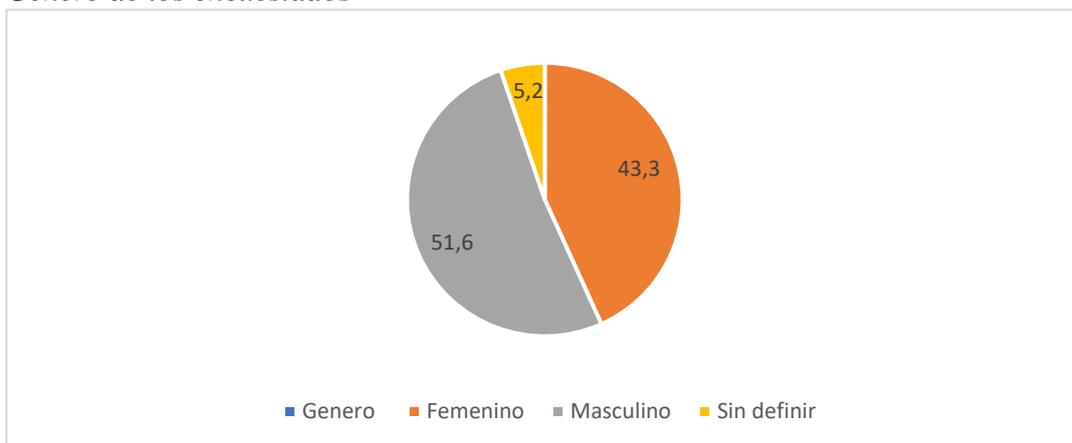


Nota: Se observa los diferentes porcentajes en cuanto edades de los encuestados. Adaptados de los autores de esta investigación.

Análisis e interpretación: Como se observa en la figura 4 de la encuesta realizada a 387 personas nacionales e internacionales se identifica que las personas comprendidas desde los 18 y 28 años son quienes visitan más las islas Galápagos, correspondiente un 44.2%, seguido por personas de 29 a 39 años que corresponden al 39.5% y finalmente se ubican quienes tienen más de 40 y 50 años de edad con un 16.3%.

4. Género

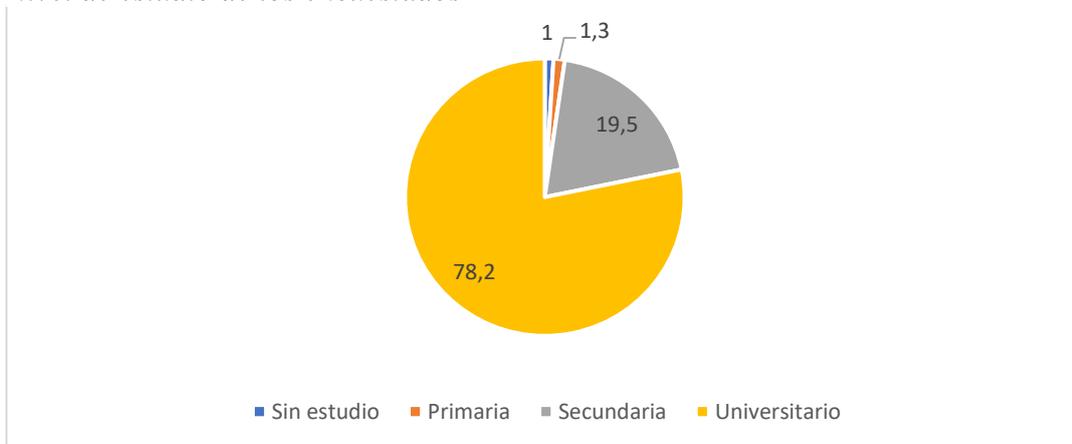
Figura 5.
Género de los encuestados



Análisis e interpretación: De las 387 personas encuestadas en la isla Isabela en Galápagos, corresponde el 51.6% a 199 personas del género Masculino, 43.3% que corresponden a 167 personas del género femenino y el 5.2% correspondiente al 20 persona como se observa en la figura 5.

5. Nivel de estudios

Figura 6.
Nivel de estudio de los encuestados

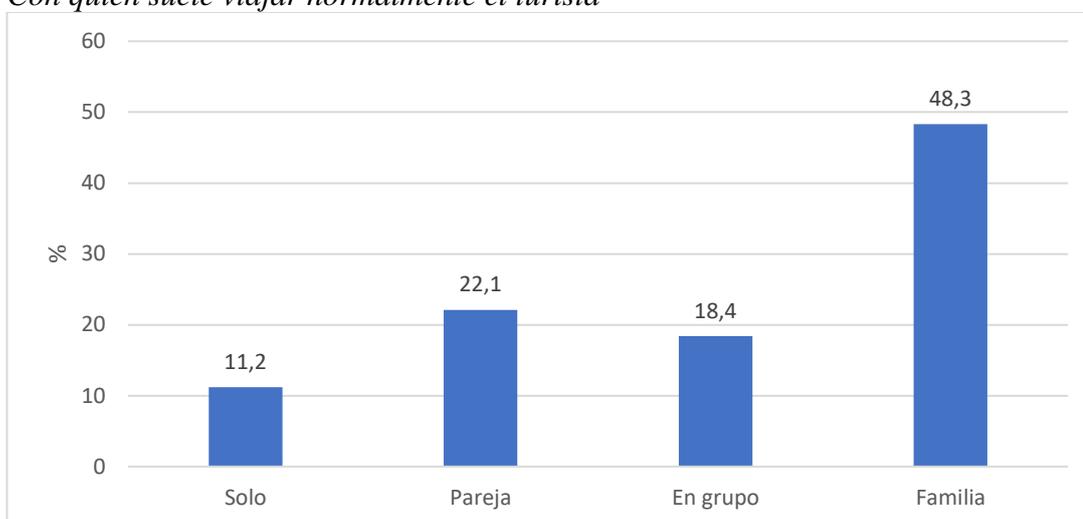


Análisis e interpretación: Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada a 387 personas de las islas Galápagos, se obtuvo que el 78.2% que pertenecen a 301 turistas tienen un nivel de estudio superior universitario, el 19.5% que pertenece a 75 turistas tienen un nivel de secundaria, 1.3% que corresponde a 5 personas tienen un nivel de primaria y el 1% que son 4 personas no tienen estudios como se observa en la figura 6.

6. ¿Normalmente con quien viaja?

Figura 7.

Con quien suele viajar normalmente el turista



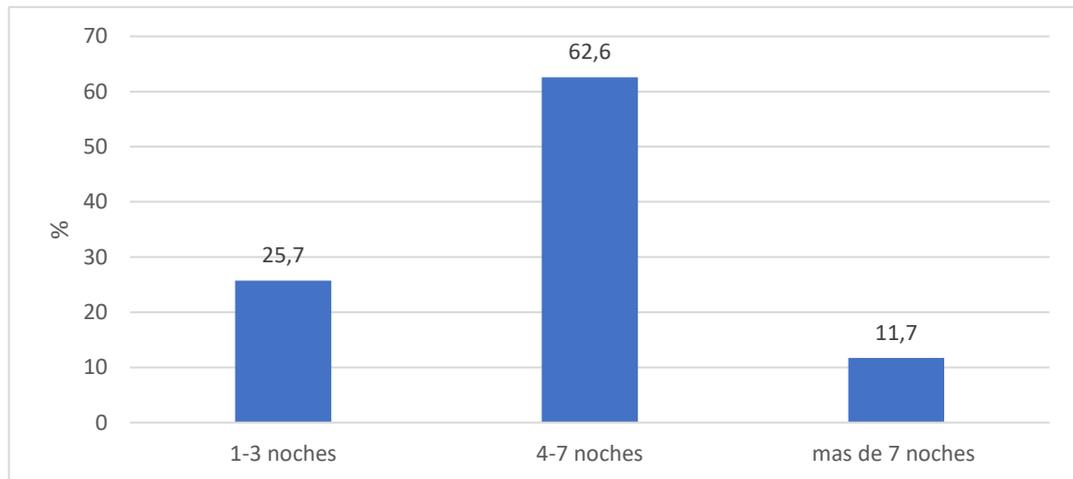
Nota: Porcentaje de con quien suelen viajar los turistas cuando visitan Galápagos. Adaptados de los autores de esta investigación.

