

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

Aproximación al Turismo Oscuro: Creación de nuevo producto en Tenerife
(Approach to Dark Tourism: Creation of a new product in Tenerife)

Autores: D Franco Nicolás García Silva
D^a Marta López Saavedra

Tutor: D Ricardo Díaz Armas

Grado en TURISMO
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2016 / 2017

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA, JULIO 2017



INDICE

1. RESUMEN.....	3
2. INTRODUCCIÓN.....	4
3. MARCO TEÓRICO.....	5
3.1 ANTECEDENTES:.....	5
3.2 DEFINICIONES.....	5
3.3 TURISMO OSCURO EN EUROPA.....	7
3.3.1 Auschwitz.....	7
3.3.2 La Torre de Londres.....	7
3.3.3 Chernobyl.....	8
3.3.4 Belchite.....	8
4. OBJETIVOS.....	8
5. METODOLOGIA.....	8
6. RESULTADOS Y PROPUESTA.....	10
6.1 PORTALES DE INTERNET.....	10
6.1.1 Air BnB.....	10
6.1.2 TripAdvisor.....	10
6.2 PROPUESTAS DE VALOR.....	13
6.2.1 Primera propuesta de valor en el Sanatorio de Abades.....	13
6.2.2 Propuesta de valor en Auschwitz.....	14
6.2.3 Propuesta de valor en el Sanatorio de Abades reformulada.....	15
6.3 PROPUESTA.....	17
6.4 PRODUCTO.....	18
7. CONCLUSIONES.....	20
8. BIBLIOGRAFÍA.....	22
9. ANEXOS.....	24
9.1 COMENTARIOS SOBRE EL SANATORIO EN TRIPADVISOR.....	24
9.2 SIMPLIFICACIÓN PROPUESTAS DE VALOR:.....	26

1. RESUMEN

A través de este trabajo pretendemos proporcionar información sobre un nuevo tipo de turismo, denominado "Turismo Oscuro". Nos adentramos en sus orígenes y las diferentes definiciones que existen para referirse a él. Además conoceremos algunos de los principales reclamos de Turismo Oscuro en el mundo, centrándonos en los campos de concentración nazi de Auschwitz, pues veremos la propuesta de valor que tiene este lugar como reclamo de Turismo Oscuro. Una vez hayamos conocido los principales y más visitados espacios de Turismo Oscuro, nos centraremos en crear un producto turístico en Tenerife, el cual satisfaga la demanda de "Dark Tourism" en la isla. Nuestro producto se centrará en hacer visitas guiadas por las ruinas del antiguo Sanatorio de Abades en las que contaremos la historia del lugar y realizaremos diferentes actividades para potenciar el "factor miedo". Para finalizar crearemos una propuesta de valor para este producto, y así poder aproximarnos a una posible creación y oferta de éste.

PALABRAS CLAVE: Turismo Oscuro, propuesta de valor, Auschwitz, Abades, Leprosos.

ABSTRACT

Through this work we intend to provide information of a new type of tourism, called "Dark Tourism". We are going to know the origins and the different definitions that exist to refer to it. In addition we will know some of the main claims of Dark Tourism in the world, focusing on the Nazi concentration camp of Auschwitz, as we will see the value proposition canvas that this place has as a black tourist attraction.

Once we know the main and most visited places of dark tourism, we are going to focus on the creation of a product with these features in Tenerife, which meets the demand for "Dark Tourism" on the island. Our product will focus on guided tours of the ruins of the old Abades's Sanatorium where we will tell the history of the place and we will make different activities to increase the fear factor. To finish we are going to create a value proposition for this product, and we can approach the possible creation and offer of this.

KEY WORDS: Dark Tourism, Value Proposition, Auschwitz, Abades, Lepers.

2. INTRODUCCIÓN

El turismo oscuro es un tipo de turismo que no es comúnmente conocido por todo el mundo, pues es una tipología turística relativamente nueva, ya que las primeras publicaciones que hacen referencia a este tipo de turismo fueron a partir de los años 90. Con posteriores investigaciones para encontrar una definición propia y averiguar la motivación que tiene un turista a practicarlo, además de las diferentes zonas donde se lleva a cabo y se explota.

La inmensa diversidad de turistas que existen, hace que sus gustos sean infinitos, pues sienten interés tanto por la historia de un sitio, como por el patrimonio, la educación, los recuerdos del pasado, hasta el sufrimiento producido en alguna zona concreta (Natalija Minic', 2012), y es en éste último donde más hincapié hacen los demandantes de turismo oscuro pues lo que al fin de al cabo buscan es tener y sentir diferentes experiencias o tener unas "vacaciones en el infierno" o "holidays in hell" (Dann, 1998).

En nuestro país sin embargo, es un tanto complicado encontrar sitios donde este tipo de turismo sea explotado a diferencia de países como Polonia donde uno de sus principales reclamos turísticos, los campos de concentración Nazi, además de ser el lugar más visitado del país, es el mayor paradigma del Turismo Oscuro.

La oferta española aunque quiera alejarse de ella sigue estando muy enfocada al turismo de "sol y playa", y si miramos a Tenerife más aún. No es de extrañar ya que las buenas condiciones climatológicas y las paradisíacas playas propician a su visita, pero lo que nosotros proponemos es alejarnos un poco de esta típica oferta. Pues habiendo hecho un estudio previo y buscando empresas de Turismo Oscuro en la isla, nos hemos topado con la inexistente oferta en este ámbito. Aún contando con espacios tétricos como el Sanatorio del Teide, Barranco de Badajoz en Güimar o las ruinas del antiguo Sanatorio de Abades. Es este último el que creemos que cuenta con un gran potencial para ser explotado turísticamente como oscuro, pues el hecho de haber sido construido como sanatorio para leprosos, aunque posteriormente no se le diera tal uso, puede causar un gran interés por turistas oscuros. Se trata de un poblado en ruinas, donde cualquiera que lo visite, posiblemente sienta algún tipo de temor pues el sitio es muy tétrico. aunque es muy poco conocido tanto por residentes como por turistas, es una edificación que ya está hecha y no habría que invertir en construirla.

Nuestra propuesta, a través de visitas guiadas, pretende ofrecer todo aquello que buscan esta tipología de turistas e intentamos solventar aquellas posibles negativas que encuentran los turistas cuando visitan espacios oscuros. Esta aproximación pretendemos llevarla a través de la creación de una propuesta de valor sobre la comercialización de las ruinas de Abades. Llevada a cabo, gracias a la ayuda de lecturas previas de diferentes autores y textos como *consuming dark tourism: A Thanatological Perspective* de Philip Stone y Richard Sharpley o *Sought experiences at dark heritage sites. Annals of Tourism Research*, de Biran Avital. Además de estas lecturas, se han realizado diferentes búsquedas en internet para poder comprobar la existencia de esta tipología de turismo en Tenerife. También se han creado diferentes propuestas de valor para poder conocer las necesidades del cliente a la hora de la creación del nuevo producto.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 ANTECEDENTES:

Visitar lugares asociados con la muerte, desastres y destrucción ha existido desde que la gente ha podido viajar. Es decir, siempre ha sido una forma identificable de turismo. Sin embargo, el turismo oscuro se considera una tipología turística relativamente nueva, ya que no es hasta mediados del S.XX cuando encontramos las primeras referencias y publicaciones sobre este. Concretamente en los años 90, y como destaca Seaton (2010), persona clave en el entendimiento del turismo oscuro como tal, “*el Turismo Oscuro fue un viaje tradicional que evolucionó a través de profundos cambios en la historia de la cultura europea influenciado por el cristianismo y el romanticismo*”.

