



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de Ensayo o Artículo
Académico previo a la obtención del Título de
Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “Imagen destino: desde la perspectiva del
turista”**

AUTORES:

Jheimy Morelia Palacios Pérez

Lauro Vladimiro Plazarte Alomoto

TUTOR: Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

AMBATO – ECUADOR

Julio 2019



APROBACIÓN DEL TUTOR

Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Imagen destino: desde la perspectiva del turista**” presentado por la señorita **Jheimy Morelia Palacios Pérez** y el señor **Lauro Vladimiro Plazarte Alomoto** para optar por el título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 01 de Julio del 2019



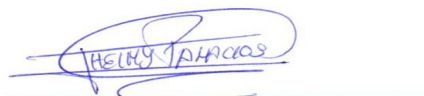
Dr. Juan Carlos Castro Analuiza

C.I. 020180176-8

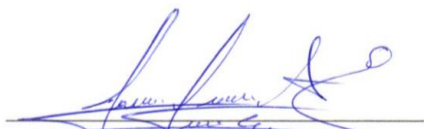
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Jheimy Morelia Palacios Pérez** y **Lauro Vladimiro Plazarte Alomoto**, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieros en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.

Ambato, 01 de Julio del 2019



Jheimy Morelia Palacios Pérez
C.I.180508210-2



Lauro Vladimiro Plazarte Alomoto
C.I.050292254-5

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 01 de Julio del 2019



Dr. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría
C.I.180264389-8



Ing. Mg. Carlos Javier Beltrán Avalos
C.I.180353804-8

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro artículo con fines de difusión pública, además aprobamos la reproducción de este artículo dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autores.

Ambato, 01 de Julio del 2019



Jheimy Morelia Palacios Pérez
C.I.180508210-2



Lauro Vladimiro Plazarte Alomoto
C.I.050292254-5

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT.....	ix
ARTÍCULO ACEPTADO PARA PUBLICACIÓN.....	x

RESUMEN EJECUTIVO

La imagen destino se considera como un fenómeno complejo y subjetivo que influye en el comportamiento de los turistas antes, durante y después de su visita, influye en la calidad percibida, la satisfacción y la experiencia de las vacaciones de los visitantes. Además, facilita distinguir un destino de otro y se forma en función de pensar, sentir, asociar, percibir e informar del visitante.

Por esta razón el objetivo del estudio es analizar la formación de la imagen de destino turístico, mediante la revisión sistemática de informes de investigación que consideran la combinación de los tres componentes, comúnmente llamados continuos. Se muestra una síntesis que evidencia la concepción de la imagen de destino y su formación, bajo diversos contextos; cognitivos, afectivos y persuasivos.

Los resultados en general, indican que la imagen influye de forma directa e indirecta en los turistas, tiene repercusiones importantes sobre su comportamiento general e intenciones de recomendar el lugar. En consecuencia, el alcance de la imagen está más allá de la intención de predecir la visita y del proceso de selección del destino. Asimismo, se evidencia que el continuo más significativo en la formación de la imagen es el común-único, sus elementos de carácter funcional y psicológico matizan la imaginación y facilitan el desarrollo de la imagen de un destino.

Ante lo expuesto, se propone analizar los componentes de la imagen y alcanzar una visión teórica-práctica profunda, de cómo gestionar de manera efectiva la imagen de destino como método para solucionar los problemas de la gestión de un destino turístico y basarse en la metodología de comercialización de los lugares y la imagen única del lugar.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, REVISIÓN SISTEMÁTICA – META-ANÁLISIS - TRES CONTINUOS – IMAGEN DESTINO.

ABSTRACT

The destination image is considered as a complex and subjective phenomenon that influences the behavior of tourists before, during and after their visit, influencing the perceived quality, satisfaction and experience of visitors' vacations. In addition, it facilitates distinguishing one destination from another and is formed in terms of thinking, feeling, associating, perceiving and informing the visitor.

For this reason the objective of the study is to analyze the formation of the image of tourist destination, through the systematic review of research reports that consider the combination of the three components, commonly called continuous. It shows a synthesis that demonstrates the conception of the image of destiny and its formation, under diverse contexts; cognitive, affective and persuasive.

The results in general, indicate that the image directly and indirectly influences tourists, has important repercussions on their general behavior and intentions to recommend the place. Consequently, the scope of the image is beyond the intention to predict the visit and the process of destination selection. Likewise, it is evident that the most significant continuum in the formation of the image is the common-unique, its functional and psychological elements nuances the imagination and facilitates the development of the image of a destination.

Given the above, it is proposed to analyze the components of the image and achieve a deep theoretical-practical vision of how to effectively manage the destination image as a method to solve the problems of the management of a tourist destination and based on the methodology of marketing of the places and the unique image of the place.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, SYSTEMATIC REVIEW - META-ANALYSIS - THREE CONTINUOUS - DESTINATION IMAGE

ARTÍCULO ACEPTADO PARA PUBLICACIÓN

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
Investigación

Bogotá, 29 de mayo de 2019

Doctor

Juan Carlos Castro Analuiza

Presente

Apreciado doctor Castro :

Reciban un cordial saludo.

De manera atenta, me permito confirmar recibido de los ajustes al artículo titulado: "IMAGEN DESTINO: DESDE LA PERSPECTIVA DEL TURISTA "

De acuerdo a los ajustes recibidos, revisados por el comité editorial, nos complace informarle que el trabajo editorial en mención será publicado en edición XXVI de la Revista, correspondiente al periodo 2020-1 (enero – junio)

Estaremos en contacto más adelante, en el momento en que la revista inicie el proceso de producción editorial.

Cordialmente,

Edna Rozo y Narcis Bassols.

Editores

Revista Turismo y Sociedad

Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

Universidad Externado de Colombia

Tel: 353 7000 Ext. 1411.