



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**Gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los  
servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y  
Promoción del Empleo, La Libertad - 2018**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
DOCTORA EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD**

**AUTORA:**

Mg. Vicente Velásquez, Yameli Romina

**ASESOR:**

Dr. Morales Salazar, Pedro Otoniel

**SECCIÓN:**

Ciencias Empresariales

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Políticas Públicas y del Territorio

**PERÚ-2019**

## PÁGINA DEL JURADO

.....  
Dr. Grados Vásquez, Martin Manuel  
PRESIDENTE

.....  
Dra. Cruzado Vallejos, María Peregrina  
SECRETARIA

.....  
Dr. Morales Salazar Pedro Otoniel  
VOCAL

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico:

*A Dios, por estar conmigo hoy y siempre, guiando mis pasos y bendiciendo mis anhelos y sueños*

*A los amores de mi vida, a mi esposo, Jorge Joel Vásquez Tirado y a mi hija Arizha Zoe Vásquez Vicente.*

*A mi familia que es mi motivo, de seguir a delante con su amor, paciencia y optimismo; que me alienta cada día a hacer el mejor profesional.*

*Y finalmente a todos mis familiares especialmente a mis suegros, que con sus enseñanzas y cariño.*

## **AGRADECIMIENTO**

*A Dios, por darme una vida plena de felicidad, a mi familia por ser siempre el soporte emocional y amical, a mis padres y suegros por guiar mis pasos en cada camino que tomé, y a mis amigos y compañeros de posgrado por el apoyo que me dieron.*

*Así mismo, mi agradecimiento profundo, al Dr. Morales Salazar Pedro Otoniel, asesor de tesis, quien me guió para la elaboración y culminación de la presente investigación de Tesis.*

*Del mismo modo, agradecimiento especial, a la Gerente Regional Mg. Jackeline Bustamante Fernández de la Gerencia Regional de Trabajo, por permitirme acceder a la información requerida, para la culminación de la presente investigación, del mismo modo a los trabajadores de Sub Gerencia de Inspección, por el apoyo técnico.*

*También agradecimiento a la Universidad César Vallejo, por tener una excelente plana docente, que permitió esforzarme cada día, a ser el mejor profesional en Gestión Pública.*

*Finalmente, mi eterno agradecimiento a mis familiares, los cuales estuvieron siempre al costado, y fueron mi soporte incondicional, para poder culminar este trabajo de investigación, en el nivel que se requería.*

**La Autora.**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, Mg. **Vicente Velásquez, Yameli Romina**, estudiante del Programa de Doctorado de Gestión Pública y Gobernabilidad de la Universidad César Vallejo, sede Trujillo; declaro que el trabajo académico titulado “Gestión del mercadeo social de la labor Inspectiva de los servidores, de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo - 2018” presentada en xx folios para la obtención del grado académico de Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad es de mi autoría.

Por tanto, declaro bajo juramento lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo. Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentando completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Trujillo, 05 de enero del 2019



---

**Mg. Vicente Velásquez, Yameli Romina**

**DNI N° 46475270**

## **PRESENTACIÓN**

Señores Miembros del Jurado,

Con la finalidad de obtener el Grado Académico de Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad y en cumplimiento al Reglamento de Grados y Títulos de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo pongo a vuestra consideración la Tesis Titulada: “Gestión del mercadeo social de la labor Inspectiva de los servidores, de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018” con la seguridad de que este trabajo será de cuantioso beneficio para los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, y sociedad en general, considerando que esta investigación busca sensibilizar a las empresas, a hacer transparentes y respetar los derechos de los trabajadores, teniendo como base legal la Ley General de Inspección del Trabajo, bajo este premisa, generará calidad de servicio y respeto a las normativas socio – laborales, establecidas en ley.