Unas de las grandes razones por la que la visibilidad de este tipo de turismo aumentó a mediados del S.XX, fue, como señalaba Smith (1998), la aparición de sitios turísticos asociados con la guerra. También surgieron las visitas a sitios más específicos relacionados con la muerte, como por ejemplo, Sixth Floor en Dallas, Texas, donde ocurrió el asesinato de John F. Kennedy, uno de los más despreciables del S.XX. Y es que el interés por el Turismo Oscuro cuenta, como ya vemos, con más de un siglo de personas interesadas en este.

Los estudios destacan el increíble crecimiento de turistas que buscan lugares donde haya habido muerte, desastres o incluso atrocidades (p.ej. Cohen, 2010; Logan & Reeves, 2009; Stone & Sharpley, 2008).

3.2 DEFINICIONES

Turismo Oscuro (Lennon & Foley, 2000), es el término comúnmente usado para esta tipología de turismo. Sin embargo, esto no significa que haya una definición aceptada de Turismo Oscuro, de ahí que el término continúa siendo mal utilizado (Jamal & Lelo, 2009, p.6).

A continuación citamos algunas de las definiciones que tienen diferentes autores para referirse al “Turismo Oscuro”:

- *Lennon y Foley (2000)* perciben el Turismo Oscuro como “visitas a sitios asociados a la muerte, el desastre y la depravación”.
- *Stone (2006)* lo define como “el acto de viajar a sitios asociados con la muerte, sufrimiento y actos aparentemente macabros”
- *Seaton (1996)*, propone que el Turismo Oscuro es “viajar a un lugar totalmente, o parcialmente, motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte”.
- También encontramos la definición de Turismo Negro según el *English Oxford Dictionary*: “Turismo que implica viajar a lugares asociados con la muerte y el sufrimiento”.
- *Cohen; Logan & Reeves; & Sharpley* entienden que los demandantes de Turismo Oscuro son aquellas personas que buscan lugares donde haya habido muerte, desastres o incluso atrocidades

- El Turismo Oscuro puede ser identificado como "visitas a lugares donde han ocurrido tragedias o muertes históricamente notables y que siguen afectando nuestras vidas. *Marcel (2003)*.
- Un tanto parecida a la definición de Marcel es la de *Tarlow (2005)*, que identifica el Turismo Oscuro como "visitas a lugares donde han ocurrido tragedias o históricamente han estado marcados por la muerte y que siguen impactando nuestras vidas". Sin embargo, esta definición deja fuera muchas "sombras" de sitios oscuros y atracciones relacionados con el sitio de la muerte y el desastre (*Miles, 2002, Stone, 2006*).

Como hemos dicho anteriormente, el término más frecuente es Turismo Oscuro, pero al aumentar su tipología también ha crecido su terminología:

Por ejemplo, *Seaton (1996)* se refiere a esta actividad turística como *Thanatourism* "tanoturismo", mientras que otros autores lo denominan *morbid tourism* "turismo mórbido" (*Blom, 2000*), el *Black Spot Tourism* "turismo de lugar oscuro" (*Rojek, 1993*), el *Grief Tourism* "turismo del dolor" o como *Dann (1998, p.61)* definía, *Milking the macabre* 'ordeñando lo macabro'.

Además del aumento de terminologías para referirse al Turismo Oscuro, también encontramos autores como *Sharpley*, que dentro del mismo, reconoce hasta cuatro variedades diferentes (*Sharpley, 2009, p.19*):

1. Turismo Negro (*Black Tourism*), el cual representa el turismo puramente negro y su experiencia, en la que la fascinación por la muerte está satisfecha por una oferta determinada (creada intencionalmente para satisfacer esta fascinación y sacar provecho de ella); esta afirmación tiene relación con la que tienen *Lennon y Foley (2002: 12)*, ya que ellos ven el turismo oscuro como la "mercantilización de la ansiedad y la duda".
2. Turismo Pálido (*Pale Tourism*), turistas con un mínimo interés en la muerte los cuales visitan accidentalmente lugares oscuros. Ya que no siempre la motivación del turista puede ser el interés por la muerte. Sino que pueden haber llegado por casualidad al sitio o por otros motivos pues varios estudios también destacan la experiencia educativa (*Austin, 2002, Teye & Timothy, 2004*) o simplemente el hecho de disfrutar del paisaje (*Poria et al., 2004*).
3. Turismo Gris-Demanda (*Grey Tourism Demand*), aquellos turistas que sienten una fascinación por la muerte y que visitan sitios oscuros, los cuales lo son, de forma desintencionada y originariamente no fueron creados con tal fin.
4. Turismo Gris-Oferta (*Grey Tourism Supply*), espacios creados para satisfacer la demanda de este tipo de turismo, pero que sin embargo atraen a turistas con poco interés en la muerte.

3.3 TURISMO OSCURO EN EUROPA

Para realizar una aproximación al Turismo Oscuro, hemos seleccionado cuatro destinos contemplados dentro de Europa, siendo uno de ellos en España. Se tratan de los lugares más populares según varios foros de internet.

3.3.1 Auschwitz

Auschwitz, está considerado como "el lugar de turismo negro por excelencia" (Stone, 2006, p.157). Desde 1942 hasta 1945, Auschwitz (ubicado cerca de Oswiecim, una ciudad polaca), fue el centro de exterminaciones de la población judía europea, asesinados mayormente en cámaras de gas. Se calcula que en torno a un millón y medio de personas fueron asesinadas en Auschwitz, siendo el 90% judíos (Museo Auschwitz-Birkenau, 2009).

Actualmente se trata de uno de los mayores atractivos turísticos de Polonia, pues en 2008, se contabilizaron más de un millón de visitas a los campos de concentración de Auschwitz y Birkenau. Aproximadamente un tercio de estos visitantes eran polacos (36,3%), pero la gran mayoría (63,7%) provenía de unos 30 países diferentes.

Field (2009), utilizó un método para saber los motivos que tenían los turistas para visitar el campo de concentración, y agrupó en cuatro categorías diferentes:

1. *"verlo para creerlo" (la necesidad del individuo para creer que estas atrocidades sucedieron realmente).*
2. *"aprendizaje y comprensión" (interés del individuo en aprender acerca de la Segunda Guerra Mundial y las atrocidades que tuvieron en Auschwitz).*
3. *"visitar atracciones turísticas que son famosas por las muertes" que allí sucedieron (por lo famoso que es este sitio).*
4. *"experiencia del patrimonio emocional" (deseo de conectar con la herencia de este sitio y tener una experiencia emocional en la visita).*

Auschwitz es un lugar con un gran significado simbólico y puede ser visto como una atracción turística de "debe ver", es decir, de visita obligada. Además debemos resaltar las fantásticas opiniones que podemos encontrar en internet, teniendo siempre fantásticas valoraciones, pues del sitio dicen que no te arrepentirás de visitarlo.

