



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA AMBIENTAL

“Percepción del Consumidor sobre el ecoetiquetado y su influencia en la sostenibilidad ambiental en el Centro Comercial Mega Plaza, distrito de Independencia, 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO AMBIENTAL

Autor:

Lázaro Francis Barrueto Gaspar

Asesor:

Dr. Carlos Cabrera Carranza

Línea de Investigación:

Sistemas de Gestión Ambiental

Lima – Perú

2016

Página del Jurado

Mg. Elmer Benites Alfaro

(Presidente)

Mg. Rita Cabello Torres

(Secretaria)

Dr. Carlos Cabrera Carranza

(Vocal)

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, el que me ha dado la fuerza necesaria para salir adelante a pesar de la dificultades y momentos adversos que se me presentó durante la carrera así como en el aspecto familiar. A mí adorada madre Irma, aquella persona que me inculcó desde niño los valores y lo importante que es el estudio, por demostrarme su cariño y apoyo incondicional en las decisiones que tomé y quien ahora desde el cielo guía mi camino. A mi padre Lázaro, quien me demostró la fortaleza y el ahínco de salir adelante a pesar de los problemas, quien estoy seguro está muy orgulloso de esta etapa de mi vida. A mi hermana Milagros por apoyarme y acompañarme en momentos significativos desde mi niñez, a mi esposa Nathaly y a mi hija Camila quienes son el motivo de salir adelante, de esforzarme y de poder cumplir mis objetivos y metas profesionales.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios por darme la fortaleza y valor de poder acabar esta carrera profesional. Además por protegerme durante todo el camino y darme fuerzas para superar los obstáculos que se presentaron en mi vida.

Un agradecimiento especial a mi adorada madre Irma Gaspar Pacheco quien me guió por el camino correcto y me inculcó sus sabios consejos para las vicisitudes de la vida.

A mi padre Lázaro quien es el referente del sacrificio y de la lucha constante en el día a día.

A mi esposa Nathaly y a mi hija Camila quienes son parte primordial en mi vida, aquellas personas por las que lucho día a día y por las que realizaré el esfuerzo necesario para salir adelante.

Un agradecimiento a mi asesor Dr. Carlos Cabrera Carranza quien me guió con sus enseñanzas en el desarrollo de mi tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Lázaro Francis Barrueto Gaspar, con DNI N°41728459, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Ambiental, declaro bajo documento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de La Universidad César Vallejo.

Lima, Diciembre del 2016

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR SOBRE EL ECOETIQUETADO Y SU INFLUENCIA EN LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL EN EL CENTRO COMERCIAL MEGA PLAZA, DISTRITO DE INDEPENDENCIA, 2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ingeniería Ambiental.

Lázaro Francis Barrueto Gaspar

INDICE

Página del Jurado	02
Dedicatoria	03
Agradecimiento	04
Declaración de Autenticidad	05
Presentación	06
Índice	07
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad Problemática	13
1.2 Trabajos Previos	13
1.3 Marco Teórico	16
1.4 Formulación del Problema	22
1.5 Justificación del Estudio	22
1.6 Hipótesis	23
1.7 Objetivo	24
II. METÓDO	25
2.1 Diseño de Investigación	25
2.2 Variables, Operacionalización	25
2.3 Población y muestra	30
2.4 Técnicas e Instrumentos	31
2.5 Método de análisis	32

2.6 Aspectos éticos	32
III. RESULTADOS	32
IV. DISCUSIÓN	47
V. CONCLUSIONES	48
VI. RECOMENDACIONES	49
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	50
ANEXOS	43
Anexo 1. Encuesta	54
Anexo 2. Validación del instrumento	58
Anexo 3. Fotos	62