Análisis e interpretación: Se realizó 387 encuestas a los turistas de la isla Isabela de Galápagos, en donde se pudo constatar que el porcentaje más alto en cuando a la información personal del turista de con quien normalmente suele viajar fue 48.3% que corresponde a 186 personas, que viajan con su familia, el 22.1% que son 85 personas normalmente viajan en pareja, el 18.4% que son 71 personas prefieren viajar en grupo y el 11.2% que corresponde a 43 personas afirmaron que mejor viajan solos como se observa en la figura 7.

7. ¿Cuánto tiempo se quedará en su próxima estadía en las islas Galápagos?

Figura 8.

Cuanto tiempo se quedará el encuestado en las islas Galápagos

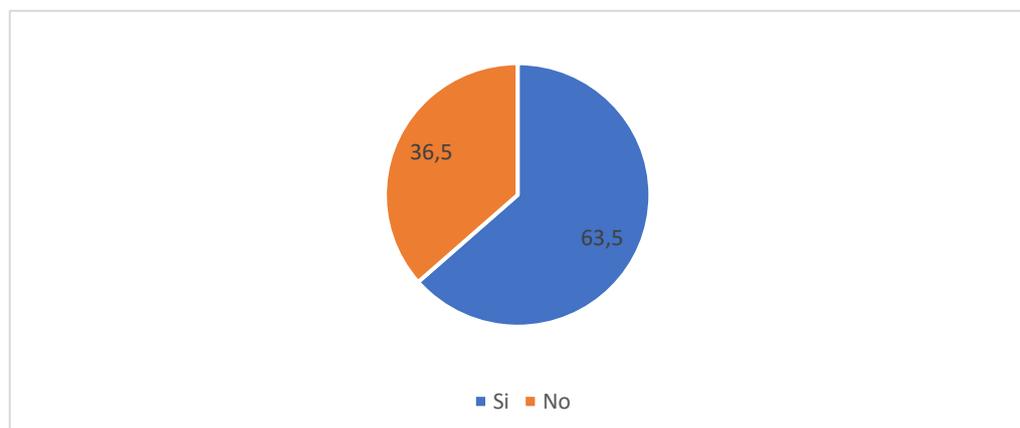


Análisis e interpretación: Del total de encuestados, de turistas nacionales y extranjeros en cuanto a que tiempo se quedaría en su próxima estadía en las islas Galápagos respondió el 62.6% que corresponden a 241 personas que se quedarían de 4-7 noches, el 25.7% que son 99 personas mencionaron que se quedarían 1-3 noches y el 11.7% se quedarían más de 7 noches que corresponden a 45 turistas como se observa en la figura 8.

8. Tiene Ud. Interés por conocer sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: Museos memoriales, antiguas prisiones, lugares con eventos históricos trágicos, desastres naturales, cementerios, lugares que encierren leyenda o mitos populares, con riqueza cultural y zonas urbana?

Figura 9.

Interés de los turistas por sitios relacionados con turismo oscuro



Análisis e interpretación: En la encuesta realizada a 387 turistas en las islas Galápagos como resultado a si están interesados por conocer sitios relacionados con hechos que han marcado historia de la ciudad, el 63.5% respondió que SI correspondiente a 245 personas, y en las observaciones mencionaron que les gustaría conocer por diferentes motivaciones que se detallan en la tabla 2, mientras que el 36.5% indico que NO relativo a 141 personas como se observa en la figura 9.

Si su respuesta fue afirmativa, mencione el motivo principal por lo que visitaría estos lugares.

Tabla 2.

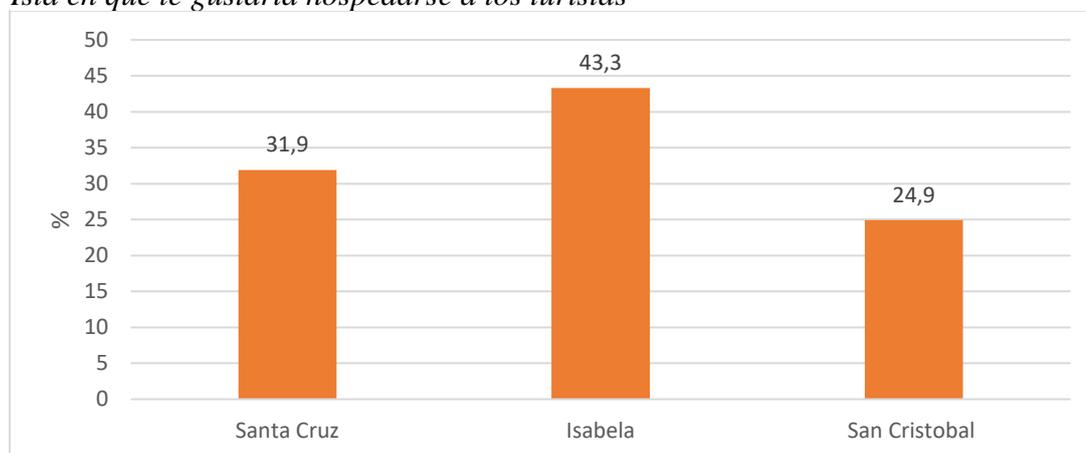
Listado de motivaciones de los turistas para visitar la isla Isabela con paquete de turismo oscuro

Listado de actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje %
Turismo	112	28.94
Curiosidad	48	12.40
Historia	137	35.42
Diversión	34	8.78
Concientización	31	8.01
Exploración	25	6.45
Total	387	100%

9. ¿Dónde le gustaría hospedarse en su próxima estadía en las islas Galápagos?

Figura 10.

Isla en que le gustaría hospedarse a los turistas



Análisis e interpretación: Con respecto a dónde le gustaría hospedarse en su próxima estadía en las islas Galápagos a los 387 turistas encuestados indicaron 167 personas que les gustaría hospedarse en la isla Isabela con un 43.3%, en la isla Santa Cruz con un promedio de 31.9% que corresponden a 123 turistas y la isla San Cristóbal un 24.9% que pertenece a 96 personas como se observa en la figura 10.

10. De las siguientes actividades turísticas que ofrece las islas Galápagos, señale 3 de las que desea realizar en el destino.

