



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración

“PROPUESTA Y VALIDACIÓN DE UN PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL Y RELACIONAL PARA LA CONSERVACIÓN DEL RECURSO AGUA EN LA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS EMAPA SAN MARTÍN – TARAPOTO 2011”

Tesis que presenta el Bachiller:

RIDER MARINA CUMBIA

Para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

ASESORES: Lic. Adm. ENRIQUE CAMPOS PONCE

Ms. Sc. ALBERTO SOTERO MONTERO

**TARAPOTO – PERÚ
2011**

Dedicatoria

*El presente informe va dedicado
a aquellas luces que Dios me dio para
guiarme en este largo camino de la vida,
aquellos que día a día luchan y se entregan
por mi bienestar. Mis Padres.*

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	
BIBLIOTECA	
CODIGO:	0086
	ADM-PI
	E1
N° DE LIBRO:	
FECHA:	22.02.13

Presentación.

Estimados señores miembros del jurado:

El presente informe de tesis denominado: ***“Propuesta y Validación de un Programa de Marketing Social y Relacional Para la Conservación del Recurso Agua en la Empresa Prestadora de Servicios Emapa San Martín S.A– Tarapoto 2011”*** es de cumplimiento y en conformidad con los requisitos establecidos en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad “Cesar Vallejo”, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

El estudio que a continuación se presenta, busca contribuir a la mejora del uso del recurso agua a través de estrategias marketeras (propias del marketing social y relacional). El fin es generar en el público objetivo la concientización y colaboración en la conservación de este recurso, siendo para esto el principal responsable la EPS EMAPA SAN MARTÍN S.A. de la ciudad de Tarapoto.

Además de esto, por la magnitud e importancia del estudio, se espera la debida valorización y utilización del mismo en pro de lograr un mayor beneficio para toda la población. De igual manera, se espera que el presente informe pueda servir de ayuda y motivación a otros estudiantes que gustan de la investigación y estén interesados en temas relacionados al que presentamos en esta oportunidad.

Sin otro particular pongo a su consideración el presente informe de tesis.

Agradecimientos:

*A aquel Ser Maravilloso que cuida mis pasos y
derrama sus ricas bendiciones sobre mí
haciendo de mi vida un milagro constante: A DIOS.*

*A los representantes de la EPS EMAPA SAN MARTÍN S.A
por permitirme desarrollar el presente estudio
que tiene como referencia a esa institución.*

*Al Ms. Sc. Alberto Sotero Montero y
al Lic. Enrique Campos Ponce por el
asesoramiento y apoyo brindado en el desarrollo
del presente estudio.*

EL AUTOR

ÍNDICE:

Contenido	Página
Dedicatoria	II
Presentación	III
Agradecimiento	IV
Índice	V
Declaración Jurada de Autenticidad y no Plagio	VII
Resumen	VIII
Abstract	IX
Introducción	X
CAPÍTULO I: MARCO METODOLÓGICO:	12
1.1 El Problema	12
1.1.1 Selección del Problema	12
1.1.2 Antecedentes del Problema	13
1.1.3 Formulación del Problema	16
1.1.4 Justificación	16
1.1.5 Limitaciones	17
1.2 Objetivos	18
1.3 Hipótesis	18
1.4 Variables-Indicadores	19
1.5 Diseño de la Ejecución	19
1.5.1 Tipo de Diseño	19
1.5.2 Población Muestra	19
1.5.3 Técnicas, Instrumentos, Fuentes e Informantes	21
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO	22
2.1 Marco Teórico	22
2.2 Marco Conceptual	41
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	41
CAPÍTULO IV: CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	65
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS	67

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
6.1 Conclusiones	69
6.2 Recomendaciones	70
CAPÍTULO VII: BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS:	71
7.1 Bibliografía	71
7.2 Anexos	73

DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO:

El suscrito, Bachiller: **Rider Marina Cumbia**, identificado con **DNI N° 45933543**, domiciliado en el Jr. Los Andes N° 557 del distrito de Morales, estudiante del X Ciclo de la escuela de Administración de esta casa universitaria, quién ha elaborado la tesis denominada: **“Propuesta y validación de un programa de marketing social y relacional para la conservación del recurso agua en la Empresa Prestadora de Servicios EMAPA SAN MARTÍN S.A - Tarapoto 2011”**, para optar el grado de Bachiller en ADMINISTRACIÓN, otorgado por la Universidad César Vallejo.

Declaro Bajo Juramento que el presente trabajo ha sido íntegramente elaborado por mi persona y que en él no existe plagio de naturaleza alguna, en especial de otro trabajo de tesis o similar, presentado por otra persona ante cualquier institución educativa. Igualmente, dejo expresa constancia que se ha respetado las reglas nacionales de derechos de autor.

En caso de incumplimiento de esta declaración me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, Noviembre del 2011



.....
Rider Marina Cumbia
DNI 45933543

RESUMEN:

El presente trabajo tiene como fin la propuesta de un programa de marketing social y relacional que busque la concientización y cambio de actitud de las personas en cuanto a la conservación y buen uso del recurso agua. El trabajo se desarrolló en función de la necesidad de contar con este tipo de programa por parte de la EPS EMAPA SAN MARTÍN S.A. Para su elaboración se tomó como referencias las propuestas de los autores **LEAL, Antonio (2000)** y **MARTÍNEZ, Emigdio (2009)**.

Los instrumentos empleados para la recopilación de información fueron las entrevistas y cuestionarios. Estas fueron aplicadas a los representantes del área de Educación Sanitaria de Emapa San Martín S.A. y a la población de los distritos de Tarapoto, Morales y Banda de Shilcayo, respectivamente.

Los resultados de esta investigación indicaron que es posible la realización de este tipo de programas y que su aplicación tiene buenos efectos en la actitud de las personas.

Por otro lado, se definen las principales teorías de marketing social y relacional, los cuáles dan sustento y respaldo al presente trabajo.

ABSTRACT:

The present work aims at proposing a marketing program that seeks social and relational awareness and changing attitudes of people in the conservation and good use of water resources. The work was developed based on the need for such a program by the EPS EMAPA SAN MARTIN S.A. Its production was taken as references the authors proposed LEAL, Antonio (2000) and Martinez, Emigdio (2009).

The instruments used for data collection were interviews and questionnaires. These were applied to the representatives of the area of Health Education Emapa San Martín SA and the people of the districts of Tarapoto, Morales and Banda Shilcayo, respectively.

The results of this study indicated that it is possible to carry out these programs and their implementation has good effects on the attitude of the people.

On the other hand, defines the main theories of social and relational marketing, which provide sustenance and support to this work.