



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA HOTELETERÍA Y TURISMO
EXTENSION QUEVEDO

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA
EN HOTELETERÍA Y TURISMO**

TEMA:

**ESTRATEGIA DE MARKETING, PARA EL DESARROLLO
SOCIO ECONÓMICO DE LOS HABITANTES DEL CANTÓN
VENTANAS, PROVINCIA DE LOS RÍOS.**

AUTORA:

MUÑOZ ALARCÓN AMANDA LISBETH

TUTOR:

LCDO CHANG MUÑOZ WALTER LENIN, MSC.

QUEVEDO – ECUADOR

2022

DEDICATORIA

Esta tesina está dedicada principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de mis anhelos más deseados. A mis padres, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy una meta más gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades.

También a mis hermanas por su amor, cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañaron en todas mis metas.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a todas y cada una de las personas que han hecho esta investigación posible, y que de alguna manera estuvieron en los momentos difíciles, alegres, y tristes. Estas palabras son para ustedes. A mis padres por todo su amor, comprensión y apoyo, pero sobre todo gracias infinitas por la paciencia que me han tenido. No tengo palabras para agradecerles las incontables veces que me brindaron su apoyo en todas las decisiones que he tomado a lo largo de mi vida, unas buenas, otras malas, otras locas, y muy arriesgadas. Gracias por darme la libertad de desenvolverme como ser humano.

A mis amigos. Con todos los que compartí dentro y fuera de las aulas. Aquellos amigos que serán mis colegas, gracias por todo su apoyo y diversión. Estoy seguro de mis metas planteadas darán fruto en un futuro y por ende debo esforzarme cada día y en todo lugar sin olvidar el respeto que engrandece a la persona.

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se plantea la implementación de estrategias de marketing para el desarrollo socioeconómico de los habitantes del Cantón Ventanas de la Provincia de los Ríos, para que dicho cantón compita en el sector turístico, y comercial. La implementación de estrategias de marketing tiene como objetivo la mejor gestión del área de marketing, generando así aumentar el nivel de visitas y así tener posicionamiento del sitio como lugar turístico, y ventas.

En el análisis del problema general se identificó que el sitio no es tan conocido, y los establecimientos turísticos tienen ventas bajas, para mejorar la gestión se plantea diseñar diversas estrategias de marketing, como mejorar la publicidad del sitio, y mejorar el desempeño del área de turismo y ventas. Las propuestas de mejora presentadas no son independientes una de la otra, por el contrario, se logra una sinergia entre ellas, el cual se traduce en mayores visitas del sitio y ventas, mayores ingresos, mejor posicionamiento del cantón y, por lo tanto, mejorar los ingresos del cantón.

PALABRAS CLAVES:

Estrategias de marketing – desarrollo socio económico – habitantes

ABSTRACT

In the present research work, the implementation of marketing strategies for the socio-economic development of the inhabitants of the Ventanas Canton of the Province of Los Ríos is proposed, so that said canton competes in the tourist and commercial sector. The implementation of marketing strategies has as its objective the best management of the marketing area, thus generating an increase in the level of visits and thus positioning the site as a tourist place, and sales.

In the analysis of the general problem, it was identified that the site is not as well known, and the tourist establishments have low sales, to improve the management, it is proposed to design various marketing strategies, such as improving the publicity of the site, and improving the performance of the area of tourism and sales. The improvement proposals presented are not independent of each other, on the contrary, a synergy is achieved between them, which translates into higher visits to the site and sales, higher income, better positioning of the canton and, therefore, improve canton revenue.