Además, al considerar este lugar el más característico dentro del Turismo Oscuro, lo hemos seleccionado como referencia de competidor para nuestra propuesta de producto, de lo cual hablaremos más adelante.

3.3.2 La Torre de Londres

La Torre de Londres, creada en el año 1066 ha tenido diferentes usos a lo largo de la historia, siendo construida en un principio como fortaleza para la protección de la ciudad. Sin embargo, esta atracción debe su fama al uso que tuvo como cárcel años después. Son muchos los turistas que se desplazan a este lugar, mostrando un gran interés por las leyendas de esta antigua prisión. Algunas de estas leyendas hablan de que los prisioneros eran maltratados y que hoy en

día sus fantasmas rondan la torre. Cabe destacar que también era lugar de ejecución de personas ilustres de la ciudad de Londres, los cuales fueron acusados de traición. La más conocida es Ana Bolena, Reina consorte de Inglaterra, cuyo fantasma, según confirman un gran número de turistas, es el que más deambula por el lugar.

3.3.3 Chernobyl

Chernobyl ha sido una de las mayores desgracias nucleares ocurridas hasta el día de hoy. Sin embargo, aunque parezca improbable, se trata de un lugar de referencia turística. Existen varios tours guiados por la zona de Chernobyl y por la ciudad de Prypyat, hoy en día inhabitada y donde vivían la mayoría de los trabajadores de central y sus familias. Es recomendable realizar estos tour en grupos, ya que aún existen zonas con un alto nivel de radiación y hay que documentarse bien antes de acudir. Se deben de tener en cuenta muchas precauciones, incluso los guías realizan controles de radiación a los visitantes. También ponen a la disposición de los turistas contadores Geiger, con los que detectan los niveles de radiación.

3.3.4 Belchite

Una de las batallas más importantes transcurridas durante la Guerra Civil española, se dio lugar en Belchite en el año 1937. El pueblo quedó prácticamente destruido, por lo que los habitantes comenzaron a construir un nuevo poblado al lado de este. Hoy en día aún se conservan muchas de las estructuras del antiguo pueblo, donde se realizan visitas guiadas cada día, incluyendo visitas nocturnas, en las cuales se cuentan leyendas sobre este lugar.

Una vez vistos algunos de los principales lugares donde se lleva a cabo la explotación de Turismo Oscuro, continuaremos explicando los principales objetivos buscados en este trabajo.

4. OBJETIVOS

Debemos de tener claro que este trabajo cuenta con dos principales objetivos:

- Uno de ellos, explicado en el punto anterior, consiste en hacer una aproximación hacia el Turismo Oscuro y todo lo que este representa, junto a un análisis de productos de esta índole en diferentes lugares de Europa.
- El segundo objetivo, tras haber conocido esta tipología turística, sería la creación de un nuevo producto en el Sanatorio de Abades. Dicho producto consistirá en rutas del miedo, a lo largo de las ruinas de Abades, todo esto en pequeños grupos y acompañado de una atmósfera tétrica para así cautivar a nuestros visitantes en busca de miedo.

A continuación presentamos la metodología que hemos llevado a cabo para conseguir estos objetivos.

5. METODOLOGIA

Para realizar la metodología de este trabajo, nos centramos primero en conocer un producto turístico del cual no estábamos familiarizados. Se han utilizado una selección de artículos, blogs y webs turísticas para poder comprobar cuáles son los principales reclamos dentro del continente. De esta manera se puede conocer más en profundidad este tipo de turismo y

algunos de sus productos, siendo esto de gran ayuda para tener una idea de las principales motivaciones de los individuos que lo consumen.

En cuanto a la creación del producto turístico, nombrada antes en el punto anterior, hemos realizado, en primer lugar, una búsqueda en diferentes portales de internet para poder comprobar si existe alguna oferta de este tipo de turismo en la isla y las opiniones de los turistas acerca de este. Además, esta búsqueda se ha hecho más específica en la página de alojamiento Air BnB para poder verificar si alguno de los alojamientos que se encuentran en la zona de Abades hace referencia a este lugar. Se ha utilizado el portal TripAdvisor tanto para constatar la oferta a nivel de Tenerife como solamente en Abades. Así, comprobaremos si realmente existe una necesidad de creación de un producto de Turismo Oscuro en la isla. Por último, hemos llevado a cabo la construcción de una propuesta de valor para el nuevo producto. Este lienzo, trata de reflejar las necesidades de los clientes de un determinado segmento. Para comprenderlo mejor, el proceso que hemos realizado se divide en las siguientes cuatro fases (Javier Megias, 2015):

Fase 1: Observar

Durante esta fase, se debe de tener el objetivo de comprender cuáles son las necesidades reales del cliente, teniendo como soporte páginas web turísticas de opiniones, pudiendo así, en cierta manera, “observarlo”.

En primer lugar, debemos de identificar los “**customer jobs**”. Para ello se intenta reconocer los problemas que tienen los clientes, comprendiendo sus motivaciones y necesidades. De esta manera se consigue ver los “Jobs” que este quiere resolver, para así conocer bien al cliente y, como hemos dicho anteriormente, cuáles son sus principales motivaciones.

A continuación, se deben de señalar los “**pains**” y “**gains**” del cliente. Esto se trata de las frustraciones que estos tienen y de sus “alegrías”. Es un punto bastante complicado ya que se deben de identificar las ganancias que el cliente desea obtener a través del nuevo producto, pero también los aspectos negativos que no está logrando actualmente.

Una vez realizados los pasos anteriores, se debe de intentar hallar un “problema” que merezca ser resuelto, es decir, que con la creación del nuevo producto se puedan satisfacer sus necesidades antes nombradas (Customer Jobs) e intentar suprimir los “pains” que este posee.

Fase 2: Diseñar

Una vez que se tienen claras las necesidades de los clientes, se debe de proceder al siguiente paso: El diseño del **producto**. Para ello, se debe de proponer servicios o productos que satisfagan las necesidades nombradas anteriormente. Se debe de realizar un análisis para ver de qué manera podemos favorecer al cliente, “**gain creators**” y paliar sus “pains”, a través de los “**pain relievers**”.

Fase 3: Validar

Se debe de considerar que llegados a esta fase, lo creado hasta ahora es una hipótesis, por lo que tenemos que contrastar la información. Este paso se puede realizar hablando con los clientes potenciales, a través de búsquedas en portales de internet y de la comparación con competidores del mismo ámbito.

Fase 4: Ajustar

En este punto del proceso y gracias a la información recogida en la fase anterior, se debe de reformular nuestra propuesta de valor. Este proceso consiste en modificar conceptos que ya teníamos así como, añadir nuevos aprendidos. Una vez que esto se haya realizado, se puede proceder a la propuesta del nuevo producto.

6. RESULTADOS Y PROPUESTA

Como hemos dicho anteriormente, hemos realizado una búsqueda en diferentes portales para poder comprobar la oferta de Turismo Oscuro en la isla, concretamente en Abades, teniendo estos resultados:

6.1 PORTALES DE INTERNET

6.1.1 Air BnB

Haciendo una búsqueda, en la web de alojamiento turístico Air Bnb, podemos constatar que de las 20 casas y apartamentos que ofrecen alojamiento, ninguna hace referencia alguna a las ruinas del antiguo sanatorio de Abades, en todas podemos encontrar referencias sobre la tranquilidad del lugar y las hermosas playas naturales del pueblo.

