



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**EL MARKETING ECOLÓGICO Y SU RELACIÓN CON EL
DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL DISTRITO DE LUNAHUANÁ
– CAÑETE, 2016**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

TANIA STEFANI ORTEGA MORALES

ASESORA:

MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

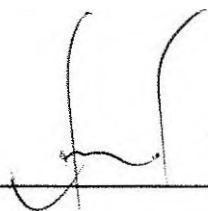
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

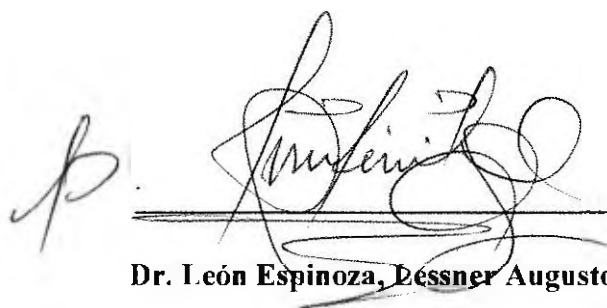
LIMA - PERU

AÑO 2016 - II

PÁGINA DEL JURADO



Dr. Dávila Arenaza, Víctor Demetrio



Dr. León Espinoza, Dessner Augusto



MSc. Mairena Fox, Petronila Liliana

Dedicatoria

A Dios por iluminarme y bendecirme. A mis padres y hermana que me ayudan, con sus fuerzas y ganas para seguir adelante. Y a una personita en especial que siempre cuento con su apoyo incondicional.

Agradecimiento

A los profesores de la Universidad César Vallejo, que cultivaron en mi persona para prepararme en una gran administradora e inculcando valores éticos; a mi profesora la Mgtr. Mairena Fox, Petronila Liliana, por guiarme para realizar esta tesis bajo su dirección; a mis padres que siempre me apoyan a cada momento brindándome siempre los medios suficientes y por estar siempre pendiente de mí; también de corazón a esa personita especial quien me brinda sus consejos, su apoyo y fuerzas a cada momento y no obstante también al centro donde laboro y en especial a mi jefa que con su accesibilidad y sus consejos hace que pueda cumplir esta gran meta.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo, Tania Stefani Ortega Morales con DNI N° 46684603, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también 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 los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 22 de Noviembre de 2016



Tania Stefani Ortega Morales

Presentación

Señores miembros del jurado examinador:

En cumplimiento con los dispositivos vigentes que establece el proceso de graduación de la Universidad César Vallejo, con el fin de optar el grado de Licenciado en Administración de Empresas, presento la tesis titulada "El Marketing Ecológico y su relación con el Desarrollo Sostenible en el distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016

La investigación tiene por finalidad determinar la relación que existe entre "El Marketing Ecológico y su relación con el Desarrollo Sostenible en el distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016, y de cómo el marketing ecológico se da de una manera excelente o hasta inclusive malo en relación con el desarrollo sostenible que los pobladores llevan a cabo dentro de distrito

El documento consta de siete capítulos: Capítulo I: Introducción, Capítulo II: Método, Capítulo III: Resultados, Finalmente la discusión, conclusiones, recomendaciones, además de referencias bibliográficas y anexos.

Espero señores miembros del jurado que esta investigación se ajuste a las exigencias establecidas por la universidad y merezca su aprobación.

La autora

INDICE

PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	

vii

RESUMEN

ABSTRACT

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática.....	11
1.2 Trabajos previos.....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	15
1.4 Formulación del problema.....	21
1.5 Justificación del estudio.....	22
1.6 Objetivos.....	23
1.7 Hipótesis.....	23

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación.....	25
2.2 Variables, Operacionalización.....	26
2.3 Población y muestra.....	29
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	30
2.5 Métodos de análisis de datos.....	32
2.6 Aspectos éticos.....	32

III. RESULTADOS

3.1 Prueba de Normalidad.....	33
3.2 Prueba de Hipotesis.....	33
3.3 Resultados del test.....	38

IV. DISCUSIÓN.....

43

V. CONCLUSIÓN.....

45

VI. RECOMENDACIONES.....

46

VII. REFERENCIAS ANEXOS

✓ Instrumento.....	50
--------------------	----

✓ Validación de los instrumentos.....	52
✓ Matriz de consistencia.....	61

Resumen

La presente investigación titulada "El Marketing Ecológico y su relación con el Desarrollo Sostenible en el distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016, tuvo como objetivo determinar la relación entre "El Marketing Ecológico y su relación con el Desarrollo Sostenible en el distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016. Esto como respuesta al problema: ¿Qué relación existe entre El Marketing Ecológico con el Desarrollo Sostenible del Distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016?"

Esta investigación se realizó dentro del enfoque Cuantitativo, se utilizó para su propósito el diseño correlacional, tomo como muestra a 346 pobladores de quienes recogió la información en un solo momento. Los instrumentos fueron graduados en la escala de Likert de 5 opciones, la cual se validó y probó su confiabilidad.

La investigación concluyó que sí existe relación positiva alta entre El Marketing Ecológico con el Desarrollo Sostenible del Distrito de Lunahuaná – Cañete, 2016, hallándose una correlación de 0,929 con un valor calculado para $p = 0.000$ a un nivel de significancia de 0,01 (bilateral); lo cual indica que la correlación es positiva muy alta.

Palabras claves: *Ecología, Desarrollo Sostenible, Marketing.*

Resumen

This research titled "Marketing Ecological and its relationship to sustainable development in the district of Lunahuaná - Cañete, 2016, aimed to determine the relationship between" Marketing Ecological and its relationship to sustainable development in the district of Lunahuaná - Cañete, 2016. This response to the problem: What is the relationship between marketing to Sustainable Development Ecological District of Lunahuaná - Cañete, 2016 "?

This research was conducted within the quantitative approach was used for the purpose correlational design, sample volume as 346 villagers who gathered information in a single moment. The instruments were graduates Likert scale of 5 options, which was validated and proved its reliability.

The investigation concluded that there is indeed high positive relationship between marketing to Sustainable Development Ecological District of Lunahuaná - Cañete, 2016, being a correlation of 0.929 with $p = 0.000$ calculated for a significance level of 0.01 value (bilateral); indicating that the correlation is very high positive.

Keywords: Ecology, Sustainable Development, Marketing