Tabla 3.
Actividades turísticas que ofrece las islas Galápagos

Listado de actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje %
Caminar junto a las tortugas	82	21.2
Nadar con leones marinos	97	25.1
Conocer piquero con patas azules	101	26.1
Senderismo	74	19.1
Visitar túnel de lava	143	37
Buceo	107	27.6
Nadar en las playas de agua cristalina	168	43.4
Ciclismo	51	13.2
Fotografiar las distintas especies	147	38
Surfear en las playas	44	11.4
Observar pingüinos del hemisferio norte	76	19.6
Acampar junto a un volcán	71	18.3
Avistamiento de aves	50	12.9
Visitar la estación de Charles Darwin	78	20.2
Kayak en la bahía	37	9.6
Snorkel en la bahía	54	14
Total	387	100%

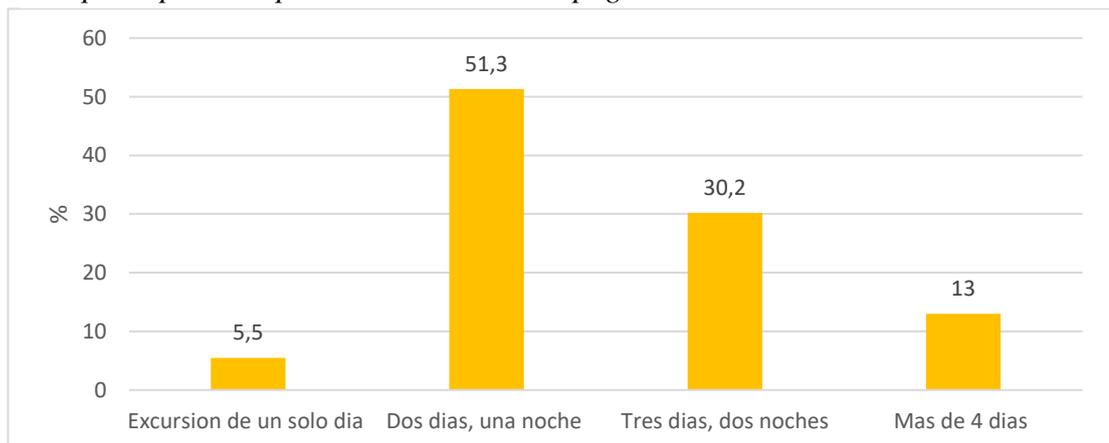
Figura 11.
Porcentaje de las atracciones turísticas



Análisis e interpretación: Entre las 387 personas encuestadas sobre las diferentes actividades que ofrece las islas Galápagos, en el cual señalaron que les gustaría nadar en las playas de agua cristalinas con un porcentaje mayor de 43.4% que corresponden a 168 turistas, y el promedio menor fue de 9.6% que son 37 personas que prefieren Kayak en la bahía como se observa en la figura 11.

11. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en el destino Isla Isabela teniendo disponibles las siguientes actividades? Visita al Muro de las Lágrimas, Tour al volcán, Tour de bahía, Tour marítimo a los túneles de lava, Tour de buceo?

Figura 12.
Tiempo dispuesto a pasar en las islas Galápagos

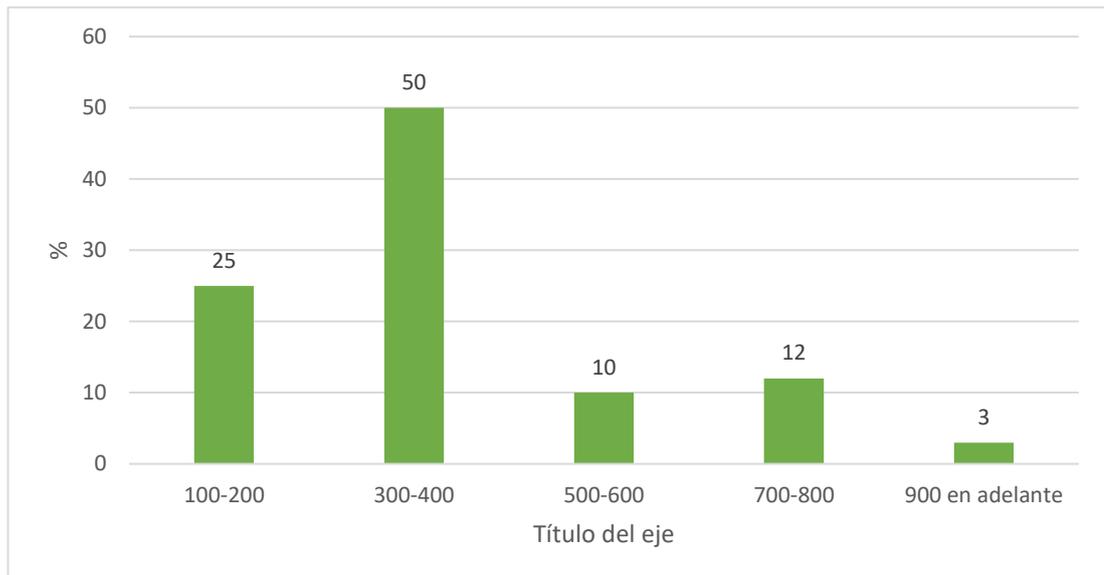


Análisis e interpretación: De las encuestas realizadas a 387 turistas se pudo determinar que ellos estarían dispuestos a pasar en el destino de Isabela dos días y una noche con un 51.3% que pertenecen a 197 personas, y el 5.5% que corresponden a 21

personas como se observa en la figura 12.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por día por el paquete turístico mencionado anteriormente?

Figura 13.
Pago por paquete turístico



Nota: Porcentaje del presupuesto que estarían dispuestos a pagar los turistas por un paquete turístico el cual varía de acuerdo a lo que ofrecen. Adaptados de los autores de esta investigación.

Análisis e interpretación: Como se observa en la figura 13, según los análisis obtenidos en la encuesta realizada a 387 turistas, algunas manifestaron en un 50% que pagarían por un paquete turístico de \$300 a \$400 que corresponden a 96 personas siendo el porcentaje más alto, y un 3% que corresponden a 12 personas siendo el más bajo y que estarían dispuestos a pagar hasta 900 en adelante por un paquete completo que incluyan muchas actividades.

Entrevista a actores claves

Se realizó entrevistas a dos actores claves para esta investigación respondiendo al aspecto cualitativo cuyo propósito es conocer sobre la propuesta de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela en Galápagos. Se dio la bienvenida y se explicó el tema a tratar y la entrevista fue realizada en la Isla Isabela en enero del 2023 al Ing. Alexis Flores, Director de Isabela del consejo de Gobierno del Régimen Distrital de Galápagos y a la Tecnóloga Diana Cartagena que es un Agente de venta. Estos operadores ofrecen diversos servicios a los turistas, de acuerdo con sus procesos y normativas que cumplen.

En las preguntas se buscó conocer la situación real que se vive en la isla en cuanto a la calidad de servicio que ofrecen a los turistas, detalles sobre los paquetes y la seguridad que brindan. Las encuestas resultaron ser las mejores fuentes para verificar que cambios se pueden hacer, se llega a la conclusión de formular capacitaciones para que se diseñe una mejor seguridad a los turistas y la calidad de servicio en los paquetes de turismo.

CAPÍTULO III

Propuesta del producto

Generalidades de la isla Isabela

La isla Isabela es la isla más grande de todas con una superficie de 4588 km², esto es, más del 50% de la superficie total terrestre del archipiélago. En cuanto a su nombre, cabe decir que lo obtuvo en honor a la Reina Isabel I de Castilla, ya que esta auspició el viaje de Cristóbal Colón a las Américas.

Según Erazo (2013) indica que esta isla se ubica el conocido volcán Wolf y el histórico Muro de las Lágrimas creado por los prisioneros en la época en la que la isla era una prisión.

Tras el fin de estos acontecimientos bélicos, en el año 1946 el gobierno ecuatoriano decidió utilizar la isla Isabela como base penal para los reclusos ecuatorianos para evitar la congestión de delincuentes en las cárceles del país continental.

Este tipo de cárcel precedió a otras bases penales en islas como por ejemplo Alcatraz. Sin embargo, en esta colonia penal abundó la escasez de alimento, la insalubridad del agua, los fuertes maltratos y las enfermedades víricas y mortales. Esto explica el corto período de tiempo de su uso, pues se cerró este proyecto en el año 1959. Actualmente, el único vestigio de este penal es el llamado Muro de las Lágrimas (Rodas, 2012).