Nos resulta muy extraño que teniendo un atractivo tan cerca, como son las ruinas, no hagan ninguna recomendación o sugerencia de visita a estas; No solo para turistas en búsqueda de turismo oscuro, sino también patrimonial. Directamente las recomendaciones son visitar Playa de las Américas, Los Cristianos, San Isidro y Santa Cruz.

Creemos que el hecho de tener un espacio como éste, el cual está abierto al público y pueden acceder de forma gratuita, podría mejorar la percepción de los turistas sobre el lugar. Y más aún si en este espacio se ofreciese algo como lo que nosotros proponemos, rutas del miedo, ya Abades es un pueblo que aparte de tranquilidad y playa no ofrece nada más.

6.1.2 TripAdvisor

TripAdvisor es una web en la cual los turistas pueden encontrar todo tipo de reseñas, comentarios, valoraciones y recomendaciones acerca de qué visitar, centrada mayormente en la existente oferta turística.

Para nuestra sorpresa, a la hora de buscar las ruinas de Abades (como espacio para visitar) no encontramos ningún resultado. Una vez vimos que no obteníamos resultado con el enunciado de esta búsqueda, decidimos probar con el enunciado "Abades". Existen un total de 34 opiniones en la web y se encuentra en la posición 29 de 80 cosas que hacer en Santa Cruz de Tenerife. De

estas 34 opiniones, 11 de ellas hacen referencia a las ruinas de abades, de los cuales hemos seleccionado 3 que recomiendan la visita y cuentan un poco acerca de su historia. Además, podemos encontrar el resto de comentarios en los anexos.

“Pateo desde la playa de Abades hasta el faro del Porís de Abona”

Usuario: Davisitoala, Tenerife.

Agradable paseo costero en un entorno árido y rocoso. Destacar la ciudadela de la antigua leprosería y el imponente faro. De paso se puede degustar pescado en uno de los restaurantes playeros de la zona. Recomendable para familias.

“Abades, pueblo en la costa sudeste de Tenerife”

Usuaría: Diane G.

Si no estás interesado en tomar el sol o hacer submarinismo, ponte los zapatos para caminar, hay mucho que explorar, puedes caminar a lo largo de la costa hasta el aeropuerto para bastante lejos o puedes ir andando hacia Santa Cruz, esta dirección le llevará a los viejos cuarteles.

Los viejos cuarteles fueron originalmente contruidos (pero nunca acabadas) como una colonia de leprosos, Franco decretó que todos los enfermos de lepra en España se trasladarían a Tenerife, a la vez que los cuerpos de los que habían muerto fueron lanzados en el mar justo en las afueras del puerto de Santa Cruz, la colonia de leprosos se diseñó y comenzó a construir cuando apareció una cura para la enfermedad. La parte construida nunca fue utilizada para su propósito.

Los edificios fueron utilizadas por el ejército español/canario como una pista de entrenamiento hasta 2002, cuando se vendió a una compañía italiana. Creo (así se rumorea) que la tierra tiene permiso para un hotel de 5 estrellas y un campo de golf de 18 hoyos.

El edificio están todavía allí, Iglesia, establos, bungalows y casas, etc. todo abandonado, pero un interesante lugar para explorar.

“Colonia de leprosos”

Usuario: Afreeman, Sunderland.

Este año hemos oído sobre una colonia de leprosos y decidimos buscar. Imagina nuestra sorpresa cuando llegamos al sitio y nos apareció que estaba al lado de Abades. Nos habíamos dado cuenta de una vieja iglesia abandonada hace años y no tenía idea que era parte de la colonia.

Para llegar a la colonia es difícil si tienes problemas para caminar, ya que tienes que caminar un poco por un camino a lo largo de la playa, por un camino estrecho y luego por un camino muy peligroso. Es un sitio bastante grande con una iglesia, tiendas, hospitales, viviendas, todas sin terminar y abandonadas. Si está interesado en la historia local recomiendo una visita.

Como hemos podido ver tanto en la búsqueda de Air BnB como en los comentarios de TripAdvisor, los cuales hemos seleccionado debido a que son personas que han encontrado el lugar de casualidad o lo recomiendan como una actividad diferente que la relacionada con el turismo de “sol y playa”, no existe oferta en Abades. Sin embargo, a nivel de la isla, a través de la búsqueda de internet pudimos ver que en relación con el Turismo Oscuro solo se ofrece una ruta guiada denominada “Ruta del miedo en Barranco de Badajoz”, la cual es ofertada por la empresa más de treinta Tenerife. El Barranco de Badajoz se encuentra ubicado en el municipio de Güimar y existen un gran número de leyendas acerca de este lugar, relacionadas con experiencias que han tenido muchos de sus visitantes. Entre los sucesos paranormales resaltan: apariciones de seres angelicales y de luces durante la noche, avistamientos de ovnis y también han aparecido signos de que en el barranco se han realizado rituales satánicos. Esta empresa cuenta con una página web donde tienen toda la cartera de productos, muy variados, y en los que hay una breve explicación de los diferentes tours.

La actividad está ofertada como una ruta guiada por el barranco, de cuatro horas y media de duración, y donde te explicarán la historia del sitio y las leyendas y misterios que envuelven al lugar. Te recomiendan llevar ropa cómoda, así como alimentos y cámara de fotos. El precio de la ruta es de 15 euros y en ella se incluye el seguro.

A nuestro parecer, el planteamiento de la oferta es un tanto pobre, pues teniendo un recurso natural y abierto al público, no entendemos cómo no es tan conocido y publicitado. La descripción es un tanto corta, y aunque tengan fotos en la web del sitio no son fotos en las que se vea a gente practicando la ruta por lo que puede que derive a un poco de interés de posibles clientes a practicarla. Aunque por otro lado, es de agradecer que ofrezcan este producto ya que como comentábamos antes, es la única oferta dirigida a este target de clientes, con un precio adecuado y económico. Además la ruta guiada puede ser contratada directamente por internet, sin tener que desplazarte a ningún sitio a comprar la actividad, por lo que es un factor a favor de la empresa.

Por lo descrito anteriormente, proponemos un nuevo producto ubicado en las ruinas de Abades, ya que nos parece un lugar muy interesante y que no se encuentra explotado en absoluto.

