



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN  
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Motivación en turismo oscuro en el tour nocturno del  
Cementerio Matías Presbítero Maestro, Lima, 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORA:**

Casazola Otoy, Luisa Allisson (ORCID: 0000-0002-6136-3054)

**ASESOR:**

Mg. Ruiz Palacios, Miguel Angel (ORCID: 0000-0002-0850-0179)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión Turística

LIMA – PERÚ

2020

### **DEDICATORIA:**

A Dios por darme vida y salud, para poder lograr mi objetivo, a mi madre quien en vida me motivó a perseguir mis sueños y ahora desde la eternidad es mi guía para continuar con mis metas, a mi padre por brindarme su amor y apoyo incondicional, a mi hijo Ian, quien es mi mayor fuente de motivación e inspiración en la vida.

### **AGRADECIMIENTO:**

A mis profesores quienes en todos estos años fueron pieza fundamental en mi desarrollo profesional, a mi asesor de tesis Mg. Miguel Ruiz, por sus enseñanzas y compañerismo, a mis hermanos por impulsarme a ser mejor cada día, a mi mejor amiga Stephanie, por su amistad y ayuda incondicional

## Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	v
Índice de contenidos	vi
índice de tablas	vii
índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I.INTRODUCCIÓN	1
II.MARCO TEÓRICO	4
III.MÉTODOLOGÍA	16
3.1 Tipo y diseño de investigación	16
3.2 Variables y Operacionalización:	16
3.3. Población y muestra	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5 Métodos de análisis de datos	18
3.6 Aspectos éticos	19
IV.RESULTADOS Y DISCUSIÓN	20
V.CONCLUSIONES	26
VI.RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	28
ANEXOS	

## Índice de tablas

Tabla 1. Sexo de los visitantes	20
Tabla 2. Nivel de motivación	21
Tabla 3. Nivel de motivación intrínseca	22
Tabla 4. Nivel de motivación extrínseca	23

## Índice de figuras

Tabla 1. Sexo de los visitantes	20
Tabla 2. Nivel de motivación	21
Tabla 3. Nivel de motivación intrínseca	22
Tabla 4. Nivel de motivación extrínseca	23

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar el nivel de motivación en turismo oscuro en el tour nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2020. Esta investigación fue de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo con un diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó como instrumento el cuestionario el cual fue aplicado a una muestra de 53 personas quienes desean realizar el tour. Se concluyó que el nivel de motivación en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro en el año 2020 es alto con un 79%, lo cual indica que las personas están totalmente motivadas a realizar este tipo de turismo.

**Palabras clave:** turismo oscuro, motivación, muerte.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was to determine the level of motivation in dark tourism on the night tour of the Matías Presbítero Maestro cemetery, 2020. The research was descriptive in quantitative approach with a non-experimental cross-sectional design. The questionnaire was used as an instrument, which was applied to a sample of 53 people who wish to take the tour. It was concluded that the motivation in the night tour of the Matías Presbítero Maestro cemetery in 2020 is high with 79%, which indicates that people are fully motivated to carry out this type of tourism.

**Keywords:** dark tourism, motivation, death.



## I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional, en Chernóbil- Ucrania, hay agencias las cuales realizan recorridos para los turistas, quienes asisten cada año a esta ciudad fantasma, actualmente no alberga más de 20'000 turistas al año, esto se debe a que todavía se considera peligroso, por ello cuenta con ciertas prohibiciones para los visitantes, estas personas se sienten motivadas a realizar el tour, ya que genera curiosidad a raíz de los sucesos ocurridos. Este lugar es conocido ya que sufrió el hecho catastrófico más grande de la historia en 1986, en el cual hubo muchas muertes.

En el ámbito nacional, en Huaraz- Yungay, actualmente este Campo Santo es muy concurrido por visitantes nacionales e internacionales, ya que, por su historia y buen estado de conservación, motiva a las personas a realizar dicha visita, durante el recorrido se puede apreciar cruces en las cuales señalan las viviendas que fueron afectadas, además a esto se puede apreciar una gran vista de la Cordillera Blanca y la Campiña de Yungay. Como es conocido, aquí sucedió una de las mayores catástrofes de la historia del país, un terremoto, al cual le siguió un aluvión, todo esto ocurrió en 1970.

El turismo en el Perú crece de manera favorable, esto se debe a diversidad de atractivos turísticos y actividades que se pueden realizar en el país, se aprecia como el gusto de los visitantes es cada vez más exigente y cambiante a grosso modo, de tal forma que muchos de estos optan por experimentar una forma diferente de turismo que viene a ser el turismo oscuro, al hablar de este nos referimos al cual tiene como actividad principal el realizar recorridos por lugares o zonas en las cuales el fin es sentir la impresión de todo aquello que goza un aura oscura y una captación difícil de evita, un empuje hacia lo que nos resulta insólito y misterioso, así como el visitar y recorrer lugares en donde ocurrieron tragedias, muertes o atrocidades. Bohórquez (2017).

En la ciudad de Lima, es muy poco lo que se conoce acerca del turismo oscuro, siendo así el cementerio Matías Presbítero Maestro y la Fortaleza Real Felipe, los únicos recintos de la capital en los cuales se realizan un recorrido de esta naturaleza, esto se debe a que este concepto no tiene una promoción ni valoración adecuada en cuanto a los diversos lugares en los cuales se puede realizar este tipo de turismo, por esta razón las personas no se sienten motivadas para poder realizar este recorrido en base a este concepto.

En base a lo expuesto anteriormente, se formuló el problema principal: ¿Cuál es el nivel de motivación en turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, Lima 2020? De esta manera también se formularon los problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de motivación intrínseca en turismo oscuro, en el Tour Nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, Lima 2020? ¿Cuál es el nivel de motivación extrínseca en turismo oscuro, en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, Lima 2020?

Asimismo, es importante dar a conocer las razones por la cual se justifica la presente investigación, respecto a la justificación teórica esta investigación es importante para el lugar de estudio, ya que ayuda a generar una mayor aportación sobre la variable expuesta, de igual forma podrá ser provechosa para futuras investigaciones relacionadas al tema. En la justificación práctica, la investigación sirvió para dar a conocer el nivel de motivación en las personas para el conocimiento de turismo oscuro. Para la justificación social, los resultados obtenidos en la investigación, serán de beneficio para el lugar de investigación, ya que tendrán una idea más clara con respecto a la variable investigada y con esto podrán crear nuevas ideas para mejorar. Es importante resaltar que, si existe motivación en las personas para realizar este tipo de recorridos, esto también va a poder generar beneficios económicos. En la justificación metodológica, fue realizada bajo el enfoque cuantitativo mediante el cual se midieron los niveles de motivación, determinándolos en alto, medio y bajo, se aplicó una encuesta con escala Likert, la cual después fue procesada mediante el programa SPSS.

De este modo se planteó como objetivo general de la investigación: Identificar el nivel de motivación en turismo oscuro, en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2020. A su vez se plantearon los objetivos

específicos para la presente investigación: Identificar el nivel de motivación intrínseca en turismo oscuro, en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2020. Identificar el nivel de motivación extrínseca en turismo oscuro, en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Entre los trabajos previos internacionales investigados, se pudo encontrar los siguientes: Zheng, Zhang, Qiu, Guo y Zhan H. (2019). En su artículo, From mixed emotional experience to spiritual meaning; learning in dark tourism places, cuyo objetivo principal fue explorar las emociones de las personas y sus experiencias con relación a los lugares en los cuales se realiza turismo oscuro, esta investigación tuvo un enfoque mixto, el cual tuvo como instrumento de medición el cuestionario, mediante el cual se buscó analizar las experiencias emocionales, también realizaron entrevistas a profundidad. La conclusión fue que 5 eran los factores principales dentro de las experiencias emocionales mixtas, los cuales fueron; pena, shock, apreciación, depresión y miedo.

