

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo principal el análisis del posicionamiento del Cantón Rumiñahui mediante los componentes de la imagen de destino enfocado en la expectativa, perspectiva y experiencia que el turista tiene al decidir visitar un lugar. Además, se valora el estudio del perfil del turista y la importancia de la gestión integral del sistema turístico, como parte de un estudio sistémico; los resultados arrojaron atributos que facilitaron a la creación de estrategias que satisfacen al objetivo. A fin de alcanzar los objetivos, el presente trabajo se divide en 4 capítulos: el marco teórico, donde se hace una revisión de la literatura de la teoría de la disonancia cognitiva y la teoría del posicionamiento a la imagen de destino; el marco metodológico, donde se selecciona los instrumentos de recolección de información y los métodos a usarse; el análisis de los resultados, que analiza los datos arrojados a través de la encuesta y entrevista y; finalmente la propuesta, que se basa en los aspectos positivos y negativos de los resultados, con la finalidad de diseñar estrategias para mejorar la imagen de destino del Cantón y reposicionar al Cantón Rumiñahui en la mente del consumidor.

Palabras claves

- **PERFIL DEL TURISTA**
- **SISTEMA TURÍSTICO**
- **IMAGEN DE DESTINO**
- **POSICIONAMIENTO**

ABSTRACT

The main objective of this thesis is the analysis of the positioning of the Rumiñahui Canton through the components of the destination image focused on the expectation, perspective and experience that the tourist has when deciding to visit a place. In addition, the study of the profile of the tourist and the importance of the integral management of the tourist system, as part of a systemic study, is valued; the results yielded attributes that facilitated the creation of strategies that satisfy the objective. In order to achieve the objectives, the present work is divided into 4 chapters: the theoretical framework, where a review of the literature of the theory of cognitive dissonance and the theory of positioning to the target image is made; the methodological framework, where the instruments for gathering information and the methods to be used are selected; the analysis of the results, which analyzes the data thrown through the survey and interview and; finally the proposal, which is based on the positive and negative aspects of the results, with the aim of designing strategies to improve the image of the Canton destination and reposition the Canton Rumiñahui in the mind of the consumer.

Key Words

- **PROFILE OF THE TOURIST**
- **TOURIST SYSTEM**
- **IMAGE OF DESTINATION**
- **POSITIONING**