KEYWORDS:

Marketing strategies – socio-economic development – inhabitants

ÍNDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	3
RESUMEN	iv
ABSTRAT	v
ÍNDICE.....	vi
ÍNDICE.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	8
DESARROLLO.....	9
JUSTIFICACIÓN	9
Planteamiento del problema	10
Formulación del planeamiento	10
Objetivo general	10
SUSTENTO TEÓRICO	11
Marketing.....	11
Estrategia.....	11
Estrategias de marketing.....	12
¿Qué es la planificación estratégica de marketing?.....	12
¿Cuáles son los puntos clave en una estrategia de marketing?	13
Desarrollo socioeconómico	15
Cantón Ventanas.....	15
Límites	15
Clima.....	16
Población.....	16
Gastronomía.....	16
Lugares turísticos	16
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	18
Observación.....	18
Encuesta	18
RESULTADOS OBTENIDOS.....	19
Tabla N° 1	19

Tabla N° 2	20
Tabla N° 3	20
Tabla N° 4	21
Tabla N° 5	21
Tabla N° 6	22
Tabla N° 7	22
Tabla N° 8	23
SOLUCIONES PLANTEADAS	24
CONCLUSIONES	25
BLIBLIOGRAFÍA	26
ANEXOS	27
ANEXOS	31
ANEXOS	32

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el turismo mundial es una de las industrias con fuerte crecimiento económico, el turismo no solo genera empleos, riqueza y divisas para los países y sus ciudadanos, sino que gracias a esta actividad muchos países han valorado sus recursos naturales y culturales, y Ecuador no es la excepción ya que es un país de una riqueza natural y cultural inigualable.

La provincia de Los Ríos tiene mucho turismo que ofrecer a sus visitantes, pero en el Cantón Ventanas no es así, ya que no cuenta con marketing y publicidad del sitio, afectando así la economía de los habitantes comerciales

Ventanas siempre ha recibido a los turistas con los brazos abiertos, pero en los últimos años la industria turística es menos visitada debido a que no utilizan estrategias de marketing para publicitar estos lugares, es por eso que esta investigación propondrá estrategias de marketing, tales como, promocionar los sitios turísticos mediante redes sociales, ayudando así al desarrollo socioeconómico de los habitantes del cantón.

Su meta, será proponer métodos tales como; lograr reconocimiento del sitio, convertirse en un lugar favorito para los visitantes, lograr recomendaciones, proporcionar fuentes de ingresos al cantón y para sus habitantes.

DESARROLLO

JUSTIFICACIÓN

En la presente investigación se justifica la importancia que tienen las estrategias de marketing para el desarrollo socioeconómico de tal manera se escogió al cantón Ventanas, considerado el cuarto cantón más poblado de la provincia de los ríos, considerado un sitio de comercio y mercado agrícola de la provincia. Se pone en práctica los conocimientos y experiencias adquiridas durante la formación profesional en la carrera de Hotelería y turismo, planteando una solución viable frente a la realidad que vive el Cantón Ventanas debido al mal manejo del marketing y publicidad del sitio.

Este trabajo tiene como finalidad brindar un reconociendo turístico para así mejorar las visitas al cantón, y así lograr fuentes de ingresos tanto para el cantón y para los habitantes. Para lograrlo, se desarrolla una buena estrategia de marketing.

Su objetivo general de esta investigación es proponer estrategias de marketing, tales como, promocionar los sitios turístico mediante las redes sociales, ayudando así al desarrollo socioeconómico de los habitantes del cantón Ventanas provincia de Los Ríos.

Planteamiento del problema

En la actualidad el Turismo del Cantón Ventanas cuenta con poco reconocimiento, siendo así un sitio con pocas visitas de turistas, afectando así la economía de la zona, y de los habitantes.

La investigación propondrá estrategias de marketing turístico, tales, cómo, mejorar la publicidad de la zona mediante redes sociales, convirtiendo a Ventanas un lugar para visitar, además mejorará el desarrollo socioeconómico para los habitantes comerciales.

Formulación del planeamiento

¿La propuesta de estrategias de marketing, ayudará al desarrollo socioeconómico del cantón Ventanas, provincia de Los Ríos?

Objetivo general

Proponer estrategias de marketing para el desarrollo socioeconómico de los habitantes del cantón Ventanas, provincia Los Ríos.

SUSTENTO TEÓRICO

Marketing

Según (Kotler, 2017) “manifestó que el marketing es tanto un proceso administrativo como un proceso social mediante el cual las personas obtienen lo que quieren y necesitan, además crean deseos, y ofrecen e intercambian productos de valor”.

