

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo determinar la “Incidencia del marketing ambiental como problema social en las zonas de influencia turística de los cantones Mejía y Rumiñahui” pertenecientes a la Provincia de Pichincha, el estudio fue realizado en los focos turísticos de cada cantón. Uno de los objetivos de la presente investigación fue evidenciar la cultura ambiental de los visitantes, turistas y residentes, en donde para el levantamiento de información se realizó la aplicación de cuestionarios o encuestas a los turistas y entrevistas no estructuradas a los administradores del sitio turístico, esta información permitió realizar la relación entre las demás variables de estudio propuestas para comprobar el interés que tienen las personas por cuidar y preservar el sitio turístico al que acuden siendo estos: parques, atractivos naturales, sitios culturales o festividades típicas, se llegó a concluir que debe existir mayor participación de los GAD’S para impulsar el turismo convencional a un turismo sostenible, educando a la población para que cuide y respete los recursos y espacios turísticos que se les brinda.

PALABRAS CLAVES

- **MARKETING AMBIENTAL**
- **PROBLEMA SOCIAL**
- **ZONAS TURÍSTICAS**
- **CULTURA AMBIENTAL**
- **GESTIÓN MUNICIPAL**

ABSTRACT

The objective of this research project is to determine the "Incidence of environmental marketing as a social problem in the areas of tourist influence of the cantons Mejía and Rumiñahui" belonging to the Province of Pichincha, the study was carried out in the tourist centers of each canton. One of the objectives of the present investigation was to highlight the environmental culture of visitors, tourists and residents, where for the collection of information the questionnaires or surveys were carried out on tourists and unstructured interviews to the administrators of each tourist site, this information allowed us to make the relationship between the other study variables proposed to check the interest that people have in caring for and preserving the tourist site they come to be these: parks, natural attractions, cultural sites or typical festivities, where they arrived to conclude that there should be greater participation of GADs to promote conventional tourism to sustainable tourism, educating the population to take care of and respect the tourist resources that are provided.

KEYWORDS

- ENVIRONMENTAL MARKETING
- SOCIAL PROBLEM
- TURISTIC ZONES
- ENVIROMENTAL CULTURE
- MUNICIPAL MANAGEMENT