



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

**“Oferta de Tanatoturismo en el Cantón Guano Provincia de
Chimborazo”**

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autora:

Karla Nashely Zamora Riera

Tutor:

Dr. Héctor Germán Pacheco Sanunga

Riobamba, Ecuador 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Karla Nashely Zamora Riera con cédula de ciudadanía números 0550094825, autora del trabajo de investigación titulado: Oferta de Tanatoturismo en el cantón Guano provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autora de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 23 de enero de 2024.



Karla Nashely Zamora Riera

C.I: 0550094825

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Héctor Germán Pacheco Sanunga catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación “Oferta de Tanatoturismo en el cantón Guano provincia de Chimborazo” bajo la autoría de Karla Nashely Zamora Riera; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 22 días del mes de enero de 2024



Héctor Pacheco

C.I: 0602494627

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Oferta de Tanatoturismo en el Cantón Guano provincia de Chimborazo”, presentado por **Karla Nashely Zamora Riera**, con cédula de identidad **0550094825**, bajo la tutoría de **Héctor Germán Pacheco Sanunga**; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.


De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a la fecha de su presentación.

Danilo Quintana. Mgs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Diego Calvopiña, PhD.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Margoth Cali, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma



CERTIFICACIÓN

Que, **ZAMORA RIERA KARLA NASHELY** con CC: **0550094825**, estudiante de la Carrera **TURISMO** Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**OFERTA DE TANATOTURISMO EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 0 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUND**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 18 de diciembre de 2023



Firmado electrónicamente por:
**HECTOR GERMAN
PACHECO SANUNGA**

Héctor Germán Pacheco Sanunga
TUTOR(A)

DEDICATORIA

A mi madre.

Este logro no solo es mío, sino también tuyo. Tu amor y guía han dejado una huella indeleble en este camino de aprendizaje. Agradezco infinitamente la bendición de contar contigo como mi madre, confidente y fuente inagotable de inspiración.

AGRADECIMIENTO

Cynthia Ozick manifestaba lo siguiente: “Nous tenons souvent pour acquis les choses mêmes qui méritent le plus notre gratitude” que en su traducción se puede comprender como: “A menudo damos por hecho las cosas que más merecen nuestra gratitud”, lo que ciertamente es un hecho indiscutible, si los hechos no son materiales, palpables o contables estos suelen ignorarse, cuando hechos como ser atendido en una conversación, ser esperado en un evento por la importancia de tu presencia, el ser entendido y no juzgado o simplemente que tus palabras y sentimientos tengan valor en un entorno y no sean motivo de burlas o críticas, es invaluable; por estas cosas que tienen un valor sumamente alto agradezco a mi Madre, a Mauri y Thomas.

Por haber sido un apoyo en el proceso de aprendizaje que llenó mi camino de experiencias y sabiduría a mis abuelitos y familiares.

Por el cariño que me brindaron en un proceso victorias, pero de muchísimas caídas, por el apoyo y el amor a Alexis, así como a mis amigos más cercanos por la paciencia.

Por la enorme paciencia y el gran apoyo, así como el conocimiento no solo en lo académico sino sobre muchos valores brindados, agradezco a mi tutor Héctor Pacheco.

Finalmente, a las personas que hicieron parte de esto tanto de manera positiva como negativa.

Gracias

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ABSTRACT

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	18
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Formulación del Problema.....	20
1.2.1 Problema general	20
1.2.2 Problemas específicos.....	20
1.3 Justificación	20
1.3.1 Justificación teórica	21
1.3.2 Justificación práctica	21
1.3.3 Justificación metodológica	22
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	22
1.4.2 Objetivos específicos	22
1.5 Hipótesis	23
1.5.1 Hipótesis general	23
1.5.2 Hipótesis específicas.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	24
2.1 Marco filosófico y epistemológico de la investigación	24
2.1.1 Epistemología - Oferta Turística.....	24
2.1.2 Epistemología - Tanatoturismo	26
2.2 Bases Teóricas / Estado del Arte.....	27
2.2.1 Estado del arte variable independiente: Oferta Turística.....	27
2.2.2 Estado de arte variable dependiente: Tanatoturismo	27
2.3 Bases Teóricas.....	28

2.3.1 Marco teórico variable independiente	28
2.3.2 Marco teórico variable dependiente.....	34
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	39
3.1 Tipo de Investigación.....	39
3.2 Diseño de la Investigación.....	39
3.3 Enfoque de la Investigación	40
3.4 Técnicas de recolección de datos.....	40
3.5 Unidad de análisis.....	41
3.6 Población de Estudio	42
3.6.1 Población variable independiente (Oferta turística)	42
3.6.2 Población variable dependiente (Tanatoturismo)	42
3.7 Validez de Instrumentos.....	43
3.7.1 Selección de expertos	43
3.8 Confiabilidad de Instrumentos.....	43
3.8.1 Confiabilidad de instrumentos variable independiente: Oferta Turística	44
3.8.2 Confiabilidad de instrumentos variable dependiente: Tanatoturismo.....	44
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	46
4.1 Análisis e interpretación de resultados variable independiente	46
4.1.1 Datos generales	46
4.1.2 Datos Específicos.....	50
4.1.3 Datos complementarios	59
4.2 Análisis e interpretación de resultados Variable dependiente.....	64
4.2.1 Datos Generales	64
4.2.2 Datos Específicos.....	70
4.2.3 Datos Complementarios.....	79
4.3 Prueba de Hipótesis	84
4.3.1 Hipótesis general	84
4.3.2 Hipótesis específica 1	85
4.3.3 Hipótesis específica 2	86
4.3.4 Hipótesis específica 3	87

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
5.1 Conclusiones.....	89
5.2 Recomendaciones	90
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	91
1. Título de la propuesta:	91
2. Introducción.....	91
3. Justificación:	92
4. Resumen Ejecutivo:	92
5. Objetivos del Proyecto:	92
6. Metodología y estrategias	93
6.2.1 Elección del nombre comercial	98
6.2.2 Diseño de los indicadores visuales de marca.....	99
6.2.3 Mapa del sitio	100
6.3 Contenido.....	102
6.3.1 Página de Inicio	102
6.3.2 Página “Atractivos y Recursos”.....	104
6.3.3 Página “Blog de Leyendas”	105
6.4 Itinerarios y Experiencias	107
6.4.1 Página “Recorridos y actividades”	107
6.4.2 Subpágina 1: Recorrido Cueva del Rey Pepino.....	108
6.4.3 Subpágina 2: Cementerio Inca Alacao.....	110
6.7 Conclusiones de la propuesta.....	115
Bibliografía.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Oferta Turística según autores	25
Tabla 2: Turismo oscuro/ Tanatoturismo según Autores.....	26
Tabla 3: Selección de expertos.....	43
Tabla 4: Valores Alfa de Cronbach.....	43
Tabla 5: Estadística de Fiabilidad Variable Independiente.....	44
Tabla 6: Estadística de Fiabilidad Variable Dependiente.....	44
Tabla 7: Género VI.....	46
Tabla 8: Edad Agrupada Variable Independiente.....	47
Tabla 9: Nivel de Instrucción Variable Independiente	48
Tabla 10: Estado Civil Variable Independiente.....	49
Tabla 11: Desarrollo de productos turísticos	50
Tabla 12: Existencia de proveedores	51
Tabla 13: Influencia de consumidores.....	52
Tabla 14: Existencia de tipologías modernas de turismo	53
Tabla 15: Delimitación de espacios geográficos	54
Tabla 16: Funcionalidad de la comercialización de bienes	55
Tabla 17: Productos afines al perfil de la demanda.....	56
Tabla 18: Motivación de los visitantes	57
Tabla 19: Caracterización de la Oferta	58
Tabla 20: Atractivos.....	59
Tabla 21: Desarrollo de nuevas formas de Turismo	60
Tabla 22: Análisis cualitativo Desarrollo de nuevas formas de Turismo	61
Tabla 23: Atractivos y recursos de Tanatoturismo	62
Tabla 24: Análisis cualitativo Atractivos y recursos de Tanatoturismo	63
Tabla 25: Género Variable Dependiente.....	64
Tabla 26: Edad Agrupada Variable Dependiente	65
Tabla 27: Edad sin agrupar variable dependiente.....	66
Tabla 28: Análisis de Estadísticos Variable Dependiente	66
Tabla 29: Nivel de Instrucción Variable Dependiente.....	68
Tabla 30: Estado Civil Variable Dependiente	69

Tabla 31: Influencia de las creencias del Turista.....	70
Tabla 32: Influencia de las Costumbres del Turista	71
Tabla 33: Influencia de la Sociedad.....	72
Tabla 34: Interés en Acontecimientos Misteriosos.....	73
Tabla 35: Interés en vivencias, anécdotas y leyendas.....	74
Tabla 36: Interés en nuevos tipos y formas de turismo.....	75
Tabla 37: Interés en Ceremonias de Sepultura, Misterio o Muerte	76
Tabla 38: Curiosidad por el Hermetismo.....	77
Tabla 39: Interés del Turista	78
Tabla 40: Conocimiento previo de Tanatoturismo	79
Tabla 41: Términos Asociados con el Tanatoturismo	80
Tabla 42: Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo.....	81
Tabla 43: Análisis cualitativo Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo	82
Tabla 44: Referencia de Correlaciones	84
Tabla 45: Prueba de Hipótesis General.....	85
Tabla 46: Prueba de Hipótesis Específica 1.....	86
Tabla 47: Prueba de Hipótesis Específica 2.....	87
Tabla 48: Prueba de Hipótesis Específica 3.....	88
Tabla 49: Propuesta recopilación de información	95
Tabla 50: Propuesta recopilación de información	96
Tabla 51: Propuesta, mapa del sitio web	100
Tabla 52: Propuesta: Página de Inicio	102
Tabla 53: Página Atractivos y Recursos	104
Tabla 54: Propuesta página Blog de Leyendas	105
Tabla 55: Entradas del Blog.....	105
Tabla 56: Propuesta: Subpágina 1	108
Tabla 57: Propuesta: Subpágina 2	110

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género Variable Independiente	46
Gráfico 2: Edad Agrupada Variable Independiente.....	47
Gráfico 3: Nivel de Instrucción Variable Independiente	48
Gráfico 4: Estado Civil Variable Independiente.....	49
Gráfico 5: Desarrollo de productos turísticos	50
Gráfico 6: Existencia de proveedores	51
Gráfico 7: Influencia de Consumidores	52
Gráfico 8: Existencia de tipologías modernas de turismo	53
Gráfico 9: Delimitación de espacios geográficos	54
Gráfico 10: Funcionalidad de la comercialización de bienes	55
Gráfico 11: Productos afines al perfil de la demanda.....	56
Gráfico 12: Motivación de los visitantes	57
Gráfico 13: Caracterización de la Oferta	58
Gráfico 14: Atractivos	59
Gráfico 15: Desarrollo de nuevas formas de Turismo.....	60
Gráfico 16: Atractivos y recursos de Tanatoturismo	62
Gráfico 17: Género Variable Dependiente	64
Gráfico 18: Edad Agrupada Variable Dependiente	65
Gráfico 19: Nivel de Instrucción Variable Dependiente.....	68
Gráfico 20: Estado Civil Variable Dependiente	69
Gráfico 21: Influencia de las Creencias del Turista.....	70
Gráfico 22: Influencia de las Costumbres del Turista	71
Gráfico 23: Influencia de la Sociedad.....	72
Gráfico 24: Interés en Acontecimientos Misteriosos.....	73
Gráfico 25: Interés en Vivencias, anécdotas y leyendas.....	74
Gráfico 26: Interés en nuevos tipos y formas de turismo	75
Gráfico 27: Interés en Ceremonias de Sepultura, Misterio o Muerte	76
Gráfico 28: Curiosidad por el Hermetismo.....	77

Gráfico 29: Interés del Turista	78
Gráfico 30: Conocimiento previo de Tanatoturismo	79
Gráfico 31: Términos Asociados con el Tanatoturismo	80
Gráfico 32: Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo.....	81
Gráfico 33: Propuesta: Indicadores Visuales de Marca.....	99
Gráfico 34: Galería Inteligencia Artificial.....	103
Gráfico 35: Craiyon	103
Gráfico 36: Propuesta: Distribución Entradas Blog	106
Gráfico 37: Propuesta: Página recorridos y actividades	107

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Instrumento Variable Independiente.....	123
Anexo 2: Instrumento Variable Dependiente.....	126
Anexo 3: Imagen Investigación de Campo	129
Anexo 4: Imagen Investigación de Campo	129
Anexo 5: Imagen Investigación de Campo	130
Anexo 6: Imagen Investigación de Campo	130
Anexo 7: Investigación de Campo	131
Anexo 8: Investigación de Campo	131
Anexo 9: Imagen Investigación de Campo	132
Anexo 10: Imagen Investigación de Campo	132
Anexo 11: Árbol de Problemas	133
Anexo 12: Matriz de Operacionalización de Variables.....	134
Anexo 13: Matriz de Consistencia	137

RESUMEN

El proyecto en discusión se titula “OFERTA DE TANATOTURISMO EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO, la problemática establecida en el capítulo I del mismo se centra en el escaso conocimiento que existe sobre el Tanatoturismo y de su relación con la oferta de zonas turísticas potenciales, el objetivo del proyecto es investigar la relación que existe entre la oferta turística del cantón Guano provincia de Chimborazo, una zona reconocida por singularidades turísticas como la Momia de Guano, y que ciertamente cuenta con atractivos y recursos potenciales; y el Tanatoturismo también conocido como Turismo Oscuro, una forma de turismo que ha tenido un crecimiento exponencial a lo largo de los años y que debido a lo delicado de su teoría y práctica, es ciertamente necesario un análisis exhaustivo de fuentes bibliográficas para también determinar factores relevantes de la oferta turística y sus respectivas dimensiones, esto se expone en el capítulo II. Todo esto se realizó contemplando una investigación con un enfoque mixto es decir tanto cualitativo como cuantitativo; en cuanto al tipo es descriptiva y documental con un diseño no experimental y transversal descrito en el capítulo III denominado metodología. Para la recopilación de datos se eligió como método la encuesta y como herramienta el cuestionario planteando uno por variable de investigación con 30 encuestas por variable de los cuales se pueden encontrar la discusión y análisis en el capítulo IV. Para establecer conclusiones, presentes en el capítulo V, se realizó una prueba de hipótesis con el Software estadístico IBM SPSS, estableciendo como resultado de la hipótesis general que la Oferta del cantón Guano si tiene relación con el Tanatoturismo, esta correlación es positiva moderada por lo que en el capítulo VI del proyecto se realizó una propuesta que contempla reforzar aspectos clave para la hipótesis de investigación y los objetivos mediante la creación de un sitio web interactivo.

El Tanatoturismo es ciertamente un tema de cuidado y el analizar su relación con la oferta de una zona es relevante estableciendo la importancia de la innovación como herramienta de competitividad turística.

Palabras claves: Tanatoturismo, Guano, Momia de Guano, Turismo Oscuro

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Con una orientación hacia la solución de la problemática de la escasa innovación de los destinos turísticos, la investigación tiene como objetivo analizar la oferta turística del cantón Guano provincia de Chimborazo y determinar su relación con el Tanatoturismo, una modalidad que ha surgido a lo largo de los años. Teniendo en cuenta que se trata de una investigación bivariada han surgido diversos objetivos que establecen ambas como el identificar la relación de la oferta turística del cantón Guano con el Tanatoturismo.

La característica principal de esta práctica de Turismo es la visita hacia sitios, zonas, lugares, entornos relacionados a desastres, misterio o muerte y que tiene una conexión directa con el turismo cultural. Para analizar esta temática es necesario abordar las causas identificadas en la investigación, una de ellas es el desconocimiento de los conceptos, características y pautas del Tanatoturismo.

La investigación se realizó con la motivación de reconocer e indagar en los productos y servicios, recursos y el mercado turístico de la zona con un potencial rico en cultura y costumbres y que en parte de su oferta se pueden reconocer aspectos clave que podrían direccionarla hacia el Tanatoturismo lo que desemboca en la búsqueda de la preservación de los legados y vestigios históricos y la dinamización turística de la zona.

En torno a la metodología principalmente se estableció una investigación mixta de carácter cualitativa-cuantitativa debido al requerimiento de información variado y su tratamiento, a su vez se trata de una investigación no experimental ya que no se alterarán ninguna de las variables de estudio, sino que se analizarán y se buscará una relación y dependencia.

El proyecto de investigación pretende analizar elementos de la oferta turística del cantón Guano provincia de Chimborazo y una posible relación de la misma con el Tanatoturismo tanto la oferta previamente establecida que puede no estar reconocida como Tanatoturismo ya que se desconocen en tu mayoría los factores que maneja esta práctica así como los recursos potenciales pretendiendo dinamizar la oferta turística de la zona y por ende la imagen turística, económica y general aprovechando recursos culturales que no han sido gestionados y promoviendo las nuevas prácticas de Turismo.

1.1 Planteamiento del Problema

Ante el problema global del escaso nivel de innovación y desarrollo de nuevas modalidades, formas o tipos de turismo que presentan varios destinos turísticos alrededor del mundo, el cantón Guano provincia de Chimborazo no es una excepción. El proyecto de investigación “Oferta de Tanatoturismo en el cantón Guano” centra como su nombre lo indica, su problemática en el **escaso conocimiento de Tanatoturismo y de su relación con la Oferta turística del cantón Guano**, esto, partiendo de un análisis del Tanatoturismo como un fenómeno en constante crecimiento siendo una de las formas de Turismo vistas alrededor del mundo como innovadores y rentables pero ciertamente problemáticas; el desconocimiento ciertamente es una problemática que limita el desarrollo turístico de la zona esto, debido al escaso conocimiento de los prestadores de servicios turísticos hacia nuevas modalidades de turismo dando como resultado unos escasos en la innovación de la oferta turística, representa una problemática notable en el proceso de desarrollo del cantón.

Por un lado, un **limitado desarrollo del turismo enfocado en la cultura** genera un deterioro en los productos y servicios turísticos culturales del cantón Guano, algo que ciertamente influye en la competitividad del cantón.

El **escaso conocimiento de la historia existente alrededor de atractivos y recursos turísticos del cantón** en cambio generan ciertamente el **desaprovechamiento y poca gestión de recursos turísticos**, recursos que podrían ser potenciales en el desarrollo de nuevas vías turísticas.

En otro aspecto, un **desaprovechamiento de la relación existente entre el turismo y terminologías como el misterio** generan un escaso desarrollo del mercado turístico del cantón Guano en otras modalidades y formas de turismo muchas veces vistas como un Tabú la escasa relación que se le da al mercado turístico del cantón con modalidades de turismo de carácter tabú genera un claro desaprovechamiento de la relación que esta misma infraestructura tiene con el misterio y su naturaleza lo que directamente afecta nuevamente a una posible relación entre la oferta turística del cantón y el Tanatoturismo.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relaciona la oferta turística del cantón Guano con el Tanatoturismo?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre los productos y servicios del cantón Guano con el turismo oscuro o Tanatoturismo?
- ¿Cuál es la relación entre los recursos turísticos de Guano y el Tanatoturismo?
- ¿Cómo se relaciona el mercado turístico del cantón Guano con el Tanatoturismo?

1.3 Justificación

Una investigación puede resultar útil y conveniente por múltiples razones: por un lado, puede colaborar en la resolución de problemas de carácter social; por otro lado, simplemente a construir teorías. Es importante saber que lo que para algunos resulta útil para otros puede resultar totalmente inútil de investigar, ahí se diferencia la perspectiva de las personas sin embargo es importante darle una justificación a una investigación (Sampieri, 2006).

La finalidad de una investigación es aportar información útil para el desarrollo de la zona en la que la misma se realiza, en el caso particular de esta investigación es importante tener en cuenta conceptos y la utilidad de estudiar y desarrollar las variables que se han propuesto en el estudio. Estudiar la oferta turística como variable independiente en relación con el Tanatoturismo como variable dependiente puede proporcionar información valiosa sobre la experiencia humana en torno a la muerte, el duelo y el misterio y diferentes planos.

Además, el realizar esta investigación en torno al Tanatoturismo contribuye a comprender mejor la ética del turismo de manera más amplia. Al explorar los beneficios y daños potenciales de visitar sitios asociados con la muerte y la tragedia, comenzar a desarrollar perspectivas más matizadas e informadas sobre el papel del turismo en la sociedad y sobre todo de la relación que este puede tener en muchos ámbitos poco comunes.

Al analizar las características de diversos atractivos que han considerados en la forma de turismo conocida como Tanatoturismo, el cantón Guano provincia de Chimborazo posee recursos, vestigios y atractivos aptos para analizarse y estar considerados dentro de esta pseudo modalidad

y que pueden ser incluidos en nuevos proyectos de rescate cultural y desarrollo turístico en el cantón.

1.3.1 Justificación Teórica

Se establece en torno a una justificación teórica radica en torno a que la misma investigación sea una sustentación parcial a un vacío científico o de conocimiento en un campo de interés, que tanto la información que se maneje sirve para el desarrollo o ser la base de una teoría, al realizar la investigación se podrá conocer el comportamiento de una o de diversas variables o la relación existente entre las mismas. (Sampieri, 2006).

El proyecto de investigación “OFERTA DE TANATOTURISMO EN EL CANTÓN GUANO PROVINCIA DE CHIMBORAZO” se realiza con el propósito de aportar información que podría ser utilizada para la innovación turística del cantón Guano provincia de Chimborazo, uno de los principales temas adyacentes a la innovación es el conocimiento ya que la escases de información sobre nuevas formas, modalidades o tipologías de Turismo que tienen todos los actores que forman parte del turismo es sin dudar una de las causas del estancamiento en el área. Ciertamente, el análisis del Tanatoturismo como una forma de Turismo “Innovadora” sugiere, en el desarrollo de la investigación, un apartado de información y un enfoque hacia cuanta relación tiene la oferta turística de la zona con la misma haciendo una hipótesis de relación entre ambas variables.

1.3.2 Justificación Práctica

En la actualidad, la innovación es uno de los factores más esenciales para el desarrollo de las zonas y su economía, pero uno de los menos encontrados en zonas con atractivos o formas de turismo ya delimitadas como funcionales. La innovación no es solo el agregar tecnología, sino que se trata de toda inclusión de nuevos procesos que ayudan a abastecer y satisfacer las necesidades de los mercados, añadir nuevos productos, procesos para mejorar dichos productos o ciertas formas y sobre todo realizar servicios de mayor calidad para mejorar ingresos (Domareski & Chim, 2019).

La investigación se lleva a cabo ya que se evidencia pre-investigación una necesidad de innovación en la oferta turística del cantón Guano provincia de Chimborazo, la innovación es uno de los factores clave en la competitividad turística ciertamente un imperativo en el Turismo; esto trae a consideración nuevas el estudio y consideración de nuevas formas, modalidad, tipologías,

de Turismo tales como el llamado Tanatoturismo y cuan relacionados están los atractivos y recursos de la zona con esta.

Otro aspecto para considerarse es el poco conocimiento que se tiene alrededor de esta temática que en muchas situaciones la mala praxis de esta hace que se presente con una imagen totalmente negativa, el análisis permite establecer directrices para que de acuerdo con las diferentes percepciones se analice con información diversa.

1.3.3 Justificación Metodológica

Una justificación metodológica es mucho más sistemática pero no por ello menos importante, esta establece cuanto ayuda la misma a establecer métodos, instrumentos,, ayuda para experimentar o desarrollar nuevas investigaciones, debe ayudar a establecer un rumbo investigativo con un método, modalidad, simplemente un sendero el cual seguir para el desarrollo (Sampieri, 2006).

La metodología que se aplicará para su desarrollo servirá como vestigio para futuras investigaciones, como herramienta de desarrollo se establecen parámetros de relación de variables que debido a sus extensos ámbitos de estudio pueden resultar confusas, de qué manera tienen que ser abordadas las variables para que desde su singularidad puedan ser estudiadas como una combinación.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Analizar la oferta turística del cantón Guano y su relación con el Tanatoturismo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Identificar la relación de los productos y servicios turísticos del cantón Guano con el Tanatoturismo.
- Identificar la relación entre los recursos turísticos del cantón Guano y el Tanatoturismo.
- Determinar la relación entre el mercado turístico del cantón Guano, y el Tanatoturismo.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

HG: Existe relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo.

1.5.2 Hipótesis específicas

HE1: Los productos y servicios turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo.

HE2: Los recursos turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo.

HE3: El mercado turístico del cantón Guano, se relaciona con el Tanatoturismo

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Marco filosófico y epistemológico de la investigación

El marco epistemológico de esta investigación se basa en el enfoque fenomenológico y sociocultural, con el objetivo de comprender la percepción y significado de un posible Tanatoturismo en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2.1.1 *Epistemología - Oferta Turística*

En cierto momento, el turismo se considera como una disciplina académica, mientras que en otro momento se visualiza como una simple realidad, un conjunto de acciones. Esto se debe a que el turismo encapsula ambas perspectivas simultáneamente, ya que constituye un fenómeno que se fundamenta en los desplazamientos humanos, cuya frecuencia, repetición e importancia han propiciado su análisis sistemático y objetivo (Ossipow, 1951).

La frase establece con un poco de ironía que el turismo resulta en muchas ocasiones indefinible en doctrinas “convencionales” debido a los diversos aspectos en los que el mismo puede desarrollarse.

Ahora bien, en lo que respecta a la Oferta Turística se pueden establecer diversas visiones y directrices de estudio a consideración.

Una oferta turística es una combinación de servicios y productos relacionados al consumo de una persona en la acción de realización de un viaje, se presentan para la consideración por un cliente que como se mencionó desea realizar un viaje turístico (CEUPE MAGAZINE, 2022).

Las compañías pioneras en cuando a oferta se refiere que emergieron eran aquellas centradas en carruajes y posadas, algunas de estas proporcionaban tanto servicios de transporte como alojamiento. Sin embargo, las necesidades de mejores servicios y productos caracterizaron a varias décadas. Fue a mediados del siglo XIX cuando el transporte ferroviario apareció de manera radical, transformando los desplazamientos terrestres de manera drástica. Esta nueva **oferta** conllevó un aumento en la **demand**a de viajeros, lo cual dio origen a la aparición de establecimientos más modernos y superiores, especializados en brindar servicios de hospitalidad (Muñoz de Escalona, 2014).

En un destino, la disposición de oferta turística para satisfacer la demanda implica una dimensión más compleja que simplemente la suma de elementos turísticos individuales. Esta representa una combinación que comprende no solo productos turísticos, sino también recursos y servicios específicamente orientados al turismo y otros que no lo son, además de la representación de la imagen del destino. Este conjunto de componentes se interrelaciona para formar una entidad integral. La oferta turística también es utilizada con propósitos no turísticos por parte de la población local (Naranjo & Martinez, 2022).