El marketing es la realización de aquellas actividades encaminadas a lograr los objetivos de la organización, anticipándose a las necesidades de los consumidores clientes, y dirigiendo el flujo de bienes de acuerdo con las necesidades y servicios que éstos ofrecen. (McCarthy, 2019)

Según (Stanton, 2019)"El marketing es un sistema total de actividades comerciales diseñado para planificar, poner precio, promover y distribuir un producto para satisfacer una necesidad en los mercados, campo objetivo, y para lograr las metas de la organización".

Estrategia

Dice que una estrategia es el curso de acción que una empresa debe tomar para cumplir su misión. Esta definición trata a la estrategia como un proceso inherentemente intuitivo. Que para llegar allí es a través de la planificación a largo plazo y la planificación táctica. (Morrisey, 2016)

La estrategia es una herramienta de gestión que promueve procedimientos y técnicas basada en la ciencia aplicada de manera iterativa y transnacional que

contribuyen a la interacción positiva de una organización con el entorno, además contribuyen a su eficacia para satisfacer las necesidades de la sociedad.

Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing definen cómo se lograrán estos objetivos. Dado que las estrategias de marketing que las empresas pueden utilizar varían, es útil analizarlas de acuerdo con tres criterios diferentes: la ventaja competitiva que desean desarrollar, cómo contribuyen al crecimiento de las organizaciones y sus posiciones relativas. arma del juego. (Ardura, 2006)

Una estrategia de marketing define ampliamente lo que hará una empresa en un mercado particular: define tanto el mercado objetivo al que se dirige la empresa como la combinación de marketing que la empresa utilizará para satisfacer las necesidades de los consumidores que conforman su mercado objetivo. Además, determina cómo la empresa planea construir una ventaja competitiva que sea difícil de imitar y, por lo tanto, defendible a largo plazo. (Grewal, 2018)

¿Qué es la planificación estratégica de marketing?

La planificación estratégica es un proceso de toma de decisiones emprendido por la dirección para alinear permanentemente una empresa con su entorno de la forma más adecuada.

Para lograr este objetivo, además de hacer pleno uso de los recursos internos de la empresa, la empresa también analiza sus condiciones internas y externas, y trata de predecir y reaccionar ante los cambios en el entorno.

es parte del plan estratégico general de una empresa y se ocupa de definir y lograr los objetivos de marketing de la organización. Suele adoptar la forma de un programa o plan de marketing, normalmente desarrollado por un departamento de marketing. Esta área de la organización también suele ser responsable de su implementación y verificación de cumplimiento. (Ardura, 2006)

¿Cuáles son los puntos clave en una estrategia de marketing?

Para que su estrategia de marketing funcione, considere estos pasos:

Después de realizar una investigación de mercado, es imperativo que vigile a sus clientes objetivo, lo que están haciendo sus competidores y las próximas tendencias. De esta forma, puedes determinar qué beneficios quiere recibir el cliente, así como el precio que está dispuesto a pagar y qué diferencia al producto o servicio de la competencia. (Isabel, 2020)

Encuentre un precio óptimo: la investigación de mercado puede ayudarlo a encontrar un precio que se adapte mejor a su público objetivo, brindando los beneficios esperados. Dependiendo de los intereses del segmento, puede venderse a un costo más bajo que sus competidores, o puede tener un precio más alto al distinguir valores de calidad únicos. (Isabel, 2020)

Haga la atribución correcta: una vez que haya ingresado su política de precios, es fácil orientar el marketing de su producto o servicio para maximizar su inversión en marketing. No hay que olvidar que, según la edad de cada tipo de cliente, se ajustará la forma y método de pago.

Crear marca: Las comunicaciones de marketing, ya sea a través de canales tradicionales, marketing digital y/o redes sociales y cómo se llevan a cabo, deben alinearse con su plan de ventas para ejecutar su estrategia de marketing.

El hecho de que todas las partes de una organización trabajen juntas para lograr un plan de marketing nos permite hacer bien nuestro trabajo en función de las acciones que cada departamento toma en relación con los demás.

