



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE MARKETING**

**GREEN MARKETING Y SU RELACIÓN CON LA  
DECISIÓN DE COMPRA DE LOS CONSUMIDORES EN  
LOS MERCADOS SALUDABLES DEL DISTRITO DE SAN  
ISIDRO, LIMA, 2022**

**PRESENTADO POR  
ROSSANGELA SUSANA ESCALANTE TTITO  
JORDAN MIGUEL NOLASCO NOLASCO**

**ASESORA  
AMÉRICA SILVIA BACA NEGLIA**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN MARKETING**

**LIMA – PERÚ  
2023**



**CC BY-NC-ND**

**Reconocimiento – No comercial – Sin obra derivada**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar cuál es la relación entre el Green marketing y la decisión de compra de los consumidores en los mercados saludables del distrito de San Isidro, Lima, 2022.

La investigación adopta un enfoque cuantitativo, es naturaleza aplicada, caracterizada por su nivel descriptivo y correlacional, con un diseño no experimental, por lo tanto, se plantea encontrar la relación entre ambas variables con base en una muestra específica. Para ello se solicitó la participación voluntaria de 352 consumidores de mercados saludables del distrito de San Isidro, a fin de poder medir las variables Green Marketing y decisión de compra, se utilizó el instrumento “cuestionario” que emplea la Escala de Likert que fue elaborado en *Google Forms* para la recolección de datos con un total de 23 ítems y 7 dimensiones para las dos variables.

Además, se empleó el coeficiente de correlación de Pearson, para la verificación de las hipótesis planteadas en la presente investigación, el valor obtenido para la confiabilidad para ambas variables fue de 0.884, lo que representa a un 88.4% de confianza con el procedimiento estadístico Alfa de Cronbach. Finalmente, dentro de los resultados se pudo validar la hipótesis general planteada, en el cual existe una relación positiva entre las variables Green Marketing y decisión de compra, así mismo obtenemos que las dimensiones de Green Marketing se relacionan positivamente con la variable decisión de compra.

**Palabras clave:** Green Marketing, decisión de compra, comportamiento del consumidor, producto verde, precio verde, promoción verde, plaza verde.

## **ABSTRACT**

This research aims to determine the relationship between Green marketing and consumers' purchase decisions in the healthy markets of the San Isidro district, Lima, 2022.

The research adopts a quantitative approach, is of an applied nature, characterized by its descriptive and correlational level, with a non-experimental design. Therefore, it seeks to find the relationship between both variables based on a specific sample. For this purpose, the voluntary participation of 352 consumers from the healthy markets in the San Isidro district was sought. In order to measure the Green Marketing and purchase decision variables, a "questionnaire" instrument was used, employing the Likert Scale. This questionnaire was created in Google Forms for data collection and consisted of a total of 23 items and 7 dimensions for both variables.

Furthermore, the Pearson correlation coefficient was used to test the hypotheses presented in this research. The obtained value for the reliability of both variables was 0.884, representing an 88.4% confidence level with the Cronbach's Alpha statistical procedure. Finally, the results validated the general hypothesis proposed, showing a positive relationship between Green marketing and purchase decision. Additionally, it was found that the dimensions of Green marketing are positively related to the purchase decision variable.

Keywords: Green Marketing, purchasing decision, consumer behavior, green product, green price, green promotion, green place.

## RESUMEN DE REPORTE TURNITÍN

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

**NOLASCO Y ESCALANTE.docx**

RECuento DE PALABRAS

**28874 Words**

RECuento DE CARACTERES

**164774 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**158 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**852.9KB**

FECHA DE ENTREGA

**Oct 10, 2023 3:50 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Oct 10, 2023 3:52 PM GMT-5**

### ● 19% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base

- 16% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 14% Base de datos de trabajos entregados
- 5% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Cross

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)