

Resumen

En los últimos años se ha venido desarrollando una nueva tendencia dentro de la industria turística denominada necroturismo, el mismo se enfoca en visitar lugares con la motivación de vivir experiencias simbólicas o reales en relación con la muerte. En el Ecuador, específicamente en el Centro Histórico de Quito, se ha implementado este turismo hace aproximadamente 5 años por lo que para la presente investigación se ha realizado con el fin de analizar la diversificación turística en el CHQ mediante un producto turístico basado en el necroturismo. La metodología utilizada fue de enfoque mixto y descriptivo aplicada mediante instrumentos como encuestas y entrevistas, lo que nos permitió obtener información acerca de la percepción y posicionamiento de esta tendencia en el mercado actual, a partir de los resultados se concluye que los limitantes recaen en la poca promoción y calidad del servicio, por tal motivo se propone el diseño de estrategias basadas en el Marketing Mix donde se pretende que a partir de un distintivo se dé una mejor visualización y promoción de la oferta del necroturismo en el CHQ; Además, de la implementación de capacitaciones que permita un mejor desempeño en guianza y animación de grupos, cultura turística, formación teatral, entre otros; con el fin de mejorar la experiencia y calidad del servicio. Finalmente, se pretende que la presente investigación aporte al desarrollo del necroturismo como producto diversificador de la oferta en el CHQ, preservando el patrimonio e historia de una forma innovadora.

Palabras claves:

- **NECROTURISMO**
- **TENDENCIA**
- **DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA**
- **EXPERIENCIA**
- **PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Abstract

In recent years, a new trend has been developing within the tourism industry called necrotourism, it focuses on visiting places with the motivation of living symbolic or real experiences in relation to death. In Ecuador, specifically in the Historic Center of Quito, this tourism has been implemented approximately 5 years ago, so for the present investigation it has been carried out in order to analyze the tourist diversification in the CHQ through a tourist product based on necrotourism. The methodology used was a mixed and descriptive approach applied through instruments such as surveys and interviews, which allowed us to obtain information about the perception and positioning of this trend in the current market, from the results it is concluded that the limitations lie in the little promotion and quality of service, for this reason the design of strategies based on the Marketing Mix is proposed, where it is intended that from a distinctive there is a better visualization and promotion of the necrotourism offer in the CHQ; In addition, the implementation of training that allows better performance in guiding and group animation, tourist culture, theater training, among others; in order to improve the experience and quality of service. Finally, it is intended that this research contributes to the development of necrotourism as a diversifying product of the offer in the CHQ, preserving heritage and history in an innovative way.

Keywords:

- **NECROTURISM**
- **TREND**
- **TOURISM DIVERSIFICATION**
- **EXPERIENCE**
- **TOURIST PROMOTION**