Llevar un negocio al éxito depende en gran medida de la ejecución de misiones basadas en estrategias y objetivos de marketing comunes. Esta estrategia debe incluir actividades de investigación en publicidad y relaciones públicas, así como de promoción y ventas. (Isabel, 2020)

La importancia de una estrategia de marketing seguida en los pasos correctos es que una empresa puede tener el mejor producto o servicio, pero sin utilizar las técnicas de marketing adecuadas, los clientes potenciales no sabrán lo que tiene para ofrecer y venderlos hasta el inicio. del negocio desapareció. (Isabel, 2020)

Para que una pequeña empresa construya una reputación y se haga un nombre, el trabajo duro es imprescindible para que una empresa (sin importar cuán grande o pequeña sea) mantenga su reputación a través de contratos y permita que una gran empresa continúe generando ganancias. (Isabel, 2020)

Desarrollo socioeconómico

El desarrollo socioeconómico puede definirse como la capacidad de un país o región para generar ingresos a fin de sostener la economía o el bienestar de su gente.

(Wikipedia, 2022)

El desarrollo socioeconómico puede verse como el resultado de un salto cualitativo en el sistema económico que se beneficia de mantener altas tasas de crecimiento durante un largo período de tiempo, promover la integración económica y mantener el crecimiento económico.

El desarrollo socioeconómico requiere ajustes legislativos e institucionales para fomentar la innovación y la inversión para crear sistemas eficientes para la producción y distribución de bienes y servicios. (Wikipedia, 2022)

Cantón Ventanas

Ventanas es uno de los 13 cantones de la provincia ecuatoriana de Los Ríos. Cubre un área de 533 kilómetros cuadrados y tiene una población de más de 76,10 personas. (Ecuador, 2020)

Límites

Al norte se encuentra Quevedo. Limita con Urdaneta al sur y con la provincia de Vinces al oeste, y Echeandía al oeste. (Ecuador, 2020)

Clima

Ventanas tiene un clima muy cálido con dos zonas climáticas: Tropical, que cubre el 63% de la parte sur del cantón. La región subtropical húmeda cubre el 37% del área del estado y está ubicada en la parte norte del cantón. (Ecuador, 2020)

Población

Con 76.104 habitantes, Ventanas es el cuarto cantón más poblado de la provincia, según proyección del INEC.

Gastronomía

En cuanto a la gastronomía, los platos famosos de la ciudad son el arroz caldoso y las carnes asadas, carnes marinadas en mayonesa y queso rallado, humitas, hayacas, bollo, mazamorra y más. (Ecuador, 2020)

Lugares turísticos

Malecón: Es considerado uno de los atractivos turísticos más importantes de la ciudad, su ubicación sobre el río Zapotal le otorga un carácter único y encantador, es un centro de diversión y uno de los atractivos más singulares de la zona. (Ecuador, 2020)

Playa Zapotal: El río está en el centro de la ciudad y a la gente le gusta bañarse aquí en el verano, ya que la arena fina y rocas se forman durante este tiempo, es un lugar para descansar y relajarse. En las últimas décadas, las amas de casa suelen lavar la ropa en el río. (Ecuador, 2020)

Cataratas de San Jacinto: Tres cascadas forman una terraza de unos 25 metros de altura en el Complejo San Jacinto de la parroquia rural de Los Ángeles. (Ecuador, 2020)

Río Sibimbe: Situada en la Parroquia de Los Ángeles, con abundante agua en invierno y fácil acceso en verano, forma una pequeña arenisca donde relajarse. (Ecuador, 2020)

Río Oncebí: Ubicado en la parroquia rural de Chacarita, este río, es especialmente digno de visitar durante los meses de verano.. (Ecuador, 2020)

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Observación

La técnica de la observación es un elemento esencial de cualquier proceso de investigación, ya que el investigador debe recopilar la mayor cantidad de datos posible.

Encuesta

Las técnicas de encuesta se basan en la recopilación de datos y la participación. Aplicando una serie de preguntas para obtener resultados

RESULTADOS OBTENIDOS

Para analizar la estrategia de marketing para el desarrollo socioeconómico de los habitantes del Cantón Ventanas, provincia de Los Ríos, se realizó una encuesta a personas, incluidos empresarios, habitantes, y turistas de la zona, la cual se describe a continuación.