6.2 PROPUESTAS DE VALOR

A continuación, presentamos las diferentes propuestas de valor que hemos ido desarrollando a largo de nuestro trabajo, siguiendo los pasos nombrados anteriormente en el punto de metodología. Empezamos con la primera fase y la segunda, es decir, la hipótesis de las necesidades del cliente y una aproximación de la creación del producto:

6.2.1 Primera propuesta de valor en el Sanatorio de Abades

Demanda

Customer jobs

- Interés por el patrimonio y la historia
- Nuevas experiencias
- Empatizar con el lugar
- Contrastar que mis creencias sobre el sitio son reales

Gains

- Interés por un espacio desconocido
- Que exista una buena relación calidad-precio
- Poder compartir la experiencia

Pains

- Turismo con posibles connotaciones negativas
- Escasos lugares que visitar
- Que el sitio no cumpla mis expectativas
- Lugares poco señalados, difíciles de encontrar

Oferta

Products and Services

- Ruta guiada por el sanatorio y crematorio de Abades
- Experiencia diferente
- Conocimiento del lugar

Gain creators

- Tematización del producto
- Precios bajos

- Presencia en redes sociales

Pain relievers

- Romper las barreras sobre este tipo de turismo, mediante el conocimiento del mismo
- Creación de audio-guías

Para realizar la tercera fase, hemos seleccionado uno de los competidores a nivel europeo, Auschwitz, pudiendo así contrastar nuestra primera propuesta. Para la oferta, nos hemos basado en su página web oficial mientras que para la demanda hemos consultado diferentes portales de internet así como referencias a este lugar en diferentes lecturas:

6.2.2 Propuesta de valor en Auschwitz

Demanda

Customer jobs

- “See it to believe it” Field (2009). Observar un espacio para contrastar que lo que conoces de él es verdad. Confirmación de que realmente el holocausto ocurrió, allí hubo realmente una matanza de personas de forma discriminada.
- “Learning and understanding” Field (2009). Aprender e intentar entender el porqué de las atrocidades que allí acontecieron. Cómo es posible que un ser humano pueda cometer tremendas atrocidades a otros seres, ¿por qué?
- “Famous death tourist attractions” Field (2009). Visitar un atractivo turístico que es de visita obligada. Cómo no voy a ver algo como esto si estoy en Berlin, no puedo dejar de ver este episodio relevante de la historia alemana
- “Emotional heritage experience”, Field (2009). Sentir diferentes o algún tipo de emoción a lo largo de la visita. El miedo, el terror, la deshumanización que allí ocurrió debo percibirla

Gains

- Conocer más acerca de tu ascendencia.
- Quieres vivir una experiencia diferente.
- Compartir la visita en Redes Sociales (Antes de ir ya estoy pensando en publicar fotos para que la gente sepa que he estado allí. Te reconforta socialmente)

Pains

- Al ser descendiente judío visitar los campos de concentración tendrá un significado diferente que para el resto gente, pudiendo llegar a afectar psicológicamente al no estar preparado. *Pues los campos de concentración nazi tienen diferentes significados para las personas de etnias diferentes y creencias religiosas (Ambrose Wicz-Jacobs & Bialecka, 2008).*

- Como demandante de turismo oscuro, puede que no percibas y sientas el miedo que esperabas.
- Que el espacio no cumpla tus expectativas. Pues al ser un sitio tan famoso, pienses que tampoco es para tanto.
- Que sea un circo.
- Si hay mucha gente mi percepción se desvirtúa, intoxicando así el lugar.

Oferta

Products and Services

- Áreas intactas (Podrás visitar cámaras de gas y cuarteles de prisioneros originales).
- Salas de exposiciones permanentes y temporales.

Gain creators

- Los objetos guardados por los nazis bodegas/cuartos (ropa, gafas, pelo...) hoy en día se pueden exponer en las visitas, y de esta forma los visitantes pueden "contrastar" que éstos hechos sucedieron.
- Sí o sí sentirás alguna emoción/sentimiento en el sitio (miedo, rechazo, tristeza...). Pero algo siempre.

Pain relievers

- Para ser fiel a la historia, debería de existir un soporte (una persona) que trate el tema con respeto, y que sea fiel a la realidad, sin evitar contar qué pasó o expresarlo, un descendiente, un superviviente,....
- Intentar evitar que el espacio pierda su significado original, tratando el tema siempre con mucho respeto
- Evitar grandes aglomeraciones de gente. Esto puede ayudar a que no se pierda el factor "miedo"

Una vez realizada esta propuesta, podemos comprobar que nuestra primera aproximación es un tanto pobre y, además, demasiado centrada en el producto final. Por lo tanto, ya podríamos pasar a la última fase, la reformulación de la primera propuesta.

6.2.3 Propuesta de valor en el Sanatorio de Abades reformulada

Demanda

Customer jobs:

- Buscar experiencias, tener unas "vacaciones en el infierno" (Dann, 1998).
- Satisfacer nuestra curiosidad acerca de un lugar

- Mostrar interés por la muerte así como de su entorno
- Querer conocer algo nuevo
- Verificar que mis conocimientos sobre un sitio son reales.
- “See it to believe it” Field (2009). Observar un espacio para contrastar que lo que conoces de él es verdad.
- “Learning and understanding” Field (2009). Aprender e intentar entender el porqué de las atrocidades que allí acontecieron.
- “Emotional heritage experience”, Field (2009). Sentir diferentes o algún tipo de emoción a lo largo de la visita.

Gains

- Conservar patrimonio del lugar
- Ayudar económicamente a la conservación de este patrimonio
- Interés por un lugar desconocido

Pains

- No hay mas referencias de turismo oscuro en la isla, por lo que si quieres practicar este tipo de turismo este es el único lugar, lo que puede causar:
- El lugar no cumpla mis expectativas
- No pasar miedo

Oferta

Products and services

- Explicar qué es el lugar y por qué está ahí.
- Vivir una experiencia alejada de la oferta de sol y playa de la isla.

Gain creators

- Satisfacer la necesidad de Turismo Oscuro en la Tenerife.
- Con las ganancias se contribuiría a la conservación del lugar.
- Siempre sentirás una emoción al visitar las ruinas.

Pain relievers

- Intentar romper las barreras que genera este tipo de turismo.
- Oferta en grupos reducidos para conseguir una mejor experiencia.
- Buenos soportes para que la historia sea verídica

Todas las propuestas se encuentran simplificadas en el apartado 9. Anexos, concretamente en el 9.2 Simplificación propuestas de valor.

6.3 PROPUESTA

Como hemos dicho anteriormente, no existe ningún tipo de oferta en Abades. Por lo que, a continuación explicamos la historia y usos que ha tenido el lugar y nuestra nueva propuesta de producto:

Abades es una localidad situada en la costa sudeste de Tenerife, la cual pertenece al municipio de Arico. Hasta el año 1943, se trataba de un espacio en el que no existía nada y que tenía un uso como lugar para el cultivo, por lo que se destinó este espacio para la creación de un sanatorio y crematorio para leprosos, una de las enfermedades más graves que se dieron en Tenerife tras la Guerra Civil. Por lo que en 1943 se proyectó una población para los enfermos de lepra en el territorio de Punta de Abona, el proyecto contaba con: múltiples edificios administrativos ubicados frente al mar, un gran hospital, un espacio de crematorio, edificios de hospedaje y una imponente iglesia de hormigón. Todo el proyecto contaba con un estilo neo-canario de aspecto recargado y monumental, siguiendo los parámetros del estilo del régimen franquista de la arquitectura de la posguerra, presente principalmente en la gran cruz de hormigón que tiene la iglesia y refleja la importancia de la iglesia católica que tenía en esta época. El arquitecto al que se encomendó este proyecto fue José Enrique Marrero Delgado (Granadilla de Abona, 1897-1956), conocido por crear otras obras arquitectónicas como el Mercado de Nuestra Señora de África y la Basílica de Nuestra Señora de Candelaria.

