Plan de marketing estratégico para mejorar la sostenibilidad turística en la ciudad de Santa Ana.

El turismo constituye uno de los principales recursos para un desarrollo económico en el país, siempre y cuando; este sepa aprovechar los atractivos naturales, históricos y culturales que posee. Sin embargo; en la actualidad ha sufrido un impacto negativo, que inicia desde la falta de interés y apoyo, contaminación ambiental y sin olvidar el factor social, que no contribuye para impulsar planes que aporte a la sostenibilidad turística en Santa Ana. Es por eso que la finalidad es resaltar los lugares turísticos con los que la ciudad de Santa Ana cuenta, hacer conciencia de la importancia que el turismo representa y la poca visualización a futuro de los beneficios que como ciudad pueda generar

Cenizales Barrientos, Ana Belén

Estrada, Ever Alexander

 Morán Mejía, Jessica Elizabeth,

MERCADEO INTERNACIONAl,2016.