Esta construcción fue hecha por los reos con piedras volcánicas según Mena (2013): “La construcción de este muro aún es un enigma, pues algunos historiadores apuntan que los reos construyeron esta muralla para evitar el asalto de piratas que merodeaban constantemente las islas, otros declaran que se trató de una tarea penitenciaria para la inclusión de los reos (p.25)

Metodología para el registro de la información del atractivo turístico, Muro de las Lágrimas en la Isla Isabela

Se realizó una ficha para el levantamiento de información sobre el Muro de las Lágrimas ubicado en la Isla Isabela, considerado turismo oscuro. La ficha consta de diferentes subtemas con datos más relevantes del lugar, así como se muestra a continuación:

El campo de datos generales es aquella información básica sobre el tema que, a pesar de no ser específicos en el tema, son importantes, esto incluye la personas que realizo el levantamiento de información, la fecha en que se realizó, la categoría del atractivo, entre otros. Todos estos datos sirven para la verificación de los datos y para la responsabilidad de la persona encargada de realizar las fichas.

Atractivos turísticos – Muro de las lágrimas

La información observada en esta ficha se hizo con la información recolectada de cada una de las personas que visitan la isla Galápagos. Fue realizada por una de las autoras de esta investigación, Meisy Cartagena en una visita previa a las islas Galápagos en diciembre del 2022. La visita inicio en la isla Isabela en donde reside.

El Muro de las Lágrimas básicamente consiste en una edificación que fue construida en la segunda guerra mundial por presos de una prisión que albergada a 300 reos aproximadamente. Su altura es de 7 a 100m de alto y precisamente fue construido por presos en forma de castigo, ellos eran obligados a construir el muro, todas las veces que se desboronaba, según cuentan los Isabeleños. Se puede subir hasta la parte más alta del muro y observar toda la Isla Isabela desde ahí, primero se empieza con una caminata por un sendero que dura de 3 o 4 horas dependiendo los factores, se menciona que es un sitio muy poblado y al año lo visitan muchos turistas tanto nacionales como extranjeros para admirar y conocer este atractivo turístico y su historia.

A continuación, se mencionan datos principales de la ficha, que consta de datos relevantes del lugar considerado turismo oscuro en Isabela.

Figura 14.
 Ficha del Muro de las Lágrimas

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																	
Código del atractivo:	2	0	0	2	5	0	M	C	0	1	0	1	0	4	0	0	0
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo		
1. DATOS GENERALES																	
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																	
MURO DE LAS LAGRIMAS																	
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo									
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				HSITÓRICA (CIVIL, RELIGIOSA, MILITAR, VERNÁCULA)									
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO TURÍSTICO																	
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia									
GALÁPAGOS				ISABELA				PUERTO VILLAMIL (CAB. CANTONAL)									
2.4 Calle Principal				2.5 Número				2.6 Transversal									
2.7 Barrio, Sector o Comuna				2.8 Sitio poblado más cercano													
				PUERTO VILLAMIL													
2.9 Latitud (grados decimales)				2.10 Longitud (grados decimales) Click						2.11 Altura (msnm)							
-9.645.679				-91.015.694						7 MSNM							
2.12 Inmerso en Espacio Turístico				SI				NO				S/I					
2.12.1 Nombre del Espacio Turístico:				MURO DE LAS LAGRIMAS													
Observaciones: <i>Se encuentra ubicado a 6km de la poblacion de Isabela</i>																	
3. CARACTERÍSTICAS CLIMATOLÓGICAS																	
SI				NO				X				S/I					
3.1. Clima		TROPICAL		3.2 Temperatura(°C)		24°C		3.3 Precipitación Pluviométrica (mm)		600 mm							

4. ACCESIBILIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	x	NO	S/I
4.1 Tipo de Ingreso (U)		SI	2	NO	S/I
4.1.1 Libre (Continuar 4.1.4)	0	4.1.2 Restringido (Continuar observaciones)	2	4.1.3 Pagado (Continuar siguiente)	0
4.1.3.1 Precio (Tarifa mínima y máxima):	a. Desde \$	0	b. Hasta \$	0	
4.1.3.2 Forma de Pago (M):	a. Efectivo		b. Dinero Electrónico		
	c. Tarjeta de Débito		d. Tarjeta de Crédito		
	e. Transferencia Bancaria		f. Cheque		
4.1.4 Horario:	a. Hora de Ingreso:	07:00	b. Hora de Salida:	17:00	
4.1.5 Atención (U):	a. Todos los días	3	c. Fines de Semana y Feriados	0	
	b. Sólo días hábiles	0	d. Otro.	0	Especifique:
Observaciones: Es restringido ya que no se permite el ingreso de vehiculos a motor.					
4.2 Temporalidad (M)		SI	x	NO	S/I
a. Alta (meses)	Diciembre - Julio	Especifique:	Por festividades y temporada de vacaciones.		
b. Baja (meses)	Agosto- Noviembre	Especifique:	Por motivos de cambios de temperatura.		
Observaciones: Esto puede variar dependiendo de la demanda.					
4.3 Facilidades para personas con discapacidad (M).		SI	0	NO	X S/I
a. Rampas	b. Baterías Sanitarias adecuadas		c. Personal Calificado		
d. Sistema Braille	e. Otro	Especifique:			
Observaciones: Por las condiciones del lugar debido a que el trayecto es de tierra.					

9. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	X	NO	S/I
9.1. El atractivo se halla dentro de la planificación turística territorial (GAD'S) (U):	SI	0	NO	X	Especifique: Pertenece al Parque Nacional Galápagos.
9.2. Se cumple con la normativa para actividades que se practican en el atractivo (U):	SI	5	NO		Especifique:
9.3. Nombre del Administrador:	Parque Nacional Galápagos.				
9.4. Tipo de Administrador (U)					
a. Público	b. Privado	X	c. Comunitario	d. Otro	Especifique:
9.5. Contacto					
a. Nombre:	Elgo. Leonardo Garcia		b. Teléfono/Celular:	0967644032	
c. Correo Electrónico:	lgarcia@galapagos.gob.ec		d. Página WEB:		
Observaciones: Se encuentra a cargo de la Direccion Tecnica del Parque Nacional Galápagos.					
10. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI		NO	S/I
10.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)		SI		NO	S/I
10.1.1 En el Agua (M)	SI	0	NO	x	S/I
	b. Kayak de mar /				

5. CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO TURÍSTICO		SI	X	NO	S/I		
5.1 Acceso (M)		SI	2	NO	S/I		
5.1.1 Terrestre (U)	a. Primer Orden	1	Estado (U)	Bueno	Regular	X	Malo
	b. Segundo Orden	1		Bueno	Regular	X	Malo
	c. Tercer Orden	0		Bueno	Regular		Malo
5.1.2 Acuático (U)	a. Marítimo	0	Describir:				
	b. Lacustre	0	Describir:				
	c. Fluvial	0	Describir:				
5.1.3 Aéreo	0	Describir:					
Observaciones: Se puede llegar en bicicleta y también a pie.							
5.2 Comunicación (M)		SI	3	NO	S/I		
5.2.1 Telefonía (M)	1	a. Fija		b. Móvil		c. Satelital	
5.2.2 Conexión a Internet (M)	1	a. Línea Telefónica		b. Cable		c. Satélite	
		d. Redes inalámbricas	X	e. LMDS		f. Telefonía Móvil	X
5.2.3 Radio Portátil (U)	1	SI		X		NO	
Observaciones: La comunicación es óptima debido a que existe un radar en el lugar.							
5.3 Señalización (M)		SI	3	NO	S/I		
a. Señalización de aproximación al sitio	2	Estado (U)	Bueno	x	Regular		Malo
b. Señalética en el sitio	1		Bueno	x	Regular		Malo
Observaciones: Esta devidamente señalizado.							
5.4. Poblado Urbano Cercano más importante		SI	X	NO	S/I		
5.4.1 Nombre del Poblado Urbano más importante: Isla Isabela - Puerto Villamil							
a. Distancia del atractivo al Poblado urbano más cercano:		6	Km	b. Tiempo de viaje al poblado urbano más cercano:		03:00	horas/ minutos
Observaciones: Isabela es la población mas cernaca del atractivo.							