El gobierno consideró que la creación de esta leprosería era necesidad ya que era la época de la posguerra y Tenerife contaba con un total de 197 enfermos en ese año. En ese entonces, se pensaba que la única solución para este grave problema sería el aislamiento de los enfermos en zonas con buenas condiciones climatológicas, estando así alejados de los principales núcleos de población para evitar contagios.

Sin embargo el enclave que se pensaba crear nunca se terminó, pues los avances de la medicina demostraban que era una enfermedad que no seguiría extendiéndose y por lo tanto la construcción de este santorio, el cual fue un proyecto urbanístico muy costoso, iba a quedar inutilizado a los pocos años. Posteriormente se utilizó el terreno como campo de entrenamiento por el ejército español. Hoy en día ya no se utiliza para este fin, perteneciendo así a un promotor privado. La idea principal del nuevo dueño fue la de crear un complejo turístico en el año 2002,

A pesar de las prohibiciones que se encuentran a la entrada mostrando que es una propiedad privada, es mucha la gente que se interesa por visitar el lugar, en su mayoría jugadores de airsoft, fotógrafos o para la realización de fiestas nocturnas. Sin embargo, durante los últimos

años los misterios que rodean el sanatorio de abades han ido aumentando, siendo también frecuentado por grupos los cuales realizan rituales durante la noche. Como evidencia de esto se han encontrado sacrificios de animales o simbología dibujada en el suelo. También, mucha gente que las visita asegura escuchar ruidos dentro de la iglesia o en sus alrededores.

USOS ORIGINALES	USOS EN LA ACTUALIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • En 1943 crean el edificio como Sanatorio de Leprosos. • A partir de los años 70, sirve de campamento para la Mili. • En 2002 es vendido al propietario actual, con intenciones de crear un complejo turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas militares. • Fiestas Rave. • Escenario para rituales satánicos y esotéricos. • Paintball. • Videoclips. • Cortos cinematográficos. • -En 2008, se rodaron escenas de la serie Plan América.

6.4 PRODUCTO

Una vez visto la poca oferta de turismo oscuro en la isla, proponemos crear en las ruinas del antiguo Sanatorio de Abades unas rutas del miedo, para que todos aquellos que quieran conocer la historia del sitio y adentrarse en el pueblo en ruinas pueda hacerlo.

Proponemos diferentes visitas guiadas por las ruinas, ya que los 900.000 m2 que tiene el espacio pueden dar mucho juego.



Propuesta de ruta en el Sanatorio

FUENTE: <http://www.tenerifeparanormal.es/2013/03/abades-la-ciudad-fantasma-de-enerife.html>

1. Las rutas comenzarán a las afueras de las ruinas, donde se les explicará donde nos encontramos y para que fue creado el poblado en el que nos adentraremos, además de información como la duración de la visita, comprobar que las linternas funcionan y que todo está listo para empezar.

2. La segunda parada será en el primer edificio que encontramos al entrar, uno de los de mayor dimensión, en el que en su fachada podemos leer "*Todo por la patria*", se les explicará el porqué de esto. Pues como hemos contado, estos edificios tuvieron fines militares, y aún hoy en día sirve como lugar de prácticas militares.

3. La visita continuará a lo largo del gran espacio que nos ofrecen las ruinas, la tercera parada es en el comienzo de las diferentes viviendas, que suman un total de 14, además cuentan con diferentes habitaciones por lo que caminar y adentrarse en ellas es todo un reto.

Aquí realizaremos una actividad que consistirá en lo siguiente:

Separar a el grupo individualmente en diferentes habitaciones a lo largo de las 14 viviendas, en las habitaciones tendrán que poner grabadoras para poder escuchar posibles psicofonías a la vez que hacen preguntas esperando posibles respuestas. Al estar solos y estar haciendo esto, creemos que el nivel de miedo puede alcanzar picos altos ya que aunque finalmente no se grabe nada y no se escuchen las psicofonías ,ya simplemente el hecho de estar encerrado en un espacio como este puede hacerte pensar en cosas que te provoquen miedo.

4. Después visitar las diferentes edificaciones que podemos encontrar subiendo el pueblo, visitaremos el edificio de mayor dimensión, y uno de los más tétricos. En este espacio podremos ver largos y oscuros pasillos, restos de antiguos lavaderos, cocinas, etc...

En esta parada la actividad consistirá en:

Hacer partes del recorrido de la visita con los ojos vendados, queriendo saber qué sienten y a la vez contar diferentes anécdotas del lugar. Como posibles muertes que allí ha habido y demás.

5. Finalizamos la visita en la iglesia que encontramos al final la cual tiene un estilo neo-canario de aspecto recargado y monumental, bajo los estilos franquistas de la arquitectura de la posguerra. Ya que fue el dictador quien mandó a construirla. En la iglesia teatralizaremos escenas que podrían haber ocurrido allí de haber sido un hospital para leprosos.

Todo esto será en pequeños grupos, pues queremos crear un clima en el que no te veas distraído o afectado por haber excesiva gente. Ya que como ocurre en otros espacios oscuros, pierden sentido al estar muy masificados.

Nuestra propuesta sería llevada a cabo a media tarde, para que a medida que nos adentramos en el poblado se vaya haciendo de noche, pues la oscuridad es algo que a los seres humanos siempre nos causa cierta inquietud.

El hecho de no haber sido nunca finalmente un hospital para leprosos, sino que más bien tuvo un uso militar, no se diría hasta el final de la visita, parada número 5. Pues es algo que quitaría bastante sentido a toda la ruta guiada ya que el factor miedo se vería bastante reducido de saber

que allí no murieron cientos de enfermos como todo el mundo cree. El contar este dato al final causará un efecto de relajación, pues el visitante no se irá cargado de energía negativa o malos pensamientos, sino que jugaremos con los picos de miedo yendo de menos a más, y acabando en menos de nuevo.

No gustaría tras la visita cenar en restaurantes, previamente acordados, fomentando así la gastronomía local tanto de Abades como del Porís.

Además, contaremos con una página web en la cual el cliente podrá leer un poco acerca de la historia del lugar así como ponerse en contacto con nosotros:

<https://abadesmisterioso.wordpress.com/>

7. CONCLUSIONES

Como hemos podido ver a lo largo del trabajo, el Turismo Oscuro es un turismo poco conocido y no muy entendido por la población, pues la inmensa mayoría no sabe que significa. Aún más notorio en nuestro país si lo comparamos con otros países donde está muy desarrollado.

La falta de explotación de este tipo de turismo en España, y más concretamente en Tenerife, nos hizo plantearnos la idea de crear este producto que ya hemos presentado en los epígrafes previos, pues creemos que sería algo positivo para diversificar la oferta de turismo en Tenerife. Primero por la falta de oferta existente de este en la isla, pues como dice Gabriela Romo, destacada directora comercial de la cadena de hoteles Barceló: “El turismo es una actividad cambiante, de manera que uno está obligado a mantenerse actualizado y en constante formación”. Estamos totalmente de acuerdo con esta declaración, pues si queremos alejarnos del turismo de sol y playa, para ofertar experiencias y no quedarnos en la típica oferta turística de antaño, debemos apostar por propuestas como la que planteamos en este trabajo aprovechando que *Tenerife es mucho más que sol y playa*, como afirma Mónica Vázquez en un artículo en la Región.

