

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Actualmente el uso del marketing en el ambiente turístico se ha convertido en una herramienta indispensable para su desarrollo y potencialización, por lo cual el presente trabajo de investigación busca realizar un estudio y luego presentar una propuesta de marketing para mejorar el turismo como una alternativa de desarrollo económico en el cantón Cascales, siendo dichas actividades una mejora en el estilo de vida de los pobladores de la localidad, entender los gustos y preferencias de los turistas al momento de su visita como una oferta acorde a sus exigencias. Esta investigación tiene soporte teórico en la Teoría de Marketing de William Stanton, Teoría de Marketing según Philip Kotler, Teoría de Marketing Turístico por Philip Kotler y Rey, Teoría de Marketing Turístico propuesto por Mármol y papers científicos que hacen referencia a la presente investigación. El marco metodológico se desarrolló apoyado en el método cualitativo y cuantitativo, con un tipo de investigación descriptiva; en la cual se aplicó una encuesta, instrumento mediante el cual se obtuvo resultados claros, analizados por el programa SPSS y comprobación de la hipótesis. El Análisis de resultados se realizó mediante análisis Bivariado, Univariado, Multivariado, se da a conocer las conclusiones de los resultados. Finalmente se propone un programa de Marketing Mix sustentado por la Teoría de Marketing Mix según Philip Kotler, donde se utilizó las 4 P de Marketing. Las conclusiones de la investigación y las futuras investigaciones propuestas por el investigador son el resultado de la investigación realizada en el presente trabajo.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **MARKETING MIX**
- **TURÍSTICO**
- **CASCALES**
- **OFERTA**
- **TURISMO**

## **ABSTRACT**

Currently, the use of marketing in the tourist environment has become an indispensable tool for its development and potentialization, for which the present research work seeks to conduct a study and then present a marketing proposal to improve tourism as a development alternative. In the Cascales canton, these activities are an improvement in the lifestyle of the local people, understanding the tastes and preferences of tourists at the time of their visit as an offer according to their needs. This research has theoretical support in the Theory of Marketing by William Stanton, Theory of Marketing according to Philip Kotler, Tourism Marketing Theory by Philip Kotler and Rey, Tourism Marketing Theory proposed by Marble and scientific papers that make reference to the present investigation. The methodological framework was developed based on the qualitative and quantitative method, with a type of descriptive research; in which a survey was applied, an instrument through which clear results were obtained, analyzed by the SPSS program and verification of the hypothesis. The Analysis of results was performed by Bivariate, Univariate, Multivariate analysis, the conclusions of the results are announced. Finally, we propose a Marketing Mix program supported by the Marketing Mix Theory according to Philip Kotler, where the 4 P Marketing was used. The conclusions of the investigation and future research proposed by the researcher are the result of the research carried out in the present work.

### **KEYWORDS:**

- **MARKETING MIX**
- **TOURIST**
- **CASCALES**
- **OFFER**
- **TOURIS**