PREGUNTAS DE ENCUESTA

ENCUESTA DIRIGIDO A: Habitantes y Autoridades del Cantón Ventanas.

Nº 1	Tabla Nº 1		
1	PREGUNTA: ¿Considera que el cantón Ventanas es un recurso turístico de la provincia de Los Ríos?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	25	65,8	El 65,8% de las personas encuestadas consideran que en Cantón Ventanas es un recurso potencial para la provincia. Mientras tanto el 28,9% manifestó que tal vez lo es, y el 5,3% respondió que no.
NO	2	5,3	
TAL VEZ	11	28,9	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 2		
2	PREGUNTA: ¿Cree, usted que el Cantón Ventanas, obtiene ingresos económicos de las actividades turísticas?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	18	47,4	El 47,4% de las personas encuestadas respondieron que el Cantón Ventanas obtiene ingresos económicos de las actividades turísticas. Mientras que el 36,8% consideran que tal vez lo es, y el 15,8% manifestó que no.
NO	6	15,8	
TAL VEZ	14	36,8	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 3		
3	PREGUNTA: ¿Usted considera que el Cantón Ventanas, posee publicidad que satisface las necesidades de los clientes?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	9	27,3	El 27,3% de las personas encuestadas manifestaron que el Cantón Ventanas posee una publicidad que satisface las necesidades de los clientes. Mientras que el 42,1% consideran que tal vez lo es, y el 34,2% respondió que no.
NO	13	34,2	
TAL VEZ	16	42,1	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 4		
4	PREGUNTA: ¿ Cree, que el Cantón Ventanas debe promocionar los sitios turístico mediante las redes sociales?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	12	31,6	El 31,6% de las personas encuestadas creen que en Cantón Ventanas debe promocionar los sitios turísticos mediante redes sociales. Mientras que el 31,6% consideran que tal vez lo es, y el 36,8% manifestó que no.
NO	14	36,8	
TAL VEZ	12	31,6	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 5		
5	PREGUNTA: ¿Considera usted que el desarrollo de la actividad turística, es una oportunidad que genera empleo a los habitantes del cantón Ventanas?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	31	81,6	El 81,6% de las personas encuestadas consideran que el desarrollo de la actividad turística, es una oportunidad que genera empleo a los habitantes del cantón Ventanas. Mientras que el 13,2% manifestaron que tal vez lo es, y el 5,3% respondió que no.
NO	2	5,3	
TAL VEZ	5	13,2	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 6		
6	PREGUNTA: ¿El Cantón Ventanas posee una marca o slogan, para proporcionar o atraer turistas?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	18	47,4	El 47,4% de las personas encuestadas manifestaron que el Cantón Ventanas posee una marca o slogan, para proporcionar o atraer turistas. Mientras que el 52,6% consideran que no.
NO	20	52,6	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 7		
7	PREGUNTA: ¿Conoce de la importancia que tienen las estrategias de marketing para un sitio turístico?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	27	71,1	El 71,1% de las personas encuestadas conocen de la importancia que tienen las estrategias de marketing para un sitio turístico. Mientras que el 21,1% consideran que tal vez lo es, y el 5,3% manifestó que no.
NO	3	7,9	
TAL VEZ	8	21,1	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

N°	Tabla N° 8		
8	PREGUNTA: ¿Usted tiene conocimiento de la importancia y beneficios que obtiene un recurso turístico?		
VARIABLE	RESULTADO	PORCENTAJE	INTERPRETACIÓN
SÍ	26	68,4	El 68,4% de las personas encuestadas tienen conocimiento de la importancia y los beneficios que obtiene un recurso turístico. Mientras que el 21,1% consideran que tal vez lo es, y el 10,5% manifestó que no.
NO	4	10,5	
TAL VEZ	8	21,1	
TOTAL	38	100%	

Fuente: Investigación de campo

Autora: Amanda Muñoz A.

SOLUCIONES PLANTEADAS

Para que un sitio sea visitado por turistas, es necesario contar con publicidad y marketing, ya que este permite mostrar los sitios que posee, sus fortalezas, y a dónde pueden acudir y visitar los turistas.