Por otro lado, Aguilar (2018). En su artículo científico Motivaciones Turísticas en Sitios Asociados a la Muerte en México, cuyo objetivo fue comprender las principales motivaciones turísticas en los desplazamientos relacionados a la muerte en México, detalladamente buscó: a) Conocer lugares asociados a la muerte más concurridos en México; b) Identificar las razones de decisión de los visitantes en México con respecto al turismo oscuro. Se llegó a la conclusión que las principales motivaciones turísticas fueron; educación, conocimiento especializado, cultura, viviendas espectrales, curiosidad, nostalgia, socialización, paz mental, cosmovisión de la muerte, culto a la muerte y justicia. En cuanto a los sitios turísticos asociados a la muerte preciso que estos lugares indican diversos niveles de oscuridad, así como el Museo de las momias se podría clasificar como lo más oscuro, el Festival Cultural de las Calaveras podría ser clasificado como el más claro de la oferta turística de México.

Además; Guerrero, Alvarado y Vidaurri (2018). En su artículo En busca de la motivación detrás del turismo oscuro: El caso de las momias de Guanajuato, cuyo objetivo fue conocer que motiva a los turistas a visitar sitios asociados a la muerte en el contexto mexicano. Se aplicaron técnicas mixtas o también conocidas como entrevistas semiestructuradas, el instrumento de recolección se basó en la exploración, para esta investigación se tuvo una muestra de 467 personas. Se pudo concluir que los visitantes no necesariamente están motivados a visitar este museo por estar relacionado con la muerte, sino que,

es la imagen turística del lugar decidido la que los atrae, esto quiere decir que su motivación está más relacionada a un factor externo del visitante.

También se pudo encontrar a Beltrán y Parra (2017). En su artículo científico *Perfiles Turísticos en función de las motivaciones para viajar*, el cual tuvo como objetivo la elaboración de clúster o perfiles turísticos en función de las motivaciones turísticas, para este estudio se eligió el modelo de Crompton, para el cual se realizó una encuesta a personas entre los 18 y 65 años. Tuvo como conclusión la obtención de cuatro grupos de turistas, los cuales poseen gustos que los hacen tomar comportamientos parecidos a la hora de viajar, a este grupo se les denominó; racionales, los cuales solo viajan con el fin de descansar o escapar de su rutina; antropológicos, quienes su principal motivación es sentir las emociones que despierta dicha visita; emocionales, se sienten motivados para su exploración y evaluación de su “yo” personal; y hedonistas, quienes se dejan llevar por las emociones que genera el destino.

Asimismo, Zheng et al., (2016). En su artículo *The inner struggle of visiting dark tourism sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations*, este tuvo como objetivo examinar las limitaciones percibidas y las motivaciones para realizar turismo oscuro, esta investigación fue de tipo cuantitativo, para lo cual se realizó un cuestionario a 100 personas, en el cual se hicieron preguntas sobre motivación y disuasivos para visitar El Memorial de la Masacre de Nanjing. Tuvo como conclusión que las restricciones intrapersonales como el miedo y el horror son aquellas que intervienen como impulsos desmotivadores y estos generan poca curiosidad para no visitar el Memorial, mientras que un porcentaje de los encuestados indicó que la motivación para visitar este lugar es la educación, ya que todos tienen la “obligación” de conocer acerca de los hechos sucedidos.

Entre otras investigaciones nacionales, encontramos a Ramos y Romaní (2018). En su tesis titulada “*Motivaciones en los visitantes que realizan turismo oscuro en Lima Metropolitana en el tour nocturno del museo Cementerio Presbítero Matías Maestro y el Lugar de la memoria, la tolerancia y la inclusión social, durante el tercer cuatrimestre del 2017*”. Tuvo como objetivo presentar los motivos de los visitantes quienes realizaron turismo oscuro e Lima Metropolitana, el estudio de tipo descriptivo no experimental, se tomó una

muestra de 95 personas, las cuales acudieron al cementerio Presbítero Matías Maestro, mientras que para el Lugar de la Memoria, la Tolerancia y la Inclusión Social, la muestra tomada fue de 96 personas, para la obtención de datos se aplicó un cuestionario el cual estuvo constituido por preguntas de información básica y preguntas ligadas a la motivación. Se concluyó que las principales motivaciones halladas fueron; curiosidad, educación, recuerdo, reflexión y respeto, estas fueron identificadas en la investigación de estos dos productos.

A su vez Garay, Saldívar y Romero (2017). En su artículo científico "Implementación de un Circuito Turístico Oscuro en Lima Metropolitana y sus efectos en las motivaciones del Turista". Tuvo como objetivo la implementación de un circuito turístico oscuro para poder fortalecer la motivación en Lima Metropolitana, esta investigación se determinó por tener un diseño Pre-experimental, para el cual se trabajó con una muestra de 40 personas, mediante un cuestionario se midió la motivación antes y después de asistir al circuito turístico. Concluyó que el 63% de los encuestados volverían a visitar el cementerio para que puedan volver a sentir las emociones percibidas durante el recorrido, asimismo el 60% dio por entendido la aceptación de este tipo de turismo para que pueda seguir siendo aplicado en Lima Metropolitana.

También, Carrión (2016). En su tesis titulada "Motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los vacacionistas nacionales que visitan el campo santo de Yungay como destino de turismo oscuro", tuvo como objetivo precisar y conocer las razones de visita de los turistas nacionales hacia el Campo Santo de Yungay como destino de turismo oscuro, esta investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo, la cual tuvo una muestra de 94 personas, las cuales mediante un cuestionario pudieron brindar la información requerida. Concluyó que la motivación intrínseca más sobresaliente fue la curiosidad y la extrínseca fue la exhibición de restos, además en la investigación se pudo encontrar que otra de las motivaciones es observar y estar en "contacto" con un lugar que sea relacionado a la muerte.

Con respecto al concepto de turismo oscuro, existen diversas definiciones: “El turismo oscuro es el acto de viajar y visitar, lugares y exhibiciones los cuales representan a la muerte de forma verdadera o no, cuyo tema principal es lo tenebroso.” (Sharpley y Stone, citado en Barón 2017, p.4). Para Niemelä (citado en Carrasco, Padilla y Melgar, 2017), el turismo oscuro también se puede conocer como una mezcla de turismo, la desgracia, la herencia y el suceso de un lugar determinado y este puede estar mezclado por variedades de razones que muy raras veces pueden ser entendidas.

Muchos autores definen al turismo oscuro como aquel turismo que está relacionado principalmente con la visita a lugares relacionados con la muerte o desgracias ocurridas en un determinado momento, a su vez existen autores que explican diversas clasificaciones de turismo oscuro, es así como Lennon y Foley (citado en Gajete, Rojas y Millán 2017) clasifican al turismo de la siguiente manera:

Turismo de batalla, se refiere al recorrido de sitios en los cuales han sucedido ataques, peleas, o cualquier conflicto armado, el cual generó muerte.

Turismo de cementerio, visita a sitios en los cuales se encuentran sepultadas personas históricas, con el fin de conocer la historia de estos personajes, a su vez se puede apreciar la infraestructura de estos recintos.

Turismo de desastres o catástrofes naturales, recorrido a lugares en los cuales han ocurrido desastres naturales.

Turismo de fantasmas, visita a lugares donde particularmente se aprecia la visión de apariciones y otros fenómenos paranormales.

Turismo del Holocausto, recorrido a sitios en los que se han producido muertes con el propósito de devastar totalmente una raza.

Turismo de prisiones, visitas a celdas, cárceles y lugares donde la persona es privada de su libertad.

Asimismo, Dan (como se citó en Carrasco, Padilla y Melgar 2017) este autor también presenta sus clasificaciones para el turismo oscuro.

Visita a lugares de asesinato en masa y el genocidio.

Ir a museos relacionados con la muerte.

Los cementerios, en este caso, se trata de visitas a cementerios como parte del itinerario de un viajero.

