

Resumen

En esta investigación se estudió los elementos que constituyen la imagen de la Comunidad Agua Blanca, tomando en cuenta que estos generan impacto en el proceso de satisfacción del servicio prestado a las personas que visitan el lugar. El estudio se basa en la teoría de la disonancia cognitiva del autor León Festinger, la imagen del destino, es analizada desde tres etapas que son: expectativa (antes), percepción (durante) y experiencia (después). La primera etapa analiza los factores que intervienen en el proceso de selección del destino. La segunda etapa indica la percepción que tuvo el turista al momento de elegir el destino y si la experiencia vivida concuerda con lo esperado, determinará su grado de satisfacción. Este estudio se enmarcó en la metodología de investigación descriptiva y datos de fuentes bibliográficas oficiales. Debido a la crisis sanitaria que atraviesa el país y el mundo actualmente, se realizaron entrevistas virtuales a los actores responsables de la actividad turística, además de encuestas virtuales a los turistas nacionales y extranjeros que estaban registrados en la base de datos de la comunidad. Con los resultados obtenidos se pudo analizar la imagen de la comunidad y la influencia de esta en la satisfacción de los turistas, pudiendo realizar una propuesta planteando estrategias que ayudarán al fortalecimiento de la imagen turística de la Comunidad Agua Blanca, en base a la experiencia y nivel de satisfacción de los visitantes y además contribuir al desarrollo del mercado turístico local.

Palabras clave:

- **PERCEPCIÓN**
- **SATISFACCIÓN**
- **EXPERIENCIA**

Abstract

In this research, it was studied the elements that constitute the image of the Agua Blanca Community. Taking into consideration that these elements generate an impact on the process of satisfaction of the service provided to the people who visit the place. This study is based on the theory of cognitive dissonance by León Festinger. 'The image of destiny' is analyzed from three stages that are: expectation (before), perception (during) and experience (after). The first stage analyses the factors involved in the destination selection process. The second stage indicates the perception that the tourist had when choosing the destination and if the housing experience agrees with what was expected also it will determine the degree of satisfaction. Besides, this study was framed in the descriptive research methodology and data from official bibliographic sources. Due to the health crisis that the country and the world are currently going through, virtual interviews were conducted with the actors responsible for tourism activity and also virtual surveys of national and foreign tourists were registered in the community's database. Regarding the results obtained, it was possible to analyze the image of the community and its influence on the satisfaction of tourists, it has been made a proposal to offer strategies that will help strengthen the tourist image of the Agua Blanca Community based on experience and level of visitor satisfaction and also contribute to the development of the local tourism market.

Key words:

- **PERCEPTION**
- **SATISFACTION**
- **EXPERIENCE**