Tabla 1: Oferta Turística según autores

Autor	Año	Definición
Boullon R	1997	La oferta es la cantidad de productos, mercancía o servicio que se encuentran disponibles en el mercado consumidor a un precio dado y por un período determinado.
World Trade Organization (WTO)	1998	Agrupación de productos y servicios de ellos cuales los turistas disponen para su utilización.
Valverde	2004	La oferta turística se define como el conjunto de recursos tangibles e intangibles de un destino turístico, así como los servicios y la infraestructura necesaria para recibir y atender a los visitantes."
Medlik y Middleton	2013	El producto turístico es un compuesto de atracciones, viajes hacia y desde el destino, y todas las instalaciones, servicios y comodidades que el destino ofrece a los turistas. (traducción propia)
Knoow Enciclopedia	2015	Conjunto de factores patrimoniales, equipamientos, bienes y servicios que estimulan el desplazamiento de turistas, satisfacen sus necesidades de desplazamiento y de permanencia y son exigidos por estas necesidades.
Corbacos, N	2016	Se refiere a los recursos, servicios y estructuras que se encuentran accesibles en el mercado y que están destinados a ser utilizados o disfrutados por los turistas.

Fuente: La Oferta Turística: Precisiones Teóricas para su Análisis

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Nota: La tabla muestra diversas definiciones de Oferta Turística establecidas por diferentes autores, en diferentes años e idiomas lo que refiere un análisis de relación y visión de estos.

2.1.2 Epistemología - Tanatoturismo

El interés académico por comprender el fenómeno de esta forma de turismo, que ha estado en la mira desde mediados de la década de los noventa del siglo pasado (relativamente nueva para otras formas, modalidades y tipos), ha llevado a la adopción de diversos términos, cada uno con sus propias connotaciones específicas. Estos términos incluyen turismo oscuro (dark tourism) acuñado por Lennon y Foley en 1996, Tanatoturismo (thanatourism) acuñado por Seaton también en 1996, y otras definiciones menos utilizadas y conocidas como black spot tourism, death tourism, morbid tourism, grief tourism, atrocity tourism y fright tourism de autores como: Rojek, Sion, Blom, Ashworth y Hartmann, Bristow y Newman (Van Broeck & Lopez, 2018).

Es importante traer a colación que los términos más utilizados son el de turismo Oscuro y Tanatoturismo, pero el término con el que más se conoce a este fenómeno en el idioma español es Turismo Negro, pero en inglés rara vez este término aparece y no se encuentra muy familiarizado en investigaciones extranjeras.

Tabla 2: Turismo oscuro/ Tanatoturismo según Autores

Término	Autor	Año	Definición
Turismo Oscuro	Foley y Lennon	1996	El turismo oscuro se caracteriza por ser la práctica de viajar y explorar lugares, atracciones y exposiciones cuyo enfoque principal gira en torno a la muerte real o simulada, el sufrimiento o lo que parece ser macabro. (Traducción propia).
Tanatoturismo	Seaton	1996	Viajar a un lugar, ya sea en su totalidad, movido por el deseo de establecer vínculos tangibles o simbólicos con la muerte, principalmente pero no de manera exclusiva, cuando se trata de muertes violentas. (Traducción propia).

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

En cuanto al término de Tanatoturismo se refiere, Seaton estableció una inclinación puede ser más o menos intensificada por los atributos particulares de las personas cuyas defunciones se convierten en el foco de atención (Seaton, 1996). Por otro lado, el Turismo Oscuro termino más utilizado se establece como la situación que involucra la presentación y utilización de lugares asociados con fallecimientos y calamidades, tanto auténticos como comercializados (Foley & Lennon, 1996).

2.2 Bases Teóricas / Estado del Arte

2.2.1 Estado del arte variable independiente: Oferta Turística

Vargas-Sánchez, A., & Porras-Bueno, N. (2020) en el artículo “DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA: UNA VISIÓN INTEGRAL”, la oferta turística se compone de los recursos, atractivos y servicios que una región o destino turístico pone a disposición de los turistas, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos, así como de generar beneficios económicos y sociales para la comunidad receptora" (Vargas & Porras, 2020).

2.2.2 Estado de arte variable dependiente: Tanatoturismo

“REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE EL TANATOTURISMO COMO NUEVA ALTERNATIVA TURÍSTICA EN ECUADOR”(Zhunio et al., 2023); este artículo establece una serie de revisiones bibliográficas realizadas con la finalidad de encontrar alternativas que posibiliten el desarrollo del Tanatoturismo o Turismo Oscuro como una alternativa turística en Ecuador. Se trata de una investigación con una metodología de enfoque cualitativo que a la vez sostiene un análisis bibliométrico sobre el desarrollo científica nacional sobre el tema. Uno de los principales señalamientos de la investigación establece lo siguiente:

La base fundamental del Turismo Oscuro o Tanatoturismo es el patrimonio cultural, ya que los enfoques y realizaciones de los productos turísticos toman en cuenta y resaltan tanto sus aspectos concretos como sus cualidades abstractas. Sin embargo, dado que un producto turístico por sí solo no puede brindar una experiencia completa, el también denominado turismo negro requiere apelar a las emociones como un recurso para el tratamiento de recursos potenciales o atractivos turísticos ya delimitados (Zhunio et al., 2023).

El artículo “SISTEMAS DE POTENCIALIDAD DEL BRONX DE BOGOTÁ COMO UN ATRACTIVO DE TURISMO OSCURO” (Amórtegui & Forero, 2021). El entorno de estudio del artículo se desarrolla en Colombia, pero este establece principalmente las características del Turismo Oscuro y sus matices con la finalidad de gestionarlo para verificar si un recurso o atractivo turístico puede desarrollarse dentro de las particularidades del Turismo Oscuro. Se trata de un investigación cualitativa – descriptiva y las categorías principalmente analizadas son la oferta turística, la demanda turística y la población local con relación al turismo. El artículo señala:

El interés humano por explorar sitios ligados a la muerte, o que tienen alguna relación con ella, tiene sus raíces en tiempos antiguos. Se pueden rastrear ejemplos desde la antigüedad, como la participación en luchas de gladiadores, la visita a campos de batalla y otras costumbres intrínsecas a la naturaleza humana y su afán de curiosidad (Van Broeck & Lopez, 2018). Estos comportamientos tienen la característica de desarrollarse en forma de cultura y en un sector del mercado que tiene contribuciones para apoyar en el progreso socioeconómico de una comunidad anfitriona, al mismo tiempo que conserva y revitaliza sus tradiciones culturales ancestrales (Amórtegui & Forero, 2021).

“PATRIMONIO CULTURAL OSCURO COMO RECURSO PARA EL DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS” (Sanchez & Ramos, 2021). El artículo señala que existe sin lugar a duda una demanda de hechos, objetos y experiencias morbosas e insólitas, para el desarrollo se plantea un cuestionamiento principal: ¿qué ocurre cuando se interpretan o comercializan atributos asociados al sufrimiento? ¿qué sucede cuando la experiencia turística ofrecida se centra en la muerte? El artículo señala: “El patrimonio cultural oscuro engloba características físicas y emocionales ligadas a eventos traumáticos. Su identificación radica en la combinación de elementos tangibles e intangibles, con la presencia de lugares, estructuras, objetos personales y registros documentales como componentes” (Sanchez & Ramos, 2021).

2.3 Bases Teóricas

2.3.1 Marco teórico variable independiente

a) Oferta Turística

Medlik y Middleton establecen a la oferta turística como: “Un compuesto de atracciones, viajes hacia y desde el destino, y todas las instalaciones, servicios y comodidades que el destino ofrece a los turistas” (Koutoulas, 2015). (traducción propia)

b) Productos y Servicios Turísticos

De acuerdo con la teoría económica con un enfoque en el turismo, los productos y servicios turísticos se definen como un producto complejo que se diferencia de otros productos debido a su característica de presentar varias facetas. Se trata de un recurso que engloba tanto bienes como servicios, los cuales son proporcionados por distintos sectores económicos como el transporte, la hotelería, el entretenimiento, eventos, actividades deportivas y las agencias de viaje principalmente. Estos actores buscan satisfacer las necesidades y deseos específicos de los turistas (Guzman et al., 2012).

c) Recursos Turísticos

Middleton tomado de Gunn establece que los recursos son “Un medio de carácter permanente gestionado para el disfrute, el entretenimiento y la educación del visitante”. Los recursos son aquellas localizaciones planificadas y gestionadas para el interés, las actividades y el disfrute del visitante (Gunn, 1994)

A raíz de esto es importante establecer una diferencia entre Atractivo Turístico y Recursos Turístico para una comprensión mucho más elevada; De acuerdo a Sancho (1998, p.183-184), se establece que los recursos turísticos (entendido también como patrimonio turístico) “es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas” (Pinassi & Ercolani, 2017).

Por otro lado, los mismos autores destacan que un producto turístico se establece como una oferta de diferentes tipos que se prepara para ser brindada al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones.

d) Mercado Turístico

CEUPE Magazine (2022) señala entorno a la definición de mercado turístico lo siguiente: El mercado del turismo establece ese escenario donde se realizan las interacciones económicas entre los productores y consumidores de servicios turísticos, ayudando en el intercambio de servicios por dinero y viceversa.

e) Productos

La Asociación de Marketing de Estados Unidos conocida por sus siglas (A.M.A.) define lo siguiente en cuanto a productos se refiere: "Es un conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le confieren la capacidad de ser intercambiado o utilizado. Por lo general, implica una combinación de elementos tangibles e intangibles. De esta manera, un producto puede ser una idea, una entidad física (un bien), un servicio o cualquier combinación de estos tres componentes. El propósito del producto se establece en el intercambio y en la satisfacción de metas tanto individuales como organizacionales (Thompson, 2014).

f) Proveedores

De acuerdo con Sáez (2008), extraído de "Evaluación de la gestión de proveedores en la Universidad de Holguín", el concepto de proveedor se refiere a la entidad o individuo que suministra algo a una empresa o comunidad con el propósito de responder a sus necesidades mediante el intercambio de intereses, generalmente la compra de estos suministros. Esta designación deriva del verbo "proveer", el cual implica el suministro de elementos esenciales con el objetivo de cumplir un propósito específico (Torres et al., 2021).

Por otro lado, en un sentido generalizado, un proveedor es a un individuo que comercializa un artículo o brinda un servicio. Esta descripción no incluye a aquellos que desarrollan labores de trabajo, a quienes se les conoce como empleados. No es requerido que el receptor sea una empresa, una entidad corporativa o una organización; puede también tratarse de una persona privada. En otras palabras, representa la contraparte complementaria al concepto de cliente (García, 2019).

g) Consumidores

De acuerdo con la tesis de Mercadotecnia "Estudio del Comportamiento del Consumidor", un consumidor es un individuo que desarrolla la adquisición de un artículo, producto o servicio, ya sea debido a una exigencia de necesidades o un anhelo, y posteriormente descarta lo obtenido una vez que su requerimiento ha sido atendido, o porque el producto ha alcanzado su propósito, o por modificaciones en sus inclinaciones y selecciones personales (Gómez García & Sequeira Narváez, 2015).

h) Actividades Turísticas

La actividad turística se puede entender como el desplazamiento del entorno habitual de una persona o del lugar en el que habita u otro diferente, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento (Rodríguez, 2012).

i) Espacios geográficos

Citando a Gurevich (2005), hay tres conceptos que se establecen al analizar los espacios geográficos: espacio geográfico, territorio y paisaje. A continuación, se detallarán cada uno de ellos:

- **Espacio geográfico:** Esta es una categoría conceptual que se trata de la interacción entre la naturaleza y la sociedad. Se trata de un escenario en el cual se desenvuelven las formas de vida (tanto animal como vegetal y humana) y las actividades laborales de las personas. Sirve como el entorno adecuado para la realización de procesos de producción y reproducción en un sentido amplio.
- **Territorio:** Se refiere a una porción del espacio geográfico antes mencionado, en la que se manifiesta la presencia de una sociedad mediante la adquisición de recursos, la propuesta de autoridad. Es la fracción del suelo terrestre que está ocupada por la sociedad y que participa en actividades de apropiación, comercialización o preservación. Es importante aclarar lo siguiente: El elemento histórico juega un papel fundamental para comprender la interacción que existe entre el entorno y la comunidad.
- **Paisaje:** Un paisaje se refiere a la parte física u observable de un territorio, es decir, cómo se presenta este ante los sentidos del ser humano.

Por otro lado, en cuanto se refiere al análisis de “Espacio Geográfico” en el área de estudio del Turismo, este puede definirse de formas mucho más específicas, entonces se establece lo siguiente:

De acuerdo con lo analizado el espacio geográfico representa una combinación de varios aspectos determinantes, como objeto de estudio este representa un producto de la sociedad que se encuentra arraigada en él. Este es modificado, alterado, organizado en torno a los requerimientos, aspectos culturales u otros detonantes de comportamientos de la sociedad a la que tiene unca

característica de pertenencia todo esto de acuerdo a diversas necesidades (Pinassi & Ercolani, 2017). El espacio geográfico en el turismo es bastante extenso de analizar, este cuenta con elementos geográficos como el espacio emisor, el espacio receptor y el espacio de tránsito (Abarca, 2017). A continuación, se analiza cada uno:

- **Espacio emisor:** De acuerdo con Abarca este constituye la localidad de residencia habitual donde se generan recursos a ser gastados por el turista.
- **El espacio receptor, el mismo autor lo define como** el detonante del turismo, este espacio influencia a los turistas a desplazarse generando curiosidad y recibe los principales efectos de la actividad.
- Por último, el **espacio de tránsito** comprende todas las zonas que utiliza y por las que se desplazan los turistas hasta llegar al destino.

j) Bienes

Una doctrina muy conocida de acuerdo con Peñailillo (2007) señala que establece una relación de género a especie entre objetos y posesiones: los bienes se refieren a aquellas cosas que, al ser útiles para las personas, pueden ser objeto de propiedad. En torno a esto, se pensaría que las posesiones son objetos, pero no todos los objetos son considerados bienes. En esta línea, Kiverstein, influenciado por Alessandri, subraya que la característica distintiva de los bienes radica en su capacidad de ser propiedad privada, en contra al hecho de ser útiles para los seres humanos, ya que existen elementos como el aire que tienen una gran utilidad pero esto no significa que tengan una propiedad (Orrego, 2015).

k) Demanda Turística

Es fundamental considerar la demanda turística de forma desagregada, ya que se divide en múltiples segmentos. Se pueden identificar diversas maneras de fragmentar la demanda turística, tales como aspectos sociodemográficos (edad, ocupación, ingresos, etc.), motivo del viaje (ocio, negocios, visitas a familiares y amigos, etc.), modalidad de transporte, canal de distribución y también criterios geográficos, entre otros (Hernández-Martín, 2006).

El desarrollo del sistema turístico tiene sus bases en el encuentro de la oferta con la demanda. Boullon (1997), señala a la demanda turística como la unión de bienes y servicios

requeridos por los consumidores. Se analiza para la contabilización de la misma, no sólo cuantos turistas que ingresan a un destino sino que también son sumamente importantes los ingresos que generan estos mismos al destino (Lloyd, 2010).

l) Motivaciones

De acuerdo con Manajres, Boza & Mendoza (2020) en su artículo de título corto “La Motivación”, un concepto importante para su comprensión es el siguiente: De acuerdo con Pairó & Prieto (2002), la motivación es un ente psicológico que se asemeja con el impulso (amplitud), dirección y persistencia de la conducta. Gran parte de la actividad laboral está “motivada” (Manjarrez Fuentes et al., 2020).

m) Necesidades de los Consumidores

De acuerdo con Rivera, Arellano y Molero (2000), la necesidad puede entenderse como: “La conciencia de falta de algo que se requiere para sobrevivir físicamente y para sentirse bien”. Teniendo esto en cuenta, las necesidades establecen varias fases de requerimientos sean estos de supervivencia, así como de necesidad, urgencia o simplemente gusto, así como necesidades básicas tales como: fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y de autorrealización (Maslow, 1943).

Esto, nos lleva a buscar una conceptualización de estas necesidades en torno a consumidores, una de las bases de la comercialización (personas interesadas en un producto o servicio); tenemos así a los autores Schiffman & Kanuk (2010) quienes establecen lo siguiente: “Las necesidades humanas —necesidades del consumidor— son el fundamento de todo el marketing moderno. Las necesidades constituyen la esencia del concepto de marketing”

Sciffman & Kanuk también establecen una particularidad muy importante en el desarrollo del presente proyecto de investigación y estas son las necesidades adquiridas, de trata de las necesidades que aprendemos en consecuencia de nuestro entorno o cultura, como los requerimientos de estima propio y de otros, prestigio, afecto, poder y aprendizaje. Debido a que las necesidades adquiridas son de carácter psicológica se pueden llegar a ver cómo menos importantes, sin embargo, estas son resultado del estado psicológico de una persona y esto facilita el análisis de los consumidores.

2.3.2 *Marco teórico variable dependiente*

a) **Tanatoturismo/Turismo Oscuro**

Zhunio, herrera, Cadena & Samaniego (2023) establece que: El turismo relacionado con la muerte o los desastres desempeña un papel trascendente en la formación de la memoria colectiva de una sociedad. Esta se encuentra estrechamente ligada a una estrategia más profunda de conmemoración, y muchos destinos asociados con el turismo sombrío también desempeñan funciones políticas relevantes al servir como espacios de recuerdo colectivo o nacional

En cuanto a una caracterización de “pertenencia” una oferta turística ya delimitada y establecida como el turismo cultural, Dann (2000) señaló que el Tanaturismo es una modalidad o forma del **turismo** patrimonial. Carrasco (2015) estableció que el Tanatoturismo o Turismo Oscuro como una forma de turismo bien desarrollada ayuda con el acercamiento de la demanda hacia el patrimonio cultural que generalmente sería poco explotado o consumido y hacia el aprendizaje sobre hechos históricos o situaciones cotidianas que, si bien son dolorosas, forman parte del pasado y presente de la civilización humana (Zhunio et al., 2023).

b) **Cultura**

En el ensayo “El concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales” publicado en la revista académica ClaseHistoria, Barrea (2012) establece diversos conceptos y definiciones de la palabra cultura desde los presuntos orígenes de esta, se cita entonces a Tylor como concepto madre (Grimson, 2008) quien en 1871 estableció un concepto un concepto de cultura ligado a esos conocimientos, tradiciones, costumbre y hábito propios a la persona en determinada sociedad, al ser perteneciente de esta. Por otro lado, Barrera señala que Harris (2011) cita la definición de Tylor de una manera distinta así señala que de acuerdo con Tylor: La cultura es en su sentido etnográfico, un todo complejo que abarca conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad (Barrera, 2012).

c) **Historia**

Para establecer definiciones es importante partir desde varios indicios de la terminología. Según la perspectiva de Heródoto (484-425 a.C.), un historiador de la antigua Grecia el propósito

de la disciplina histórica es relatar los acontecimientos mediante la exploración minuciosa de fuentes y testimonios, siguiendo un enfoque metodológico particular y formulando cuestionamientos precisos. En esencia, la acción de escribir historia implica indagar y esclarecer. No obstante, el origen etimológico de la palabra sugiere que esta narración se construye basándose en testimonios directos (LC Magazine, 2019).

d) Misterio

Un misterio es un hecho, suceso, situación que no se puede explicar, comprender o descubrir. Se trata de algo reservado, secreto o recóndito. Las personas tienen tendencia a interesarse en los misterios como algo inaccesible ya que, en caso de ser revelado, perdería su atractivo (Pérez & Gardey, 2022).

e) Creencias

De acuerdo con el Diccionario Ideológico de la Real Academia Española, se establece el concepto de creencia como la “acción y efecto de creer” (232) y a la vez el creer como “dar por cierta una cosa que no está comprobada o demostrada” o “tener una cosa por verosímil o probable” (Latorre Medina & Blanco Encomienda, 2022). En un estudio realizado por los autores Latorre y Blanco citados con anterioridad se establece que en cambio de acuerdo con Rokeach (1968), a finales de los años sesenta afirma que las creencias son presunciones acerca de uno mismo y de la realidad física y social, eso, únicamente presunciones.

f) Costumbres

Cada sociedad y grupo humano exhibe costumbres de conducta tradicionales que los distinguen. Por lo tanto, se comprende que la identidad cultural de un pueblo se distingue por su idioma, interacciones sociales y convicciones propias de cada comunidad (Añi, 2017).

Las costumbres engloban las características, comportamientos y prácticas que definen la identidad de una comunidad o conjunto de personas. Las tradiciones siempre reflejan algún grado de importancia o, al menos, de utilidad para el grupo, en contraste con las costumbres que son meramente pautas sociales esperadas.

g) Sociedad

Según Durkheim, la sociedad trasciende la mera agregación de individuos. Posee una entidad independiente que supera la vivencia personal debido a que ya existen, antes de que nazca cada individuo, patrones de comportamiento repetidos y aceptados que se transmiten de una generación a otra (Falicov & Lifszyc, 2002).

De acuerdo con este razonamiento se establece que una sociedad y el análisis de su definición, concepto o significado este dado para cada uno de nosotros como algo ya establecido desde nuestro nacimiento (aunque esto no es algo que ocurra siempre) pero establece patrones de comportamiento, costumbres o simplemente meras acciones que se transmiten.

Por otro lado, en la publicación de María Elena Moreira denominada ¿Qué es la Sociedad? se establece que: La sociedad es un grupo teniendo por grado a un grupo de seres humanos unidos mora, material, espiritual y culturalmente para la satisfacción de comunes necesidades, recíprocos beneficios, aspiraciones similares y afines paralelos (Moreira, 2003).

h) Acontecimientos

De acuerdo con Lilien Gomez (2022), extraído de definiciones ABC, un acontecimiento se define como: “Algo que adviene y reviste cierta relevancia frente a la trama de los hechos cotidianos. Cuando se señala por establecer un ejemplo a un acontecimiento histórico, no solamente se hace énfasis la relación entre ese hecho y otros hechos del pasado, sino también su relación con el tiempo presente”. Se menciona que hasta el siglo XIX, el concepto de acontecimiento desempeñó mucha importancia en el ámbito de la disciplina histórica. La historia se veía como una ciencia orientada hacia los acontecimientos propiamente los hechos, considerando estos como sucesos únicos e irrepetibles. En este contexto, la labor del historiador consistía en la reconstrucción crítica de dichos sucesos mediante el análisis de los documentos existentes (Gomez, 2022).

i) Comunidad Social

Se establece que, una comunidad constituye un ente social que se desarrolla en un espacio geográfico. Funciona como un sistema compuesto por familias, individuos, grupos, organizaciones e instituciones que tienen una interacción entre ellas, dando forma a la naturaleza subjetiva y psicológica de la comunidad. Además, esta interacción influye en las circunstancias materiales que definen la vida cotidiana y las actividades de la comunidad (Diaz et al., 2012).

j) Tipos

La etimología de la palabra "tipos" proviene del latín "typus". Este término se utiliza para indicar la categorización, distinción o delimitación de distintos elementos que constituyen un conjunto completo (Pérez Porto, 2009).

k) Ceremonias

Las ceremonias se pueden definir como el momento o hecho en el cual se establece la parte central de un festejo. Está constituida esencialmente por un grupo de rituales, de usos y costumbres y formalidades que ya se encuentran establecidos por una norma o por costumbres del contexto o sociedad en la cual se desarrollan (Bembibre., 2013).

Por su parte, Pérez Porto, J., Gardey, A. (2016) establecen que: La palabra "ceremonia" ingresó al español como "ceremonia". Este término señala el llevar a cabo una actividad siguiendo una tradición, directriz o normativa, con la finalidad de expresar homenaje, respeto o compromiso hacia algo o alguien.

l) Hermetismo

Por un lado, la real Academia de la Lengua (2013) señala que Hermetismo se refiere a: "Cualidad de hermético (|| impenetrable, cerrado) así como una doctrina filosófico-religiosa basada en los escritos atribuidos a Hermes Trimegisto, sobre conocimientos esotéricos y de alquimia. Ciertamente, el hermetismo ha desarrollado esa cualidad de referirse a lo secreto e impenetrable, lo oculto.

Un concepto muy importante para entender la terminología del hermetismo, su significado y definiciones es el de M. Plessner el cual fue señalado por Antonino Gonzales en 1976 el cual señala que el término "hermetismo" abarca toda forma de expresión (en este caso se refiere mucho más a literatura o escritos) en la cual estos se muestren como una revelación. Esta literatura se caracteriza por no depender de argumentos filosóficos ni pruebas lógicas para obtener conocimiento, sino que emerge como el resultado de una revelación de mayor orden (Gonzales Blanco, 1976).

m) Manifestaciones culturales

Las manifestaciones culturales expresadas a través de prácticas y manifestaciones de todo tipo son las diversas formas en las cuales las sociedades y comunidades llevan a cabo la realización de su cultura. Estas comprenden tradiciones arraigadas, comportamientos arraigados, ceremonias

rituales, principios fundamentales e incluso expresiones artísticas, y se integran intrínsecamente en el tejido de la identidad cultural de una nación o grupo étnico (Editorial Etecé, 2023).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Tipo de Investigación

Estudio Descriptivo

Los estudios descriptivos se centran principalmente en dar características y especificar componentes, importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea el objeto de análisis. “Registran, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar” (Batthyány & Cabrera, 2011).

Se establece una investigación descriptiva en torno a la necesidad de un análisis e interpretación de dos variables.

Investigación Documental

La investigación documental se centra en la recolección de datos e información que está entrelazada con las variables de estudio a partir de libros, documentos digitales o físicos, revistas, papers y sobre todo por la naturaleza de las variables de investigación.

Esta información también proviene de fuentes bibliográficas en las que la información se encuentra latente ya que en bibliotecas esta puede ser escasa

3.2 Diseño de la Investigación

Diseño No experimental

Se trata de una investigación no experimental que establece un proceso en el que el investigador no altera ninguna de las variables de estudio. La investigación no experimental, se basa en investigaciones en las que no se manipula deliberadamente ninguna de las variables de estudio, sino que estas se estudian y sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Diseño Transversal

Se refiere a un proceso de recolección de datos en un momento específico. Se establece que las investigaciones transversales se definen como el diseño de una investigación observacional, individual, que mide una o más características o entes (variables), en un momento dado. Un estudio de carácter transversal se desarrolla en el presente y, en ocasiones, a partir de características pasadas o de conductas o experiencias de los individuos (V. Hernández, 2014). La investigación en cuestión, mide dos variables en un momento específico, tiempo en el que se contempló desde la planificación hasta la recolección de datos y culminación.

3.3 Enfoque de la Investigación

Enfoque Mixto

La investigación mixta, también conocida como investigación combinada, es un enfoque que se compone de elementos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para proporcionar una comprensión más completa y profunda de un fenómeno de investigación. Este enfoque permite a los investigadores abordar preguntas de investigación desde diferentes perspectivas y utilizar múltiples fuentes de evidencia (Creswell & Plano, 2018).

La investigación se compone del análisis de ambos tipos de datos ya que la recolección y diseño de instrumentos se contempló de acuerdo con este aspecto.

3.4 Técnicas de recolección de datos

Una técnica de investigación permite el desarrollo y recolección de datos para el estudio de las variables.