Visitar mazmorras como medio de entretenimiento

Turismo de batallas, visitar lugares donde fallecieron muchos soldados

Entre las investigaciones encontradas, se pudo apreciar acerca de la motivación en turismo oscuro para lo cual el autor Light (2017) en su investigación, en la cual realizó 30 estudios empíricos, obtuvo como resultados que las motivaciones más resaltantes son las siguientes:

**Educación:** indica que las personas que recurren este tipo de lugares, lo hacen por el posicionamiento histórico que este tiene y que buscan conocer información para enriquecerse ellos mismos.

**Curiosidad:** esto indica que los visitantes, se encuentran entusiasmados por apreciar y captar una sensación nueva. Asimismo, Stone y Sharpley (como se citó en Light 2017) indican que visitar los lugares de turismo oscuro, genera una vista específica de la mortalidad.

**Recuerdo:** indica que los recorridos asociados a lugares de muerte, son hechos memoriales, generalmente en una temporada particular en el año.

**Respeto y reflexión:** se refiere a la empatía con respecto a los sucesos generados, y de esta forma impartir conocimiento a las personas y de esta forma evitar que dichos sucesos vuelvan a ocurrir.



Respecto a la variable Motivación, se encontraron las siguientes definiciones, para Turienzo (2016) hablar de motivación es referirse a aquel componente que incita transitar de encontrarse en un estado inactivo a ser activo, a su vez cambiar una postura observadora para ser una promotora en la obtención de un fruto. Asimismo, la motivación se refiere a la dinámica de la conducta, las formas de nuestras acciones son iniciadas, sostenidas y terminadas. Deckers y Franken (como se citó en Mitterer y Coon 2016), mientras que para Littman (citado en Jara 2016) la motivación se refiere:

A la causa o situación estas pueden ser fisiológica o psicológica, innato o adquirida, interna o externa al organismo, el cual establece o refiere por qué o la relación por la que empieza el comportamiento, se conserva, se guía, se elige o se termina.

A aquel hecho por el cual un determinado comportamiento usualmente se anhela o se concreta.

A que todo ser humano experimentará, conmemorará y dejará de lado ciertos recuerdos dependiendo del valor y significación que la persona otorgue a un escenario.

Entre las teorías de motivación se encontró a Huilcapi, Jácome y Castro (2017), quienes, en su investigación, presentan 3 teorías más destacadas de la motivación, entre ellas tenemos:

**Teoría ERG**, en esta teoría descrita por Clayton Alderfer, el autor está de acuerdo con Maslow en base a que la motivación de las personas se puede apreciar en una jerarquía de necesidades. Asimismo, esta teoría se diferencia de la de Maslow por dos puntos: En una primera instancia Alderfer indica que las necesidades cuentan con tres categorías; Existenciales (las cuales son mencionadas por Maslow), de relación (se refiere a relaciones interpersonales), de crecimiento (creatividad personal). En segundo lugar, explica que, si las necesidades superiores no fueron cumplidas, las necesidades inferiores regresarán como una necesidad base, pese a que ya habían sido satisfechas. (p.319).

En esta teoría no se sigue un orden riguroso de las necesidades, en las cuales se sigue una jerarquía específica para lograr satisfacer dicha necesidad, diferenciándose de Maslow, el cual opina que los individuos se mantienen en una misma posición hasta lograr cumplir una necesidad, aquí en cambio considera que, si la persona no satisface una necesidad superior, pueden aparecer otras inferiores

**Teoría de las motivaciones de McClellan**, esta teoría definida por el psicólogo David McClellan (citado en Sánchez, 2015) la motivación se refiere a la emociones y cambios de diversas situaciones para un aprendizaje próximo. McClellan presenta esta teoría con tres motivaciones:

a) Motivo de Afiliación

Es el motivo en el que las personas tienen una fuerte necesidad de poder pertenecer a un grupo social, interactuar con otras personas y son aquellas que usualmente aprueban las ideas y gustos de los demás, ya que estas personas tienen miedo a ser rechazados o excluidos.

b) Motivo de Poder

Este motivo es contrario al anterior, ya que en él las personas aceptan las preferencias de otras personas, en este motivo refiere a aquellas personas que buscan ser los líderes en los grupos sociales, aquellas personas que puedan influenciar a otras personas, esto para un beneficio en general o propio.

c) Motivo de Logro

Este el motivo en el cual las personas se sienten estimuladas a lograr el éxito deseado de acuerdo a una situación planteada, este tipo de personas son aquellas que usualmente salen beneficiadas frente a una actividad que pueda conllevar cierta dificultad, estas personas son capaces de tomar riesgos con el fin de conseguir su meta trazada.

Así mismo, Marulanda, Montoya, y Vélez (2014), en su investigación científica presentan otra teoría de la motivación.

**Teoría del comportamiento planificado (TPB)**, esta teoría presentada por Icek Azjen, cuyas siglas TPB (por su nombre en inglés Theory of Planned Behavior) se basa en el propósito de las personas para ejecutar una acción definitiva. Las acciones muestran los elementos de motivación, los cuales intervienen en una conducta y son guías sobre la energía por el cual las personas están decididas a realizar dicha conducta. El autor a su vez explica que son 3 los factores autónomos de la voluntad.

1° La postura hacia la conducta, la cual tiene relación con el valor en que la persona tiene una apreciación positiva o negativa del comportamiento dicho.

2° El autor hace referencia a un factor social al cual lo llama “norma subjetiva”, el cual indica la impresión de la imposición social para ejecutar o no la conducta.

3° Aquí menciona el valor de comportamiento comprendido, el cual tiene relación con la sencillez o dificultad de la ejecución del comportamiento.

Por otro lado, en la investigación de Emeri (2012), se pudo encontrar los siguientes modelos turísticos: **Modelo del ciclo turístico**, este modelo está comprendido por cinco fases, las cuales tienen relación con la actividad turística, ya que se realizan desde el comienzo del viaje, hasta el final del mismo. Las fases son las siguientes: A) Anticipación, esta se refiere a la planificación del viaje, la recolección de información con respecto al lugar elegido y la elección final con respecto a este mismo. B) Traslado hacia el destino elegido. C) Comportamiento en el destino elegido. D) Recuerdo del viaje. E) Retorno al lugar de origen. Así también estas fases tienen relación con la satisfacción de las necesidades previas, las cuales fueron influyentes en la decisión del viaje, entre ellas encontramos; causas culturales o educacionales, motivos personales de búsqueda, motivos de consumo, conocimiento de lugares, culturas, personas, como forma de escape, etc.

**Modelo teórico de Crompton**, este modelo presenta una diferencia de las razones que motivan a una persona a seleccionar un destino turístico. entre ellos tenemos: A) Motivos psico- sociológicos; se refieren al traslado de las personas y al turismo como mediador para las necesidades sociales o psicológicas. Exponiendo siete motivos particulares: - escape del ambiente cotidiano - relajación - exploración y evaluación del yo - prestigio - mejora de las relaciones de parentesco - regresión - facilitación de la interacción social. B) Motivos culturales: indica que cuando la satisfacción llega a ser lograda esta tendría más relación con las características especiales del destino elegido en la cual se identifican dos motivos: - de novedad y de educación.

**Modelo de Gnoth**, la definición de este autor se basa en un modelo de motivación previamente usado; la teoría de empuje o de escape y las de arrastre o búsqueda. Este señala una diferencia entre el motivo y la motivación, indica que el motivo es aquel hecho que puede repetirse de forma constante, pero las motivaciones son las que muestran los turistas respecto a sus gustos. (p.59). **Modelo Teórico de Pearce**, este autor toma en consideración el modelo de Maslow, pero con diferentes conclusiones: Indica que, a mayor vivencia en el turismo, mayor será la necesidad de cumplir las necesidades superiores, además presenta una jerarquía de necesidades diferente a la de Maslow.

- Autorrealización (búsqueda de la felicidad)
- Autoestima (desarrollo personal, cultura, histórico, medioambiental)
- Necesidades sociales (de filiación y amistad)
- Necesidades de estimulación (seguridad, emociones fuertes)
- Necesidades de relajación (descanso)

Las cuáles serán satisfechas dependiendo de la persona y de manera jerárquica, o sea, si las necesidades básicas fueron cumplidas, el turista buscara formas de satisfacer las necesidades que se ubican en los niveles superiores.

