

## **RESUMEN**

La imagen de destino es hoy en día un término significativo entre las empresas turísticas, ya que debido al gran impacto que este genera en los turistas, influyen a posteriori en su satisfacción; por ello, el principal objetivo de esta investigación es analizar la imagen de destino a través de tres etapas que son; la expectativa, percepción y experiencia, con el propósito de obtener mejoras en los procesos de calidad sobre el servicio que ofertan, de esta manera aseguran la satisfacción del turista; y a su vez la consolidación de la oferta turística de “Ciudad Mitad del Mundo”. El presente estudio de investigación, toma como principales métodos de investigación a las entrevistas realizadas tanto a entes internos como externos al lugar de estudio, con el fin de tomar en consideración opiniones vertidas sobre la oferta que se encuentra arraigada con la calidad, basados en mismos criterios sobre el ámbito turístico; asimismo, los datos recopilados han sido gracias a encuestas dirigidas tanto a turistas nacionales como extranjeros del lugar, para evaluar en primera instancia sus creencias generadas por medios directos e indirectos que repercuten de alguna forma en su comportamiento. En adición, se acudió a la técnica de observación, con el fin de evaluar el desenvolvimiento de los prestadores de servicio que forman parte del lugar en estudio. De esta manera el proyecto propone la planificación de estrategias en base a la experiencia del turista, mismas que sirven para tomar medidas en procesos que permitan elevar la satisfacción del mismo.

## **PALABRAS CLAVE**

- **IMAGEN DE DESTINO**
- **SATISFACCIÓN DEL TURISTA**
- **DISONANCIA COGNITIVA**
- **EXPERIENCIA TURÍSTICA**

## **ABSTRACT**

The destination image is today a significant term between tourism enterprises, due to the great impact that this generates on tourists, a posteriori influence in their satisfaction; for this reason, the main purpose of this research is to analyze the destination image through three stages which are; the expectation, perception and experience, with the purpose of obtaining improvements in the processes of quality on the service they offer, in this way ensuring the satisfaction of the tourist; and at the same time the consolidation of the tourist offer of "Middle of the World City". This research , takes as its main research methods to interviews to both internal and external entities to the studied site, in order to take account of opinions expressed on the offer that is rooted with the quality, based on the same criteria on the field of tourism; in addition, the collected data have been thanks to surveys directed at both national and foreign tourists, to evaluate in the first instance their beliefs generated by direct and indirect ways that affect in some way in their behavior. In addition, we went to the technique of observation, in order to assess the performance of service providers that are part of the place in study. In this way, the project proposes the planning of strategies based on the experience of the tourist, which serve to take steps in processes to increase their satisfaction.

## **KEYWORDS**

- **DESTINATION IMAGE**
- **SATISFACTION OF THE TOURIST**
- **COGNITIVE DISSONANCE**
- **TOURIST EXPERIENCE**