Encuesta:

En el caso de la investigación se utilizó como técnica la encuesta, esta con su aplicación a dos poblaciones, por un lado, para la recolección de datos de la variable independiente que es la Oferta se aplicó a Miembros rectores del Turismo en el cantón Guano (específicamente miembros del GAD con labores en Turismo y a la vez con cargos que podrían proporcionar datos importantes para la investigación; así también miembros del turismo en el cantón Guano como comerciantes, artesanos). Por otro lado, en lo que corresponde a la variable dependiente que es el Tanatoturismo se aplicó a visitantes del cantón Guano en el periodo de tiempo establecido en la realización de la investigación teniendo en cuenta la recolección de datos.

Cuestionario

Las 4 primeras preguntas corresponden a información general, receptaron datos como género, edad, nivel de instrucción y estado civil.

Las siguientes 9 preguntas receptaron la opinión y percepción específica de las variables de investigación centrándose en las dimensiones y los respectivos indicadores, se establecen con la escala de Likert, estas tienen una escala de 5 puntos de valoración.

ENCUESTA VARIABLE INDEPENDIENTE:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

ENCUESTA VARIABLE DEPENDIENTE:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indiferente
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Finalmente se plantearon 3 preguntas adicionales que recolectan datos de interés para la investigación.

Al haber realizado las encuestas en su totalidad se procede a realizar la tabulación y validación de datos estadísticos con la ayuda de programas de tratamiento de datos y el programa IBM SPSS Statistics.

3.5 Unidad de análisis

a) Variable Independiente

Oferta Turística. Instrumento de recolección de información aplicado a: Miembros de Turismo del GAD Guano y gestores del turismo desde cargos públicos y privados, personas que poseen tiendas, negocios, entidades relacionadas el turismo en el cantón.

Dimensiones:

- Productos y Servicios
- Recursos Turísticos
- Mercado Turístico

b) Variable Dependiente

Tanatoturismo. Instrumento de recolección de información aplicado a: visitantes del cantón Guano provincia de Chimborazo.

Dimensiones:

- Cultura
- Historia
- Misterio

3.6 Población de Estudio

3.6.1 Población variable independiente (Oferta turística)

En este caso preciso se utilizó un muestreo por conveniencia, este se basa en la elección de una muestra que se elige por criterios de conveniencia del investigador por diversas razones a su percepción, le permite elegir de manera arbitraria cuántos participantes puede haber en el estudio (O. Hernandez, 2021).

Esta técnica es bastante común y es utilizada por diversas razones: variables de investigación con una necesidad de población muy específica, una necesidad de población elegida por el hecho de que esta sea accesible, de tal manera que los individuos se seleccionan ya que pertenecen a la población de interés, por edad, criterio, conocimiento, etc.

En el caso específico de las variables de estudio de la investigación, se presentan necesidades de información un poco precisas debido a la naturaleza de estas, en el caso de la variable independiente se hace en base de primero una población de estudio puntual muy pequeña, y por otro lado la necesidad de individuos variada.

En el GAD del cantón Guano existen 9 trabajadores en el área de Turismo, siendo estos una población muy pequeña en comparación con las necesidades de la investigación es por ello que se han establecido también miembros del GAD con conveniencia de información por sus cargos, conocimiento o desempeño de algunas actividades; a la vez, se requiere de la información que pueden proporcionar miembros del cantón Guano propietarios de establecimientos que se considerarían óptimos para el ejercicio del turismo en la zona, mismos que deben ajustarse a las necesidades de información, teniendo así una **población de 30 personas**.

3.6.2 Población variable dependiente (Tanatoturismo)

Al haber utilizado un método no probabilístico como el muestreo por conveniencia se han delimitado para la elección de los **30 representantes**, de visitantes del cantón Guano con intereses

en la edad, cualidades, conocimiento que podrían tener sobre ambas variables y colaboren con información verídica para la investigación.

Es importante decir que el Tanatoturismo en su estudio como variable establece diversas necesidades en cuanto a información se refiere, generalmente esta requiere de anécdotas, leyendas, o sucesos ocurridos en el pasado que pueden ser representativos para la investigación y la misma variable como corresponde a Tanatoturismo y hechos históricos generalmente, a la vez la encuesta tiene planteamientos que buscan conocer la preferencia que los visitantes tienen en cuanto a varios matices del Tanatoturismo y un posible desarrollo de una oferta alrededor de esta forma de turismo.

3.7 Validez de Instrumentos

3.7.1 Selección de expertos

Contar con la opinión percepción y corrección de expertos es fundamental para direcciones la investigación a diversos puntos de vista y sobre todo contar con la experiencia, se contó con la revisión de los siguientes expertos:

Tabla 3: Selección de expertos

NOMBRE DEL EXPERTO	CARGO
Dr. Héctor Pacheco	Docente de la carrera de Turismo
Dr. Víctor Velasco	Director de la carrea de Turismo
Mgs. Renato Herrera	Docente de la carrera de Turismo

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

3.8 Confiabilidad de Instrumentos

Para la confiabilidad de instrumentos se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach tomando en consideración la siguiente escala de fiabilidad, en el cual tenemos los siguientes valores:

Tabla 4: Valores Alfa de Cronbach

Coefficiente	Consistencia
>0.9	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable

>0.6	Cuestionable
>0.5	Inaceptable

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

3.8.1 *Confiabilidad de instrumentos variable independiente: Oferta Turística*

Para realizar la encuesta de la variable independiente se encuestaron 30 personas elegidas entre Miembros del GAD Guano dedicados a actividades turísticas, así como otros miembros elegidos por sus cargos; a la vez, se eligieron prestadores de servicios turísticos en el cantón con conveniencia de información.

Tabla 5: Estadística de Fiabilidad Variable Independiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	9

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con el siguiente resultado de la variable establecida en la gestión se determina que el nivel de confiabilidad es de 0,919, por lo que se considera excelente según la escala de valores detallada anteriormente.

3.8.2 *Confiabilidad de instrumentos variable dependiente: Tanatoturismo*

Para la aplicación de encuestas de la variable dependiente se establecieron 30 personas tomadas de visitantes del cantón Guano en el periodo de tiempo en el que se estableció la recolección de datos de la investigación.

Tabla 6: Estadística de Fiabilidad Variable Dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,894	9

Fuente: Encuestas Aplicadas

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con el resultado presentado anteriormente se determina que el nivel de confiabilidad es de 0,894, por lo que se considera “bueno” según la escala de valores detallada anteriormente.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis e interpretación de resultados variable independiente

4.1.1 Datos generales

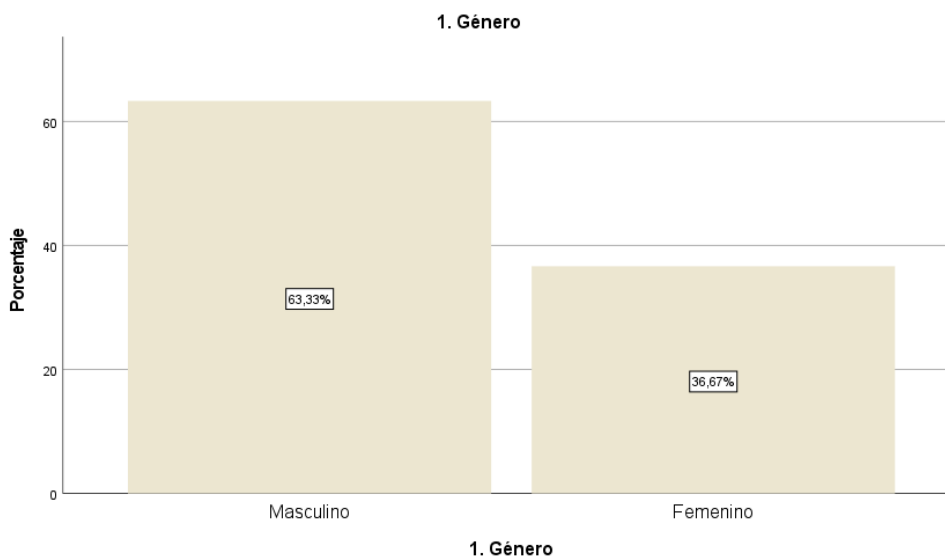
Tabla 7: Género VI

1. Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	19	63,3	63,3	63,3
	Femenino	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

Gráfico 1: Género Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón, se observa que el 63,33% fueron de género masculino y el 36,67% de género femenino, con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados son de género masculino.

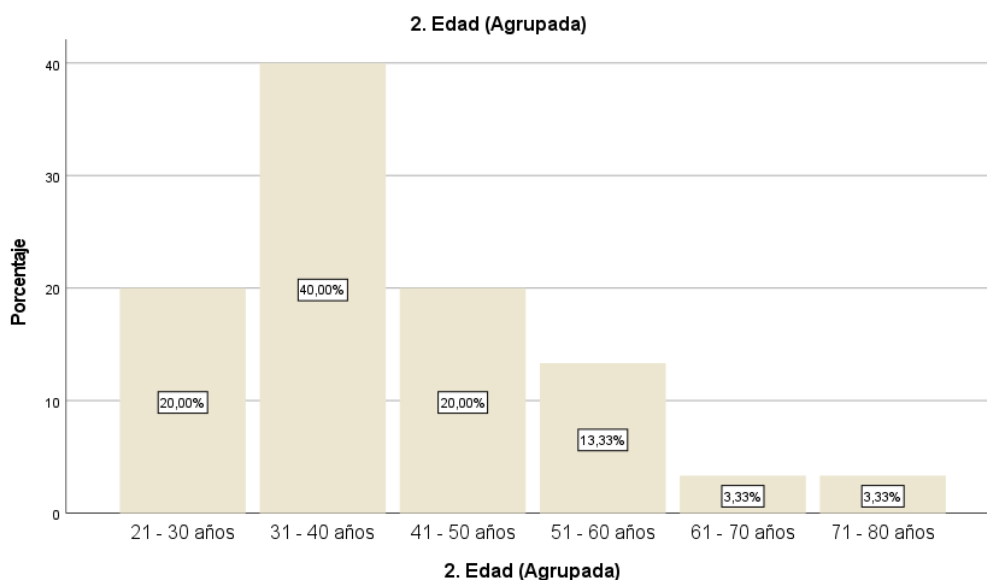
Tabla 8: Edad Agrupada Variable Independiente

2. Edad (Agrupada)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	21 - 30 años	6	20,0	20,0	20,0
	31 - 40 años	12	40,0	40,0	60,0
	41 - 50 años	6	20,0	20,0	80,0
	51 - 60 años	4	13,3	13,3	93,3
	61 - 70 años	1	3,3	3,3	96,7
	71 - 80 años	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

Gráfico 2: Edad Agrupada Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón, se observa que el 40,00% tienen edades de entre 31 a 40 años, el 20,00% de 21 a 30 años, el 20,00% va de entre los 41 a los 50 años, el 13,33% de entre 51 a 60 años y finalmente el 3,33% tiene edades entre los 71 a 80 años; con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados se encuentra en el rango de edades de entre 31 a 40 años.

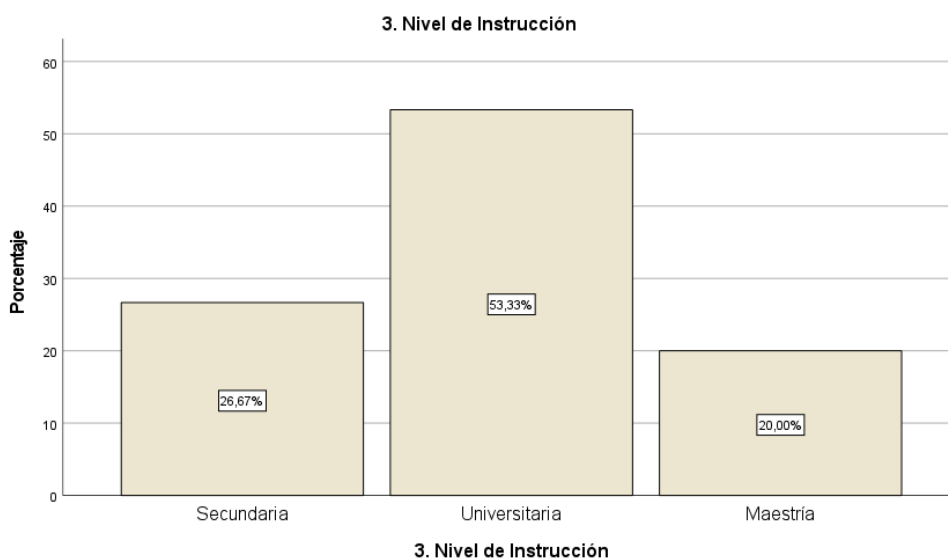
Tabla 9: Nivel de Instrucción Variable Independiente

3. Nivel de Instrucción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	8	26,7	26,7	26,7
	Universitaria	16	53,3	53,3	80,0
	Maestría	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

Gráfico 3: Nivel de Instrucción Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón se observa que el 53,33% tienen un nivel de instrucción universitario, el 26,67 % de secundaria y finalmente el 20,00% Maestría; con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados cuentan con estudios universitarios.

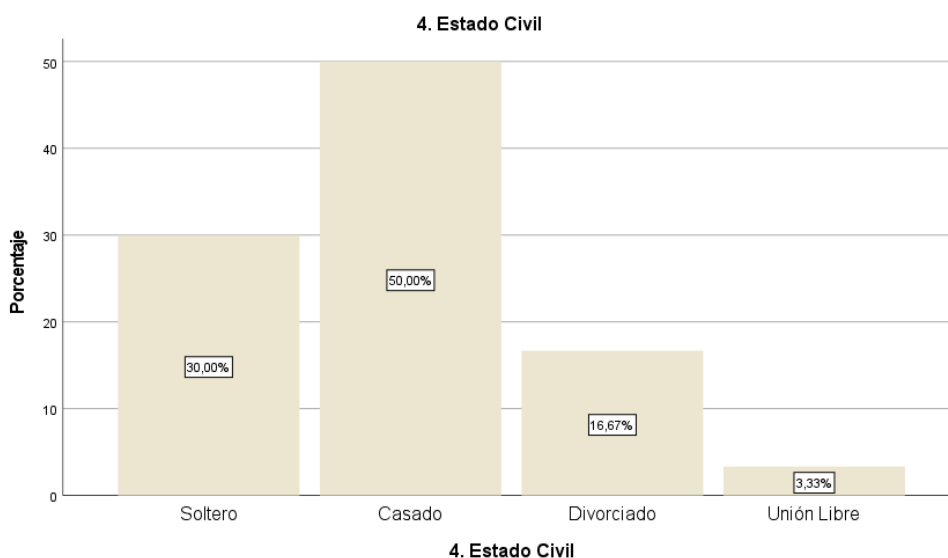
Tabla 10: Estado Civil Variable Independiente

4. Estado Civil		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	9	30,0	30,0	30,0
	Casado	15	50,0	50,0	80,0
	Divorciado	5	16,7	16,7	96,7
	Unión Libre	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

Gráfico 4: Estado Civil Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Karla Zamora

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón se observa que el 50,00% son casados, el 30,00 % solteros, el 16,67% divorciados y finalmente el 3,33% se encuentran en una unión libre; con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados son de estado civil casado.

4.1.2 Datos Específicos

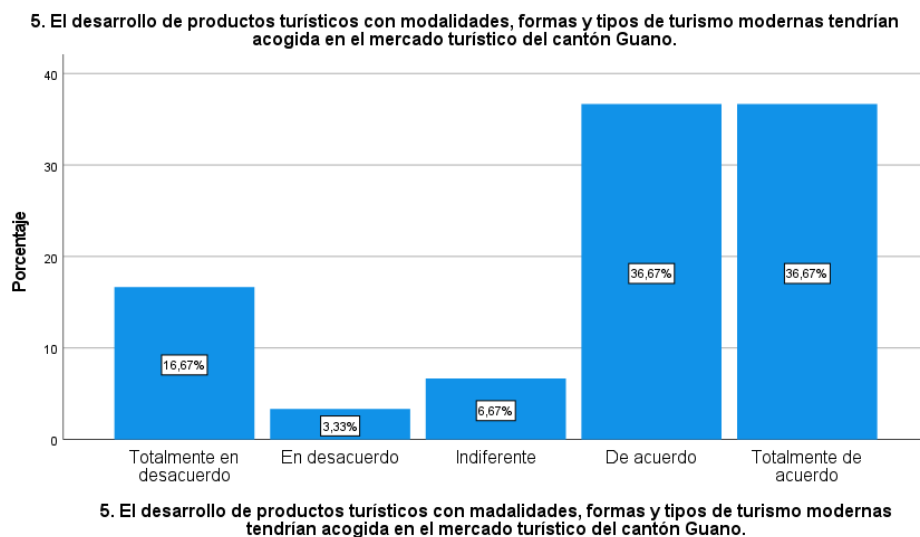
Tabla 11: Desarrollo de productos turísticos

5. El desarrollo de productos turísticos con modalidades, formas y tipos de turismo modernas tendrían acogida en el mercado turístico del cantón Guano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	20,0
	Indiferente	2	6,7	6,7	26,7
	De acuerdo	11	36,7	36,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 5: Desarrollo de productos turísticos



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si el desarrollo de productos turísticos con modalidades, formas y tipos de turismo modernas tendrían acogida en el mercado turístico del cantón, el 36,67% está totalmente de acuerdo, un 36,67% de acuerdo, el 16,67% totalmente en desacuerdo, el 6,67% indiferente y finalmente el 3,33% en desacuerdo; con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados respondieron totalmente de acuerdo y de acuerdo con porcentajes mayoritarios iguales.

Tabla 12: Existencia de proveedores

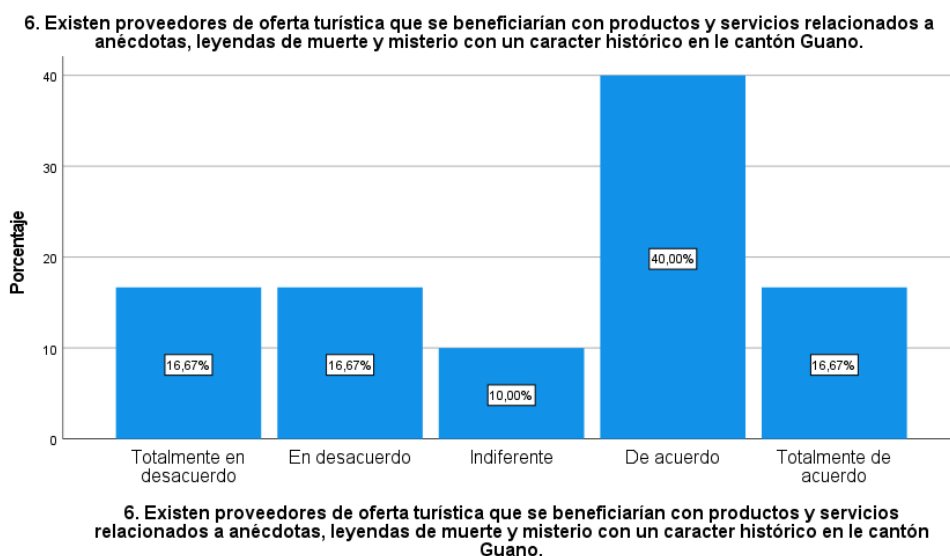
6. Existen proveedores de oferta turística que se beneficiarían con productos y servicios relacionados a anécdotas, leyendas de muerte y misterio con un carácter histórico en el cantón Guano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	33,3
	Indiferente	3	10,0	10,0	43,3
	De acuerdo	12	40,0	40,0	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 6: Existencia de proveedores



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existen proveedores de oferta turística que se beneficiarían con productos y servicios relacionados a anécdotas, leyendas de muerte y misterio con un carácter histórico en el cantón Guano, el 40,00% está de acuerdo, el 16,67% totalmente de acuerdo, el otro 16,67% está en desacuerdo, el 16,67% está totalmente en desacuerdo y finalmente el 10,00% es respondió indiferente; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que está de acuerdo.

Tabla 13: Influencia de consumidores

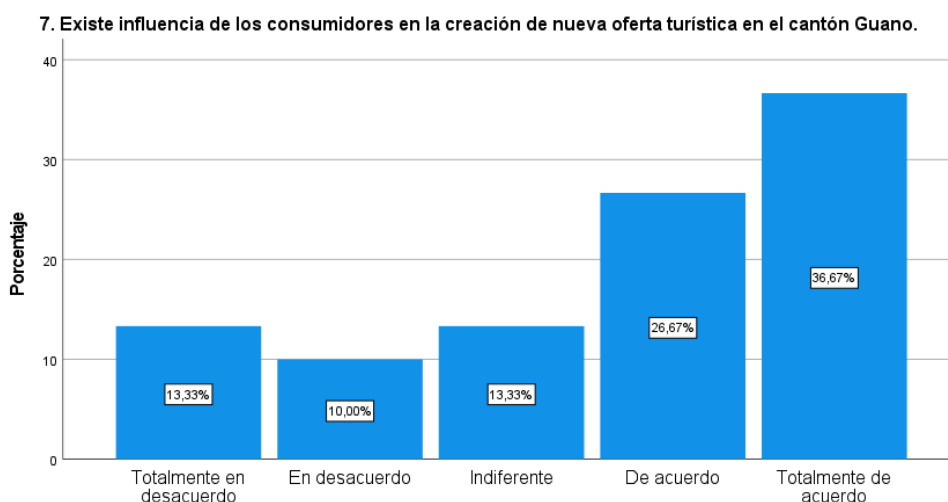
7. Existe influencia de los consumidores en la creación de nueva oferta turística en el cantón Guano.

		Frecuenci a	Porcentaj e	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	23,3
	Indiferente	4	13,3	13,3	36,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 7: Influencia de Consumidores



7. Existe influencia de los consumidores en la creación de nueva oferta turística en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existe influencia de los consumidores en la creación de nueva oferta turística en el cantón Guano, el 36,67% está totalmente de acuerdo, el 26,67% está de acuerdo, el 13,33% respondió indiferente, el otro 13,33% está totalmente en desacuerdo y finalmente el 10,00% está en desacuerdo; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que está totalmente de acuerdo.

Tabla 14: Existencia de tipologías modernas de turismo

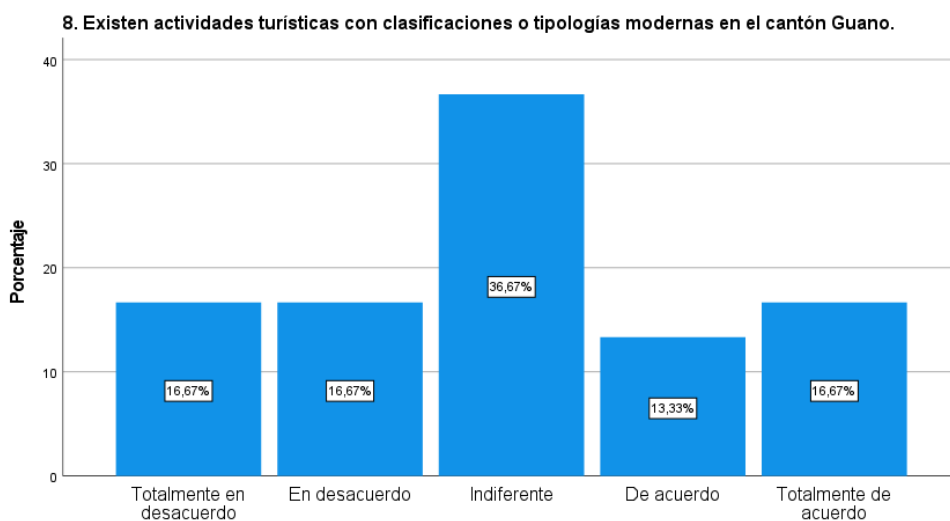
8. Existen actividades turísticas con clasificaciones o tipologías modernas en el cantón Guano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	33,3
	Indiferente	11	36,7	36,7	70,0
	De acuerdo	4	13,3	13,3	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 8: Existencia de tipologías modernas de turismo



8. Existen actividades turísticas con clasificaciones o tipologías modernas en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existen actividades turísticas con clasificaciones o tipologías modernas en el cantón Guano, el 36,67% respondió indiferente, el 16,67% está totalmente en desacuerdo, el 16,67% está en desacuerdo, el otro 16,67% está totalmente de acuerdo y finalmente el 13,33% está de acuerdo; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó su respuesta como indiferente.

Tabla 15: Delimitación de espacios geográficos

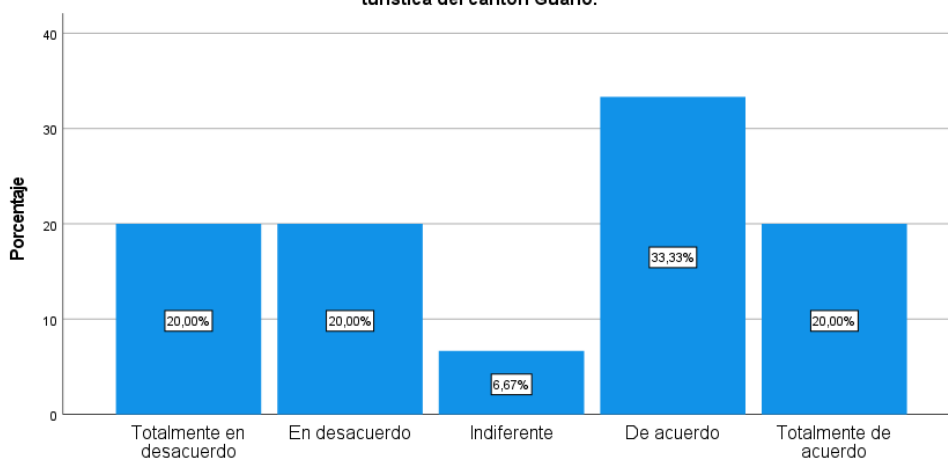
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	6	20,0	20,0	40,0
	Indiferente	2	6,7	6,7	46,7
	De acuerdo	10	33,3	33,3	80,0
	Totalmente de acuerdo	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 9: Delimitación de espacios geográficos

9. Existencia de espacios geográficos turísticos bien delimitados al momento de analizar o desarrollar la oferta turística del cantón Guano.



9. Existencia de espacios geográficos turísticos bien delimitados al momento de analizar o desarrollar la oferta turística del cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existen de espacios geográficos turísticos bien delimitados al momento de analizar o desarrollar la oferta turística del cantón Guano, el 33,33% está de acuerdo, el 20,00% está totalmente en desacuerdo, el 20,00% está en desacuerdo, el otro 20,00% está totalmente de acuerdo y finalmente el 6,67% lo manifestó como indiferente; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que están de acuerdo.