Aunado a esto, se encontró las dimensiones de la motivación; Orbegoso (2016), define a la motivación intrínseca como una de las dimensiones de la motivación:

#### a) Motivación intrínseca

Es la verdadera motivación y la cual busca despertarse en las personas para de este modo poder generar una alteración o un avance sincero en la conducta de las personas, sentirse motivado es asumir una responsabilidad como un desafío propio.

Grzib (2015) señala que la motivación intrínseca es aquella que nace de forma automática de las necesidades psicológicas, orgánicas, la curiosidad personal, los esfuerzos por crecer, la motivación intrínseca genera una motivación innata de envolver el ambiente, buscar intereses propios y mostrar el esfuerzo necesario para desplegar habilidades y capacidades. También Pink (citado en Mejía 2019) este reconocido autor presenta 3 componentes parte de la motivación intrínseca, los cuales son;

Autonomía, indica que las personas adquieren independencia para sentir, y actuar en base a sus propios criterios.

Dominio, se basa en ser eficiente en la realización de trabajos y poder afrontar nuevos desafíos los cuales van a permitir prosperar y demostrar las capacidades de cada persona.

Propósito, toda persona busca un propósito, un motivo para ser exitosa o generar alguna satisfacción propia.

De esta misma forma Deci (citado en Cirino 2015) considera que la motivación intrínseca es una tendencia inherente al ser humano que lleva a realizar actividades por el placer de hacerlas sin aparentes razones externas al individuo. Algunas son:

Curiosidad, es la necesidad de explorar y obtener información sobre todo lo que nos rodea o nos pueda afectar.

Competencia, es la necesidad que tiene todo ser humano de sentirse capaz de identificar tareas específicas que puede realizar bien.

Reconocimiento, aceptación; Como seres sociales todos necesitamos sentirnos aceptados por nuestros grupos de referencia y que se nos reconocen nuestras conductas positivas.

Autonomía; está relacionada con sentir que tenemos libertad de realizar actividades que seleccionemos.

Intereses; representan la necesidad que tenemos de realizar las tareas que nos gustan y evitar las que nos disgustan.

#### b) Motivación extrínseca

La motivación extrínseca, según Pink (citado en Suchar 2015) esta es generada por las atribuciones externas a la persona, se describe a la práctica de una acción para conseguir un resultado ansiado y es opuesto a la motivación intrínseca. Del mismo modo Light (2017) en su investigación, considera como características de la motivación extrínseca los siguientes componentes:

Ubicación; usualmente un elemento de incitación para las personas con respecto a conocer un lugar.

Educación; se basa en que existen personas que se acercan a un lugar en busca de conocer cosas nuevas y aprender de ellas.

Exhibiciones; explica a todo objeto, reliquia o retrato que es presentado de manera pública para todas las personas.

La motivación extrínseca a su vez se genera partiendo de estímulos y resultados circunstanciales, cada vez que se actúa para lograr un mayor grado académico o ganar un premio, el comportamiento es extrínsecamente motivado, la motivación extrínseca se define como un intermedio para llegar a un final; el intermedio es la conducta y el final sería la consecuencia. (Fernández, Jiménez y Martín, 2015).

Por otra parte, se presentan detalles del lugar investigado, el cementerio Matías Presbítero Maestro está ubicado en Barrios Altos, fue inaugurado el 31 de mayo de 1808, este cementerio fue el primer panteón en la ciudad de Lima, ya que antiguamente los entierros se realizaban en las iglesias de la ciudad, fue bautizado por el sacerdote Presbítero Maestro, cuenta con 766 mausoleos y 92 monumentos históricos, con la más refinada arquitectura de los años XIX y XX. En este recinto reposan las almas de diversos personajes trascendentales a través de nuestra historia, tales como; José de la Riva Agüero y Sánchez Boquete, Andrés Avelino Cáceres, Manuel Prado, escritores reconocidos como; Ricardo Palma, Abraham Valdelomar, Ciro Alegría, entre otros.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación

**Tipo de investigación:** Básica

**Diseño de investigación:**

La presente investigación se caracteriza por ser de enfoque cuantitativo, ya que se podrá cuantificar numéricamente los datos aplicando un análisis estadístico, a su vez es de nivel descriptivo con un diseño de investigación no experimental – transversal. “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4).

#### 3.2 Variables y Operacionalización:

La variable estudiada fue Motivación, la cual se caracteriza por ser una variable independiente.

**Definición conceptual**

Para Turienzo, hablar de motivación, es referirse a pasar de un estado inactivo a uno activo, con el fin de lograr un propósito. (p.10).

**Definición operacional**

La variable motivación se midió con 2 dimensiones y 4 indicadores; se empleó la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por preguntas, con escala Likert.

**Indicadores**

Para la presente investigación la cual buscó determinar el nivel de motivación en turismo oscuro en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, esta tuvo como dimensiones a la motivación intrínseca, la cual tuvo como indicadores; autonomía de decisión, propósito y curiosidad; a su vez a la motivación extrínseca, para esta sus indicadores fueron; ubicación, educación y exhibición de monumentos



### **Escala de medición**

Se utilizó la escala de medición ordinal Likert, para obtener los resultados con respecto a la variable "Motivación", la cuales fueron numeradas; por la escala 5 como definitivamente si, escala 4 probablemente sí, escala 3 indeciso, escala 2 probablemente no y escala 1 definitivamente no.

### **3.3. Población y muestra**

Para (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.174) la población es el grupo total de todos los temas, los cuales coinciden con ciertos detalles.

La presente investigación tiene una población de 250 personas, los cuales son los visitantes del tour al Cementerio Matías Presbítero Maestro, se usó la fórmula de población finita para así obtener la muestra necesaria.

(Ver anexo 5).

#### **Muestra**

Subconjunto del total de la población mediante el cual se recoge información y este debe ser específico. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.173). Para la presente investigación la muestra a tenerse en cuenta es de 53 personas.

#### **Muestreo**

"En las muestras probabilísticas todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra" (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.175). El muestreo en la presente investigación fue de tipo probabilístico aleatorio simple.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Actualmente existen diferentes tipos de técnicas o instrumentos para poder recolectar la información requerida de una investigación. Para esta investigación se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual se presenta con escala Likert.

#### **Confiabilidad**

Para Corral, la confiabilidad es el nivel de exactitud con el cual el instrumento puede ser aplicado en reiteradas ocasiones: “Para determinar el nivel de exactitud, es indispensable realizar una prueba piloto, a un grupo de personas quienes no sean parte de la muestra, pero sí de la población”. (2009, p.238). Para esta investigación se realizó una prueba piloto a 30 personas, la cual fue procesada por el sistema SPSS, con el coeficiente Alfa de Cronbach: “el cual puede tomar valores entre 0 y 1, donde 0 significa confiabilidad nula y 1 confiabilidad total”. (2009, p.41). (Ver anexo 7)

#### **Validez**

La validez indica el grado de certeza con el cual fue creado el instrumento, el cual debe contener ciertos contextos para que este sea aprobado. Esta investigación fue validada por tres expertos, los cuales dieron la certeza de ser un instrumento válido. (Ver anexo 4)

### **3.5 Métodos de análisis de datos**

Para analizar la variable “Motivación”, la cual está dividida en dos dimensiones; Motivación intrínseca y Motivación extrínseca, se utilizó como instrumento el cuestionario el cual tuvo una escala Likert, este fue procesado por el sistema SPSS, los datos obtenidos se presentan en tablas y figuras para su análisis respectivo.

### **3.6 Aspectos éticos**

La presente investigación respeta los conceptos emanados por los autores, los cuales no serán manipulados, para lo que se tendrá en cuenta la autenticidad de los resultados a obtenerse, se respetará la privacidad de los encuestados y participantes del estudio, se da fe que el estudio es auténtico y veraz, dejando de lado todo indicio de plagio total de alguna otra investigación.

#### IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

##### 4.1 Sexo

**Tabla 1.**

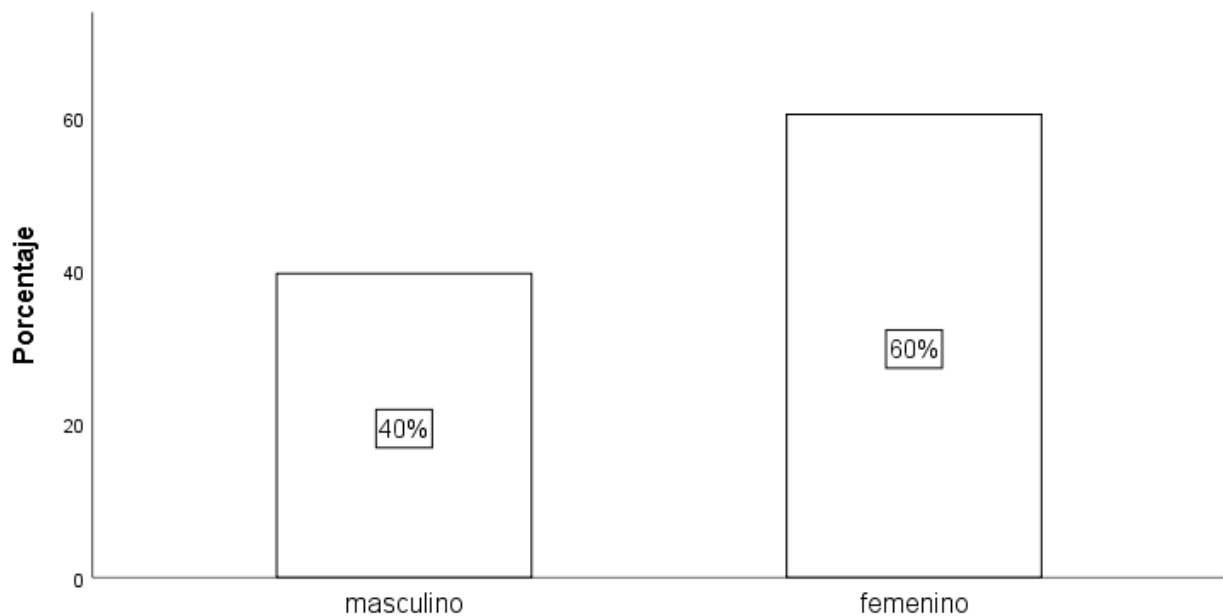
*Sexo de los visitantes del Tour Nocturno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	masculino	21	39,6	39,6	39,6
	femenino	32	60,4	60,4	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: Resultados arrojados por el programa SPSS*

**Figura 1.**

*Resultados del sexo de los visitantes*



**Descripción:** Del 100% de encuestados se aprecia que el 60% pertenece al sexo femenino, mientras que el 40% pertenece al sexo masculino.

## 4.2 Variable Motivación

**Tabla 2.**

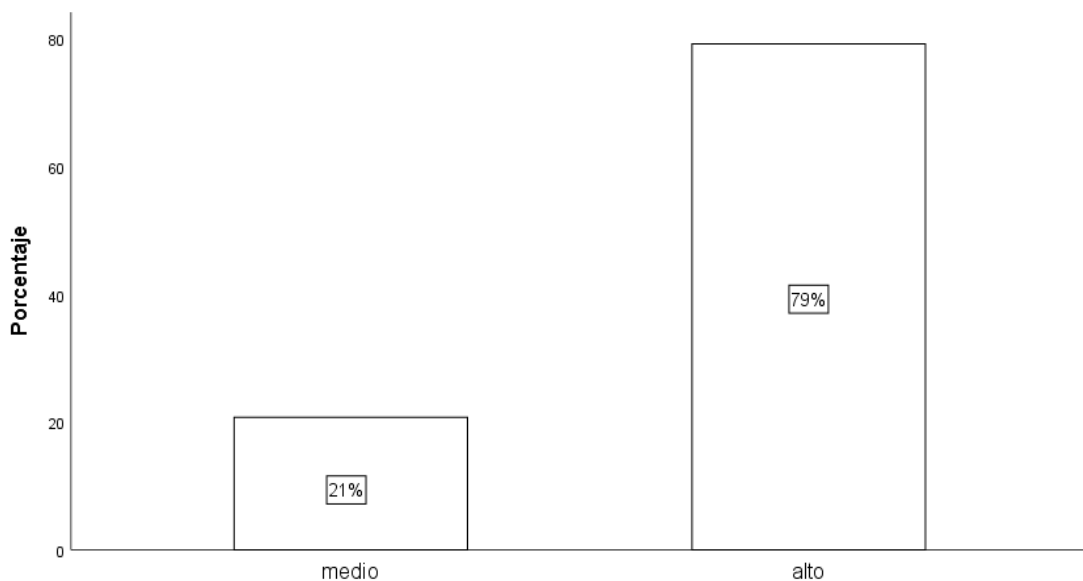
*Nivel de motivación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	medio	11	20,8	20,8	20,8
	alto	42	79,2	79,2	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: Resultados arrojados del programa SPSS.*

**Figura 2**

*Nivel de motivación*



**Descripción:** El estudio de la dimensión Motivación, obtuvo un nivel alto con un 79%, y un nivel medio con una diferencia notable del 21%. Esto indica que las personas se sienten motivadas a realizar el tour, sin embargo, un porcentaje menor indica que es indeciso, esto puede darse debido a que el concepto de turismo oscuro no es muy reconocido.

### 4.3 Dimensión Motivación intrínseca

**Tabla 3**

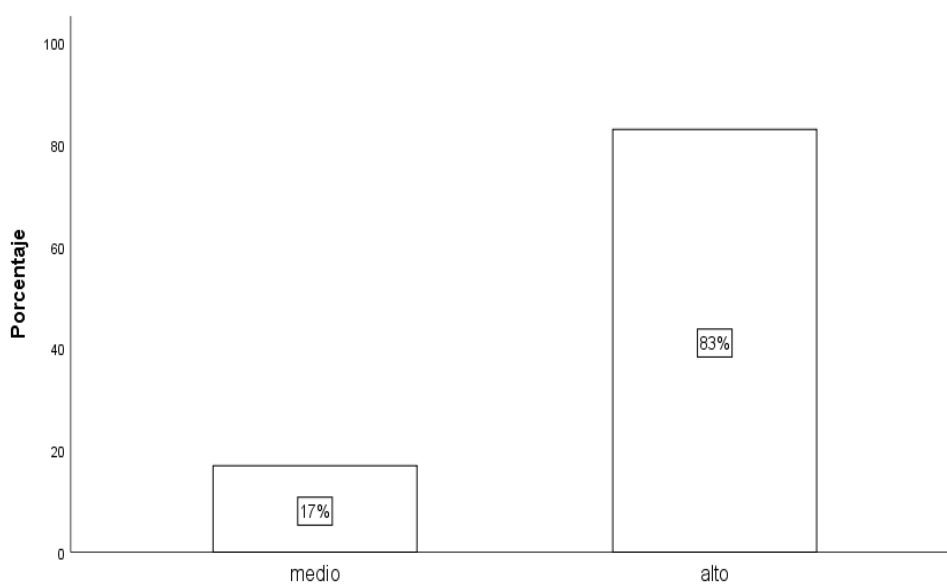
*Nivel de motivación intrínseca*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido medio	9	17,0	17,0	17,0
alto	44	83,0	83,0	100,0
Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: Resultados arrojados por el programa SPSS.*

**Figura 3**

*Nivel de motivación intrínseca*



**Descripción:** El estudio de la dimensión motivación intrínseca obtuvo un nivel alto con un 83%, y un diferenciado nivel medio con un 17%, esto indica que los factores personales internos son los que motivan a las personas para realizar el tour.