10.1.1 En el Agua (M)		SI	U	NO	X	S/I
a. Buceo	b. Kayak de mar / lacustre					
c. Kayak de Río						
d. Kite Surf	e. Rafting					
f. Snorkel						
g. Surf	h. Tubing					
i. Regata						
j. Paseo en Panga / Bote / Lancha	k. Paseo en Moto Acuática / Parasailing / Esquí					
l. Banana / Inflables						
m. Pesca Deportiva	n. Otro					Especifiqu e:
Observaciones:						
10.1.2 En el Aire (M)		SI	0	NO	x	S/I
a. Alas Delta	b. Canopy					Especifiqu e:
c. Parapente	d Otro					
Observaciones:						
10.1.3 En Superficie Terrestre (M)		SI	0	NO	x	S/I
a. Montañismo	b. Escalada					c. Senderismo
d. Cicloturismo	e. Canyoning					f. Exploración de cuevas
g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata					i. Caminata

Ficha_Jerarquia



0.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)		SI	X	NO	S/I
0.2.1 Tangibles (M)		SI	3.5	NO	S/I
a. Recorridos Guiados / Autoguiados	1	b. Exposiciones Temáticas Permanentes, Temporales y	0	c. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc.,	1
d. Presentaciones o Representaciones en vivo	0	e. Muestras Audiovisuales	0	f. Actividades Vivenciales y/o Lúdicas	0
g. Fotografía	0.5	h. Información del lugar	1	i. Visita a Talleres	0
j. Otro	0	Especifique:			
Observaciones: Cuentas con diferentes actividades que no afectan al atractivo.					
0.2.2 Intangibles (M)		SI		NO	X S/I
0.2.2.1. Origen:	a. Ancestral		b. Histórico	X	c. Contemporáneo
0.2.2.2. Simbolismo		10.2.2.3. Fecha de celebración			
0.2.2.4. Periodicidad:	a. Anual		b. Ocasional		c. Otro
0.2.2.5. Portadores:	a. Individuos		b. Colectivo		c. Instituciones
0.2.2.6. Mantiene Costumbres y tradiciones:		SI	0		NO
0.2.2.7. Características Específicas distintivas:					
0.2.2.8. Existe Información al respecto del Evento:		SI	0		NO
<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">Ficha_Jerarquia</div> +					

11.1. Nivel de difusión del atractivo (U)		SI	NO	S/I			
a. Local	1	b. Regional	2	c. Nacional	4	d. Internacional	6
Observaciones: Posee gran difusión por ser un lugar de alto trayecto turístico.							
11.2. Medios de Promoción del Atractivo (M)		SI	1	NO	S/I		
a. Página WEB	URL:						
b. Red Social	Nombre: Facebook - Instagram						
c. Revistas Especializadas	Nombre:						
d. Material POP	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística	Nombre: Ministerio de Turismo						
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Especifique:						
g. Otro	Especifique:						
Observaciones: Inicialmente cuenta con poca promoción del atractivo.							
11.3. Asociación con otros Atractivos (mínimo 4)		SI	X	NO	S/I		

a. Nombre del atractivo	b. Distancia (km)	c. Tiempo (h/m aprox.)	d. Coordenadas Geográficas	
			1. Latitud (grados decimales)	2. Longitud (grados decimales)
Playa del amor	4 km	30 minutos		
Playa del Estero	3 km	25 minutos		
Cerro orchilla	1 km	10 minutos		
Mirador del Radar	500 metros	10 minutos		

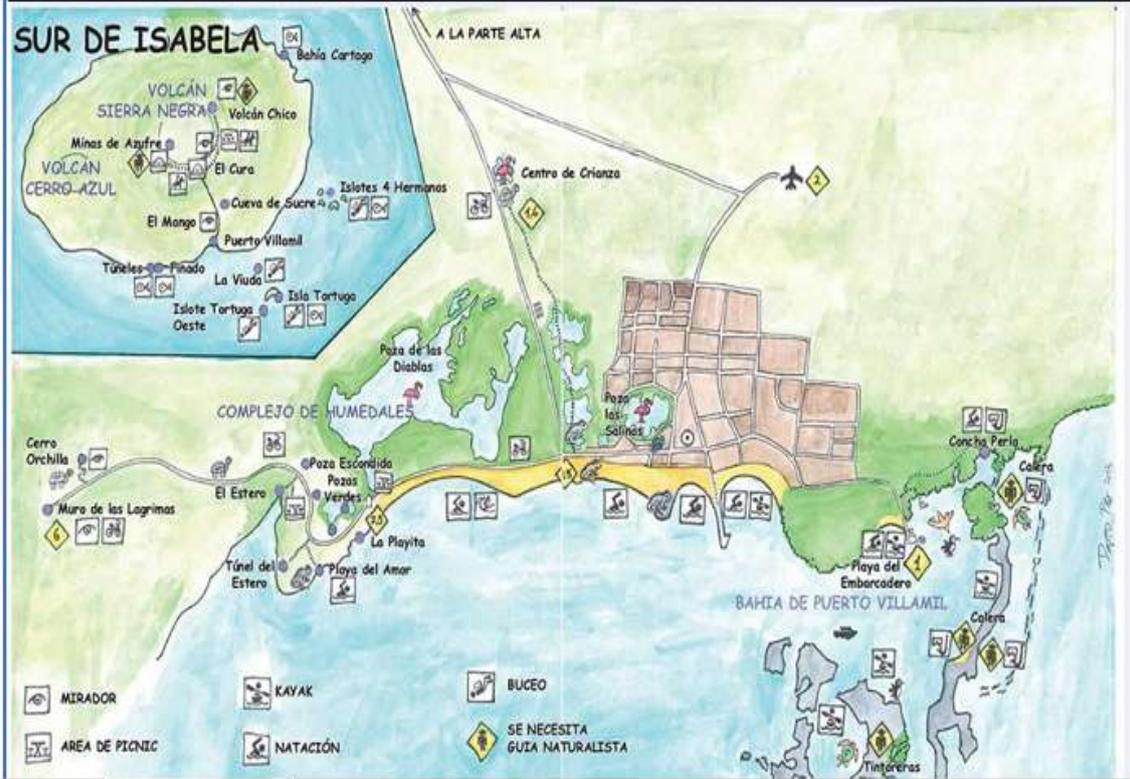
Observaciones: Estos atractivos se encuentra en el transcurso de la ruta al destino final muro de lagrimas.

12. TIPO DE VISITANTE Y AFLUENCIA (M)	SI	6.7	NO	S/I
12.1 Afluencia (M)	12.2 Tipo (U)		12.3 Frecuencia (U)	
a. Local 0.5	a. Turista 0	b. Excursionista 0.3	a. Alta 0	b. Media 0.3 c. Baja 0
b. Nacional 1	a. Turista 1	b. Excursionista 0	a. Alta 0	b. Media 0.6 c. Baja 0
c. Extranjera 1	a. Turista 1	b. Excursionista 0	a. Alta 1	b. Media 0 c. Baja 0

Observaciones: Es visitado por todo tipo de turista.