Tabla 16: Funcionalidad de la comercialización de bienes

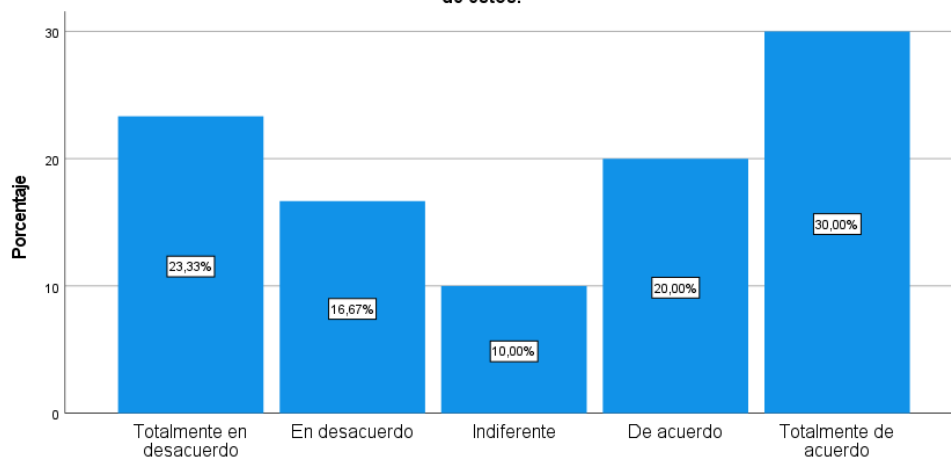
10. Funcionalidad de la preservación de bienes históricos y culturales del cantón mediante la comercialización de estos.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	40,0
	Indiferente	3	10,0	10,0	50,0
	De acuerdo	6	20,0	20,0	70,0
	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 10: Funcionalidad de la comercialización de bienes

10. Funcionalidad de la preservación de bienes históricos y culturales del cantón mediante la comercialización de estos.



10. Funcionalidad de la preservación de bienes históricos y culturales del cantón mediante la comercialización de estos.

Fuente: Análisis e

interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existe funcionalidad de la preservación de bienes históricos y culturales del cantón mediante la comercialización de estos, el 30,00% está totalmente de acuerdo, el 23,33% está totalmente en desacuerdo, el 20,00% está de acuerdo, el 16,67% está en desacuerdo y el 10,00% indiferente; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que están totalmente de acuerdo.

Tabla 17: Productos afines al perfil de la demanda

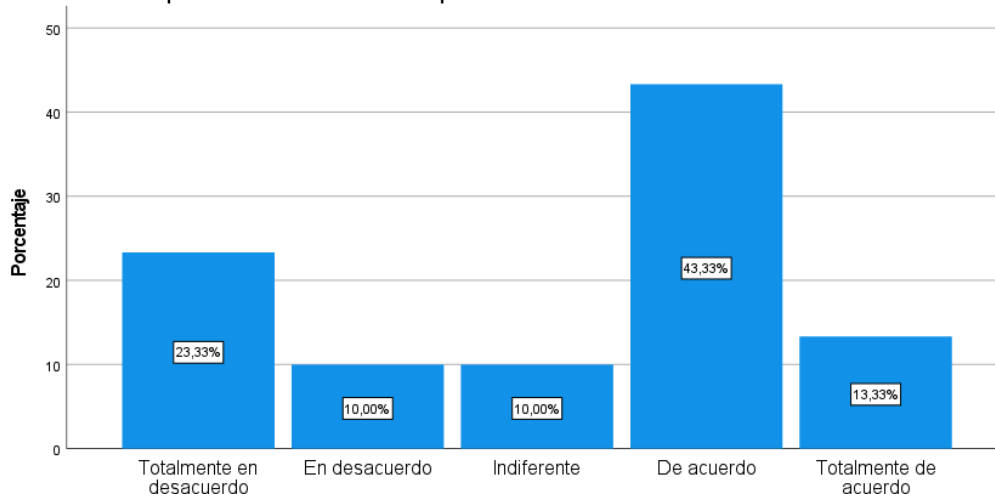
11. Existencia de productos turísticos afines al perfil de una demanda turística moderna en el cantón Guano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	33,3
	Indiferente	3	10,0	10,0	43,3
	De acuerdo	13	43,3	43,3	86,7
	Totalmente de acuerdo	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 11: Productos afines al perfil de la demanda

11. Existencia de productos turísticos afines al perfil de una demanda turística moderna en el cantón Guano.



11. Existencia de productos turísticos afines al perfil de la demanda turística moderna en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existen de productos turísticos afines al perfil de una demanda turística moderna en el cantón Guano, el 43,33% está de acuerdo, el 23,33% totalmente en desacuerdo, el 13,33% totalmente de acuerdo, el 10,00% está en desacuerdo y el 10,00% indiferente; en base a los resultados presentados se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que están de acuerdo.

Tabla 18: Motivación de los visitantes

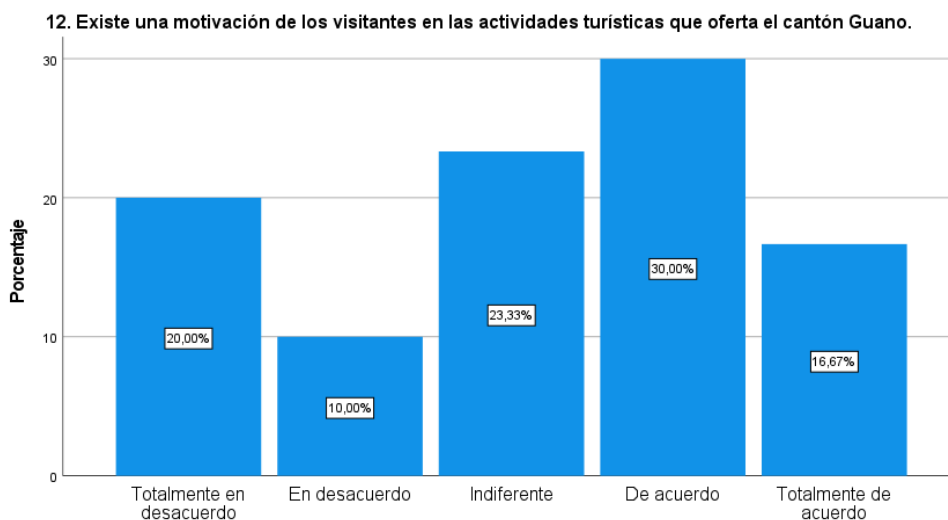
12. Existe una motivación de los visitantes en las actividades turísticas que oferta el cantón Guano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	30,0
	Indiferente	7	23,3	23,3	53,3
	De acuerdo	9	30,0	30,0	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 12: Motivación de los visitantes



12. Existe una motivación de los visitantes en las actividades turísticas que oferta el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existe una motivación de los visitantes en las actividades turísticas que oferta el cantón Guano, el 30,00% está de acuerdo, el 23,33% indiferente, el 20,00% totalmente de acuerdo, el 16,67% totalmente de acuerdo y el 10,00% en desacuerdo; se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que están de acuerdo.

Tabla 19: Caracterización de la Oferta

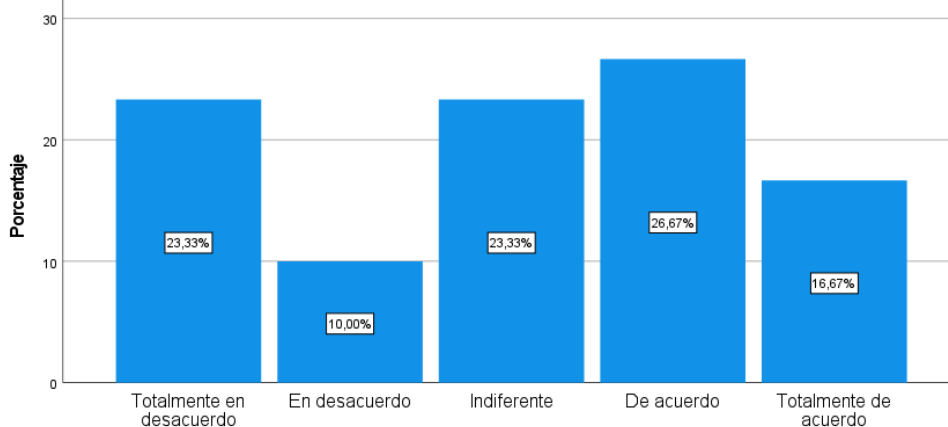
13. Existe una necesidad de caracterización de la oferta turística del cantón Guano hacia las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado con intereses hacia nuevas formas de turismo.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	En desacuerdo	3	10,0	10,0	33,3
	Indiferente	7	23,3	23,3	56,7
	De acuerdo	8	26,7	26,7	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 13: Caracterización de la Oferta

13. Existe una necesidad de caracterización de la oferta turística del cantón Guano hacia las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado con intereses hacia nuevas formas de turismo.



13. Existe una necesidad de caracterización de la oferta turística del cantón Guano hacia las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado con intereses hacia nuevas formas de turismo.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si existe una necesidad de caracterización de la oferta turística del cantón Guano hacia las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado con intereses hacia nuevas formas de turismo, el 16,67% de los encuestados está de acuerdo, el 23,33% totalmente en desacuerdo, el 23,33% indiferente, el 16,67% totalmente de acuerdo y finalmente el 10,00% en desacuerdo; con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría de encuestados se encuentran de acuerdo.

4.1.3 Datos complementarios

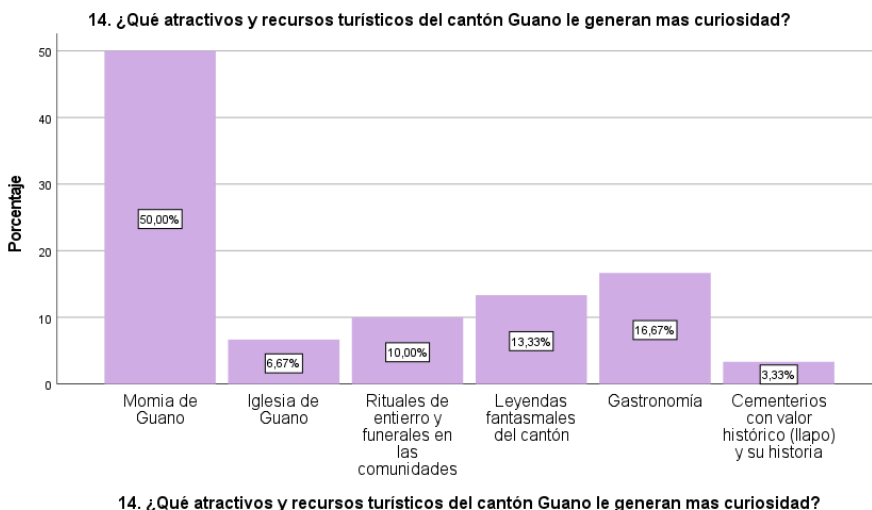
Tabla 20: Atractivos

14. ¿Qué atractivos y recursos turísticos del cantón Guano le generan más curiosidad?		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Momia de Guano	15	50,0	50,0	50,0
	Iglesia de Guano	2	6,7	6,7	56,7
	Rituales de entierro y funerales en las comunidades	3	10,0	10,0	66,7
	Leyendas fantasmales del cantón	4	13,3	13,3	80,0
	Gastronomía	5	16,7	16,7	96,7
	Cementerios con valor histórico (Ilapo) y su historia	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 14: Atractivos



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo y miembros con cargos de interés del GAD Guano, así como prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a qué atractivos y recursos turísticos del cantón le generan más curiosidad, el 50,00% eligió la Momia de Guano, el 16,67% gastronomía, el 13,33% leyendas fantasmales del cantón, el 10,00% rituales de entierro y funerales en las comunidades, el 6,67% Iglesia de Guano y finalmente el 3,33% Cementerios con valor histórico (Ilapo) y su historia; se puede concluir que la mayoría de encuestados eligieron a la Momia de Guano.

Tabla 21: Desarrollo de nuevas formas de Turismo

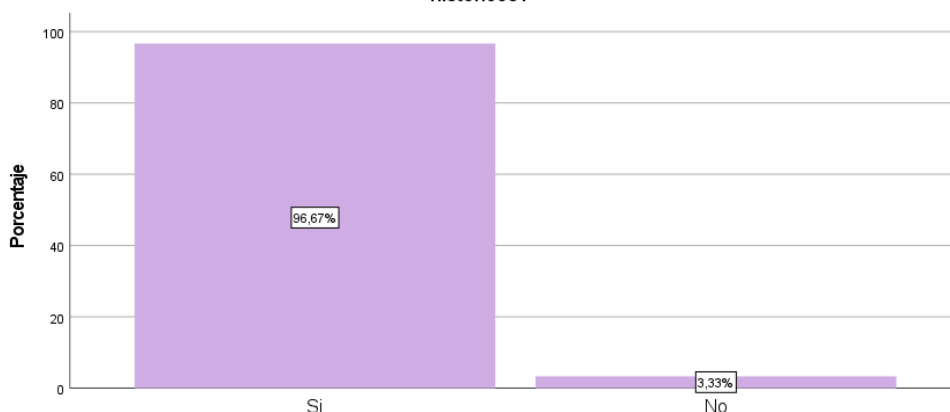
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	29	96,7	96,7	96,7
	No	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 15: Desarrollo de nuevas formas de Turismo

15. ¿Considera usted que Guano es un cantón en el que podrían desarrollarse nuevas formas de turismo que involucren el misterio, leyendas fantasmales, visita a cementerios, visita a sitios donde han ocurrido desastres históricos?



15. ¿Considera usted que Guano es un cantón en el que podrían desarrollarse nuevas formas de turismo que involucren el misterio, leyendas fantasmales, visita a cementerios, visita a sitios donde han ocurrido desastres históricos?

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros de turismo del GAD Guano, miembros con cargos de interés y prestadores de servicios turísticos del cantón en cuanto a si Guano es un cantón en el que podrían desarrollarse nuevas formas de turismo que involucren el misterio, leyendas fantasmales, visita a cementerios, visita a sitios donde han ocurrido desastres históricos, el 96,67% manifestaron que si mientras el 3,33% que no, se puede concluir que el mayor porcentaje piensa que sí.

Las preguntas cuentan con un apartado de “respuesta libre” con opción a escribir opiniones, percepciones o ideas de los encuestados, a continuación, se muestran los resultados y las interpretaciones.

Tabla 22: *Análisis cualitativo Desarrollo de nuevas formas de Turismo*

Respuesta (SI/NO)	¿Por qué?	Interpretación
SI	“Guano tiene potencial”	Como se observa en torno a la pregunta,
SI	“Si porque hay muchos lugares por conocer”	los encuestados detallaron además que Guano es un cantón con potencial y
SI	“Si porque Guano tiene historia”	sitios aptos para su desarrollo turístico,
SI	“Tiene lugares únicos para desarrollarla”	siendo afirmativas todas las respuestas
SI	“Guano al considerarse un lugar con variedad de antigüedades es apto”	de este grupo.
SI	“Las leyendas urbanas en el sector tienen un gran potencial”	Los encuestados detallaron que Guano tiene leyendas que serían aptas para
SI	“Si porque existen muchas leyendas en cada parroquia”	desarrollar nuevas formas de turismo que involucren misterio, leyendas
SI	“Las leyendas urbanas en el sector tienen un gran potencial”	fantasmales, visita a cementerios, visita a sitios donde han ocurrido desastres históricos, siendo afirmativas todas las respuestas de este grupo.
SI	“No le han dado importancia a ese tipo de Turismo”	Los encuestados detallaron su enfoque en el tipo de turismo, señalando que es
SI	“Hay personas a las que nos gusta este tipo de Turismo”	una forma de turismo a la que no se le ha dado importancia; a la vez, que
SI	“Si porque no se ha explotado este tipo de Turismo”	existen personas que tienen un gusto por la misma siendo afirmativas todas
SI	“Si porqué se necesita más apoyo al respecto”	las respuestas de este grupo

Fuente: Encuestas aplicadas

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

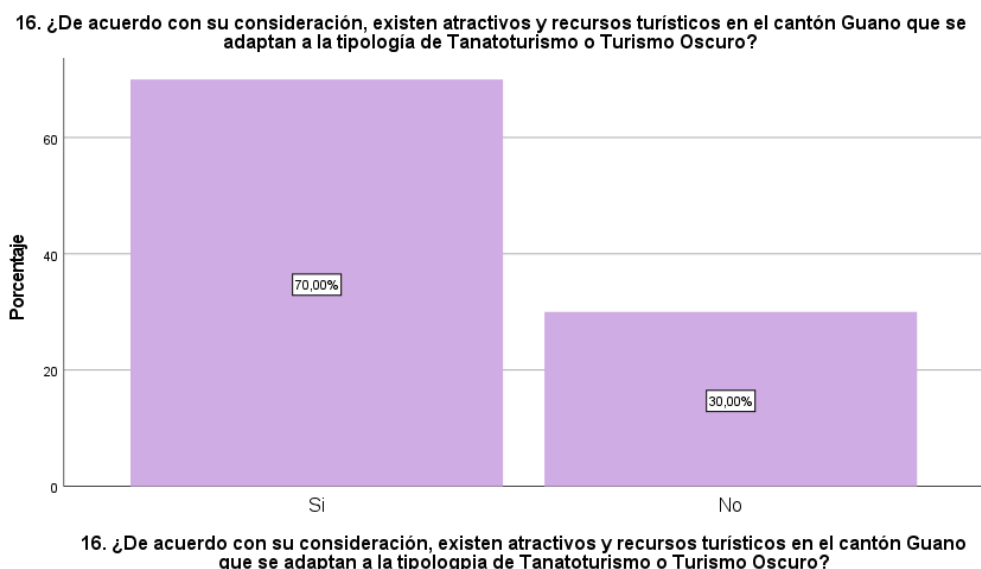
Tabla 23: Atractivos y recursos de Tanatoturismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	21	70,0	70,0	70,0
	No	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 16: Atractivos y recursos de Tanatoturismo



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los miembros del GAD Guano dedicados a actividades turísticas, miembros del GAD con cargos de interés y prestadores de servicios turísticos del cantón Guano con características relacionadas a la variable de investigación en cuanto a si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro, el 70,00% manifestaron que si mientras el 30,00% que no, se puede concluir que el mayor porcentaje manifestó que sí.

La pregunta cuenta con un apartado de “respuesta libre” con opción a escribir opiniones, percepciones o ideas de los encuestados, a continuación, se muestran los resultados y las interpretaciones.

Tabla 24: *Análisis cualitativo Atractivos y recursos de Tanatoturismo*

Respuesta (SI/NO)	¿Por qué?	Interpretación
SI	“La Cueva del Rey Pepino” “Como ejemplo la Momia de Guano, Cementerio, etc”	Se plantean que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro y se ejemplifican varios, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
SI	“Hay mucho que explotar ese tipo de Turismo”	Se plantea que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro; se detalla que el cantón tiene potencial y muchos sitios que son aptos para “explotarse” a la vez se detalla también que tienen relación con historia y cultura, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
SI	“Porque es un cantón con varios atractivos que podemos trabajar con esta tipología”	Se plantea que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro; se detalla que el cantón tiene potencial y muchos sitios que son aptos para “explotarse” a la vez se detalla también que tienen relación con historia y cultura, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
SI	“Si porque existen lugares que prestan historia en nuestro cantón”	Se plantea que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro; se detalla que el cantón tiene potencial y muchos sitios que son aptos para “explotarse” a la vez se detalla también que tienen relación con historia y cultura, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
SI	“Al tener relación con la cultura”	Se plantea que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro; se detalla que el cantón tiene potencial y muchos sitios que son aptos para “explotarse” a la vez se detalla también que tienen relación con historia y cultura, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
SI	“Están por explotar”	Se plantea que si existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adaptan a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro; se detalla que el cantón tiene potencial y muchos sitios que son aptos para “explotarse” a la vez se detalla también que tienen relación con historia y cultura, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
NO	“Por el desconocimiento de los atractivos turísticos”	De acuerdo con los resultados en esta respuesta se plantea que no existen atractivos y recursos turísticos para desarrollar el Tanatoturismo ya que se desconocen los atractivos turísticos, siendo esta respuesta negativa.

Fuente: Encuestas aplicadas
Elaborado por: Karla Zamora, 2023

4.2 Análisis e interpretación de resultados Variable dependiente

4.2.1 Datos Generales

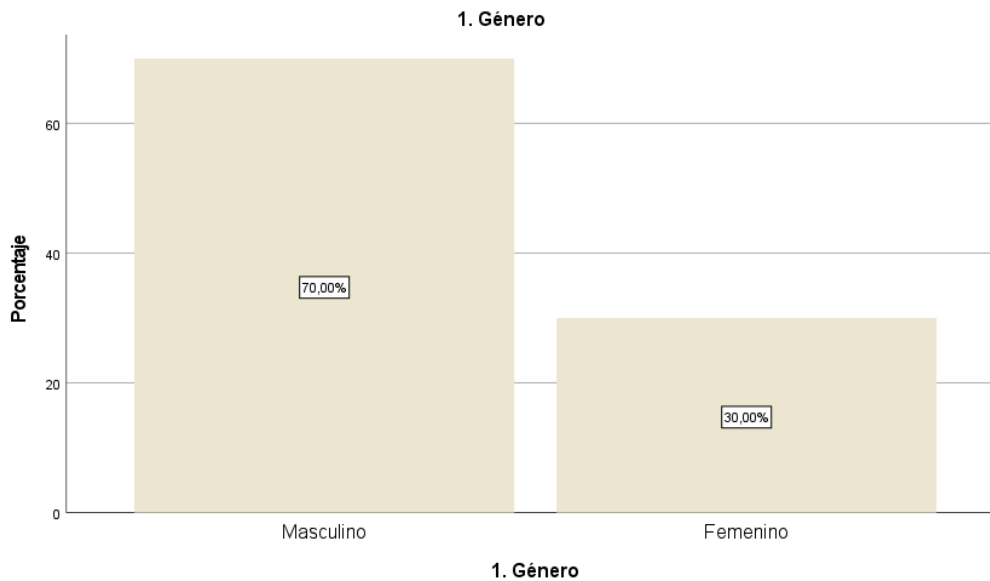
Tabla 25. Género Variable Dependiente

1. Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	21	70,0	70,0	70,0
	Femenino	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 17: Género Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 70,00% fueron de género masculino y el 30,00% de género femenino, con los resultados presentados se puede concluir que la mayoría y encuestados son de género masculino.

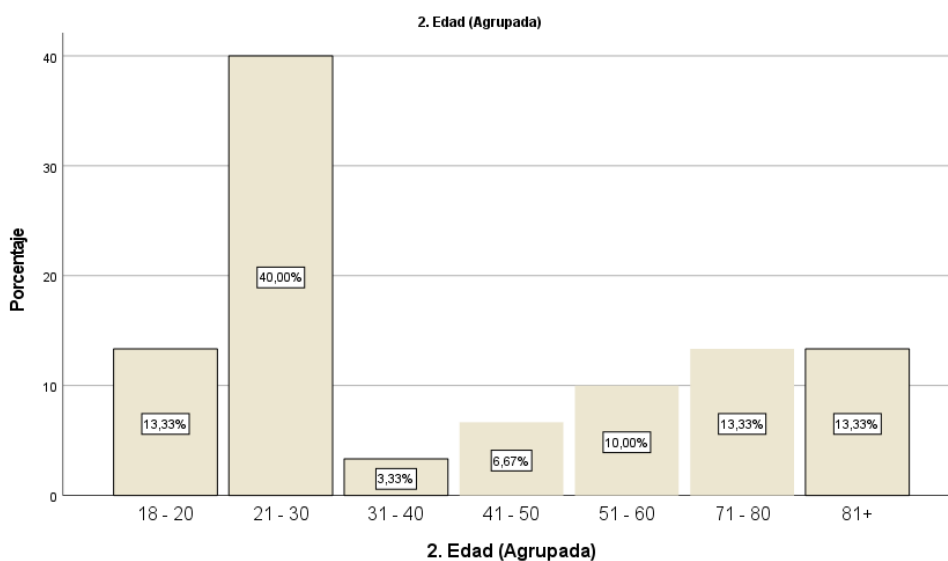
Tabla 26: Edad Agrupada Variable Dependiente

2. Edad (Agrupada)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 – 20	4	13,3	13,3	13,3
	21 – 30	12	40,0	40,0	53,3
	31 – 40	1	3,3	3,3	56,7
	41 – 50	2	6,7	6,7	63,3
	51 – 60	3	10,0	10,0	73,3
	71 – 80	4	13,3	13,3	86,7
	81+	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 18: Edad Agrupada Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el rango de edades con mayor porcentaje es de 21-30 años seguido de los rangos de edades 18-20, 71 – 80 y 81+ los cuales representan cada uno un 13,33%, las edades de 51 a 60 representan un 10,00% seguido por el rango de edades 41 – 50 que representan un 6,67% y por últimos el rango que tiene el menor porcentaje con un 3,33% es de 31 a 40 años.

Al haber recolectado datos etareos de forma cuantitativa (indicando a los encuestados que se ingrese la edad únicamente escribiendo el numero sin ninguna palabra adicional), es posible realizar un análisis estadístico mucho más profundo.

Tabla 27: Edad sin agrupar variable dependiente

2. Edad		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	19	1	3,3	3,3	3,3
	20	3	10,0	10,0	13,3
	21	2	6,7	6,7	20,0
	22	2	6,7	6,7	26,7
	25	3	10,0	10,0	36,7
	26	2	6,7	6,7	43,3
	28	2	6,7	6,7	50,0
	29	1	3,3	3,3	53,3
	34	1	3,3	3,3	56,7
	42	1	3,3	3,3	60,0
	45	1	3,3	3,3	63,3
	53	1	3,3	3,3	66,7
	55	1	3,3	3,3	70,0
	57	1	3,3	3,3	73,3
	71	2	6,7	6,7	80,0
	76	1	3,3	3,3	83,3
	78	1	3,3	3,3	86,7
	81	2	6,7	6,7	93,3
	82	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Tabla 28: Análisis de Estadísticos Variable Dependiente

Estadísticos	
N	Válido 30
	Perdidos 0
Media	42,83
Moda	20 ^a
Mínimo	19
Máximo	82

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con los resultados obtenidos anteriormente de las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano, se ha concluido que: la media de las edades de los encuestados se encuentra en 42,83 (si es requerida una aproximación 43). Existen diversas modas por lo que se muestra una letra a junto al número 20 sin embargo este se ha indicado al ser el menor. La edad máxima de los encuestados fue de 82 y la edad mínima de 19, estos datos permiten obtener un análisis mucho más profundo de la edad en cuanto a los visitantes de la zona.