#### 4.4 Dimensión Motivación extrínseca

**Tabla 4**

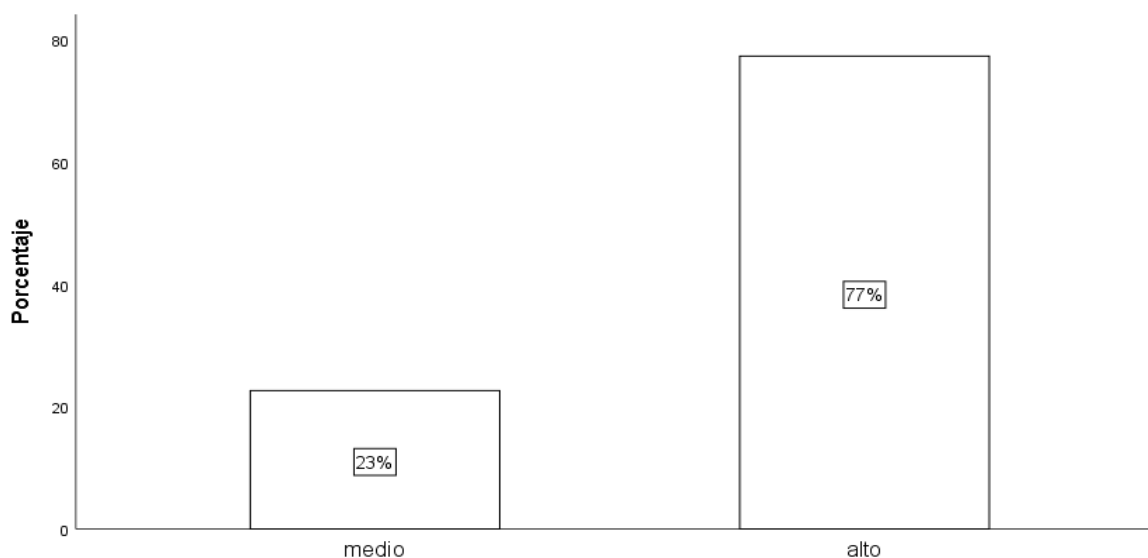
*Nivel de motivación extrínseca*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	medio	12	22,6	22,6	22,6
	alto	41	77,4	77,4	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Fuente: Resultados arrojados por el sistema SPSS.*

**Figura 4**

*Nivel de motivación extrínseca*



**Descripción:** El estudio de la dimensión motivación extrínseca, obtuvo un nivel alto con un 77% lo cual indica que factores externos son aquellos que captan la atención de los visitantes, y un nivel medio con un 23% lo cual señala que existe un pequeño porcentaje que es indeciso para realizar el recorrido de turismo oscuro.

## DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos, se determinó que la motivación obtuvo un nivel alto (79%) esto significa que las personas se sienten motivadas a realizar un recorrido de turismo oscuro en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, para ello se consideró las dimensiones de la variable, en la cual se determinó que el nivel de motivación intrínseca fue alto (83%) ya que a estos visitantes los motiva la curiosidad en base a la temática que en ocasiones ofrece el tour, para lo cual afirman que esta les permite sentir diversas emociones y sensaciones, a su vez se determinó el nivel de motivación extrínseca con un nivel alto (77%) para este grupo de personas aquello que capta principalmente su atención y los motiva a realizar este recorrido es la exhibición de monumentos y la educación, lo consideran así ya que este recorrido les puede generar mayor conocimiento acerca de los personajes que este recinto alberga. En relación a ello Garay, Saldívar y Romero (2017) manifiestan que existe un porcentaje elevado de personas las cuales aceptan realizar este tipo de turismo. Esto indica que, al ser un concepto aceptado, debe ser más valorado y reconocido.

Con respecto a la motivación intrínseca, la cual obtuvo un nivel alto (83%) esto es debido a que las personas quienes desean realizar turismo oscuro se encuentran motivadas principalmente por factores internos a ellos mismos aunado a esto, ya que el tour en algunas oportunidades ofrece una temática con una esencia paranormal, esta incitaría a las personas a realizar dicho recorrido. El 75% de los encuestados señaló que el principal motivo por el cual realizarían este tipo de turismo es la curiosidad, esto se debe a que los visitantes buscan sentir emociones nuevas, así como también escapar de la rutina y vivir una nueva experiencia, ellos afirman que mediante esta temática logran satisfacer esa necesidad. Para esto Deci (citado en Cirino 2015) señala que la curiosidad es aquella necesidad de conocer y conseguir referencias sobre aquello que nos rodea o pueda afectar.

El 53% manifestó que son autónomos e independientes al momento de decidir realizar este recorrido, esto quiere decir que su motivación está en base a decisiones propias y que aquello que principalmente llama su atención es el gusto por lo desconocido o aquello que genera miedo o suspenso, estos



visitantes afirman que el tour ofrece sentir estas emociones, es por ello que se sienten motivados a realizarlo. Como menciona Pink (citado en Mejía 2019) la autonomía es aquello que las personas sienten y por lo cual actúan en base a sus propios criterios e intereses.

En cuanto a los resultados obtenidos para la motivación extrínseca, esta presenta un nivel alto (77%), esto se debe a que los visitantes desean realizar este tipo de turismo en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, ya que se sienten atraídos por factores externos que este comprende. El 60% indicó que la exhibición de mausoleos y el diseño arquitectónico es aquello que principalmente motiva su visita hacia este recinto, para estos visitantes el observar los mausoleos o la cripta de los héroes es aquello que demanda su atención, ya que les resulta interesante. Para el 49% de los encuestados, opinaron que aquello que los motiva es la educación y la ubicación del lugar, señalan que desean enriquecer sus conocimientos en base a las historias de los personajes que alberga este lugar, mientras que a su vez la ubicación la consideran importante para tomar la decisión de realizar el recorrido, Fernández, Jiménez y Martín (2015) afirman que para aquellas personas que se sienten atraídas por lo externo, este debe cumplir un conjunto de circunstancias que sean las adecuadas para ellos. Para esto se debería mejorar las condiciones de seguridad aledañas a la zona en que se ubica el cementerio.

## **V. CONCLUSIONES**

- A. Se determinó el nivel de motivación con un 79%, lo que señala que las personas si estarían motivadas a realizar turismo oscuro en el tour nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro.
  
- B. Se determinó el nivel de motivación intrínseca con un 83%. Los visitantes señalaron que aquello que nace del interior, así como la curiosidad en base a la temática que este tour ofrece sería parte de su motivación por realizar este tipo de turismo, ya que desean sentir y percibir diversas emociones relacionado a lo oscuro o tenebroso.
  
- C. Se determinó el nivel motivación extrínseca con un 77%, estas personas indicaron que su motivación está relacionada con lo externo a ellos, así como la exhibición de monumentos y la infraestructura del recinto.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Para el nivel de motivación en turismo oscuro, este término es poco conocido y valorado, sin embargo, existen personas las cuales desean realizarlo, para esto se recomienda a las diversas agencias implementar circuitos que motiven a más personas a continuar con estos recorridos, a su vez incentivar a que se realicen futuras investigaciones relacionadas a este tema.

Para el nivel de motivación intrínseca, se recomienda a la entidad encargada que es la Beneficencia Pública de Lima autorizar a las diversas agencias el poder promocionar el tour nocturno, con diversas temáticas o recreaciones, ya que estas van a permitir generar mayor curiosidad en los visitantes.

Para el nivel de motivación extrínseca, se recomienda evaluar las condiciones en las cuales se encuentra el cementerio, a su vez incentivar al personal del recinto al cuidado de las reliquias o mausoleos, ya que esto genera mayor atracción entre los visitantes.