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadístico de fiabilidad	31
Tabla 2. Edad de las personas encuestadas	32
Tabla 3. Sexo del encuestado	33
Tabla 4. Grado de instrucción	34
Tabla 5. Opinión sobre productos ecoetiquetados	34
Tabla 6. ¿Consume productos con ecoetiquetado?	35
Tabla 7. Tipos de productos ecoetiquetados que consume	35
Tabla 8. Frecuencia de acudir al Centro Comercial Mega Plaza	36
Tabla 9. Sello o logotipo en los productos	36
Tabla 10. Productos donde ha visto un logo relacionado a la Biodegradabilidad	37
Tabla 11. ¿Ha visto Ud. en algún producto que consumió en el C. C. Mega Plaza algún tipo de numeración o porcentaje en su logotipo?	37
Tabla 12. ¿Cuál es la influencia que tienen los productos ecoetiquetados en la sostenibilidad ambiental?	38

Tabla 13. ¿Por qué no compraría un producto ecoetiquetado?	38
Tabla 14. ¿Qué porcentaje adicional estaría dispuesto a pagar por un producto ecoetiquetado?	39
Tabla 15. ¿Existe suficiente información en el mercado sobre los productos ecoetiquetados?	39
Tabla 16. ¿Cree Ud. que la adopción de un Plan Estratégico de difusión incrementaría las ventas de los productos con ecoetiquetado?	40
Tabla 17. ¿Qué opina Ud. sobre la preservación del ambiente?	40
Tabla 18. ¿Qué efectos económicos considera Ud. que conlleve el uso de productos ecoetiquetados en la preservación del ambiente?	41
Tabla 19. ¿Qué efectos sociales Ud. cree que conlleve el uso de productos ecoetiquetados en la sostenibilidad del ambiente?	41
Tabla 20. ¿Qué consecuencias ecológicas cree Ud. que conllevaría el uso de productos ecoetiquetados en la preservación del ambiente?	42
Tabla 21. Opinión sobre los productos ecoetiquetados	43
Tabla 22. Efectos económicos que conlleva el uso de productos ecoetiquetados sobre la sostenibilidad ambiental	44
Tabla 23. Efectos sociales que conlleva el uso de productos ecoetiquetados sobre la sostenibilidad ambiental	45
Tabla 24. Consecuencias ecológicas que conlleva el uso de productos ecoetiquetados sobre la sostenibilidad ambiental	46
Tabla 25. Prueba de Chi - Cuadrado	46

RESUMEN

La presente investigación nos detalla sobre uno de los fenómenos sociales de la actualidad, el consumismo. Sobre este problema se elaboró un instrumento mediante el cual determinamos la percepción del consumidor sobre el uso de las etiquetas ecológicas en los productos que se ofertan en el Centro Comercial Mega Plaza. Se tomó como medio de estudio este establecimiento puesto que los consumidores de este local representan una población importante del cono norte de Lima.

El estudio se realizó durante los meses de agosto y diciembre del año 2016 y es de tipo descriptivo y transversal. Además se tomó como población muestral de estudio un total de 378 personas que acuden de forma frecuente a realizar sus compras en el Centro Comercial Mega Plaza.

Después de realizar la investigación se concluye que la población presenta una percepción positiva sobre el uso del ecoetiquetado y su influencia en la sostenibilidad ambiental en los productos que se venden en el centro comercial de estudio. Puesto que esto manifiesta el cuidado que realiza la población y las empresas productoras hacia el ambiente y su sostenibilidad para las futuras generaciones.

Palabras Claves: Percepción, ecoetiquetado, sostenibilidad.

ABSTRACT

This research details for us on one of the social phenomena of the present time, consumerism. This problem an instrument by which we determine consumer perceptions about the use of eco-labels on the products offered in the Mega Plaza Mall was developed. It was taken as study through this facility since this local consumer represents a major north cone of Lima population. The study was conducted during the months of August and December 2016 and is descriptive and transversal. In addition sample was taken as a total study population of 387 people who come frequently to shop at the Mega Plaza Mall. After conducting the investigation it concludes that the population has a positive perception about the use of eco-labeling on products sold in the mall of study. Since this shows the care that makes the population and production companies towards the environment and sustainability for future generations.

Keywords: Perception, eco-labeling, sustainability.