14. DESCRIPCION DEL ATRACTIVO	SI	x	NO	S/I
<p>El atractivo está ubicado dentro de la Isla Isabela, se encuentra dentro de la Ruta de los Humedales la cual incluye algunos sitios de visita como La Playa del amor, Playa del Estero, Cerro Orchilla, Túneles el Estero. La importancia del atractivo Muro de las Lágrimas radica por su trascendencia histórica por la tragedia dada hace muchos años atrás en la cuales los presos mientras se encontraban en cautiverio construyeron su propia prisión, hasta que un día se sublevaron y quedó inconclusa su construcción. Por tanto, el atractivo logra transmitir sentimientos de tristeza, sufrimiento, dolor originados por el hecho de que un ser humano deba construir su lugar de encierro con sus propias manos.</p>				
15. ANEXOS	SI		NO	S/I
a. Archivo Fotográfico (dos)				
				

c. Ubicación gráfica del Atractivo



BICICLETA
 PESCA VIVENCIAL
 OFICINAS DEL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS

Fuente: Parque Nacional Galapagos

FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	Cartagena Meisy	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Institución		Institución	
Cargo	Estudiante	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	meisy.cartagena@cu.uesg.edu.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono		Teléfono		Teléfono	
Firma	Meisy Cartagena Valladares	Firma		Firma	
Fecha	17/01/2023	Fecha		Fecha	

Propuesta para la operación de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela

Los recursos naturales que posee la Isla Isabela son considerados para la operación de un producto o destino turísticos. Si bien es cierto, la actividad por sí sola no atrae a los turistas por ello es por lo que debe incluirse elementos para que los visitantes decidan ir a la isla Isabel.

- **Análisis del destino turístico**

El destino turístico propuesto es en la Isla Isabel

- **Análisis del mercado turístico y las inversiones**

Según los datos obtenidos en la encuesta indica que el 43.3% le gustaría visitar la Isla Galápagos de 2 días, una noche (51.3%). Esto indica que la demanda para visitar la isla Isabela debe venir acompañada de un buen paquete o producto turístico para los visitantes.

En cuando a la oferta turística, la encuesta arrojó que los que visitan la isla están totalmente dispuestos a invertir en productos turísticos oscuros de calidad ya que buscan experiencias diferentes con emociones, algunos están dispuestos a pagar por un tour hasta 900 dependiendo lo que incluya el paquete, pero esto no quiere decir que se deba elevar exageradamente el valor. Pues se debe considerar que viajar hasta Galápagos ya demanda una inversión considerable por parte de los turistas.

Tabla 4.

Conceptualización del producto oscuro en Isabela

Construyendo un producto basado en las necesidades del turista	Lo que buscamos transmitir a los turistas
<i>¿Cual es el producto oscuro a implementar?</i>	<i>¿Qué hace especial al lugar?</i>
Muro de las lagrimas Turismo de historia, cultura	La Isla Isabela tiene una flora y fauna que la hace reconocida a nivel mundial.
<i>¿Qué actividades se pueden ofrecer en el lugar?</i>	<i>¿Cuáles son los recuerdos que se deben llevar los turistas?</i>
Visita al muro de las lágrimas, Senderismo, excursión de cuevas, ciclismo.	Dar a conocer la historia del muro de las lágrimas, generando conciencia social y de esta manera las personas que habitan en esta zona devastada se sienten incluidas y no en el olvido.
<i>¿Qué actores locales podrían ser parte del producto?</i>	<i>¿Qué expectativas vamos a superar ofreciéndoles a los turistas este producto?</i>
Guías especializados, proveedores nacionales, restaurantes, hostales, artesanías.	Ofrecer un lugar seguro para descansar, disfrutar de la naturaleza y conocer estos lugares de cultura e historia, y que a su vez tenga a su alcance todo lo necesario para recorrer toda la isla en un periodo de 3 días.

Tour y paquete turístico del nuevo producto

Tabla 5.

Paquete turístico de 2 noches y 3 días de 9am – 5pm

Tours	Tiempo 2 noches y 3 días	Incluye	Precio
Túneles	1er día	Guía certificado, hospedaje y almuerzo	\$180
Muro de las lágrimas en bicicleta y Snorkel	2do día	Guía certificado y almuerzo, hospedaje. Incluye equipo snorkel	\$80
	3er día Salida		-
Transfer in- out +Ferry		Lancha de cabotaje	\$120
Total			\$ 380

Tabla 6.

Paquete turístico de 4 noches y 5 días de 9 am-5pm

Tours	Tiempo 4 noches y 5 días	Incluye	Precio
Descanso	1er día	Hospedaje y merienda	\$50
Tour Volcán	2do día	Guía especializado, transporte, almuerzo. Hospedaje y merienda	\$100
Tour tintoreras y muro de lagrimas	3er día	Guía especializado, transporte, hospedaje, almuerzo y merienda. Equipo de snorkel	\$130
Tour túneles	4to día	Guía, transporte, almuerzo, merienda, hospedaje. Fotografía	\$170
Transfer in-out + Ferry		Lancha de cabotaje	\$120
Total			\$570

La investigación muestra que los costos que se quieren implementar no son tan elevados pudiendo encontrar precios accesibles para cualquier turista que visita las Islas Galápagos. Es importante recordar que las personas, sobre todo turistas que viajan a estas islas cuentan con un presupuesto elevado por todas las actividades que realizan, como el hospedaje, transporte, alimentación, etc. Sin embargo, podemos ofrecer precios más bajos o competitivos que permite tener una ventaja para ofrecer nuestro atractivo turístico.

Conclusiones

Como resultado del trabajo investigativo del proyecto de propuesta de turismo oscuro en la Isla Isabela en Galápagos se puede concluir que, las diferentes teorías que fueron revisadas en esta investigación fundamentan la correcta conceptualización para poder desarrollar un producto turístico en la Isla Isabela, así como la planificación de esta propuesta.

De esta investigación desarrollada se puede concluir que, dentro del Ecuador sí existen personas interesadas en conocer sobre el turismo oscuro hasta un 30%, es decir, se mostró que existe gran aceptación por parte de los turistas que visitan las Islas Galápagos, quieren incluir el turismo oscuro como parte de su travesía y al mismo tiempo realizar el turismo que normalmente ofrecen, y la combinación de todas estas actividades permitirá ofrecerles una experiencia inolvidable dentro de ese pequeño paraíso.

En cuanto a la propuesta del diseño del producto turístico en la Isla Isabela, se concluye que, se busca potenciar la isla con diferentes actividades que incluyan el turismo oscuro como por ejemplo, visitar el muro de las lágrimas, en donde en conjunto se puede realizar otras actividades de aventura y desconexión ofreciendo de esta manera un tour que incluya los servicios indispensables que buscan todos los turistas como por ejemplo: hospedaje, restaurantes, servicios básicos, recorrido por la isla, etc., que no deben faltar al realizar la oferta turística. Al igual que las señaléticas y la atención que se le brinda al turista por parte de la comunidad y de los guías especializados.

Recomendaciones

Cada día el turismo va cambiando y así mismo las necesidades e intereses de los turistas, por ello es que se recomienda innovar continuamente, buscando nuevas propuestas, tendencias en turismo incluyendo el oscuro. De esta manera se podrá obtener una buena acogida y éxito siendo tendencia en Ecuador, posicionándonos como destino para turismo oscuro.

Se recomienda que la Universidad Católica participe en programas de capacitación al público en general, para de esta manera concientizar y promover el desarrollo del sector para que el Ministerio de Turismo, la Dirección del Parque Nacional Galápagos, apoye a las actividades de turismo oscuro y un seguimiento de la propuesta para que se pueda llevar a cabo con responsabilidad.

Preparar paquetes turísticos donde se considere los precios según las actividades a realizar en la Isla Isabela.

Los investigadores deben realizar reuniones con el objetivo de dar a conocer el producto y de esta manera incentivar a la comunidad de la Isla Galápagos.