Se recomienda también, realizar estudios de capacidad de carga para que, al momento de realizar estos recorridos, el recurso no resulte afectado por la cantidad de visitantes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. E. (2018). *Motivaciones turísticas en sitios asociados a la muerte en México* [tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de México]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/20.500.11799/94392>
- Araujo-Pereira, B., y de Sevilha, G. y Marlusa (2017). Los Viajeros Y Sus Motivaciones. Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 26(1), 62-85. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180749182004>
- Barón, J. L. (2017). *El turismo oscuro: análisis de sitios web como herramienta de marketing*. [Tesis de licenciatura, Universidad Politécnica de Cartagena]. Repositorio Digital. <http://hdl.handle.net/10317/6135>
- Beltrán-Bueno, M. A., y Parra-Meroño, M. A. (2017). Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar. *Cuadernos de turismo*. 39(1),41-65. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Bohórquez, M.d.C. (2017). *Turismo oscuro, definición, delimitación y agentes: el caso de Sevilla*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de Sevilla]. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <http://hdl.handle.net/11441/68061>
- Carrasco-Santos, M. J., Padilla-Meléndez, A. y Melgar-Madsen, S. (2017). Dark tourism como innovación en producto turístico. Concepto y casos de estudio. *Estudios turísticos*. 205(3),95-118. <http://hdl.handle.net/10630/11014>
- Carrión, S. E. (2016). *Motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los vacacionistas nacionales que visitan el campo santo de Yungay como destino de turismo oscuro*. [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Usil. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2423>

- Cirino-Gerena, G. (2015). Los Intereses Como Motivación Intrínseca En La Sala De Clases. *Perspectivas Psicológicas*, (3-4), 80-84. <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pp/v3-4/v3-4a08.pdf>
- Corral, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*. 19(33), p.228-247. <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Emeri, M. (2012). La publicidad turística como agente mediador entre los procesos motivacionales y perceptuales. *Tiempo de Gestión*. 8(13). 41-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4326457>
- Fernández-Abascal, E., Jiménez Sánchez, M, y Martín Díaz, M (2015). *Emoción y motivación: La adaptación humana*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A. España: Madrid.
- Garay- Argandoña, R. A., Saldívar- Alarcón, C.O. y Romero-Escalante, M. W. (2017). Implementación de un Circuito Turístico Oscuro en Lima Metropolitana y sus efectos en las Motivaciones del Turista. *Logos*, 5(1), 45-52. <http://dx.doi.org/10.21503/log.v5i1.793>
- Guerrero- Rodríguez, R., Alvarado-Sizzo, I. y Vidaurri-Aréchiga, J. E. (2018). En busca de la motivación detrás del turismo oscuro. El caso de las momias de Guanajuato. *Teoría y Praxis*. 24(1), 121-149.
- Grzib, G, (2016). *Bases cognitivas y conductuales de la motivación y emoción*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación (6. ed.). McGraw-Hill
- Huilcapi-Masacon, M. R., Jácome-Lara, G. A. y Castro- López, G. A. (2017). Motivación: las teorías y su relación en el ámbito laboral. *Ciencias administrativas*,3(2),311-333.
- Iturralde, J. A. (2017). *Turismo funerario: herramientas de interpretación turística para el cementerio patrimonial de Tulcán - Ecuador*. [manuscrito presentado para publicación]. Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

- Jara, P. (2016). *Motivación para la práctica de actividad física y deportiva*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos.
- Light, D. (2017). Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism. *Tourism Management*. (61).275-301.  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517717300092>
- Marulanda-Valencia, F. A., Montoya-Restrepo, I. A. y Vélez-Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y gestión*. 36. 206-238.
- Mejía-Lima, K. N. (2019). Estudio de las motivaciones para visitar museos y centros de interpretación de la Ciudad de Iquitos. [ tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio Institucional Digital. <http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/UNAP/6269>
- Mitterer, J y Coon, D, (2016). Introducción a la psicología; el acceso a la mente y la conducta: mapas conceptuales y comentarios. (13va ed.). Cengage Learning Editores.
- Morales-Gajete, J. M., Hernández-Rojas, R. y Dancausa-Millán, M.G. (2017). Turismo oscuro: Estudio de la oferta y potencial en Córdoba y provincia. *International Journal of Scientific Managment and Tourism*.3(1),177-190. ISSN 2444-0299
- Orbegoso, A. (2016). La Motivación Intrínseca Según Ryan & Deci Y Algunas Recomendaciones Para Maestros. *Educare*. 2(1).75-93.  
<https://doi.org/10.19141/2447-5432/lumen.v2.n1.p.75-93>
- Sanchez Gutiérrez, W (2015). La motivación según Mc Clelland y el rendimiento académico en estudiantes del I ciclo de pregrado de Educación Secundaria de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima Perú 2012. [ Universidad Nacional Mayor de San Marcos]
- Suchar, D. (2015). Modelos de motivación y liderazgo. [tesis doctoral, Universidad Fidelitas]

- Ramos-Wong, A., Romani-Vasquez, L. y Gil-Arroyo, C. L. (2018). *Motivaciones de los visitantes que realizan turismo oscuro en Lima Metropolitana en el tour nocturno del museo Cementerio Presbítero Matías Maestro y el lugar de la memoria, la tolerancia y la inclusión social durante el tercer cuatrimestre del 2017*. [tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Usil. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/8681>
- Turienzo, R. (2016). *El pequeño libro de la motivación*. Grupo Planeta
- Zheng, C., Zhang, J., Qian, L., Jurowski, C., Zhang, H., y Yan, B. (2016). The inner struggle of visiting 'dark tourism' sites: examining the relationship between perceived constraints and motivations, *Current Issues in Tourism*.21(15). 1710-1727 Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2016.1220512>
- Zheng, C., Zhang, J., Qiu, M., Guo, Y , y Zhang, H (2019). From mixed emotional experience to spiritual meaning: learning in dark tourism places. *Tourism Geographies* ,1-22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1618903>

## ANEXO 1.

### Matriz de la variable Motivación

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Motivación	Para Turienzo, hablar de motivación, es referirse a pasar de un estado inactivo a uno activo, con el fin de lograr un propósito. (p.10).	La variable motivación se medirá con 2 dimensiones y 6 indicadores; se empleará la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario compuesto por preguntas, con escala Likert.	D1: Motivación intrínseca	Autonomía de decisión Curiosidad Propósito	Escala de Likert
			D2: Motivación extrínseca	Ubicación Educación Exhibición de monumentos	Escala de Likert

Fuente: Elaboración propia



## Anexo 2. Matriz de consistencia

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ITEMS O PREGUNTAS	METODOLOGÍA
<p><b>Problema General</b> ¿Cuál es el nivel de motivación sobre turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019?</p> <p><b>Problemas Específicos</b> 1.- ¿Cuál es el nivel de motivación intrínseca sobre turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019?</p> <p>2.- ¿Cuál es el nivel de motivación extrínseca sobre turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019?</p>	<p><b>Objetivo General</b> Identificar el nivel de motivación sobre turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019</p> <p><b>Objetivos Específicos</b> 1.- Identificar el nivel de motivación intrínseca sobre turismo oscuro en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019.</p> <p>2.- Identificar el nivel de motivación extrínseca sobre turismo oscuro en el tour nocturno del cementerio Matías Presbítero Maestro, 2019.</p>	MOTIVACION	<p><b>Motivación Intrínseca</b></p> <p><b>Motivación Extrínseca</b></p>	<p>- Autonomía de decisión</p> <p>- Propósito</p> <p>- Curiosidad</p> <p>- Educación</p> <p>- Ubicación</p> <p>- Exhibición de monumentos</p>	<p>Cuestionario</p> <p>Cuestionario</p>	<p>1.- La elección del querer realizar el tour fue por decisión propia</p> <p>2.- Me siento motivado(a) de realizar el tour ya que está relacionado a la muerte y tragedias.</p> <p>3.- Mi motivo de visita será para cumplir un propósito.</p> <p>4.- Mi propósito de realizar este tour, es por escapar de la rutina.</p> <p>5.- Siento curiosidad por realizar este tour</p> <p>6.- Considero que será interesante la visita a este tour.</p> <p>7.- Considero importante la ubicación al momento de realizar este tour.</p> <p>8.- Considero que el Cementerio Matías Presbítero Maestro se ubica en un punto estratégico de fácil acceso.</p> <p>9.- Considero que la visita a este tour me aportará conocimientos.</p> <p>10.- Mi visita estará relacionada con temas educativos o de investigación.</p> <p>11.- Considero importante la necesidad de aprender más con respecto a los personajes que reposan en este lugar, al decidir realizar este tour.</p> <p>12.- Me siento atraído(a) por los vestigios exhibidos, ya sea criptas, mausoleos, etc.</p> <p>13.- La exhibición de monumentos y diseño arquitectónico motivan la visita de este tour</p> <p>14.- Me motiva la infraestructura de este lugar para visitarlo y realizar el tour.</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Tipo: Básica</p> <p>Diseño: No experimental - Transversal</p> <p>Población: Visitantes del Tour Nocturno del Cementerio Presbítero Maestro</p> <p>Muestra: 53 personas</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Fuente: Elaboración propia

**CUESTIONARIO**

**(En la Ciudad de Lima 2020)**

La presente encuesta tiene la finalidad de obtener datos de acuerdo al nivel de motivación que se tiene frente al turismo oscuro en el Tour Nocturno del Cementerio Matías Presbítero Maestro, solicitamos su apoyo y colaboración en el desarrollo de las preguntas a exponer.

