

## Resumen

La presente investigación gira entorno al análisis de la imagen turística del Cantón La Maná y cómo incide en el posicionamiento del mercado turístico local. La Maná, ubicada en la provincia de Cotopaxi posee una riqueza paisajística y se presenta como un potencial turístico. Acerca de, las teorías se toma como base dos, la teoría de la disonancia cognitiva de los autores Festinger y Carlsmith (1959) y la del posicionamiento tomada de los autores Ries & Trout (1990), sustentada por Baloglu y McCluerly (1999) que señalan la importancia de los tres niveles evaluativos: cognitivo, afectivo y global. Esta investigación nace de un problema existente, relacionado a la baja gestión turística de los representantes del GAD Municipal del cantón y de la Empresa Municipal de Turismo. Además, se utilizó la metodología de investigación exploratoria descriptiva, de corte cuantitativo, cualitativo y la revisión de fuentes bibliográficas. También, se realizará encuestas a turistas nacionales y prestadores de servicios, mientras que las entrevistas serán para los representantes del GAD del Cantón y de la Empresa Municipal de Turismo. Al final, se obtendrán resultados para efectuar las propuestas de acciones que permitirán un fortalecimiento de la imagen turística del Cantón La Maná y mejorarán su posicionamiento en el mercado turístico local, es decir, los turistas procedentes de las localidades cercanas

Palabras clave:

- **IMAGEN TURÍSTICA**
- **POSICIONAMIENTO**
- **PERCEPCIÓN**

## **Abstract**

This research revolves around the analysis of the tourist image of the La Mana Canton and how it affects the positioning of the local tourist market. La Mana, located in the province of Cotopaxi, has a rich landscape and is presented as a tourist potential. About, the theories are based on two, the cognitive dissonance theory of the authors Festinger and Carlsmith (1959) and the positioning theory taken by the authors Ries & Trout (1990), supported by Baloglu and McCluerly (1999) that point out the importance of the three evaluative levels: cognitive, affective and global.

This research stems from an existing problem, related to the low tourism management of the representatives of the Municipal GAD of the canton and the Municipal Tourism Company. In addition, the methodology of descriptive exploratory research, quantitative, qualitative and the review of bibliographic sources was used. Also, surveys will be carried out on national tourists and service providers, while the interviews will be for the representatives of the GAD of the Canton and the Municipal Tourism Company. In the end, results will be obtained to carry out the proposals of actions that will allow a strengthening of the tourist image of the Canton La Mana and will improve its position in the local tourist market, that is, tourists from nearby towns.

Keywords:

- **TOURIST IMAGE**
- **POSITIONING**
- **PERCEPTION**