Referencias

- Berembaum, M. (1993). *The World Must Know*, Diana. México.
- Bertalanffy, Ludwig Von (1976). *Teoría de Sistemas Turísticos*. 2da Ed. Fondo de Cultura Económica de España.
- Bertalanffy, L. (1976), *Teoría General de Sistemas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Boeree, G. (2019). *Teorías de la personalidad*, de Abraham Maslow. Traducción: Rafael Gautier.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas
- Cabarcos, (2006). Análisis de los servicios turísticos en las casas Haciendas como aporte al turismo rural del cantón Mejía. Turismo. ESPE. Disponible en: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/22742/2/ESPEL-ITH-0133-P.pdf>
- Cepal B. (1949). *Estudio Económico de América Latina*, 1949 (E/CN.12/164 Rev. 1, núm. de Venta 1951, II. G. 1). cepal-onu.
- Cevallos, R., & Pineda, F. (2018). Propuesta de Segmentación y uso de atractivos dark para la diversidad de la oferta turística de Guayaquil. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11184/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH507.pdf>
- Dann, G. (2016) *"The Language of Tourism"* Wallingford, Oxon: Cab International.
- Dann, G. M. S. (20188). "The Dark Side of Tourism." *Etudes et Rapports Centre International de Recherches et d'Etudes Touristiques*, Aix-en-Provence, serie L. 14: 1-31.
- Dirección Parque Nacional Galápagos. (2002). *La Reserva Marina de Galápagos*. Isla San Cristobal: DPNG.
- Erazo, P. (2013). *La isla de Galápagos que alguna vez fue cárcel*. BBC News Mundo.

https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131118_ecuador_carcel_galapagos_jrg

Estudios de Filosofía, núm. 58, pp. 3

Feigenbaum, A. (1999). La nueva cualidad para el siglo XXI. *Revista TQM*, 11(6), pp. 376-383. Recuperado de: <https://doi.org/10.1108/09544789910287656>

Foley, M., John Lennon, J. (2018). JFK and Dark Tourism: A fascination with assassination. *International Journal of Heritage Studies*. Vol.2- 4, pp. 198-211.

García A. (2015). “*La mente del viajero*”. Madrid: Thomson. p.151.

Gurría, M. (2010). Introducción al turismo. México: Trillas

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2007a). Fundamentos de metodología de la investigación (Primera ed.). Aravaca, España: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U.

Hotería y Turismo. (2008). Marketing Turístico. España: Vértice.

Ibáñez Pérez, R., & Cabrera Villa, C. (2011). Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional (Primera ed). México: Serie Didáctica.

INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática). (2012). “¿Qué es la teoría general de sistemas?”. Perú: Colección Cultura Informática

Kekutt, E. (2014). Turismo: Herramienta Social. Buenos Aires: Dunken.

Lennon, J. y Foley, M. (1999). Interpretation of the unimaginable: The U.S. Holocaust Memorial Museum, Washington, D.C. and “dark tourism”. *Journal of Travel Research*, 38, 46-50.

Lennon, J. y Foley, M. (2019). Dark Tourism: The Attraction of Death and Disaster. Londres: Cassell.

Lewis, W. A. (1957). Economic development with unlimited supplies of labour. *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 22(2), 139-191.

- Mahmoud A. Wahba, Lawrence G. Bridwell. (2004). Maslow reconsidered: A review of research on the need hierarchy theory. Baruch College, The City University of New York USA.
- Mahmoud, A. Wahba y Lawrence G. Bridwell. (2018). Maslow Reconsidered: A Review of Research on the Need Hierarchy Theory. New York.
- Martinez, E. R. (2018). Maitre. España: Editorial Vértice.
- Medina, R. (2018). Galápagos y su crecimiento. Junio 08 del 2016, de Blog Espol. p.3. Sitio web: <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/tag/galapagos/page/2/>
- Mena E.. (2013). Muro de las Lágrimas [Fotografía]. www.bbc.com. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131118_ecuador_carcel_galapagos_jrg. p.25.
- Mena Erazo, P. (2013, 25 noviembre). Muro de las Lágrimas [Fotografía]. www.bbc.com. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131118_ecuador_carcel_galapagos_jrg
- Miller, (2002). *Desarrollo local y Agenda 21. Una visión social y educativa*. Madrid, España: Pearson Educación S. A. p.437
- Ministerio de turismo, (2018). Ministerio de Turismo ratifica su compromiso con la conservación de las islas Galápagos. 08 de Junio del 2018, de Ministerio de Turismo, p.3. Sitio web: <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-deturismo-ratifica-su-compromiso-con-la-conservacion-de-las-islas-galapagos/>
- Molina, S. (1991). Sistema Turístico según Sergio. Disponible en: <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-sergio-molina>
- Neto, F. (2017), "A New Approach To Sustainable Tourism Development: Moving Beyond Environmental Protection". *Natural Resources Forum*, 27, Pp. 212–222
- Organización Mundial de Turismo. (2016). Recuperado el 06 de 07 de 2018, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosariobasico>

- Organización Mundial del Turismo. (1998). Introducción al Turismo. (A. Sancho, Ed.).
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Turismo sostenible. Recuperado 15 de abril de 2019, a partir de <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *InterSedes: Revista de las Sedes Regionales*, XIV(27), 146-167.
- Panosso, A. L. (2018). Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas. México: Trillas.
- Pearce, P.L, (2020). “*Perceived changes in holiday destinations*” In: *Annals of Tourism Research*, 9; p. 145-164.
- PNG (2021). Parque Nacional Galápagos. Plan de 2030. Dirección de Planificación y Gestión del Territorio. (2021). Plan Estratégico Institucional 202 – 2025.
- Revista Española de Neuropsicología (2004). Teoría de las emociones. *Revista española*. p.6, 1-2: 53-73. Disponible en: <file:///C:/Users/Mirka/Downloads/Dialnet-SchachterYSingerYElEnfoqueCognitivo-2011686.pdf>
- Rodas, P., & Vivanco, K. (2012). *Galápagos: Prisión de Basalto*. Ministerio de Cultura de Ecuador.
- Rodríguez G. (2016). El arte en Colombia. (ed.) Colombia: Credencial Historia
- Sancho, A. (1998). Introducción al Turismo. Organización Mundial de Turismo.
- Seaton, A. y Lennon, J. (2004). Thanatourism in the early 21st Century: Moral panic, ulterior motives and ulterior desires. En T. V. Singh (ed.), *New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices* (pp. 63-82). Wallingford: CAB International.
- Sharpley, R. (2019). Shedding light on dark tourism: An introduction. En R. Sharpley y P. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel. The Theory and Practice of Dark*

Tourism (pp. 3-22). Bristol: Channel View.

Sharpley, R. y Stone, P. (2019). Life, death and dark tourism: Future research directions and concluding comments. En R. Sharpley y P. Stone (eds.), *The Darker Side of Travel. The Theory and Practice of Dark Tourism* (pp. 247-251). Bristol: Channel View.

Soro, E. (2018). *Turismo Oscuro: Perfiles, Nichos, Motivaciones*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_oscuro.pdf

Spielvogel, Jackson J. 2010. *Modern World History: Contemporary Publishing Group/NTC*.

Stone, P. (2016). A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions. *Tourism: An Interdisciplinary International Journal*, 54(2), 145-160.

Theobald, W. F. (2005). *Global Tourism* (Tercera ed). Elsevier Science. Recuperado a partir de <http://www.economy.gov.ae/Publications/ButterworthHeinemann.Global.Tourism.ISBN0750677899.pdf>

THEOBALD, W., (1994): *Global Tourism: The Next Decade*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Vázquez, D., Osorio, M., Arellano, A., & Torres, J. (2017). El turismo desde el pensamiento sistémico. *Investigaciones Turísticas*, 1–28. Retrieved from https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29118/1/Investigaciones_Turisticas_05_01.pdf

Wolters W. (2016). Colaborador de la Red Federal de Historia de las Relaciones Internacionales Departamento de Historia IRI – U

Apéndices

Encuesta

1. Lugar de procedencia

- a) Nacional
- b) Extranjero

2. Ciudad y país de origen

3. Edad

- a) Entre 18 y 28
- b) Entre 29 y 39
- c) Entre 40 y 50
- d) 51 o más

4. Género

- a) Femenino
- b) Masculino
- c) Sin definir

5. Nivel de estudios

- a) Sin estudios
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Universitario

6. ¿Normalmente con quien viaja?