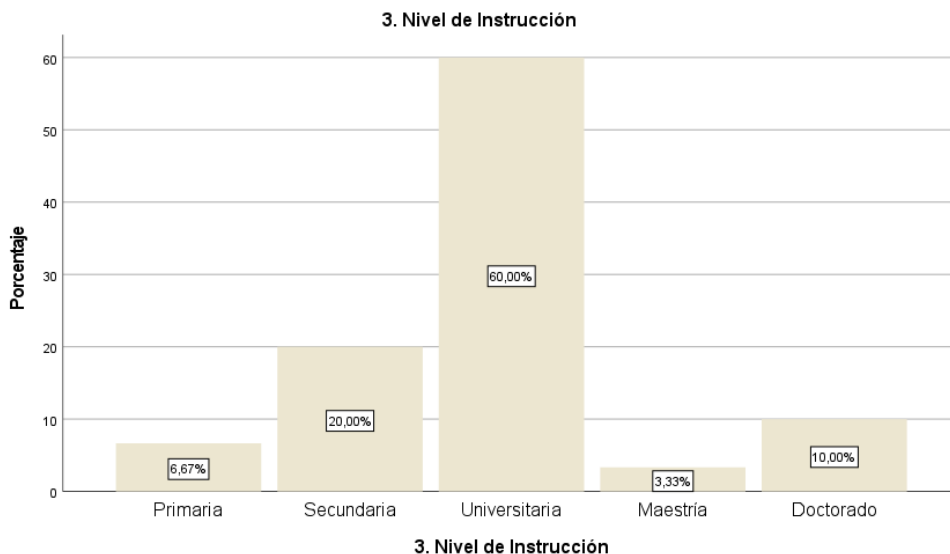
Tabla 29: Nivel de Instrucción Variable Dependiente

3. Nivel de Instrucción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	2	6,7	6,7	6,7
	Secundaria	6	20,0	20,0	26,7
	Universitaria	18	60,0	60,0	86,7
	Maestría	1	3,3	3,3	90,0
	Doctorado	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 19: Nivel de Instrucción Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que la instrucción universitaria representa un 60,00% seguido de un 20,00% secundaria, un 10,00% doctorado, 6,67% primaria y por último con el menor porcentaje se encuentra maestría con 3,33%; a partir de estos resultados se concluye que el mayor porcentaje lo ocupa la instrucción universitaria.

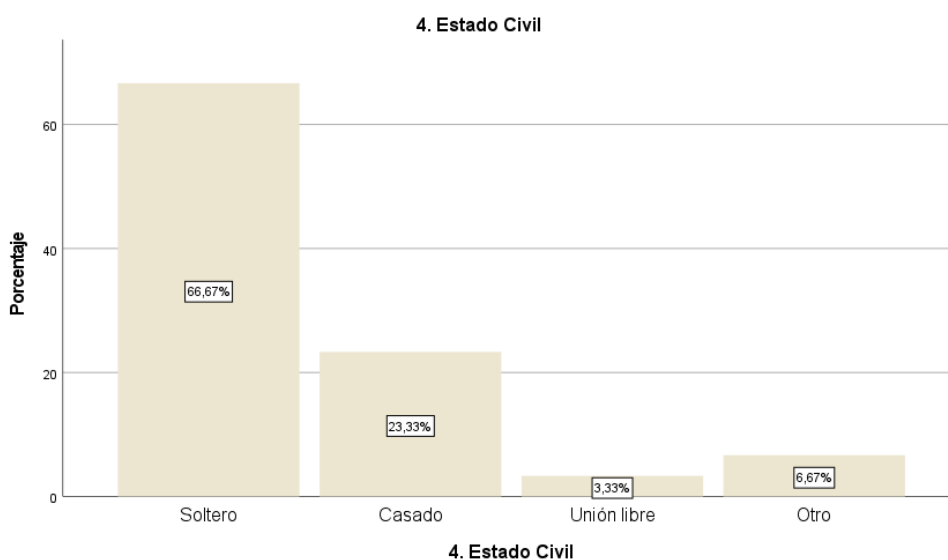
Tabla 30: Estado Civil Variable Dependiente

4. Estado Civil		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Soltero	20	66,7	66,7	66,7
	Casado	7	23,3	23,3	90,0
	Unión libre	1	3,3	3,3	93,3
	Otro	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 20: Estado Civil Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 66,67% son solteros seguido por el 23,33% que son casados el 6,67% representa “otro” y finalmente un 3,33% unión libre, mediante esto se concluye que el mayor porcentaje de encuestados representan el estado civil soltero.

4.2.2 Datos Específicos

Tabla 31: Influencia de las creencias del Turista

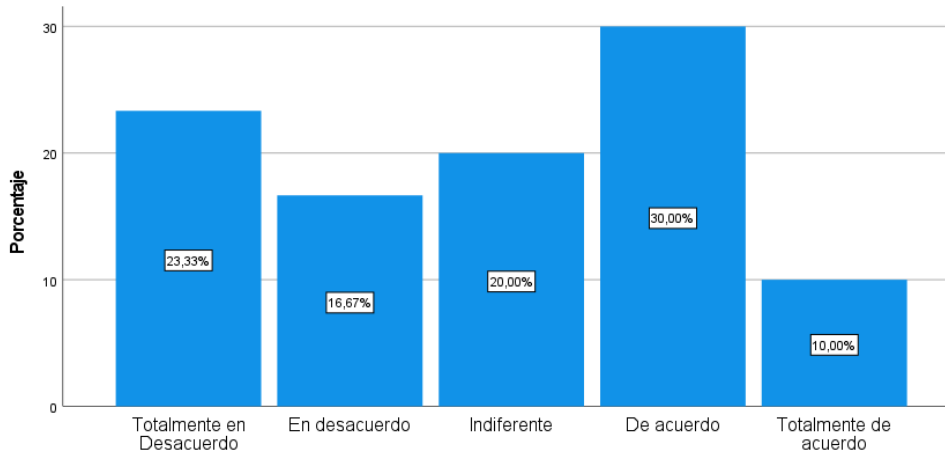
5. Sus creencias influirían al momento de consumir una oferta turística relacionada a la muerte y desastres históricos en el cantón Guano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	7	23,3	23,3	23,3
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	40,0
	Indiferente	6	20,0	20,0	60,0
	De acuerdo	9	30,0	30,0	90,0
	Totalmente de acuerdo	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 21: Influencia de las Creencias del Turista

5. Sus creencias influirían al momento de consumir una oferta turística relacionada a la muerte y desastres históricos en el cantón Guano.



5. Sus creencias influirían al momento de consumir una oferta turística relacionada a la muerte y desastres históricos en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 30,00% se encuentra de acuerdo en cuanto respecta a que sus creencias influirían al momento de consumir una oferta turística relacionada a la muerte y desastres históricos en el cantón, un 23,33% totalmente en desacuerdo, el 20,00% indiferente, el 16,67% está en desacuerdo y finalmente el 10,00% está totalmente de acuerdo, de acuerdo con esta información se concluye que el porcentaje más alto de encuentra de acuerdo.

Tabla 32: *Influencia de las Costumbres del Turista*

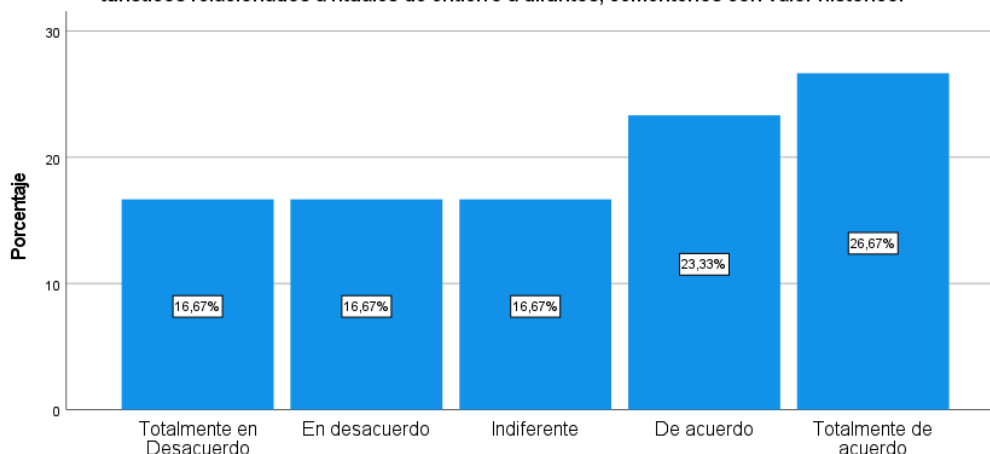
6. Existiría una influencia de sus costumbres (diarias, religiosas, morales, éticas) al momento de visitar sitios turísticos relacionados a rituales de entierro a difuntos, cementerios con valor histórico.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	5	16,7	16,7	16,7
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	33,3
	Indiferente	5	16,7	16,7	50,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 22: *Influencia de las Costumbres del Turista*

6. Existiría una influencia de sus costumbres (diarias, religiosas, morales, éticas) al momento de visitar sitios turísticos relacionados a rituales de entierro a difuntos, cementerios con valor histórico.



6. Existiría una influencia de sus constumbres (diarias, religiosas, morales, éticas) al momento de visitar sitios turísticos relacionados a rituales de entierro a difuntos, cementerios con valor histórico.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 26,67% se manifiesta totalmente de acuerdo en cuanto a si existiría una influencia de sus costumbres (diarias, religiosas, morales, éticas) al momento de visitar sitios turísticos relacionados a rituales de entierro a difuntos, cementerios con valor histórico, el 23,33% de acuerdo, el 16,67% totalmente en desacuerdo, el 16,67% en desacuerdo y el 16,67% es indiferente, con estos resultados se concluye que el mayor porcentaje está totalmente de acuerdo.

Tabla 33: *Influencia de la Sociedad*

7. Existe influencia de la sociedad que lo rodea al momento de decidir la visita a un lugar turístico que estaría relacionado a desastres históricos o muerte.

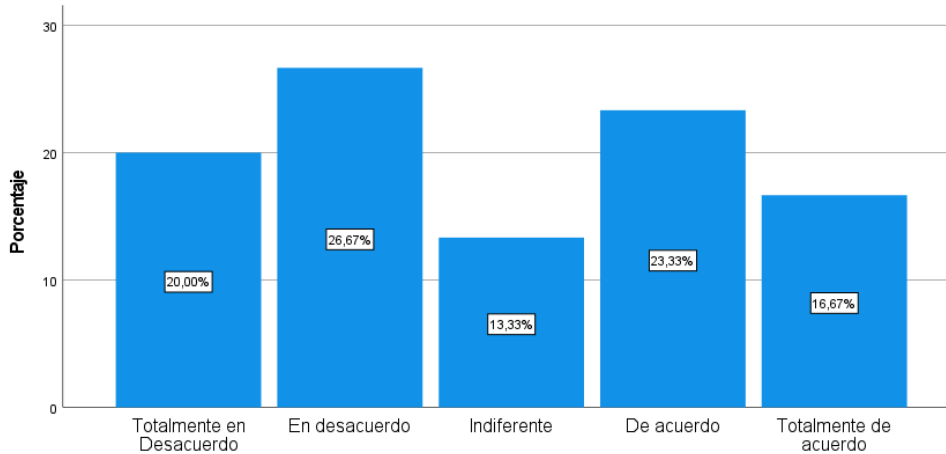
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	6	20,0	20,0	20,0
	En desacuerdo	8	26,7	26,7	46,7
	Indiferente	4	13,3	13,3	60,0
	De acuerdo	7	23,3	23,3	83,3
	Totalmente de acuerdo	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 23: *Influencia de la Sociedad*

7. Existe influencia de la sociedad que lo rodea al momento de decidir la visita a un lugar turístico que estaría relacionado a desastres históricos o muerte.



7. Existe influencia de la sociedad que lo rodea al momento de decidir la visita a un lugar turístico que estaría relacionado a desastres históricos o muerte.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 26,67% se encuentra en desacuerdo en cuanto a si existe influencia de la sociedad que lo rodea al momento de decidir la visita a un lugar turístico que estaría relacionado a desastres históricos o muerte se refiere, el 23,33% está de acuerdo, el 20,00% está totalmente en desacuerdo, el 16,67% está totalmente de acuerdo y finalmente el 13,33% es indiferente de acuerdo con los datos e concluye que el mayor porcentaje está en desacuerdo.

Tabla 34: *Interés en Acontecimientos Misteriosos*

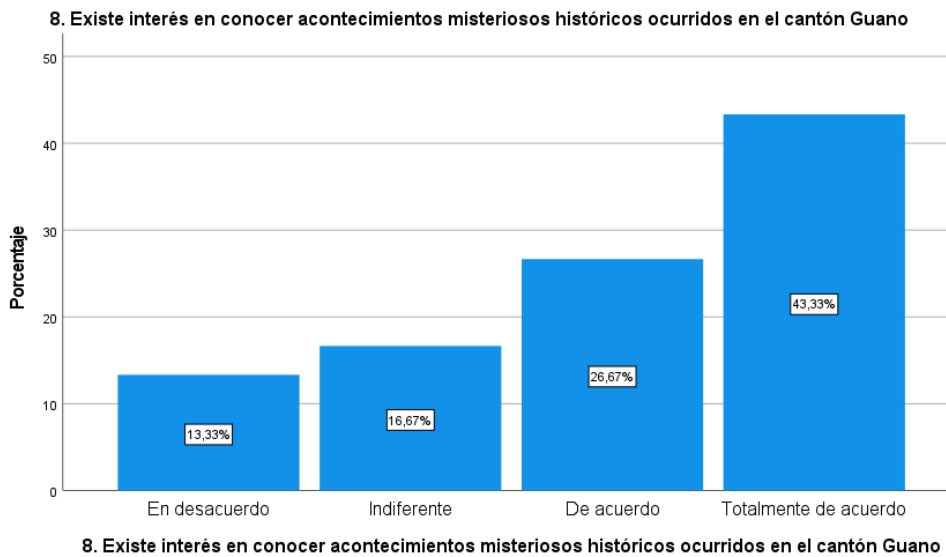
8. Existe interés en conocer acontecimientos misteriosos históricos ocurridos en el cantón Guano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	13,3	13,3	13,3
	Indiferente	5	16,7	16,7	30,0
	De acuerdo	8	26,7	26,7	56,7
	Totalmente de acuerdo	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 24: *Interés en Acontecimientos Misteriosos*



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 43,33% se encuentran totalmente de acuerdo en que existe interés en conocer acontecimientos misteriosos históricos ocurridos en el cantón Guano, el 26,67% están de acuerdo, el 16,67% es indiferente y el 13,33% está en desacuerdo mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje se encuentra totalmente de acuerdo.

Tabla 35: *Interés en vivencias, anécdotas y leyendas*

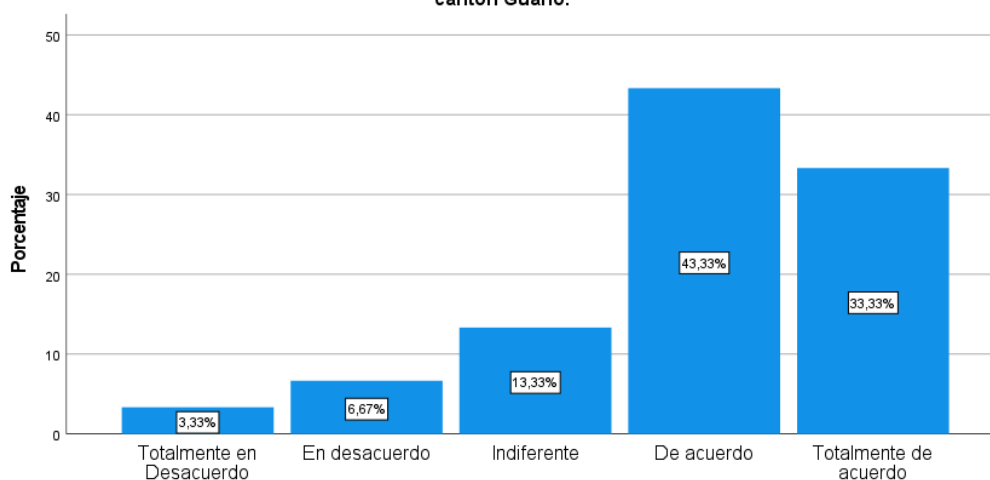
9. Existe interés en conocer vivencias, anécdotas y leyendas de los habitantes de comunidades sociales en el cantón Guano.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	2	6,7	6,7	10,0
	Indiferente	4	13,3	13,3	23,3
	De acuerdo	13	43,3	43,3	66,7
	Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 25: *Interés en Vivencias, anécdotas y leyendas*

9. Existe interés en conocer vivencias, anécdotas y leyendas de los habitantes de comunidades sociales en el cantón Guano.



9. Existe interés en conocer vivencias, anécdotas y leyendas de los habitantes de comunidades sociales en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 43,33% están de acuerdo en que existe interés en conocer vivencias, anécdotas y leyendas de los habitantes de comunidades sociales en el cantón Guano, el 33,33% totalmente de acuerdo, el 13,33% es indiferente, el 6,67% está en desacuerdo y el 3,33% está totalmente en desacuerdo, mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje se encuentra de acuerdo.

Tabla 36: *Interés en nuevos tipos y formas de turismo*

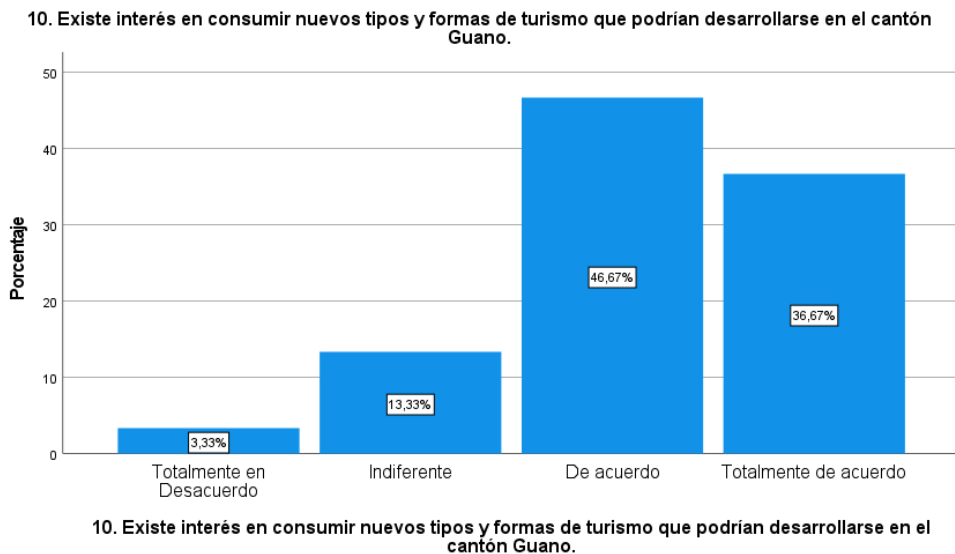
10. Existe interés en consumir nuevos tipos y formas de turismo que podrían desarrollarse en el cantón Guano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Indiferente	4	13,3	13,3	16,7
	De acuerdo	14	46,7	46,7	63,3
	Totalmente de acuerdo	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 26: *Interés en nuevos tipos y formas de turismo*



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 46,67% están de acuerdo en que existe interés en consumir nuevos tipos y formas de turismo que podrían desarrollarse en el cantón Guano, el 36,67% está totalmente de acuerdo, el 13,33% es indiferente y el 3,33% está totalmente en desacuerdo mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje está de acuerdo.

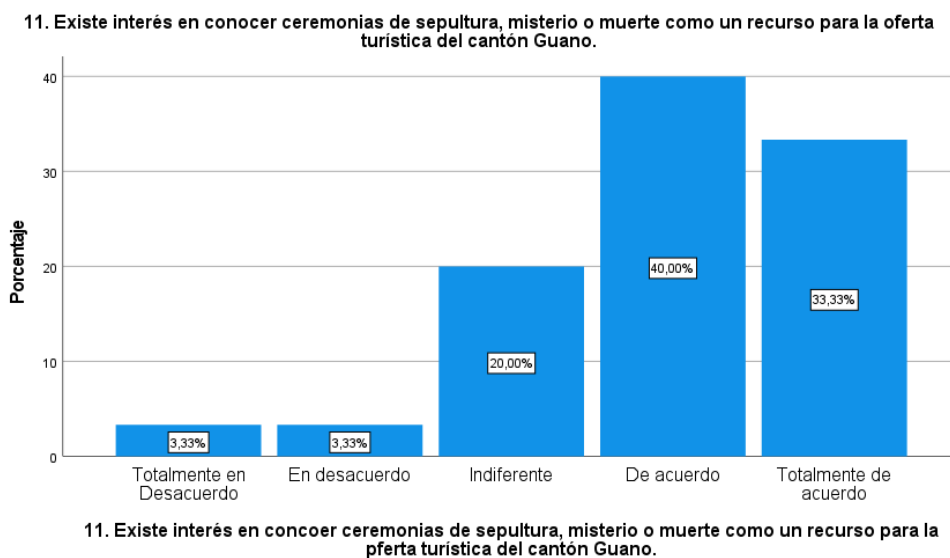
Tabla 37: *Interés en Ceremonias de Sepultura, Misterio o Muerte*

11. Existe interés en conocer ceremonias de sepultura, misterio o muerte como un recurso para la oferta turística del cantón Guano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	6,7
	Indiferente	6	20,0	20,0	26,7
	De acuerdo	12	40,0	40,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	10	33,3	33,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Gráfico 27: *Interés en Ceremonias de Sepultura, Misterio o Muerte*



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 40,00% está de acuerdo en que existe interés en conocer ceremonias de sepultura, misterio o muerte como un recurso para la oferta turística del cantón Guano, el 33,33% están totalmente de acuerdo, el 20,00% es indiferente, el 3,33% está totalmente en desacuerdo y el 3,33% está en desacuerdo, mediante estos resultados se puede concluir que el mayor porcentaje está de acuerdo.

Tabla 38: *Curiosidad por el Hermetismo*

12. Existe curiosidad por el hermetismo (secretismo, lo oculto), de las anécdotas y los relatos de misterio en el cantón Guano.

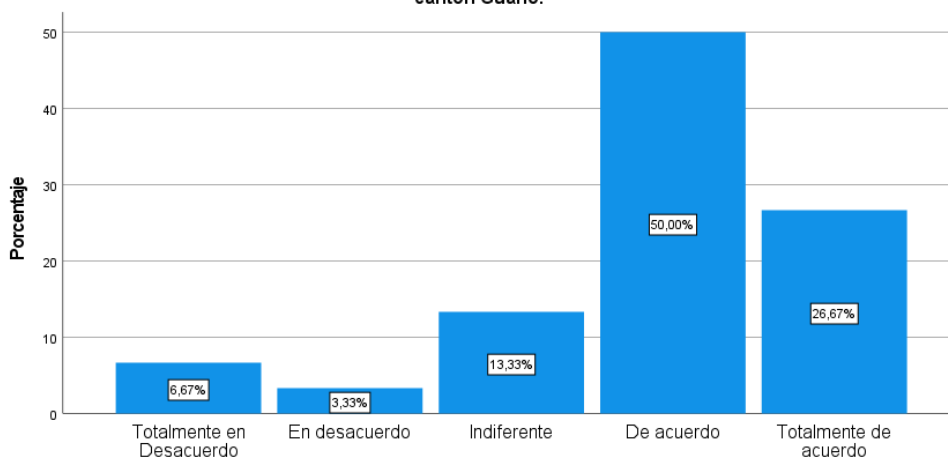
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	10,0
	Indiferente	4	13,3	13,3	23,3
	De acuerdo	15	50,0	50,0	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 28: *Curiosidad por el Hermetismo*

12. Existe curiosidad por el hermetismo (secretismo, lo oculto), de las anécdotas y los relatos de misterio en el cantón Guano.



12. Existe curiosidad por el hermetismo (secretismo, lo oculto), de las anécdotas y los relatos de misterio en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 50,00% está de acuerdo en que existe curiosidad por el hermetismo (secretismo, lo oculto), de las anécdotas y los relatos de misterio en el cantón Guano, el 26,67% está totalmente de acuerdo, el 13,33% es indiferente, el 6,67% está totalmente en desacuerdo y finalmente el 3,33% está en desacuerdo, mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje está de acuerdo.

Tabla 39: *Interés del Turista*

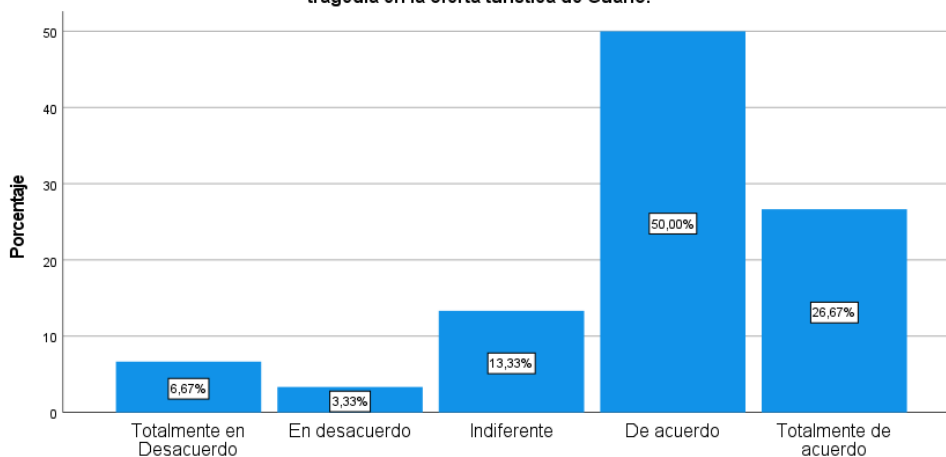
13. Interés del turista en manifestaciones culturales e históricas de tipo misterio, relacionadas a la muerte o tragedia en la oferta turística de Guano.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en Desacuerdo	2	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo	1	3,3	3,3	10,0
	Indiferente	4	13,3	13,3	23,3
	De acuerdo	15	50,0	50,0	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 29: *Interés del Turista*

13. Interés del turista en manifestaciones culturales e históricas de tipo misterio, relacionadas a la muerte o tragedia en la oferta turística de Guano.



13. Interés del turista en manifestaciones culturales e históricas de tipo misterio, relacionadas a la muerte o tragedia en la oferta turística de Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 50,00% está de acuerdo en que existe interés del turista en manifestaciones culturales históricas de tipo misterio, relacionadas a la muerte o tragedia en la oferta turística del cantón Guano, el 26,67% está totalmente de acuerdo, el 13,33% indiferente, el 6,67% totalmente en desacuerdo y finalmente el 3,33% está en desacuerdo, mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje de encuestados se encuentra de acuerdo.

4.2.3 Datos Complementarios

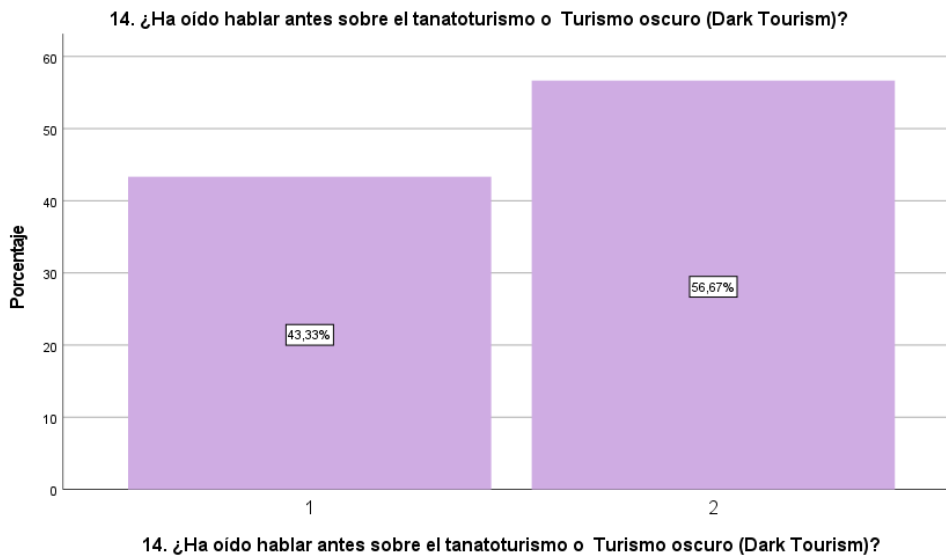
Tabla 40: Conocimiento previo de Tanatoturismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	13	43,3	43,3	43,3
	No	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 30: Conocimiento previo de Tanatoturismo



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 56,67% no ha oído hablar antes sobre el Tanatoturismo o Turismo Oscuro por otro lado el 43,33% si ha oído hablar antes sobre el Tanatoturismo o Turismo Oscuro, mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje respondió que no.