Otro de los principales factores que nos llevaron a apostar por la creación de un producto turístico oscuro, en el sur de Tenerife, fue que tras haber hecho una búsqueda de Turismo Oscuro en la isla y más concretamente saber si las Ruinas de Abades eran explotadas turísticamente, a través de webs como Air bnb y Tripadvisor, no encontramos ninguna empresa que explotase éste lugar, aunque sea propiedad de un empresario italiano. Podría llegarse a un acuerdo con él, para legalizar la actividad que proponemos y así todos salir ganando, pues la propuesta que pretendía este de llevar a cabo la creación de un gran complejo hotelero nunca se hizo, por lo que el terreno está totalmente inutilizado aún teniendo posibles usos. Pues es un espacio que aunque sea propiedad privada, está abierto al público y el acceso es bastante fácil, ya que hay una carretera que te lleva a él y además se puede llegar haciendo un pequeño recorrido desde el pueblo de Abades.

El turista en búsqueda de Turismo Oscuro puede encontrar en el antiguo sanatorio de Abades aquello que busca, pues de acuerdo con la afirmación de Stone (2006) quien lo define como “el acto de visitar sitios asociados con la muerte, sufrimiento y actos aparentemente macabros”. Las ruinas son un lugar que conociendo o no su historia tienen un gran aspecto macabro, y más aún

cuando te adentras por ellas. Todo esto acompañado de un hilo conductor, como son las 8 paradas con sus respectivas actividades que presentamos en la propuesta del producto, creemos que no va a dejar indiferente a los visitantes.

Como hemos comentado, nunca fue usado como hospital para leprosos, detalle que mucha gente desconoce. Pero esto no consideramos que quite interés alguno al lugar, pues podemos asegurar que realizar actividades como alguna de las que proponemos, que es hacer parte del recorrido del interior de los edificios con los ojos vendados, los visitantes no pensarán en ese momento si fue un hospital para leprosos o no. Simplemente se dejarán llevar por la soledad y el eco al caminar por los tétricos pasillos y habitaciones.

8. BIBLIOGRAFÍA

Stone, P. (2011). Dark tourism: towards a new post-disciplinary research agenda. *International Journal of Tourism Anthropology*.

Biran, A., Poria, Y. and Oren, G. (2011). SOUGHT EXPERIENCES AT (DARK) HERITAGE SITES. *Annals of Tourism Research*.

Oxford Dictionaries | English. (2017). *dark tourism - definition of dark tourism in English* | Oxford Dictionaries. Disponible en: https://en.oxforddictionaries.com/definition/dark_tourism

Auschwitz.org. (2017). *Auschwitz-Birkenau*. Disponible en: <http://auschwitz.org/en/more/spanish/>

El pensante. (2017). *La torre de Londres y sus fantasmas "reales"*. – *El pensante.com*. Disponible en: <https://www.elpensante.com/la-torre-de-londres-y-sus-fantasmas-reales/>

Chernobylwel.com. (2017). *Historia de Chernóbil y riesgo de radiación actual* | *CHERNOBYLwel.com* | *chernobylwel.com*. Disponible en: <https://www.chernobylwel.com/ES/740/chernobil/>

Ayuntamiento de Belchite. (2017). *Turismo*. Disponible en: <http://www.belchite.es/turismo/>

Tripadvisor.es. (2017). *Abades (Santa Cruz de Tenerife) - qué saber antes de ir actualizado 2017 - TripAdvisor*. Disponible en: https://www.tripadvisor.es/Attraction_Review-g187482-d4414473-Reviews-Village_of_Abades-Santa_Cruz_de_Tenerife_Tenerife_Canary_Islands.html

Megias, J. (2017). *Value Proposition Canvas, el lienzo de la proposición de valor* | *Startups, Estrategia y Modelos de negocio*. El Blog de Javier Megias - Startups, Estrategia y Modelos de Negocio. Disponible en: <http://javiermegias.com/blog/2013/01/value-proposition-canvas-lienzo-proposicion-valor-modelos-de-negocio/>

Canariasenred.com. (2017). *El Barranco de Badajoz en Tenerife. La historia del barranco embrujado*. | *Canarias en red*. Disponible en: <http://www.canariasenred.com/el-barranco-de-badajoz-en-tenerife-la-historia-del-barranco-embrujado/>

Adondevamos hoy tenerife.com. (2017). *Sanatorio de Abona, Abades (Arico) | ¿A dónde vamos hoy?* Disponible en: <http://adondevamos hoy tenerife.com/sanatorio-de-abona-abades-arico/>

Tenerifeparanormal.es. (2017). *Abades la ciudad fantasma de Tenerife*. Disponible en: <http://www.tenerifeparanormal.es/2013/03/abades-la-ciudad-fantasma-de-enerife.html>

Isladetenerifevive.com. (2017). *Abades, la ciudad fantasma - La leprosería de Arico*. Disponible en: http://www.isladetenerifevive.com/2016/05/abades-la-ciudad-fantasma-la-leproseria.html#.WSw68mg1_Dd

Página web creada: <https://abadesmisterioso.wordpress.com/>

IMÁGENES:

<http://www.tenerifeparanormal.es/2013/03/abades-la-ciudad-fantasma-de-enerife.html>

<http://4.bp.blogspot.com/-XzcNEFZDQe0/VazQOmhDMml/AAAAAAAAAMu4/h-zESh-VQVc/s1600/abades.jpg>

<http://www.negociosyemprendimiento.org/2015/10/value-proposition-canvas-herramienta-propuesta-valor-negocio.html>

9. ANEXOS

A continuación ponemos a su disposición los anexos relativos al trabajo. En el encontrará el resto de comentarios acerca del Sanatorio y las propuestas de valor.

9.1 COMENTARIOS SOBRE EL SANATORIO EN TRIPADVISOR

“Colonia extraña de leprosos, así de Franco en el radar habitual de turismo”.

Usuario: RickRB, Halifax.

También hay dos pequeñas playas pero su "atracción principal" es la colonia de leprosos de Franco!!! Parece ser que a mediados de los 70 el General Franco decretó que todos los leprosos en España debían vivir en una nueva colonia en Tenerife. Por desgracia para él una cura fue descubierta antes de que se hubiera terminado, por lo que hay un hospital ruinas, una iglesia, viviendas, etc. El sitio está al otro lado del barranco de la aldea principal y se accede por una serie de vías muy accidentadas. Sin duda un lugar con una coordinación extraña sensación extraña y sin duda diferente!

”Ciudad Perdida”

Usuaría: Anna15101, Londres (Reino Unido)

Visité Abades con mis amigos este año. Es una ciudad perdida (construida y olvidada), siendo usado por el Ejército en algún momento. Lugar interesante para fotógrafos.

“Modesto, amable, buenos restaurantes y playa”

Usuario: Sue, Selbey (Reino Unido).

Abades es un pueblo pequeño y sin pretensiones en la costa este justo al lado de la TF1. Una vez hubo una colonia de leprosos, los edificios de esta antigua parada se sitúan la colina sobre la ciudad. El centro de la ciudad es pequeño y justo al lado del mar.

“Única Ciudad”

Usuaría: Megan H, Gravesend (Reino Unido).

Vinimos aquí para explorar el hospital de leprosos vacío sobre la ciudad y no nos decepcionó. Mientras los edificios vacíos se han hecho en gran medida segura y falta la apariencia de algunos lugares ruinosos abandonó la gran amplitud del complejo, con decenas de edificios.

