



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El marketing social y su relación con el fundraising en los donantes de
la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración**

AUTORAS:

Rodriguez Rodriguez, Sandra Brigitte (orcid.org/0000-0001-8694-8916)
Valladares Gamboa, Grisel Ruth (orcid.org/0000-0002-7095-9992)

ASESORAS:

Dra. Aguilar Aragon, Nancy Deifilia (orcid.org/0000-0002-1536-3109)
Mg. Alva Morales, Jenny (orcid.org/0000-0002-2598-1912)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO - PERÚ

2023

DEDICATORIA

La presente investigación la dedicamos a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerzas para continuar en este proceso de obtener el primero de nuestros sueños.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años para formarnos con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo que nos ha ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles.

Las autoras

AGRADECIMIENTO

El principal agradecimiento a Dios quién nos ha guiado y nos ha dado la fortaleza para seguir adelante.

Queremos agradecer a nuestros padres por habernos dado su apoyo incondicional durante todos estos años y los recursos necesarios para lograrlo.

Agradecemos a nuestros docentes de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial a nuestras asesoras de proyecto de investigación, quienes nos han guiado con su paciencia, y su rectitud para culminar esta etapa satisfactoriamente.

Las autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.5. Procedimientos.....	19
3.6. Método de análisis de datos.....	21
3.7. Aspectos éticos.....	21
IV. RESULTADOS	23
V. DISCUSIÓN.....	31
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES.....	39
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Asignación de niveles de la variable marketing social y sus dimensiones en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	20
Tabla 2 <i>Asignación de niveles de la variable fundraising y sus dimensiones en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	21
Tabla 3 <i>Nivel del marketing social en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	24
Tabla 4 <i>Nivel del fundraising en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	25
Tabla 5 <i>Correlación entre el producto y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	26
Tabla 6 <i>Correlación entre el precio y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	27
Tabla 7 <i>Correlación entre la plaza y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	28
Tabla 8 <i>Correlación entre la promoción y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	29
Tabla 9 <i>Correlación entre el marketing social y el fundraising en los donantes de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Nivel del marketing social en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	12
Figura 2 <i>Nivel del fundraising en la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	12
Figura 3 <i>Correlación entre el producto y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	13
Figura 4 <i>Correlación entre el precio y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	13
Figura 5 <i>Correlación entre la plaza y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	14
Figura 6 <i>Correlación entre la promoción y el fundraising de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	14
Figura 7 <i>Correlación entre el marketing social y el fundraising en los donantes de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023</i>	15

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el marketing social y el fundraising en los donantes de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023. Este estudio de tipo aplicado, empleó un diseño no experimental descriptivo correlacional de corte transversal, con una muestra de 50 donantes nacionales e internacionales que aportan recursos para las actividades de la organización y que consintieron participar en la investigación en forma voluntaria, siendo evaluados mediante un cuestionario compuesto por 29 ítems. Los resultados revelaron que existe una relación positiva moderada entre el marketing social y el fundraising en los donantes de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023, respaldada por un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.657 y un valor de significancia de 0.000. Esto permite concluir que estos hallazgos no solo contribuyen al entendimiento de la dinámica entre el marketing social y el fundraising, sino que también sugieren oportunidades tangibles para fortalecer la efectividad de las estrategias de recaudación de fondos en organizaciones como la Asociación Sayariy Resurgiendo. Al implementarse estas mejoras, tienen el potencial de impactar positivamente en familias y comunidades en situación vulnerable, permitiendo así una contribución más significativa y beneficiosa a la misión y objetivos de la organización.

Palabras clave: Marketing social, fundraising, donantes, ONG.

ABSTRACT

The research aimed to determine the relationship between social marketing and fundraising among donors of the Sayariy Resurgiendo Association, Trujillo-2023. This applied study utilized a non-experimental descriptive correlational cross-sectional design, with a sample of 50 national and international donors who contribute resources to the organization's activities and voluntarily consented to participate in the research. They were assessed through a questionnaire comprising 29 items. The results revealed a moderate positive relationship between social marketing and fundraising among donors of the Sayariy Resurgiendo Association, Trujillo-2023, supported by a Spearman's Rho correlation coefficient of 0.657 and a significance value of 0.000. This leads to the conclusion that these findings not only contribute to understanding the dynamics between social marketing and fundraising but also suggest tangible opportunities to enhance the effectiveness of fundraising strategies in organizations like the Sayariy Resurgiendo Association. Upon implementing these improvements, there is the potential to positively impact families and communities in vulnerable situations, allowing for a more significant and beneficial contribution to the organization's mission and objectives.

Keywords: Social marketing, fundraising, donors, NGO.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, AGUILAR ARAGON NANCY DEIFILIA , ALVA MORALES JENNY, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "El marketing social y su relación con el fundraising en los donantes de la Asociación Sayariy Resurgiendo, Trujillo-2023", cuyos autores son RODRIGUEZ RODRIGUEZ SANDRA BRIGGITTE, VALLADARES GAMBOA GRISEL RUTH, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 04 de Diciembre del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
AGUILAR ARAGON NANCY DEIFILIA DNI: 18172951 ORCID: 0000-0002-1536-3109	Firmado electrónicamente por: NAGUILARA el 04- 12-2023 09:54:53
ALVA MORALES JENNY DNI: 43223670 ORCID: 0000-0002-2598-1912	Firmado electrónicamente por: JEALVAM el 09-12- 2023 12:39:19

Código documento Trilce: TRI - 0680430