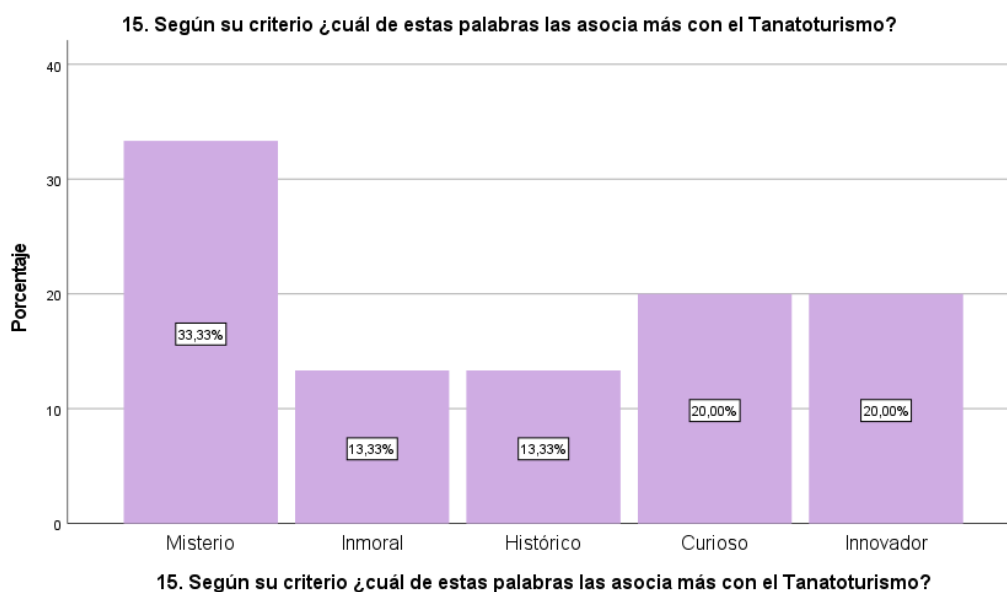
Tabla 41: *Términos Asociados con el Tanatoturismo*

15. Según su criterio ¿cuál de estas palabras las asocia más con el Tanatoturismo?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Misterio	10	33,3	33,3	33,3
	Inmoral	4	13,3	13,3	46,7
	Histórico	4	13,3	13,3	60,0
	Curioso	6	20,0	20,0	80,0
	Innovador	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 31: *Términos Asociados con el Tanatoturismo*



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 33,33% de encuestados eligieron la palabra “Misterio” como la palabra que más se asocia con el Tanatoturismo, el 20,00% eligieron “Curioso”, el 20,00% eligieron “Innovador”, el 13,33% eligieron “Inmoral”, el 13,33% eligieron “Histórico”, mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje eligió la palabra “Misterio”

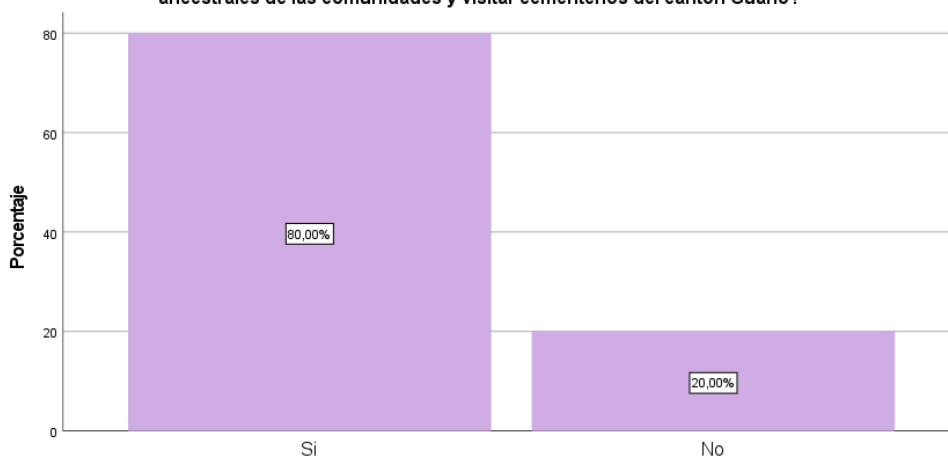
Tabla 42: *Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo*

16. ¿Estaría usted interesado en realizar un recorrido turístico para conocer y ser partícipe de ritos mortuorios ancestrales de las comunidades y visitar cementerios del cantón Guano?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	24	80,0	80,0	80,0
	No	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Gráfico 32: *Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo*

16. ¿Estaría usted interesado en realizar un recorrido turístico para conocer y ser partícipe de ritos mortuorios ancestrales de las comunidades y visitar cementerios del cantón Guano?



16. ¿Estaría usted interesado en realizar un recorrido turístico para conocer y ser partícipe de ritos mortuorios ancestrales de las comunidades y visitar cementerios del cantón Guano?

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

De acuerdo con las encuestas aplicadas en los visitantes del cantón Guano se observa que el 80,00% si estuviesen interesado en realizar un recorrido turístico para conocer y ser partícipe de ritos mortuorios ancestrales de las comunidades y visitar cementerios del cantón Guano, por otro lado, el 20,00% no estaría interesado mediante estos resultados se concluye que el mayor porcentaje si estuviese interesado.

La pregunta cuenta con un apartado de “respuesta libre” con opción a escribir opiniones, percepciones o ideas de los encuestados, a continuación, se muestran los resultados y las interpretaciones.

Tabla 43: *Análisis cualitativo Interés del Turista en un recorrido histórico relacionado al Tanatoturismo*

Respuesta (SI/NO)	¿Por qué?	Interpretación
SI	“Porque sería una experiencia chévere que ayudaría al turismo en este cantón”	Mediante el análisis y agrupación se puede concluir que este grupo de respuestas manifiesta un
SI	“Me llamo la atención saber más sobre esto. Guano debe ser explotado turísticamente”	interés en el desarrollo turístico del cantón.
SI	“Me interesa conocer las diferentes culturas y sus manifestaciones”	Mediante el análisis y agrupación se puede concluir que este grupo de respuestas manifiesta un
SI	“Porque me gusta el turismo y conocer nuevas culturas”	interés por conocer manifestaciones, cultura,
SI	“Conocer leyendas y tradiciones”	leyendas y tradiciones, siendo todas las respuestas de este grupo
SI	“Saber tradiciones”	positivas.
SI	“Para saber y aprender y analizar sobre la historia de sus habitantes y de su pasado para un mejor análisis”	Mediante el análisis y agrupación se puede concluir que este grupo de respuestas manifiesta un
SI	“Para conocer las costumbres de los antepasados”	interés por aprender sobre la historia y vivencias de los habitantes y antepasados del
SI	“Por el interés de saber y aprender sobre la historia, sobre la gente, su pasado”.	cantón, siendo todas las respuestas de este grupo
SI	“Porque me interesa conocer las vivencias de los habitantes”	positivas.

SI	“Me genera curiosidad”	Mediante el análisis y agrupación
SI	“Por curiosidad”	se puede concluir que este grupo
SI	“Porque me interesa el tema y conocer nuevos lugares turísticos”	de respuestas manifiesta que sienten curiosidad por la temática, siendo todas las respuestas de este grupo positivas.
NO	“No son de mi interés”	Este grupo de respuestas manifiesta una falta de interés en la temática por lo que se concluye que los encuestados no estarían interesados en realizar actividades propias del Tanatoturismo, siendo todas las respuestas de este grupo negativas.
NO	“No me interesa el tema”	

Fuente: Encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

4.3 Prueba de Hipótesis

Para la realización de la prueba de hipótesis se utilizó el Software estadístico SPSS para determinar la relación entre las variables de estudio teniendo esto en cuenta, a continuación, se muestra un cuadro de referencias y los resultados del proceso.

Tabla 44: Referencia de Correlaciones

Valor de Rho	Interpretación
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa grande muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación negativa nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Campos

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

4.3.1 Hipótesis general

a) Planteamiento de Hipótesis

Ho: No existe relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo.

H1: Existe relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo

b) Establecimiento del Margen de Error

Alfa: 0.05

c) Lectura p valor

P_valor= 0.008

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 45: Prueba de Hipótesis General

		Correlaciones		
			Oferta	Tanatoturismo
Rho de Spearman	Oferta	Coefficiente de correlación	1,000	,474**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	30	30
	Tanatoturismo	Coefficiente de correlación	,474**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	30	30

** .La correlación es significativa en el nivel 0,01. (Es bilateral).

Fuente: Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

e) Toma de decisiones

El nivel de significancia obtenido al realizarse la prueba de hipótesis con la herramienta mencionada es de 0,008 lo que resulta en un nivel acorde para aceptar la hipótesis ya que es menor al alfa que es de 0,05, lo que nos permite aceptar la hipótesis de investigación (H1) y rechazar la hipótesis nula (HO), es decir, **existe relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo;** por otro lado, de acuerdo con la tabla de valores el coeficiente de correlación es de 0,474 por lo que obtenemos una correlación positiva moderada, una correlación positiva moderada establece que es ciertamente existe una relación pero que es necesaria una mejora ya que es baja.

4.3.2 Hipótesis específica 1

a) Planteamiento de Hipótesis

Heo: Los productos y servicios turísticos del cantón Guano no tienen relación con el Tanatoturismo.

Hei: Los productos y servicios turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo

b) Margen de Error

Alfa: 0,05

c) Lectura p_valor

P_valor= 0,096

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 46: Prueba de Hipótesis Específica 1

		Correlaciones		
			Productos y Servicios	Tanatoturismo
Rho de Spearman	Productos y Servicios	Coeficiente de correlación	1,000	,309
		Sig. (bilateral)	.	,096
		N	30	30
	Tanatoturismo	Coeficiente de correlación	,309	1,000
		Sig. (bilateral)	,096	.
		N	30	30

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

e) Toma de decisiones

El nivel de significancia obtenido es de 0,096 cantidad mayor al margen de error considerado en 0,05 dando como resultado el rechazo de la hipótesis de investigación específica y aceptando la hipótesis nula (H_0) por lo tanto se concluye que: “Los productos y servicios turísticos del cantón Guano no tienen relación con el Tanatoturismo” por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,309, existiendo así una correlación positiva baja.

4.3.3 Hipótesis específica 2

a) Planteamiento de Hipótesis

H_0 : Los recursos turísticos del cantón Guano no tienen relación con el Tanatoturismo.

H_2 : Los recursos turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo.

b) Margen de Error

Alfa: 0,05

c) Lectura p_valor

P_valor= 0,000

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 47: Prueba de Hipótesis Específica 2

		Correlaciones		
			Recursos Turísticos	Tanatoturismo
Rho de Spearman	Recursos Turísticos	Coefficiente de correlación	1,000	,619**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Tanatoturismo	Coefficiente de correlación	,619**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01. (es bilateral).

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

e) Toma de decisiones

El nivel de significancia obtenido es de 0,000 cantidad menor al margen de error considerado en 0,05 dando como resultado la aprobación de la hipótesis específica de investigación (**He₂**) y rechazando la hipótesis nula (**He₀**) por lo tanto se concluye que: “Los recursos turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo”, por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,619, existiendo una correlación positiva moderada.

4.3.4 Hipótesis específica 3

a) Planteamiento de Hipótesis

He₀: El mercado turístico del cantón Guano no se relaciona con el Tanatoturismo.

He₃: El mercado turístico del cantón Guano se relaciona con el Tanatoturismo

b) Margen de Error

Alfa: 0,05

c) Lectura p_valor

P_valor= 0,015

d) Estadístico de prueba: Rho de Spearman

Tabla 48: Prueba de Hipótesis Específica 3

			Correlaciones	
			Mercado Turístico	Tanatoturismo
Rho de Spearman	Mercado Turístico	Coefficiente de correlación	1,000	,440*
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	30	30
	Tanatoturismo	Coefficiente de correlación	,440*	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 .(es bilateral).

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics, encuestas aplicadas.

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

e) Toma de decisiones

El nivel de significancia obtenido es de 0,015 cantidad menor al margen de error considerado en 0,05 dando como resultado la aprobación de la hipótesis específica de investigación (**H_{e3}**) y rechazando la hipótesis nula (**H_{e0}**) por lo tanto se concluye que: “El mercado turístico del cantón Guano se relaciona con el Tanatoturismo”, por otro lado, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,440, existiendo una correlación positiva moderada.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Con base en los resultados arrojados por la investigación se concluye que existe una relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo tomando como referencia estratos de la oferta turística considerados en la investigación tales como los productos y servicios, los recursos y el mercado turístico ámbitos que forman parte de los dimensionamientos de los que ciertamente hay que tener en cuenta todo lo que conlleva el patrimonio turístico y que por individualidad cada uno representa resultados diversos, pero en sintonía formaron una parte sólida para le direccionamiento de las herramientas y el desarrollo de la investigación en sí.

- Se concluyo en base a los resultados que los productos y servicios turísticos del cantón Guano no tienen relación con el Tanatoturismo (con un 0,096% de nivel de significancia), estableciendo que en la actualidad (entendiéndose como actualidad el espacio temporal en el que se llevó a cabo la investigación), no existen productos y servicios que tengan relación con la tipología un resultado que se expone a la interpretación del poco conocimiento que existe sobre la misma en el cantón lo que ciertamente expone un desarrollo turístico y un análisis de los mismos atractivos y servicios ajeno a nuevas tipologías, formas o modalidades de turismo.

- Por otro lado, se establece que los recursos turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo (con un 0,000 de nivel de significancia), esto, establece una pauta clave en el desarrollo de la investigación ya que muchos recursos turísticos del cantón Guano que no cuentan con infraestructura adecuada o que simplemente no se han reconocido como un potencial turístico en el cantón tienen relación con nuevas formas de turismo como la estudiada y que ciertamente son recursos potenciales en la dinamización de la zona.

- Finalmente, los resultados de la investigación establecen que el mercado turístico del cantón Guano se relaciona con el Tanatoturismo (con un 0,015 de nivel de significancia), esto establece diversas conclusiones inmersas ya que le mercado turístico abarca una gran parte de los principales indicadores del turismo, de acuerdo con esto, se concluye que existen factores como el mismo conjunto de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que tiene motivaciones por adquirirlos o también factores como elementos,

actividades, recursos que tienen una relación con el Tanatoturismo y que mediante los cuales se puede desarrollar esta forma de turismo como un recurso en el cantón Guano que ayudaría con la innovación de la zona.

5.2 Recomendaciones

- Para futuras investigaciones, se recomienda establecer directrices base de la forma de turismo a investigarse que permitan analizar los atractivos, servicios y recursos de forma estratégica señalando desde las características que esta da a sus recursos hasta las aciertos y pormenores que se presentan en la comercialización misma del Tanatoturismo, como este influye en la población local y en los mismos interesados.

- Es importante que las investigaciones sobre la innovación de la oferta turística de una zona sean constantes por ello se recomienda a los miembros del GAD Guano generar estrategias que promuevan la constante investigación y adaptación misma de los recursos que posee el cantón.

- El establecer e implementar elementos de promoción y comercialización y una promoción moderna estable es imperativa en el desarrollo de la imagen turística de un cantón y en la misma dinamización turística de la zona, por lo que se recomienda a las autoridades competentes en el tema establecer medios de promoción innovadores y modernos en los que sean parte nuevas modalidades y formas de Turismo como el analizado en la investigación.

- La población cumple un papel sumamente importante en el Turismo; es por ello, que se recomienda el estudio de la situación de los miembros locales que forman parte de la actividad desde diversos ámbitos, incentivos que generen que estos generen una constante innovación en sus actividades y que el servicio turístico sea de calidad.

- Finalmente es imprescindible la recomendación del análisis papers que den un panorama claro de la temática a investigarse, en el caso de esta investigación se recomienda ahondar en el libro denominado: “Dark Tourism and Pilgrimage”, este libro, un recurso clave para investigadores y estudiantes del patrimonio, el turismo y las peregrinaciones, también será de gran interés para quienes estudian antropología, estudios religiosos y temas relacionados con las ciencias sociales todo esto en relación al Tanatoturismo.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

1. Título de la propuesta:

Creación de un Sitio Web Interactivo como estrategia de promoción del Tanatoturismo y una forma de dinamización e innovación turística del cantón Guano provincia de Chimborazo.

2. Introducción

En la última década, el turismo oscuro ha emergido como una tendencia significativa en la industria turística, atrayendo a un público cada vez más curioso y ávido de explorar destinos que evocan lo macabro, lo misterioso y lo histórico. Dentro de este contexto, el cantón Guano en la provincia de Chimborazo se erige como un tesoro de oportunidades para desarrollar y promocionar el turismo oscuro, también conocido como Tanatoturismo. Esta forma de turismo, que se enfoca en los aspectos culturales y emocionales relacionados con la muerte y la historia, puede no solo brindar una nueva dimensión a la oferta turística local, sino también fomentar la preservación del patrimonio histórico y la revitalización económica de la región.

La presente propuesta de proyecto de investigación tiene como objetivo principal explorar la viabilidad y los beneficios de crear un sitio web dedicada a la promoción y desarrollo del Tanatoturismo en el cantón Guano. Este sitio también servirá como una herramienta de marketing innovadora para impulsar el turismo y su dinamización, también resaltar la riqueza cultural y patrimonial de Guano. A través de esta propuesta, se busca comprender la demanda potencial de este tipo de turismo, identificar los recursos y atractivos turísticos relevantes y que tienen relación con esta forma de turismo en el cantón Guano, y establecer una estrategia efectiva para promover la página web y atraer a una audiencia diversa y ávida de experiencias únicas.

El Tanatoturismo no se trata solo de explorar aspectos sombríos de la historia, la muerte y solamente de un aspecto superficial, sino que también tiene el poder de exponer la herencia cultural y de recordarnos la importancia de preservar nuestro legado histórico. Al inmiscuirse en esta forma de turismo, el cantón Guano puede abrirse a nuevas oportunidades para el desarrollo sostenible, la promoción del patrimonio y la creación de experiencias turísticas auténticas y memorables. A través de la creación de una página web que sea informativa, atractiva y efectiva en su promoción, este proyecto de investigación busca contribuir significativamente al crecimiento y la visibilidad

del turismo oscuro en el cantón Guano, enriqueciendo así la oferta turística de la región y reforzando su identidad cultural única.

3. Justificación:

El cantón Guano se encuentra establecido en el norte de la provincia de Chimborazo y en las cercanías de las laderas del monte Igualata, el cual fue llamado el guardián de las comunidades andinas por los pobladores antiguos, Guano se posiciona como uno de los destinos turísticos más frecuentados en Ecuador. Su reconocimiento se debe también a su destacada producción artesanal. Entre los atractivos turísticos más representativos del cantón se encuentra la muy conocida “Momia de Guano” que se trata conceptualmente de un hombre.

4. Resumen Ejecutivo:

La presente propuesta tiene como objetivo desarrollar un sitio web integral para promover el Turismo Oscuro o Tanatoturismo en el Cantón Guano, ubicado en la Provincia de Chimborazo, Ecuador. La página web servirá como plataforma informativa y atractiva para atraer a turistas interesados en explorar la historia, la cultura y los aspectos enigmáticos de la región. La propuesta de investigación se enfocará en el diseño, desarrollo y lanzamiento del sitio web, así como en estrategias de marketing digital para aumentar la visibilidad y el alcance.

5. Objetivos del Proyecto:

General

Desarrollar un sitio web que establezca una pauta del Tanatoturismo en el cantón Guano otorgando un medio de conocimiento sobre la temática a la población e interesados.

Específicos:

- Diseñar y desarrollar un sitio web interactivo que se establece importante para la promoción de nuevas tendencias como el Tanatoturismo.
- Crear contenido informativo y atractivo que resalte la historia, las leyendas y los lugares enigmáticos de la región.
- Fomentar el intercambio de experiencias y conocimientos relacionados con el Tanatoturismo en Guano.

6. Metodología y estrategias

Estrategia	Descripción
Investigación y Recopilación de Contenido	Realizar una exhaustiva investigación de los recursos y atractivos de turismo oscuro en el cantón Guano, incluyendo cementerios históricos, leyendas locales, monumentos funerarios y otros lugares de interés. Recopilar información detallada, fotografías, videos y testimonios de expertos locales para enriquecer el contenido de la página web.
Diseño de la Página Web	Página web atractiva, funcional y de fácil navegación. El diseño debe reflejar la temática del turismo oscuro, utilizando colores y elementos visuales que evocan la atmósfera adecuada. Asegurarse de que la página sea responsive y se adapte a diferentes dispositivos, garantizando una experiencia óptima para los usuarios.
Contenido	Organización del contenido en secciones claras y coherentes, como "Lugares Emblemáticos", "Leyendas y Mitos", "Experiencias Guiadas", "Eventos Especiales", etc. Cada sección debe tener descripciones detalladas, imágenes de alta calidad y, cuando sea posible, videos que capturen la esencia del lugar o la experiencia.
Itinerarios y Experiencias	Itinerarios recomendados para diferentes tipos de visitantes, como familias, estudiantes, aventureros, etc. Estos itinerarios deben incluir la visita a varios sitios de turismo oscuro, con información sobre horarios, tarifas y actividades relacionadas. Además, ofrecer experiencias temáticas, como visitas guiadas nocturnas o recorridos basados en leyendas locales.
Plataforma Interactiva	Funciones interactivas, como mapas interactivos que permitan a los usuarios explorar los diferentes lugares y marcar los sitios que desean visitar. Incluir opciones para que los usuarios compartan sus experiencias y reseñas, fomentando la interacción y el compromiso.
Promoción en Redes Sociales	Perfiles en las principales redes sociales y promocionar el contenido de la página web. Compartir imágenes, videos y artículos relacionados con el turismo oscuro en Guano. Utilizar hashtags relevantes y colaborar con influencers locales para ampliar el alcance.

Medición y Mejora Continua	Utilizar herramientas de análisis web para monitorear el tráfico, el comportamiento de los usuarios y la efectividad de las estrategias. Realizar ajustes según los resultados obtenidos y las retroalimentaciones de los usuarios para mejorar constantemente la página web y su impacto.
----------------------------	--

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

6.1 Investigación y recopilación de contenido

La clasificación de un atractivo o recurso turístico en una modalidad forma o tipo específico de turismo depende de una serie de parámetros y criterios que varían según el tipo de turismo y la región geográfica, al referirnos al Tanatoturismo los aspectos de clasificación no se encuentran tan abiertamente delimitados como los parámetros de por ejemplo, el turismo cultural o de aventura.

De acuerdo con Seaton, existen seis tipos posibles de actividad de Tanatoturismo: Presenciar representaciones públicas de la muerte, presenciar recreaciones de la muerte, viajar a lugares de muertes individuales o masivas, ver representaciones simbólicas de la muerte, viajar a monumentos o lugares de internamiento, viajar a sitios que se envuelven en leyendas e historias de carácter misterioso o fantasmal (Benedetto, 2018).

De acuerdo con Benedetto, a la vez los mismos turistas del Tanatoturismo pueden clasificarse en torno a sus motivaciones, turistas oscuros, turistas de muerte, turistas relacionados a lo arqueológico, turistas de cementerios, turistas “cazas fantasmas”.

El exponer atractivos como representaciones de una modalidad, tipología o forma de turismo es ciertamente algo mucho más profundo que la percepción; es por ello, que es necesaria una investigación exhaustiva y la toma de diversas características que presentan autores a los atractivos ya considerados en esta.

Tabla 49: Propuesta recopilación de información

ATRACTIVO O RECURSO	FOTOGRAFIA	DESCRIPCIÓN
Momia de Guano "Fray Lázaro de Santofimia"		La momia de Guano es un atractivo turístico bien establecido del cantón Guano, esta se encuentra exhibida en el museo del cantón. Su misma historia detalla curiosidad ya que expone valores tanto históricos como representativos en torno a las formas de entierro en el pasado.
Cueva del Rey Pepino		Se cree que la Cueva posee un aura mágica y enigmática. Se presume que civilizaciones del pasado, como los Incas, empleaban la cueva del Rey Pepino como un medio para viajar misteriosamente hacia la ciudad de Quito.
Hueco del Onducto		Ubicado en la comunidad "La Delicia" en la parroquia La Providencia.
Loma de Cato		"El Cato" es considerado de atmósfera sombría. Durante la época colonial, esta área albergaba una ciudad habitada por individuos de gran riqueza. Sin embargo, debido a un terremoto, la ciudad quedó sepultada, transformándose en un lugar embrujado con vegetación para la cría de animales.

Fuente: GAD Municipal de Guano, 2022
Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Tabla 50: Propuesta recopilación de información

LEYENDA	BASE DE LA LEYENDA
“Ritual para hacer caer una Bruja”	<p>El señor Rosendo Guerrero Parra relató a sus amigos y conocidos que una mañana temprano, a las tres de la madrugada, se dirigió al camino conocido como "los lobos" en la comunidad de Cruz de Mayo para revisar a su ganado. En ese momento, observó luces de colores y, de inmediato, asoció este fenómeno con la presencia de una bruja, ya que le habían contado que en esa zona solían avistarse. Decidió verificar si esto era cierto y comenzó a recitar la oración tradicional que se dice hace que las brujas caigan al suelo, colocándose sobre el machete en forma de cruz. Sorprendentemente, la figura cayó.</p> <p>La mañana siguiente que, mientras se dirigía a ver a sus animales, encontró a la bruja que había caído en la quebrada cerca de la misma área.</p>
“Duende de San Gerardo”	<p>En el poblado de San Gerardo, un sujeto de nombre Juan, laboraba en un lugar apartado del bosque, se establece que cierto día un hombre empezó a pedirle cigarrillos, siendo este un duende. En San Gerardo puede visitarse la zona boscosa donde el ente hizo su supuesta aparición.</p>
El Hueco del Onducto	<p>Dentro de "La Providencia", un día comenzaron a oírse ruidos estruendosos. Un hombre se presentó para investigar su origen, pero no regresó. Alarmados por su ausencia, otros habitantes se unieron para buscarlo y lo hallaron inconsciente. Al recobrar el conocimiento, relató haber</p>

presenciado una escena en una cueva: miles de duendes estaban bajo el mando de un individuo alto y robusto, quien al impartir órdenes emitía llamaradas de fuego. Se especula que estos seres estaban esculpiendo rocas que luego serían utilizadas en la construcción de la iglesia de San Francisco en Quito, en concordancia con la leyenda de Cantuña, que involucra pactos con el diablo.