- a) Solo
- b) Pareja
- c) En grupo
- d) Familia

7. ¿Cuánto tiempo se quedará en su próxima estadía en las islas Galápagos?

- a) 1-3 noches
- b) 4-7 noches
- c) Mas de 7 noches

8. ¿Tiene Ud. Interés por conocer sitios relacionados con hechos que han marcado la historia de la ciudad, donde han tenido lugar situaciones poco convencionales: Museos memoriales, antiguas prisiones, lugares con eventos históricos trágicos, desastres naturales, cementerios, lugares que encierren leyenda o mitos populares, con riqueza cultural y zonas urbana?

- a) Si
- b) No

Si su respuesta es afirmativa, mencione el motivo principal por el cual visitaría estos lugares.

9. ¿Dónde le gustaría hospedarse en su próxima estadía en las islas Galápagos?

- a) Santa Cruz
- b) Isabela
- c) San Cristóbal

10. De las siguientes actividades turísticas que ofrece las islas Galápagos, señale 3 de las que desea realizar en el destino.

- a) Caminar junto a las tortugas más grandes del mundo
- b) Nadar con leones marinos
- c) Conocer piquero con patas azules
- d) Senderismo
- e) Visitar túnel de lava
- f) Buceo
- g) Nadar en las playas de aguas cristalina
- h) Ciclismo
- i) Fotografíar las distintas especies
- j) Surfear en playas
- k) Observar pingüinos del hemisferio norte

- l) Acampar junto a un volcán
- m) Avistamiento de aves
- n) Visitar la estación Charles Darwin
- o) Kayak en la bahía
- p) Snorkel en la bahía

11. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a pasar en el destino Isla Isabela teniendo disponible las siguientes actividades?

Visita al Muro de las Lágrimas, Tour al volcán, Tour de bahía, Tour marítimo a los túneles de lava, Tour de buceo?

- a) Excursión de un solo día
- b) Dos días, una noche
- c) Tres días, dos noches
- d) Mas de 4 días

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por persona y por día por el paquete turístico mencionado anteriormente?

Entrevista 1

Entrevistado: Ing. Alexis Flores

Cargo: Director de Isabela del consejo de Gobierno del Régimen Distrital de Galápagos

Entrevistadora: Meisy Cartagena

Lugar: Isla Isabela

Pregunta 1: ¿Llevan un control de ingreso de turistas a la Isla Isabela?

Si

Pregunta 2: ¿Se ha realizado algún diagnóstico de satisfacción entre los visitantes de Isabela que hacen usos de los servicios locales que ofrecen las agencias en tour?

Si y todo está en orden.

Pregunta 3: ¿Cuáles son las quejas mas frecuentes de los turistas? ¿Y como las manejan?

A veces los materiales que ciertas agencias no cuentan para el tour, la advertencia de ciertas vestimentas adecuadas para el paquete turístico o el tiempo de espera. Una vez aceptada la queja se hace llegar la información a la agencia que promociona el tour y sugerimos la solución inmediata.

Pregunta 4: ¿Cuántos guías prestan sus servicios en los tours y cuál es su nivel profesional? (que profesiones tienen)

50 aproximadamente y la mayoría tienen conocimientos en inglés y son profesionales como Ingenieros, Lcdos y Biólogos marinos.

Pregunta 5: ¿Garantiza la seguridad de los turistas en la Isla Isabela?

Si, Isabela busca mantener su cantón lo más natural posible, también se busca que los visitantes no tengan malas experiencias en cuestiones de seguridad, como pueden observar las viviendas no son encerradas con rejillas, es un ambiente muy tranquilo, Isabela es un destino muy seguro y natural. Estamos trabajando actualmente con un proyecto con el tratamiento de basura. Los objetivos de nosotros como entes gubernamentales es tener una isla bien manejada ambientalmente, segura, y que proteja la inversión de su gente.

Entrevista 2

Entrevistado: Tecnóloga Diana Cartagena

Cargo: Agente de venta

Entrevistadora: Meisy Cartagena

Lugar: Isla Isabela

Pregunta 1: Según su punto de vista, ¿Cuál es la importancia de proponer un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela en Galápagos?

Es importante por que se tiene mas influencia de turistas, mas opciones donde visitar y al mismo tiempo de conocer su historia en la Isla Isabela.

Pregunta 2: ¿Está de acuerdo que se proponga un paquete turístico que incluya turismo oscuro? ¿Por qué?

Si porque al hablar de turismo oscuro se da a conocer parte de la historia de la Isla en la época colonial.

Pregunta 3: ¿Cuál es el principal atractivo que desea mostrar al turista durante este tour?

La construcción del Muro de las Lágrimas considerado turismo oscuro en Isabela.

Pregunta 4: En su experiencia, ¿Considera que este producto capte el interés de los turistas?

Si porque la Isla Isabela fue conocido por el Muro de las Lágrimas, la historia se baso en la época colonial que atraía a los turistas en los primeros inicios del turismo en la isla Galápagos.

Pregunta 5: Indique los principales servicios que ofertaría a los turistas en un paquete turístico

Los principales, transporte, hospedaje, alimentación, tour con guía especializado locales de la Isla Isabela.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Cartagena Valladares, Meisy Carolina**, con C.C: # **2000085130** y **Salguero Santos Danna Jahel**, con C.C: # **0925590135** autoras del trabajo de titulación: **Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos** previo a la obtención del título de **LICENCIATURA EN TURISMO** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 8 días del mes de febrero del año 2023

Cartagena Valladares Meisy Carolina

C.C: 2000085130

Salguero Santos Danna Jahel

C.C: 0925590135



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Propuesta de producto de turismo oscuro para la Isla Isabela en Galápagos.		
AUTOR(ES)	Cartagena Valladares Meisy Carolina; Salguero Santos Danna Jahel		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lda. Aline Gutierrez Northia Msc.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa		
CARRERA:	Carrera de Turismo		
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciatura en Turismo		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	8 de febrero del 2023	No. DE PÁGINAS:	58
ÁREAS TEMÁTICAS:	Emprendimientos e innovación		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	<i>Aceptación, Experiencias, Intereses, Necesidades, Turismo oscuro, travesía.</i>		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>La presente investigación busca realizar una propuesta para la operación de un producto de turismo oscuro en la Isla Isabela como es el Muro de las Lágrimas. La razón principal por la que no se ha desarrollado este tipo de turismo es que no se han identificado los recursos potenciales para promover estas actividades y posterior a esto los habitantes de la isla Isabela no tienen conocimientos de estas opciones de turismo.</p> <p>Por ello, es que en esta investigación se realizó una encuesta para determinar el tipo de mercado y las preferencias de los posibles visitantes y a su vez, identificar las necesidades, gustos y requerimientos del mercado.</p> <p>El cuestionario fue aplicado para turistas nacionales como internacionales que visitan las islas Galápagos, aquellos formularios fueron realizados por medio del formato de Google forms con un total de 397 encuestas. Dando como resultado que dentro del Ecuador si existen personas interesadas en conocer sobre el turismo oscuro hasta un 30%, es decir que, si existe aceptación por parte de los turistas en visitar la isla Isabela, mencionaron además que seria bueno incluir el turismo oscuro como parte de su travesía y en combinación con otras actividades llevarse una experiencia inolvidable.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +5930993901417 +5930980974398	E-mail: meisy.cartagena@cu.ucsg.edu.ec danna.salguero@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Knezevich Pilay Teresa Susana		
	Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049		
	E-mail: teresa.knezevich@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			