“Encantadora joya poco”

Usuaría: AllieandB, Derbyshire (Reino Unido).

Una preciosa playa virgen, no está concurrida, bella bahía, con una agradable brisa. No sabía nada de los edificios de leprosos hasta que fuimos andando hasta ellos.

“Remanso en el mar”

Usuario: Upupandown, Switzerland (Carolina del Norte)

Puntos de interés: la leprosería (antigua colonia abandonada), el faro de Sanatorio, eso es todo.

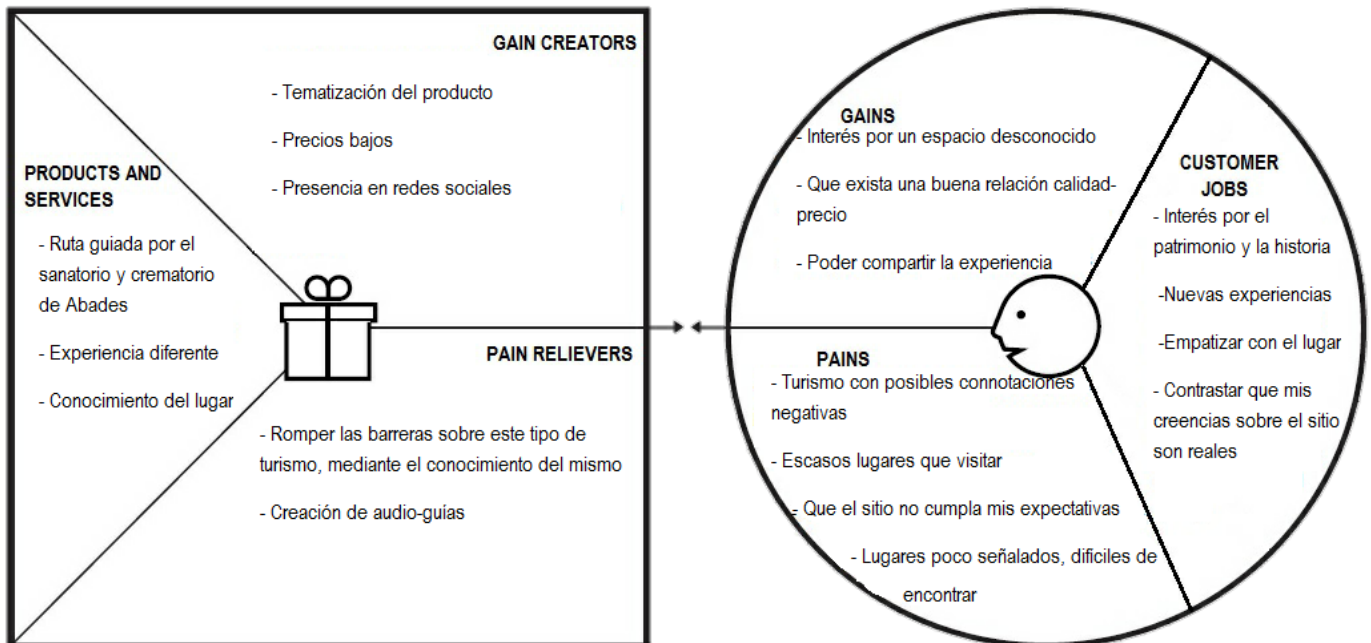
“Lugar tranquilo para el sol para acceder a la Ciudad Fantasma”

Usuaría: Abbeyflye, St.Albans (Reino Unido)

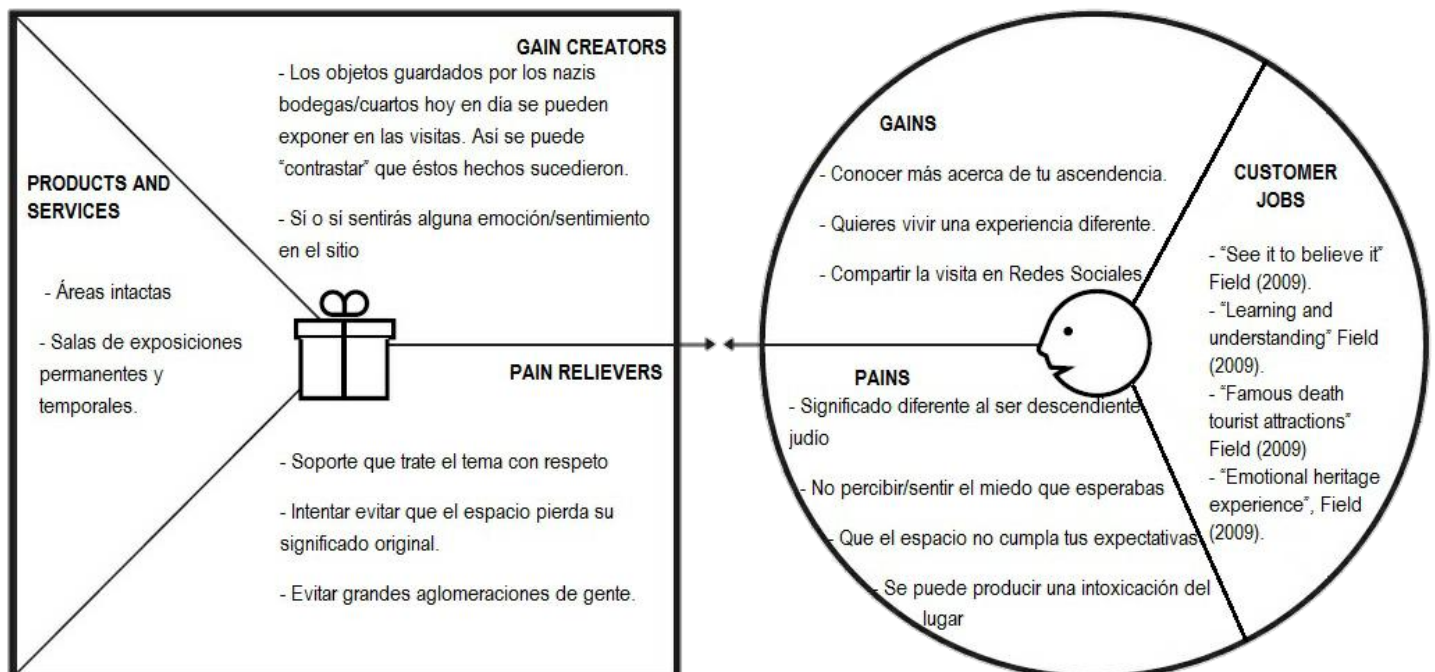
Este es un lugar encantador con un cómodo aparcamiento para explorar el fascinante "pueblo fantasma", inacabado con su propia iglesia. El plan original era crear un pueblo como una colonia de leprosos, pero los avances en medicina hicieron que nunca fuera utilizado. Vale la pena salir de la TF1 para explorar este lugar.

9.2 SIMPLIFICACIÓN PROPUESTAS DE VALOR:

1. Primera propuesta de valor en el Sanatorio de Abades



2. Propuesta de valor en Auschwitz



3. Propuesta de valor Sanatorio de Abades reformulada