Loma de Cato

Hace algunos años atrás llevados por la ambición y la codicia al escuchar una leyenda sobre un tesoro escondido en la loma un grupo de hombres, ellos cavaron muchos agujeros y de repente una tormenta empezó, rayos caían sobre los agujeros al querer huir uno de ellos se quedó a recoger monedas que encontró, pero fue aplastado por los dos extremos de tierra que se unieron cerrando los agujeros.

Fuente: GAD Municipal de Guano, 2022

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

6.2 Diseño de la Página Web

6.2.1 Elección del nombre comercial

“Dark Guano”

El nombre "Dark Guano" para una página web sobre Tanatoturismo en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, se eligió ya que en su nombre tiene una caracterización simbólica que combina elementos relacionados con la temática del sitio y la ubicación geográfica en la que se centra.

Darkness (Oscuridad): La oscuridad puede evocar una sensación de misterio y profundidad, lo cual es relevante para el tema del Tanatoturismo, que se enfoca en explorar y comprender la muerte y las tradiciones funerarias desde un enfoque cultural y sociológico. Además, el concepto de oscuridad también puede representar lo desconocido y lo inexplorado, lo que se alinea con la idea de explorar aspectos menos conocidos de la muerte y el luto.

Guano: El cantón Guano es la ubicación geográfica a la que se refiere el sitio web. El uso de "Guano" en el nombre asegura que la conexión con el lugar sea clara y directa. Además, "Guano" también puede tener un significado simbólico en este contexto.

Dark Guano (Oscuridad en Guano): Al combinar "Darkness" con "Guano", el nombre puede transmitir la idea de explorar las profundidades de la temática del Turismo Oscuro específicamente en el contexto de Guano. Esto sugiere un enfoque en las prácticas y creencias relacionadas con la muerte en esa área geográfica en particular.

6.2.2 Diseño de los indicadores visuales de marca

Gráfico 33: Propuesta: Indicadores Visuales de Marca



Fuente: IA Bing Creator

Elaborado por: Karla Zamora

Banner Principal

Indica un fondo de cielo negro para hacer alusión al Turismo Oscuro y montañas y árboles que representan a Guano y al Turismo en general. El nombre del sitio web está incluido con letras curvas unido al logo

Logo

Conformado por un fondo negro con una representación gráfica de montañas que representan al turismo, una luna para evocar lo misterioso y matices tétricos. El mismo logo se utilizó en el banner principal en color blanco.

Slogan

"Conoce Guano desde lo misterioso" evoca una invitación a visitar el cantón estableciendo un sentido del Tanatoturismo que es el misterio.

6.2.3 Mapa del sitio

Tabla 51: Propuesta, mapa del sitio web

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CONTENIDO
Página de Inicio	Es una de las partes más importantes del diseño, ya que es la primera impresión de los usuarios. La página de inicio de acuerdo con varios patrones de marketing debe tener sinergia con la temática que evoca la página web, así como con las demás creaciones de esta.	En la parte superior de la página de inicio, se desarrolla el encabezado que contiene el logotipo y nombre del sitio web. También incluye elementos como el menú de navegación principal, enlaces a páginas clave, botones y opciones de inicio de sesión. Elementos gráficos son necesarios, terminología y conexiones hacia diferentes páginas.
Atractivos y Recursos	La página de atractivos y recursos establece una importancia en cuanto a difundir la idea de la página web se trata.	En este apartado se encuentran delimitados atractivos y recursos turísticos que tienen sinergia con la temática de la página web, con un enlace a diferentes páginas en su mayoría a la del GAD Guano que entregarán más información a los usuarios.
Blog	Espacio dinámico y actualizado para compartir contenido relevante, valioso e informativo con la audiencia. Sirve como plataforma para interactuar con los usuarios a través de comentarios y redes sociales, mejorar el SEO al generar contenido fresco y atractivo,	En el blog se encuentran diferentes entradas entre ellas se planea una muy importante llamada "Leyendas" la cual como su nombre lo indica contendrá leyendas que igual tienen sinergia con la temática central que es el Turismo Oscuro.
Recorridos y Actividades	Esta página establece un apartado que muestra diversos recorridos y	SUBPAGINA 1: Recorrido Cueva del Rey Pepino


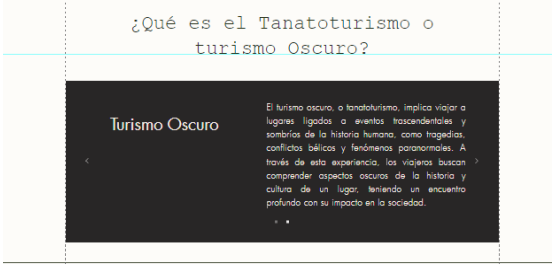
Testimonios	<p>actividades que se recomiendan realizar en torno a los atractivos que se adaptan a la tipología de Turismo Oscuro que se pueden encontrar en el cantón Guano.</p>	<p>SUBPAGINA 2: Visita Cementerio Inca Alacao</p>
	<p>El apartado testimonios permite a los usuarios leer sobre opiniones, historias de personas sobre la temática de la página web.</p>	<p>Se establece la exhibición de varios testimonios, así como un apartado que permite a los usuarios dejar comentarios o sus propias opiniones sobre el tema, también se pretende incluir testimonios y material visual gráfico.</p>

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

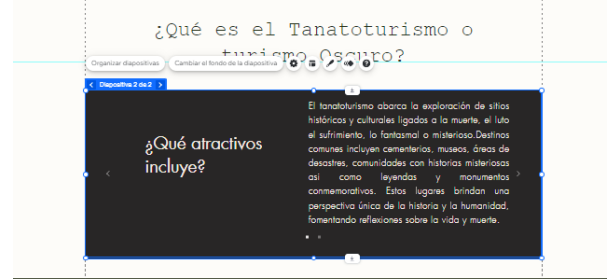
6.3 Contenido

6.3.1 Página de Inicio

Tabla 52: Propuesta: Página de Inicio

Elemento	Descripción	Fotografía
Banner Principal	El banner principal se encuentra ubicado después del título “Tanatoturismo Guano”, este como se mencionó tiene en letras grandes el nombre del sitio web DarkGuano	
Funcionalidad de la página web	Por consiguiente, se encuentra una caja con su respectivo elemento visual, esta muestra información sobre el propósito y funcionalidad de la página web	
Conceptualización de la temática	Se utilizaron cajas interactivas para distribuir la información estas tienen la funcionalidad de diapositivas y se adaptaron dos, la primera conceptualiza al turismo oscuro	

La segunda diapositiva conceptualiza atractivos que se incluyen en el Tanatoturismo



Fuente: Plataforma Wix, elaboración de la propuesta
Elaborado por: Karla Zamora

Galería de fotografías IA

Se realizó una galería de fotografías mediante el uso de un programa de inteligencia Artificial, el nombre de este es "Craiyon" y cumple la función de desarrollar imágenes, dibujos, pinturas o ilustraciones mediante palabras que el usuario proporciona en su apartado de búsqueda. En este caso se utilizaron las palabras: "Tanatoturismo", "Turismo Oscuro", "Pueblos" y "Cementerios"

Gráfico 35: Craiyon

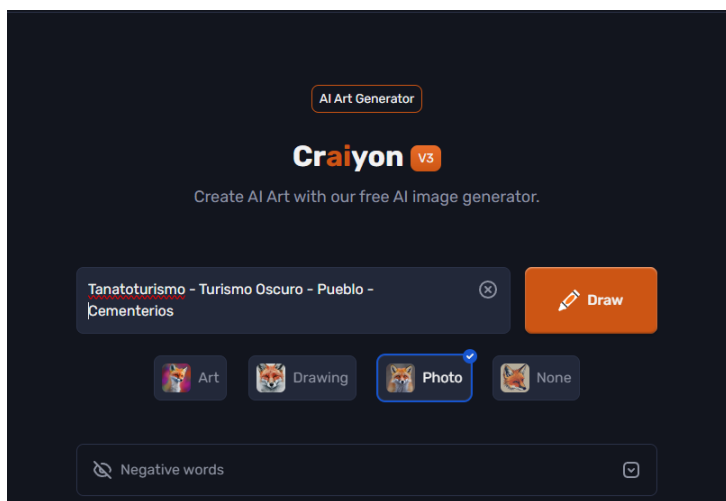
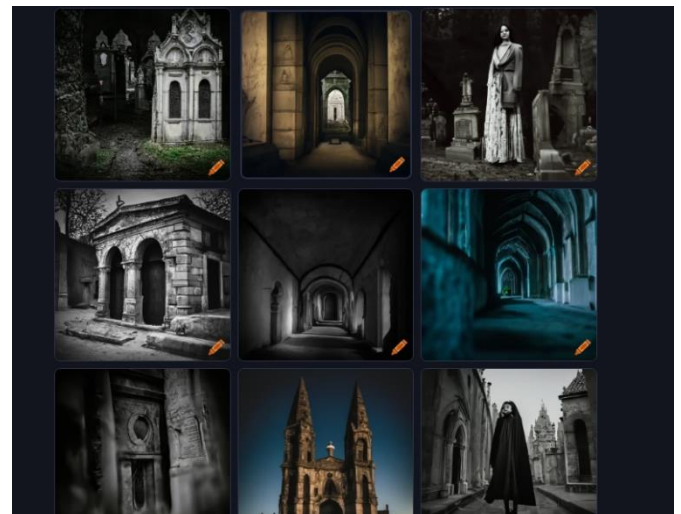


Gráfico 34: Galería Inteligencia Artificial



6.3.2 Página “Atractivos y Recursos”

Tabla 53: Página Atractivos y Recursos

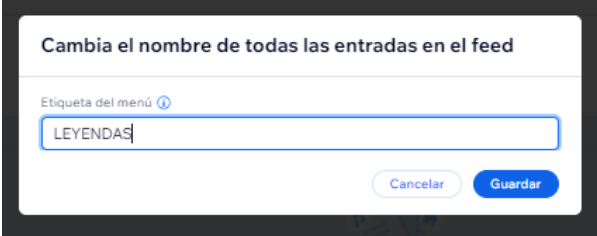
Elemento	Descripción	Fotografía
Sección Principal	El diseño de la página “atractivos y Recursos” se establece con una sección principal que indica un fondo oscuro con un recuadro que brinda información sobre la página.	
Cuadros Atractivos y recursos	Los atractivos y recursos se dispondrán en una de las herramientas de la plataforma WIX denominada caja, los mismos se reparten de forma paralela.	
	Vista de atractivos distribuidos	
Botones	Los botones que conducirán a diferentes páginas web como GoRaymi, y el portal web turístico del cantón Guano, que presentan más información sobre cada atractivo.	

Fuente: Plataforma Wix, elaboración de la propuesta
Elaborado por: Karla Zamora

6.3.3 Página “Blog de Leyendas”

El blog en el sitio web permitirá a los autores publicar y compartir contenido de manera regular en forma de artículos, posts o entradas, en este caso entradas, que de acuerdo con la temática de la página web se planea sean únicamente de cuentos y leyendas de diversas zonas del cantón Guano, mediante la sección “Blog” de wix.


Tabla 54: Propuesta página Blog de Leyendas

Elemento	Descripción	Fotografía
Configuración “categoría”	La configuración del blog está dada mediante entradas estas se agruparán en una categoría denominada “Leyendas”	

Fuente: Plataforma Wix, elaboración de la propuesta
Elaborado por: Karla Zamora

Distribución de leyendas (Entradas)

Tabla 55: Entradas del Blog

Nombre	Distribución	Elemento gráfico
Entrada 1: Descubriendo los Secretos de la Cueva del Rey Pepino: Un Portal a lo Desconocido	Después del título se muestra una fotografía en alusión a la zona o a la leyenda, esta cuenta con separadores para hacer el contenido mucho más atractivo.	

Misterios y Encuentros Nocturnos: Ritual para hacer caer una Bruja

Después del título se muestra una fotografía en alusión a la zona o a la leyenda, esta cuenta con separadores para hacer el contenido mucho más atractivo.



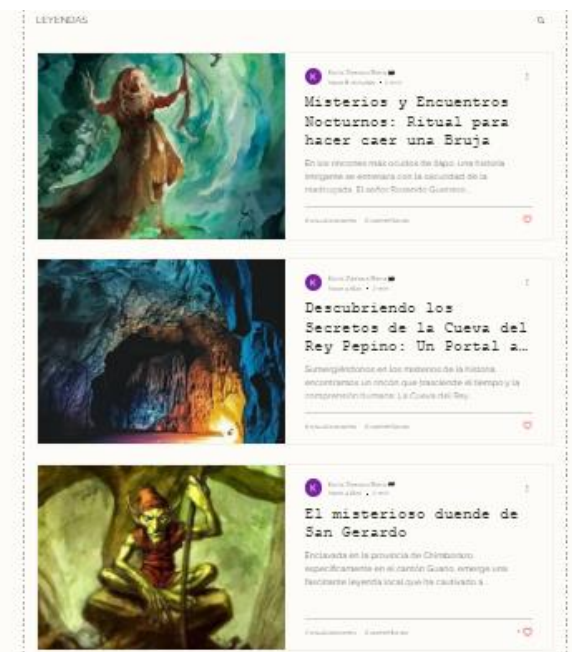
El misterioso duende de San Gerardo

Después del título se muestra una fotografía en alusión a la zona o a la leyenda, esta cuenta con separadores para hacer el contenido mucho más atractivo.



Fuente: GAD Guano
Elaborado por: Karla Zamora

Gráfico 36: Propuesta: Distribución Entradas Blog



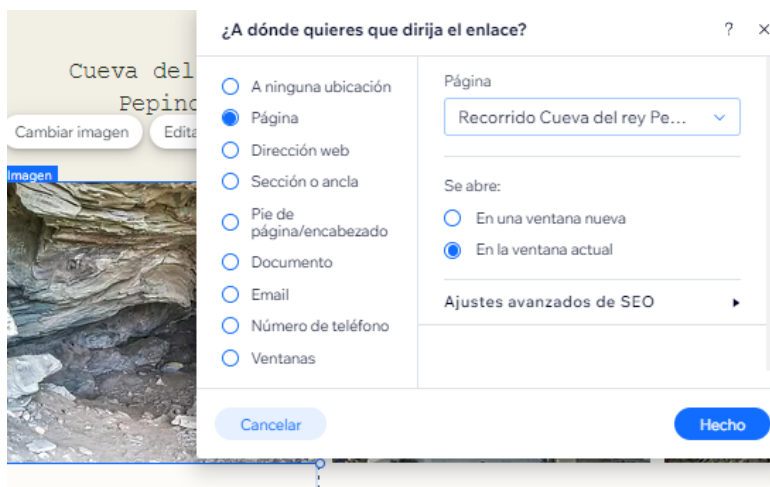
6.4 Itinerarios y Experiencias

6.4.1 Página “Recorridos y actividades”

La página “recorridos y actividades” del sitio web expone varios atractivos y recursos y la información necesaria para realizar visitas a los mismos, se exponen consejos, información del sitio y otro tipo de información,

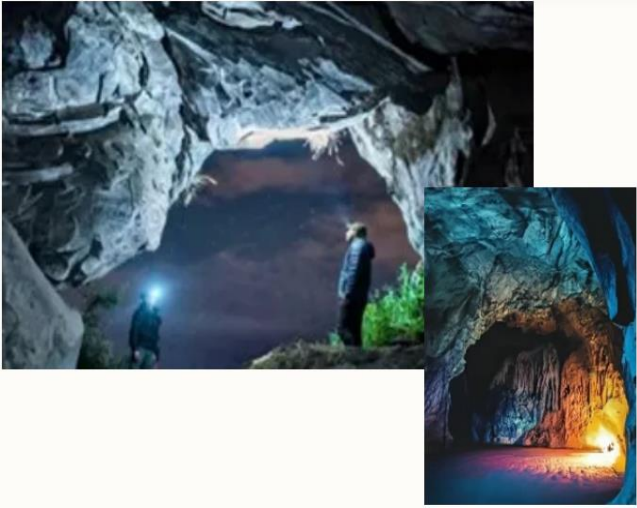
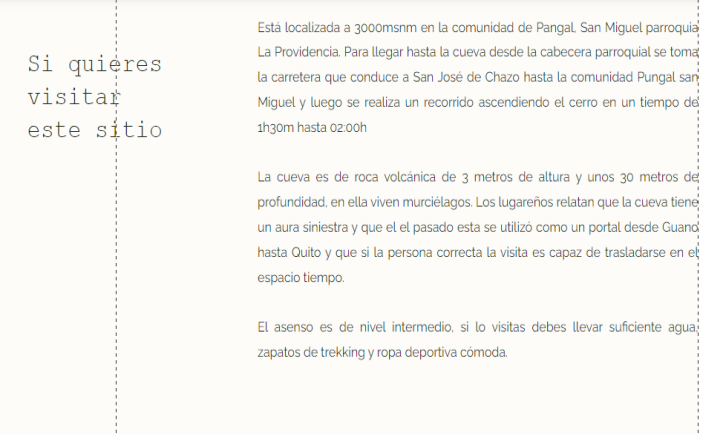
La configuración de los botones viene dada en cada fotografía, estas fotografías conducen a la información de interés si se desea realizar un recorrido por los diferentes atractivos o recursos que han sido colocados en subpáginas pertenecientes a la presente página.

Gráfico 37: Propuesta: Página recorridos y actividades



6.4.2 Subpágina 1: Recorrido Cueva del Rey Pepino

Tabla 56: Propuesta: Subpágina 1

Elemento	Descripción	Imagen
Portada de la página	La página se establece como primer elemento con el nombre: “Recorrido Cueva del Rey Pepino” después un elemento visual con dos fotografías unidas que representan el tema	
Información	Establecida en cajas de información en una sección diferente. El título a la izquierda y la información a la derecha.	

Fuente: WIX

Elaborado por: Karla Zamora

Información utilizada

Se encuentra situada a una altitud de 3000 metros sobre el nivel del mar, en la comunidad de Pangal, dentro de la parroquia La Providencia en San Miguel. Para llegar a esta cueva desde el núcleo central de la parroquia, es necesario seguir la carretera que lleva a San José de Chazo hasta llegar a la comunidad de Pangal en San Miguel. A partir de ahí, se emprende un trayecto

ascendente por la ladera del cerro, con una duración aproximada de entre 1 hora y 30 minutos a 2 horas.

La cueva, formada por roca volcánica, presenta una altura de 3 metros y una profundidad de unos 30 metros, sirviendo de hogar a una población de murciélagos. Según cuentan los habitantes locales, la cueva emana una sensación siniestra y, en épocas pasadas, se le atribuía la función de ser un portal que conectaba Guano con Quito. Se sostiene que, en caso de que la persona indicada la visite, podría experimentar viajes en el tiempo y el espacio (GAD MUNICIPAL GUANO, 2022).

La ruta para ascender hasta la cueva posee un nivel de dificultad intermedio. Si decides explorar este lugar, es fundamental llevar suficiente agua, además de calzado de trekking y ropa deportiva cómoda para asegurar una experiencia más placentera y segura

6.4.3 Subpágina 2: Cementerio Inca Alacao

Tabla 57: Propuesta: Subpágina 2

Elemento	Descripción	Imagen
<p>Portada de la página</p>	<p>La página se establece como primer elemento con el nombre: “Cementerio Inca Alacao” después un elemento visual con dos fotografías unidas que representan el tema</p>	 
<p>Información</p>	<p>Establecida en cajas de información en una sección diferente. El título a la izquierda y la información a la derecha.</p>	<p>Datos</p> <p>Fue un asentamiento de la cultura Inca y zona de cultos ancestrales, se pueden observar montículos de material volcánico como producto de excavaciones ilegales en busca de materiales valiosos. Existen huecos profundos de hasta 6 metros.</p> <p>Uno de los bienes que se conoce por el saqueo de cerca de 120 tumbas ricas en ajuares cerámicos, orfebres y de concha spondylus es Alacao. El cual, entre la década de 1995 al 2005 fue saqueado por los huaqueros (Saqueadores) en una forma incontrolable e inmensurable</p>

Fuente: Wix

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Información utilizada:

Fue en el pasado un asentamiento perteneciente a la cultura Inca y una región donde se realizaban prácticas religiosas ancestrales. En la zona, es posible identificar montículos compuestos por material volcánico que resultan de excavaciones no autorizadas, llevadas a cabo con el propósito de obtener elementos valiosos. Se pueden observar incluso cavidades profundas que alcanzan hasta 6 metros de profundidad.

Uno de los sitios particularmente afectados por el saqueo es Alacao. Allí, aproximadamente 120 tumbas que albergaban objetos cerámicos, piezas de orfebrería y conchas spondylus, han sido saqueadas. Entre los años 1995 y 2005, este lugar sufrió un saqueo incontrolable e incalculable

por parte de huaqueros (saqueadores), dejando una marca irreversible en el patrimonio arqueológico (GAD GUANO, 2020).

6.5 Plataforma Interactiva: Página Testimonios y Opiniones

La página “Testimonios y Opiniones” está establecida en su totalidad con base en la investigación de campo desarrollada para la investigación; esta expone diferentes opiniones y testimonios recolectados en cuanto a la temática, las variables y los indicadores del proyecto, a continuación, se detalla cada uno exponiendo la información recolectada y que consta en la página.

Nombre de las personas involucradas:

- Medardo Pancho – Artesano, comerciante y poblador local.
- Alfonso Allauca – Artesano, comerciante y poblador local.
- Fabricio Montero – Servidor público.

Se expone las fotografías de los involucrados, bajo su testimonio su nombre y cargo desarrollando un apartado de información que al ingresar a la página se expone a simple vista.



"Los comerciantes necesitamos que vengan mas turistas y las personas necesitan que hayan actividades innovadores, aqui hay muchas cosas relacionadas al turismo oscuro y de muerte"

Medardo Pancho
Comerciante, artesano y
poblador local



"El Turismo del cantón necesita cosas nuevas, el Turismo de cementerios es muy bueno porque en Guano existen recursos para que funcione"

Alfonso Allauca
Artesano



"Nuevas formas de Turismo nos ayudarian mucho como cantón" este turismo sería bienvenido los turistas necesitan innovación"

Fabricio Montero
Servidor Público

A la vez, se expone un video de uno de los testimonios que detalla de una forma mucho más interactiva el objetivo de la página, este video contiene una parte de la entrevista realizada al señor Alfonso Allauca.

Dale un vistazo a lo que nos tiene que decir Alfonso Allauca un respetado artesano del cantón



6.6 Promoción, SEO y Redes Sociales

La promoción en redes sociales es sumamente importante para aumentar la visibilidad de una página web, generar tráfico, interactuar con la audiencia, promocionar productos o servicios, establecer un posicionamiento en la industria, zona, temporalidad objetivo y medir el impacto del marketing en línea. Es una parte integral de la estrategia de marketing digital en la actualidad.

Por otro lado, el SEO (Search Engine Optimization, por sus siglas en inglés) tiene como uno de sus objetivo primordiales el de mejorar la clasificación de un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda, como Google. En una simplificación, cuando un sitio web aparece en los primeros lugares de los resultados, es más probable que los usuarios lo encuentren y visiten.

El SEO bien desarrollado y configurado puede generar tráfico de manera orgánica, es decir, sin pagar por publicidad. Esto puede resultar en un flujo constante de visitantes interesados en el contenido que expone el sitio web Dark Guano.

6.6.1 SEO

El SEO en la plataforma utilizada para la realización del sitio web, Wix, funciona siguiendo una serie de principios y herramientas específicas. Wix, como una de las principales plataformas para la creación de sitios web tiene simples opciones de SEO para optimizar la accesibilidad.

Paso 1

Elemento	Descripción	Imagen
Inicio Proceso SEO	<p>El proceso de configuración de SEO se establece en la respuesta de preguntas sobre el objetivo y la funcionalidad del sitio web.</p> <hr/> <p>Preg1: ¿Cuál es el nombre de este negocio o Marca?</p> <hr/> <p>Preg2: ¿En dónde el negocio presta servicios a sus clientes?</p> <hr/> <p>Preg3: ¿Qué palabras clave quieres usar en la lista de verificación de este sitio?</p>	
Título	<p>El título que se elegirá aparecerá en los diversos motores de búsqueda y será la base visual principal con la que los consumidores se encontrarán.</p>	
Descripción	<p>Esto expone palabras clave, palabras relacionadas al tema del sitio web que ayudan a los usuarios a encontrar en sitio en su búsqueda.</p>	<p>“Dark Guano es una página que expone información sobre atractivos que se adaptan a la forma de Turismo "Tanatoturismo" o "Turismo Oscuro" te cuenta información y te presenta fotografías, itinerarios, leyendas y mucho más”.</p>

Fuente: Elaboración de la propuesta, plataforma WIX
Elaborado por: Karla Zamora

Paso 2: Optimización de las páginas del sitio para los motores de búsqueda

Configuración de las páginas En este apartado se configura la descripción de las diversas páginas y como estas se verán en los diversos buscadores.

Google preview:

Cementerio Inca de Alacao | Dark Guano

El cementerio Inca de Alacao es uno de los recursos que se adapta al Tanatoturismo, este fue una zona de asentamientos Incas y de ritos y cultos ancestrales aquí se pueden observar estragos de la actividad ilegal y de robos y saqueos.

Agregar texto alternativo a las imágenes El texto alternativo es importante para que el sitio sea completamente accesible. Esto ayuda a optimizar las imágenes de este, y permite que los motores de búsqueda lean y comprendan su contenido.

Cuéntale a Google qué hay...

Medio Visual DarkGuano

Fuente: Elaboración de la propuesta, plataforma WIX
Elaborado por: Karla Zamora, 2023

6.7 Conclusiones de la propuesta

En conjunto, los objetivos del proyecto se presentan para la generación de desarrollo del turismo en Guano. Al establecer un inicio virtual en el turismo oscuro a través de "DarkGuano" en el cantón, se ha creado una herramienta que no solo preserva la herencia cultural y las tradiciones de la región, sino que también expone una innovación en las herramientas de Turismo de la zona y se expone a un objetivo mucho más digitalizado. La plataforma no solo invita a la exploración de los misterios del pasado, sino que también traza un camino hacia un futuro turístico más diverso y enriquecedor.

- Mediante un enfoque específico en el diseño y desarrollo de una página web interactiva y atractiva, el proyecto ha logrado establecer un punto base de encuentro virtual para los entusiastas del turismo oscuro. La experiencia de usuario intuitiva y visualmente atractiva de "DarkGuano" no solo capta la atención de los visitantes, sino que también los invita a explorar más a fondo los misterios y encantos de la región.
- La creación de contenido informativo y atractivo ha permitido resaltar la rica historia, leyendas y lugares enigmáticos del cantón Guano. A través de "DarkGuano", se han dado vida a narrativas que antes estaban en peligro de perderse en el olvido. Esta plataforma no solo educa a la población local sobre su patrimonio cultural, sino que también cautiva a visitantes en busca de experiencias auténticas y enriquecedoras.
- El proyecto, que establece un objetivo de fomentar el intercambio de experiencias y conocimientos relacionados con el turismo oscuro en Guano reúne los parámetros para generar dicho activo. "DarkGuano" se centra en comunidad virtual que reúne a personas con intereses similares, creando un espacio propicio para el diálogo y el aprendizaje continuo. Esto ciertamente pretende establecer una conexión entre la oferta, los visitantes y los amantes de la exploración.