**INSTRUCCIONES:** Lea cuidadosamente cada una de las interrogantes y coteje marcando con una "X" la alternativa que sea de su preferencia.

ITEM	DIMENSION: MOTIVACIÓN INTRÍNSECA	ESCALAS				
	INDICADOR: AUTONOMIA	Definitivamente no 1	Probablemente no 2	Indeciso 3	Probablemente si 4	Definitivamente si 5
1	La elección de querer realizar el tour fue por decisión propia.					
2	Me siento motivado(a) de realizar este tour por estar relacionado con la muerte y tragedias.					
	<b>INDICADOR: PROPOSITO</b>					
3	Mi motivo de visita al tour será para cumplir un propósito.					
4	Mi propósito de realizar este tour, será por escapar de la rutina.					
	<b>INDICADOR: CURIOSIDAD</b>					
5	Siento curiosidad por realizar este tour.					
6	Considero que será interesante la visita a este tour.					
	<b>DIMENSION 2: MOTIVACION EXTRINSECA</b>					
	<b>INDICADOR: UBICACIÓN</b>					
7	Considero importante la ubicación al momento de realizar este tour.					
8	Considero que el Cementerio Matías Presbítero Maestro se ubica en un punto estratégico de fácil acceso.					
	<b>INDICADOR: EDUCACION</b>					

9	Considero que la visita a este tour me aportará conocimientos.					
10	Mi visita estará relacionada con temas educativos o de investigación.					
11	Considero importante la necesidad de aprender más con respecto a los personajes que reposan en este lugar, al decidir realizar este tour.					
	<b>INDICADOR: EXHIBICION DE MONUMENTOS</b>					
12	Me siento atraído(a) por los vestigios exhibidos, ya sean mausoleos, criptas antiguas, etc.					
13	La exhibición de monumentos y diseño arquitectónico motivan la visita de este tour.					
14	Me motivó la infraestructura de este lugar para visitarlo.					

## ANEXO 4.

---

### Validación de expertos

N°	Expertos	Grado	Valoración de aplicabilidad
1	Segovia Aranibar Elizabeth	Mg. En Ecoturismo	Si
2	Zevallos Gallardo Verónica	Mg. En Docencia	Si
3	Velázquez Viloche Leli	Lic. En Turismo/ Mg. En Gestión Publica	Si

*Fuente: elaboración propia*

**ANEXO 5.**

**Validez del instrumento**



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 07 de noviembre del 2019

Apellido y nombres del experto: VELÁSQUEZ VILQUELE Leci VIOLETA

DNI: 18217577

Teléfono: 990315300

Título/grados: Lic. en Turismo / MAGISTER EN GESTIÓN PÚBLICA

Cargo e institución en que labora: DOCENTE / UCV LIMA NORTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

ITEM	APLICA		OBSERVACIONES
	SÍ	NO	
1		<input checked="" type="checkbox"/>	mejorar redacción de preguntas.
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

SUGERENCIAS:

\_\_\_\_\_

  
 FIRMA DEL EXPERTO

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Lima, 06 Noviembre del 2019

 Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, E. Veronica

 DNI: 41726975

 Teléfono: 932371609

 Título/grados: Mg. Decencia UCV

 Cargo e institución en que labora: UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

 UGERENCIAS: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

## TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, \_\_\_\_\_ del 2019

 Apellido y nombres del experto: SEGOVIA ARANIBAN ELIZABETH

 DNI: 10460532

Teléfono: \_\_\_\_\_

 Título/grados: Mg. Sc. en Ecoturismo

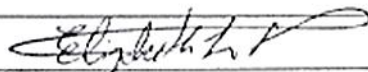
 Cargo e institución en que labora: UCV- UNA MONTE

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	✓		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	✓		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	✓		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	✓		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	✓		

SUGERENCIAS: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

## ANEXO 6.

---

### Determinación del tamaño de muestra

Fórmula:

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

Dónde:

N: Población

n: Muestra

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Error de estimación máximo aceptado

$$n = \frac{(1.64)^2(0.5)(0.5)*(250)}{(0.1)^2(249) + (1.64)^2*(0.5)*(0.5)}$$

$$n = 53$$



### Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	14

*Fuente: Resultados arrojados por el programa SPSS*

## ANEXO 8

## Base de datos

ENCUESTADOS	SEXO	MOTIVACION													
		MOTIVACION INTRINSECA						MOTIVACION EXTRINSECA							
		AUTONOMIA		PROPOSITO		CURIOSIDAD		UBICACIÓN			EDUCACIÓN			EXHIBICIÓN	
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
E1	2	4	3	4	4	5	5	5	3	4	2	4	4	4	4
E2	2	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5
E3	2	5	3	4	5	4	4	2	5	4	1	1	1	2	4
E4	1	3	1	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2
E5	2	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5
E6	1	1	3	3	4	3	2	4	1	3	1	2	2	4	4
E7	2	5	4	4	3	5	4	1	1	5	4	4	5	5	5
E8	2	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
E9	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	2	2	2	2	2
E10	1	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5
E11	2	3	1	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3
E12	2	4	2	2	4	4	4	5	4	3	2	2	4	5	4
E13	2	5	3	4	2	5	5	5	3	5	4	5	3	4	5
E14	2	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5
E15	1	4	4	2	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	5
E16	1	4	4	3	5	5	4	5	3	3	3	5	5	4	3
E17	1	4	3	2	2	4	4	3	2	5	5	4	3	4	4
E18	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E19	1	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4
E20	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E21	1	4	2	5	1	4	2	5	2	4	1	1	2	2	4
E22	1	5	5	4	5	5	4	4	4	4	1	4	4	4	4
E23	2	3	1	4	5	4	4	3	2	4	4	4	5	5	5
E24	1	4	4	2	5	5	4	3	2	4	4	4	5	5	3
E25	2	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E26	1	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3
E27	1	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5
E28	1	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
E29	2	4	4	2	5	5	5	5	3	3	2	2	5	4	4
E30	2	3	4	3	2	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2
E31	2	5	4	5	2	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
E32	2	4	4	4	5	5	5	4	2	5	4	5	5	4	4

E32	2	4	4	4	5	5	5	4	2	5	4	5	5	4	4
E33	2	5	4	4	5	5	6	5	3	4	5	4	5	5	5
E34	2	5	2	5	5	5	4	4	3	5	4	5	3	5	5
E35	2	5	4	4	1	4	5	4	2	5	1	5	5	5	5
E36	2	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	5	4
E37	1	5	1	1	5	5	5	4	1	5	1	1	5	5	5
E38	2	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4
E39	2	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
E40	1	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4
E41	2	5	4	5	2	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5
E42	2	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	5	4
E43	2	2	4	2	3	4	4	5	2	3	2	2	2	5	4
E44	1	3	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5
E45	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
E46	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E47	1	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4
E48	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
E49	1	5	4	2	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
E50	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
E51	1	5	5	4	4	5	5	4	3	4	1	4	4	4	5
E52	1	4	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5
E53	1	4	3	4	4	5	5	5	3	4	2	4	4	4	4

## Evidencia del cuestionario aplicado