Mediante esta propuesta tendremos la oportunidad de dar a conocer los sitios turísticos que posee Ventanas mediante las redes sociales, ayudando así a incrementar las ventas, y visitas de estos sitios turísticos, y del mismo modo aportando al desarrollo socioeconómico de los habitantes y del Cantón.

CONCLUSIONES

La presente investigación descriptiva tuvo como objetivo proponer estrategias de marketing, tales como, promocionar los sitios turísticos que posee el cantón, mediante redes sociales, que ha demostrado ser eficaz para lograr que Ventanas sea un sitio reconocido turísticamente.

Para tener esta conclusión se realizaron encuestas a los habitantes, donde manifestaron que las estrategias de marketing son muy importantes para un sitio turístico, y que el desarrollo de la actividad turística es una oportunidad que genera empleo en la zona, ayudando así, al desarrollo socioeconómico de los habitantes.

Por otro lado, descubrimos que Ventanas no posee con publicidad turística en redes sociales, por eso es un lugar poco reconocido.

Como recomendaciones descubrimos que sería bueno que el Cantón trabaje más en el tema del turismo, porque si bien es cierto el turismo es una fuente de ingreso muy fuerte, y así mejoraría la economía del cantón.

BIBLIOGRAFÍA

Ardura, I. R. (2006). Barcelona: Editorial UOC.

Ecuador, G. (2020). *GO Ecuador*. Obtenido de COMIDA TIPICA EN VENTANAS - ECUADOR:
<https://goecuador.net/guia-virtual/ventanas-ecuador/comida-tipica>

Grewal, L. (2018). Barcelona: Editorial UOC.

Isabel, R. (12 de Marzo de 2020). *Reina Isabel Centro de formación Internacional*. Obtenido de Importancia de una estrategia de marketing:
<https://www.cfireinaisabel.com/noticias/importancia-de-una-estrategia-de-marketing>

Kotler, P. (7 de Noviembre de 2017). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/philipotler/#:~:text=Philip%20Kotler%20explica%20que%20Marketing,intercambio%20de%20productos%20de%20valor>

McCarthy, J. (2019). Definición de Marketing. *Marketing-Free.com*, Marketing-Free.com.

Morrisey, G. (Marzo de 2016). *ESTRATEGIA*. Obtenido de Esucomex:
<http://cursos.esucomex.cl/SP-Esucomex-2014/EPX6404/S4/MATERIAL%20DE%20ESTUDIO.pdf>

Stanton, E. y. (2019). Definición de Marketing. *Marketing-Free.com*.

Walker, E. y. (s.f.).

Wikipedia. (9 de Febrero de 2022). *Desarrollo económico*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_econ%C3%B3mico

ANEXOS



Diseñar estrategias de marketing para el desarrollo socio económico de los habitantes del cantón Ventanas, provincia de los ríos.

ENCUESTA DIRIGIDO A: Habitantes y Autoridades del Cantón Ventanas.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

1. ¿Considera que el cantón Ventanas es un recurso turístico de la provincia de Los Ríos? *

- Sí
- No
- Tal vez

2. ¿Cree, usted que el Cantón Ventanas, obtiene ingresos económicos de las actividades turísticas? *

- Sí
- No
- Tal vez

3. ¿Usted considera que el Cantón Ventanas, posee publicidad que satisface las necesidades de los clientes? *

- Sí
- No
- Tal vez

4. ¿Cree, que el Cantón Ventanas debe promocionar los sitios turístico mediante las redes sociales? *

- Sí
- No
- Tal vez

5. ¿Considera usted que el desarrollo de la actividad turística, es una oportunidad que genera empleo a los habitantes del cantón Ventanas? *

- Sí
- No
- Tal vez

6. ¿El Cantón Ventanas posee una marca o slogan, para proporcionar o atraer turistas? *

- Sí
- No

7. ¿Conoce de la importancia que tienen las estrategias de marketing para un sitio turístico? *

- Sí
- No
- Tal vez

8. ¿Usted tiene conocimiento de la importancia y beneficios que obtiene un recurso turístico? *

- Sí
- No
- Tal vez