Enlace del producto final digital: <https://knzr22.wixsite.com/dark-guano>

Bibliografía

- Abarca, M. A. (2017). *Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico*.
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2224/1/Sistema%20Tur%C3%ADstico.pdf>
- Aguirre, C., Noboa, P., Andino, E., & Maldonado, P. (2022). *PROSPECCIÓN ARQUEOLÓGICA DEL PAISAJE PREHISPÁNICO DE LA MICROCUENCA DEL RÍO GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO*. Universidad Politecnica de Chimborazo y Universidad Nacional de Chimborazo.
- Amórtegui, E., & Forero, J. (2021). Sistemas de potencialidad del Bronx de Bogotá como un atractivo de turismo oscuro. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 44, 339-353.
- Añi, G. (2017). *TRADICIONES CULTURALES PARA PROMOVER EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN VINCES, PROVINCIA DE LOS RÍOS* [Licenciatura, Universidad Técnica de Babahoyo]. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/4247/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000043.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barrera, R. (2012). El concepto de la Cultura: Definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria*, 343, 1-24.
- Batthyány, K., & Cabrera, M. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*.
https://www.researchgate.net/publication/354099679_Metodologia_de_la_investigacion_en_Ciencias_Sociales_Apuntes_para_un_curso_inicial
- Bembibre., C. (2013). Definición de Ceremonia. *Definiciones*.
<https://www.definicionabc.com/general/ceremonia.php>

- Benedetto, M. (2018). *What is dark tourism?* [Literature Review].
https://www.researchgate.net/publication/339738891_What_is_dark_tourism
- Bohórquez, M. (2017). *TURISMO OSCURO: DEFINICIÓN, DELIMITACIÓN Y AGENTES. EL CASO DE SEVILLA* [Grado en Turismo, Universidad de Sevilla].
https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/68061/TURISMO%20OSCURO_Carmen%20Bohorquez%20Torres.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CEUPE MAGAZINE. (2022a). *Mercado turístico: Funciones y características*. Turismo.
<https://www.ceupe.com/blog/el-mercado-turistico-funciones-y-caracteristicas.html#:~:text=El%20mercado%20tur%20C3%ADstico%20es%20el,individuales%20o%20bienes%20para%20turistas>.
- CEUPE MAGAZINE. (2022b). ¿Qué es la oferta turística? *Turismo*. <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-oferta-turistica.html>
- Creswell, J., & Plano, V. (2018). *Diseño de investigación: Enfoques y métodos*. Sage Publications.
- Díaz, A., Cabrera, D., & Rodríguez, C. (2012). Comunidad y desarrollo comunitario. *EFD*, 17(122).
<https://efdeportes.com/efd172/comunidad-y-desarrollo-comunitario.htm#:~:text=La%20comunidad%20es%20un%20organismo,e%20influyendo%20respecto%20a%20las>
- Domareski, T., & Chim, A. (2019). *Competitividad e innovación: Teoría versus Práctica en la medida de competitividad turística*. 36, 134-156.
- Editorial Etecé. (2023). *Manifestaciones culturales*. Concepto. <https://concepto.de/manifestaciones-culturales/>
- Espericueta, J. (2022). “Élie Metchnikoff, ¿el primer transhumanista moderno?” [Universidad de Granada]. <https://doi.org/10.3989/asclepio.2022.17>

- Espinosa, X. (2018). *Antropología Social* [Plataforma educativa]. Quizlet. <https://quizlet.com/mx/345984880/antropologia-social-flash-cards/?funnelUUID=61525f5d-6007-453c-b50c-3c058cccc7bf>
- Espinosa, X. (2021). *Estudios Sociales Antropología Social* [Plataforma educativa]. Quizlet. <https://quizlet.com/mx/345984880/antropologia-social-flash-cards/?funnelUUID=61525f5d-6007-453c-b50c-3c058cccc7bf>
- Falicov, E., & Lifszyc, S. (2002). *Distintas definiciones de Sociedad*. https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1208893576750_474220728_4121/sociedad-definiciones.pdf
- Fingermann, H. (2010). *Concepto de misterio*. Deconceptos.com. <https://deconceptos.com/general/misterio>
- GAD GUANO. (2020). Guano, mas que Conocer. *Calameo*, 45-46.
- GAD MUNICIPAL GUANO. (2022). *Visita Guano*. Guano Turismo. <https://visitaguano.com/>
- García, G. (2019). *Todo sobre los proveedores: Qué son exactamente y qué tipos hay*. Hablemos de Empresas. <https://hablemosdeempresas.com/empresa/que-son-los-proveedores/>
- Georgiev, I. (2020). *Análisis del Turismo Oscuro y sus Motivaciones* [TRABAJO PREPARACIÓN DEL TFG, ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA]. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/152942/Georgiev%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20los%20tipos%20de%20turismo%20oscuro%20y%20sus%20motivaciones.pdf>
- Gómez García, M. S., & Sequeira Narváez, M. de L. (2015). *Estudio del Comportamiento del Consumidor* [Licenciatura en mercadotecnia, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. <https://repositorio.unan.edu.ni/3924/1/3084.pdf>

- Gomez, L. (2022, junio). Definición de Acontecimiento. *Definición ABC*.
<https://www.definicionabc.com/historia/acontecimiento.php#cerrar>
- Gonzales Blanco, A. (1976). *El hermetismo*. [Ensayo Bibliográfico].
- Gunn, C. (1994). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). Taylor & Francis.
<https://www.routledge.com/Tourism-Planning-Basics-Concepts-Cases/Var-Gunn/p/book/9780415932691>
- Guzman, A., Mayo, A., Ávila, C., & García, V. (2012). *La percepción de los turistas hacia la oferta hotelera, restaurantera y de transporte turístico en Tabasco Mexico* [Universidad Juárez Autónoma de Tabasco].
https://www.aecit.org/uploads/public/congresos/17/AECIT2012_CAP3.pdf
- Hernandez, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *SciELO*.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002#:~:text=Muestreo%20por%20conveniencia%3A%20La%20muestra,que%20establecen%20criterios%20a%20seguir.
- Hernández, V. (2014). Capítulo 9 Diseño de estudios transversales. En *Metodología de la Investigación*.
- Hernández-Martín, R. (2006). *Los mercados turísticos*.
- Korstanje, M. (2014). Reseña. Writing the Dark Side of travel. *PASOS*, 923-925.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.067>
- Koutoulas, D. (2015). *Understanding the Tourism Product*.
https://www.researchgate.net/publication/280317594_Understanding_the_Tourism_Product
- Latorre Medina, M. J., & Blanco Encomienda, F. J. (2022). *Algunos conceptos clave en torno a las creencias de los docentes en formación*. <https://shs.hal.science/halshs->

03628741/document#:~:text=Por%20otra%20parte%2C%20si%20recurrimos,cosa%20por%20v
eros%C3%ADmil%20o%20probable%E2%80%9D.

LC Magazine. (2019). ¿Qué es la historia? *LC Historia*.

León, A., & Macias, K. (2020). *Análisis de la oferta gastronómica tradicional de los cantones Salitre y Samborondón, para el diseño de una ruta turística* [Universidad de Guayaquil].
<https://1library.co/document/zlgrwwly-analisis-gastronomica-tradicional-cantones-salitre-samborondon-diseno-turistica.html>

Lloyd, G. (2010). *El turismo en comunidades originarias del Chaco Salteño. Caso de estudio de la comunidad Wichi de la Misión Chaqueña* [Universidad de Palermo].
https://www.palermo.edu/dyc/pgraduacion/archivos_bajada/mejores_pg/2009-2/GanadoresCarrera/MPG20092-HT-LloydGuadalupe.pdf

Manjarrez Fuentes, N., Boza Valle, J., & Mendoza Vargas, Y. (2020). La motivación en el desempeño laboral de los empleados en los hoteles del cantón Quevedo, Ecuador. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 11(12). <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-359.pdf>

Moreira, M. E. (2003). *¿Qué es la Sociedad?* Editorial del Cardo.
<https://biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf>

Muñoz de Escalona, F. (2014). La Epistemología y el Turismo. *Redalyc*, 15, 187-203.

Naranjo, M. R. & Martínez María. (2022). LA OFERTA TURÍSTICA: PRECISIONES TEÓRICAS PARA SU ANÁLISIS. *ENCUENTROS*, 16, 406-422. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>

Orrego, J. (2015). *Los Bienes. La propiedad y otros derechos reales*. Editorial Jurídica de Chile.
<http://www.josemiguelcaros.cl/v2/wp-content/uploads/2015/05/Los-Bienes.pdf>

Ossipow, P. (1951, junio). Contribution a la notion de tourisme. *Revue de Tourisme*, 71-73.

- Pérez, J., & Gardey, A. (2022). *Misterio—Qué es, definición, en la religión y origen*. Definición.de.
<https://definicion.de/misterio/>
- Pinassi, A. (2017). Geografía, espacio y turismo. *Revista Universitaria de Geografía*, 26(2), 189-191.
- Pinassi, A., & Ercolani, P. (2017). TURISMO Y ESPACIO TURÍSTICO: UN ANÁLISIS TEÓRICO CONCEPTUAL DESDE LA CIENCIA GEOGRÁFICA. *Anais Bras. de Est.*, 7(1), 42-61.
- Puccio, H., & Grana, N. (2008). La innovación como requisito para la competitividad turística. Una metodología para su gestión y análisis. *Dialnet, Gestión Turística*(10), 59-76.
- Rodríguez, M. V. (2012). La Actividad Turística y El Producto Turístico. En *EUMED*.
https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/la_actividad_turistica_y_producto_turistico.html#:~:text=La%20actividad%20tur%C3%ADstica%20comprende%20el,de%20medios%20de%20transporte%2C%20alojamien to.
- Sampieri, R. (2006). Planteamiento del Problema: Objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio. En *Metodología de Investigación* (pp. 9-17). McGraw-Hill.
<https://idolotec.files.wordpress.com/2012/03/sampieri-cap2.pdf>
- Sánchez, Á. (2006). Importancia de la Geografía como Ciencia. En *Enciclopedia Universidad Nacional Autónoma de México*. (Vol. 1).
<http://www.ofelianarvaez.edu.mx/Estructura/m01/t01/01t01s05.html#>
- Sanchez, A., & Ramos, C. (2021). Patrimonio cultural oscuro como recurso para el diseño y comercialización de experiencias turísticas. *PH 105*, 183-185.
<https://doi.org/10.33349/2022.105.5043>

- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Comportamiento del Consumidor* (Décima). Person.
<https://psicologadelconsumidor.files.wordpress.com/2016/04/comportamiento-del-consumidor-schiffman-10edi.pdf>
- Socatelli, M. (2013). *Demanda Turística* [Software].
<https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>
- Thompson, I. (2014). *DEFINICIÓN DE PRODUCTO*. Escuela de Emprendedores.
<http://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Asignaturas/2108/Archivo2.5203.pdf>
- Torres, V., Gallardo, R., Martínez, H., & Leyva, L. (2021). Evaluación de la gestión de proveedores en la Universidad de Holguín. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 6(1), 54-63.
- Van Broeck, A., & Lopez, A. (2018). Turismo oscuro. De la conmemoración a la comodificación de la muerte, los desastres y lo macabro. *Teoría y Praxis*, 24, 23-68.
- Zhunio, B., Herrera, S., Cadena, G., & Samaniego, R. (2023). Revisión Bibliográfica sobre el Tanatoturismo como nueva Alternativa Turística en Ecuador. *SciELO*, 19(91).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442023000200206&script=sci_arttext&tlng=pt#B7
(S. f.). 343.

Anexos

Anexo 1: Instrumento Variable Independiente



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrea de Turismo



Formulario N°.....
Encuestador.....

Fecha de encuesta.../.../....

Encuesta dirigida a visitantes del cantón Guano en el periodo de tiempo en el que se encuentra contemplada la recolección de datos de la investigación.

Objetivo de la Encuesta: Receptar la percepción referente al Tanatoturismo del cantón Guano
Confidencialidad: Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son totalmente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso
Instrucciones de llenado: 1. Marque la casilla con una X en el que identifique su opinión sobre la temática planteada. 2. Considere la escala, donde 1 significa un puntaje más bajo y 5 es el más alto 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

APÉNDICE DE INFORMACIÓN (Leer antes de responder la encuesta)

Concepto de Tanatoturismo:

Es a menudo conocido como "turismo oscuro" o "turismo de cementerios". Este tipo de turismo implica visitar lugares históricos, cementerios, sitios conmemorativos o eventos relacionados con la muerte, con el objetivo de aprender sobre la historia, la cultura y las tradiciones relacionadas con la muerte.

- Cementerios
- Rituales ancestrales con características misteriosas
- Sitios en los que han ocurrido desastres
- Ritos de entierro
- Sitios con leyendas y anécdotas.

INFORMACIÓN GENERAL

En la edad únicamente escribir el número, sin ninguna palabra adicional

1. Género		2. Edad	3. Nivel de Instrucción	4. Estado Civil
Masculino ()	Femenino ()		() Primaria () Secundaria () Universitaria () Maestría () Doctorado	() Soltero () Casado () Divorciado () Unión Libre () Otro

ITEMS		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
VARIABLE DEPENDIENTE: TANATOTURISMO		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Cultura						
5	Sus creencias influirían al momento de consumir una oferta turística relacionada a la muerte y desastres históricos en el cantón Guano.					
6	Existiría una influencia de sus costumbres (diarias, religiosas, morales, éticas) al momento de visitar sitios turísticos relacionados a rituales de entierro a difuntos, cementerios con valor histórico.					
7	Existe influencia de la sociedad que lo rodea al momento de decidir la visita a un lugar turístico que estaría relacionado a desastres históricos o muerte.					
Dimensión 2. Historia						
8	Existe interés en conocer acontecimientos históricos misteriosos ocurridos en el cantón Guano.					
9	Existe interés en conocer vivencias, anécdotas y leyendas de los habitantes de comunidades sociales en el cantón Guano.					
10	Existe interés en consumir nuevos tipos y formas de turismo que podrían desarrollarse en el cantón Guano.					
Dimensión 3. Misterio						
11	Existe interés en conocer ceremonias de sepultura, misterio o muerte como un recurso para la oferta turística del cantón Guano					
12	Existe curiosidad por el hermetismo (secretismo, lo oculto), de las anécdotas y los relatos de misterio en el cantón Guano.					
13	Interés del turista en manifestaciones culturales e históricas de tipo misterio, relacionadas a la muerte o tragedia en la oferta turística de Guano.					

14. ¿Ha oído antes hablar sobre el Tanatoturismo o Turismo Oscuros (Dark Tourism)?

*Al inicio de la encuesta se encuentra la definición de "Tanatoturismo"

SI ()

NO ()

15. Según su criterio ¿cuál de estas palabras las asocia más con el Tanatoturismo?

(ELIJA SOLAMENTE 1 OPCIÓN)

Misterioso	
Inmoral	
Histórico	
Curioso	
Innovador	

16. ¿Estaría usted interesado en realizar un recorrido turístico para conocer y ser partícipe de los ritos mortuorios ancestrales de las comunidades y visitar cementerios del cantón Guano?

SI ()

NO ()

¿Por qué?



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Turismo



Formulario N°.....

Fecha de encuesta.../.../....

Encuestador.....

Encuesta dirigida a miembros del GAD Guano dedicados a las actividades turísticas, miembros del GAD con cargos y actividades que permitan recabar información. Así mismo, prestadores de servicios turísticos con características relacionadas a las variables de investigación.

Objetivo: Receptar la opinión referente a la Oferta Turística en el cantón Guano provincia de Chimborazo
Confidencialidad: Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos son totalmente confidenciales y el investigador se compromete a mantener la reserva del caso
Instrucciones de llenado: 1. Marque la casilla con una X en el que identifique su opinión sobre la temática planteada. 2. Marcar una sola respuesta. 3. Considere la escala, donde 1 significa un puntaje más bajo y 5 es el más alto. 1. Totalmente en desacuerdo. 2. En desacuerdo. 3. Indiferente. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo.

APÉNDICE DE INFORMACIÓN

Concepto de Tanatoturismo:

Es a menudo conocido como "turismo oscuro" o "turismo de cementerios". Este tipo de turismo implica visitar lugares históricos, cementerios, sitios conmemorativos o eventos relacionados con la muerte, con el objetivo de aprender sobre la historia, la cultura y las tradiciones relacionadas con la muerte.

Atractivos que estaría inmersos en la tipología

- Cementerios
- Rituales ancestrales con características misteriosas
- Sitios en los que han ocurrido desastres
- Ritos de entierro

INFORMACIÓN GENERAL

En la edad únicamente escribir el número, sin ninguna palabra adicional

1. Género		2. Edad	3. Nivel de Instrucción	4. Estado Civil
Masculino ()	Femenino ()		() Primaria () Secundaria () Universitaria () Maestría () Doctorado	() Soltero () Casado () Divorciado () Unión Libre () Otro

ITEMS		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
OFERTA TURÍSTICA		1	2	3	4	5
Productos y Servicios						
5	El desarrollo de productos turísticos con modalidades, formas y tipos de turismo modernas tendrían acogida en el mercado turístico del cantón Guano.					
6	Existen proveedores de oferta turística que se beneficiarían con productos y servicios relacionadas a anécdotas, leyendas de muerte y misterio con un carácter histórico en el cantón Guano.					
7	Existe influencia de los consumidores en la creación de nueva oferta turística en el cantón Guano.					
Recursos Turísticos						
8	Existen Actividades turísticas con clasificaciones o tipologías modernas en el cantón Guano provincia de Chimborazo.					
9	Existencia de espacios geográficos turísticos bien delimitados al momento de analizar o desarrollar la oferta turística del cantón Guano.					
10	Funcionalidad de la preservación de bienes históricos y culturales del cantón mediante la comercialización de estos.					
Mercado turístico						
11	Existencia de productos turísticos afines al perfil de una demanda turística moderna en el cantón Guano.					
12	Existe una motivación de los visitantes en las actividades turística que oferta el cantón Guano.					
13	Existe una necesidad de caracterización de la oferta turística del cantón hacia las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado con intereses hacia nuevas formas de turismo.					

14. ¿Qué atractivos y recursos turísticos del cantón Guano le generan más curiosidad?

(ELEGIR SOLAMENTE 1 OPCIÓN)

Momia de Guano	
Iglesia de Guano	
Rituales de entierro y funerales en las comunidades	
Leyendas fantasmales del cantón	
Gastronomía	
Cementerios con valor histórico (Ilapo) y su historia	

15. ¿Considera usted que Guano es un cantón en el que podrían desarrollarse nuevas formas de Turismo que involucren el misterio, leyendas fantasmales, visita a cementerios, visita a sitios donde han ocurrido desastres históricos?

SI ()

NO ()

¿Por qué?

16. ¿De acuerdo con su consideración, existen atractivos y recursos turísticos en el cantón Guano que se adapten a la tipología de Tanatoturismo o Turismo Oscuro?

SI ()

NO ()

¿Por qué?

Anexo 3: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 4: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 5: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 6: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 7: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 8: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 9: Investigación de Campo



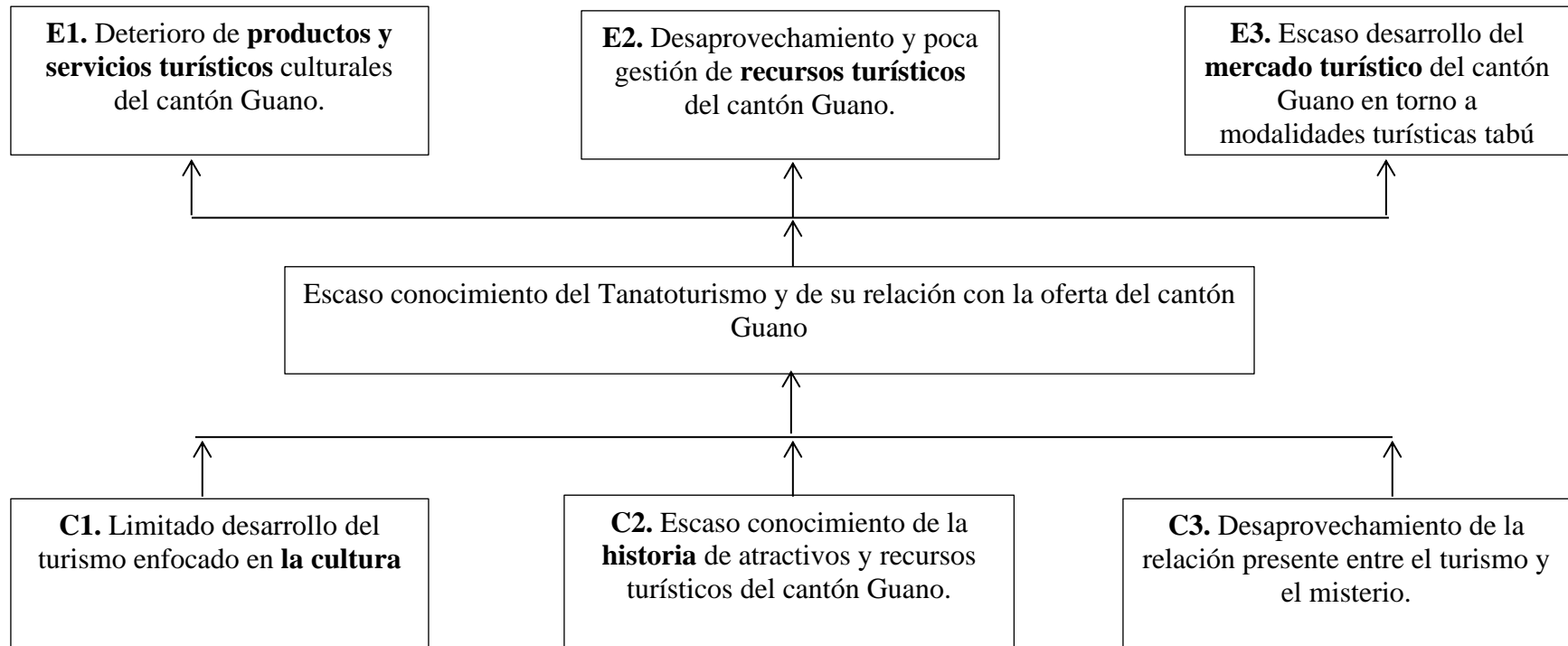
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 10: Investigación de Campo



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Karla Zamora, 2023.

Anexo 11: *Árbol de Problemas*



Anexo 12: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE OFERTA TURÍSTICA	Se define como oferta turística al conjunto de productos y servicios , así como recursos turísticos asociados a un determinado espacio geográfico y sociocultural, que tienen por objetivo permitir, facilitar y propiciar el aprovechamiento de	Productos y Servicios	“El servicio es un producto intangible que es el resultado de al menos una actividad ejecutada en la interfaz entre proveedor y consumidor” (IWA 1: 2005).	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Proveedor • Consumidor 	MÉTODO. Recolección de datos Observación TÉCNICA Encuesta HERRAMIENTAS
		Recursos turísticos	De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) un recurso turístico es el grupo de todos los bienes que forman parte de un espacio o ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad Turística • Espacio geográfico • Bienes 	

	los atractivos turísticos de ese lugar, y cuyos oferentes o vendedores quieren y pueden vender en el mercado turístico a un precio y en un periodo de tiempo determinado, para ser usado o consumido por los turistas (Socatelli, 2013).	Mercado turístico	“Se define como mercado turístico a la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Incluyen elementos, medios, actividades y flujos de interacción, para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores” (Socatelli P, 2013).	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda • Satisfacción • Necesidades 	Cuestionario
VARIABLE DEPENDIENTE TANATOTURISMO	El Tanatoturismo es una práctica que conlleva visitar lugares ligados al dolor, misterio y tragedia humana. Un	Cultura	“Es un todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” (Espinosa, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> • Creencias • Costumbres Sociedad 	MÉTODO Recolección de datos Observación TÉCNICA

<p>problema de este tipo de turismo es el pensamiento conservador de las personas que visitan estos lugares y de los pobladores locales al aceptar o rechazar el desarrollo de este tipo de turismo en sitios que pueden ser clasificados como históricos-culturales más que lugares relacionados con la muerte (Ortiz, 2017).</p>	<p>Historia</p>	<p>“Conjunto de acontecimientos de diferentes tipos y hechos, especialmente los vividos por una persona, por un grupo o por los miembros de una comunidad social con relevancia” (Espinosa, 2021).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acontecimientos • Comunidad Social • Tipos 	<p>Encuesta</p> <p>HERRAMIENTAS</p> <p>Cuestionario</p>
	<p>Misterio</p>	<p>“La palabra misterio deriva en su etimología del griego “mysterion” vocablo que se identifica con lo secreto, sobre todo vinculado a ceremonias religiosas que se mantenían sin divulgación, o situaciones rodeadas de hermetismo” (Fingermann, 2010).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ceremonias • Hermetismo • Manifestaciones culturales 	

Elaborado por: Karla Zamora, 2023

Anexo 13: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo se relaciona la oferta turística del cantón Guano con el Tanatoturismo?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Analizar la oferta turística del cantón Guano y su relación con el Tanatoturismo.</p>	<p>GENERAL</p> <p>Existe relación entre la oferta turística del cantón Guano y el Tanatoturismo.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Oferta turística</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productos y Servicios • Recursos Turísticos • Mercado turístico 	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Mixta</p> <p>Campo</p> <p>Investigación Descriptiva</p> <p>Transversal</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Documental</p> <p>Exploratorio</p> <p>No experimental</p>

<p>ESPECÍFICOS</p> <p>1)¿Cuál es la relación entre los productos y servicios turísticos del cantón Guano con el Tanatoturismo?</p> <p>2)¿Cuál es la relación entre los recursos turísticos del cantón Guano y el Tanatoturismo?</p> <p>3)¿Cómo se relaciona el mercado turístico del Cantón Guano con el Tanatoturismo?</p>	<p>ESPECÍFICOS</p> <p>1)Identificar la relación entre los productos y servicios turísticos del cantón Guano y el Tanatoturismo</p> <p>2)Identificar la relación entre los recursos turísticos del cantón Guano y el Tanatoturismo.</p> <p>3) Determinar la relación entre el mercado turístico del cantón Guano y el Tanatoturismo.</p>	<p>ESPECÍFICOS</p> <p>1)Los productos y servicios turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo.</p> <p>2) Los recursos turísticos del cantón Guano tienen relación con el Tanatoturismo.</p> <p>3) El mercado turístico del cantón Guano se relaciona con el Tanatoturismo.</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Tanatoturismo</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura • Historia • Misterio 	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Mixta</p> <p>Investigación Descriptiva</p> <p>Transversal</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Documental</p> <p>Exploratorio</p> <p>No experimental</p>
--	--	--	---	---

Elaborado por: Elaboración propia: Karla Zamora, 2022