Esperando con esto haber cumplido con los requisitos necesarios que la Universidad César Vallejo, requiere, para la consecución del grado académico de doctora en gestión pública y gobernabilidad, esperando con esto aportar al fortalecimiento, del respeto de los derechos de los trabajadores, estoy a la espera de vuestras sugerencias y recomendaciones para proceder con las mejoras de la presente investigación y de esta manera realizar la sustentación correspondiente.

**La Autora**

## ÍNDICE

	Pág.
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autoría	v
Presentación	vi
Índice	vii
<b>RESUMEN</b>	xi
<b>ABSTRACT</b>	xii
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	13
1.1. Realidad problemática	14
1.2. Trabajos previos	24
1.2.1. A nivel internacional	24
1.2.2. A nivel nacional	20
1.2.3. A nivel regional	31
1.3. Teorías relacionadas al tema	33
1.3.1. Gestión de mercadeo social”	34
1.3.1.1. Definición	34
1.3.1.2. Características	35
1.3.1.3. Importancia	36
1.3.1.4. Clases	37
1.3.1.5. Dimensiones	37
a) Económica	38
b) Política	38
c) Social	38
d) Tecnológica	39
1.3.1.6. Teorías	39
1.3.1.7. Enfoques	40
a) Enfoque producción	40
b) Enfoque producto	40
c) Enfoque ventas	40

d) Enfoque mercadeo	41
e) Enfoque de marketing social	41
1.3.1.8. Elementos	41
1.3.2. Labor inspectiva	42
1.3.2.1. Definiciones	42
1.3.2.2. Infracciones	43
1.3.2.3. Importancia	44
1.3.2.4. Clases	45
A) Actuaciones de orientación	45
B) El funcionamiento y la actuación del sistema de inspección de trabajo	45
1.3.2.4. Dimensiones	45
a) Legal	46
b) Supervisión de empresas	46
c) Proceso de inspección	46
d) Proceso sancionador	46
1.3.2.5. Principios	47
a) Legalidad	47
b) Primacía de realidad	47
c) Imparcialidad y objetividad	47
d) Equidad	47
e) Autonomía técnica y funcional	48
d) Jerarquía	48
1.3.3. Relación de variables	48
a) Diferencias	48
b) Similitudes	49
1.3.4. Paradigmas	49
1.4. Formulación del problema	50
1.5. Justificación del estudio	51
1.5.1. Utilidad metodológica	52
1.5.2. Valor teórico	52
1.5.3. Conveniencia	53
1.5.4. Implicancias prácticas	53



1.5.5. Relevancia social	54
1.5.6. Epistemología	54
1.5.7. Legal	54
1.6. Hipótesis	56
1.6.1. Hipótesis de investigación	56
1.6.2. Hipótesis nula	56
1.6.3. Hipótesis específicas	56
1.7. Objetivos	57
1.7.1. Objetivo general	57
1.7.2. Objetivos específicos	57
<b>II.MÉTODO</b>	59
2.1. Diseño de investigación	61
2.2. Variables, operacionalización	62
2.2.1. Variables	62
2.2.2. Operalización de variables	63
2.3. Población y muestra	66
2.3.1. Población	66
2.3.2. Muestra	66
2.3.3. Criterios de selección	66
2.3.3.1. Criterios de inclusión	67
2.3.3.2. Criterios de exclusión	67
2.3.3.3. Unidad de análisis	67
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	67
2.4.1. Técnicas	67
a) Encuesta	67
2.4.2. Instrumento	67
a) Cuestionario	67
2.4.3. Validación y confiabilidad del instrumento	69
a) Validez de contenido	69
b) Validez de constructo	70
2.4.4. Confiabilidad	71
2.5. Métodos de análisis de datos	73
2.5.1. Estadística descriptiva	73

2.5.2. Inferencia estadística	73
2.6. Aspectos éticos	74
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>75</b>
3.1. Descripción de resultados	75
3.2. Contrastación de hipótesis	81
3.2.1. Contrastación de hipótesis general	82
3.2.2. Prueba de las hipótesis específicas	83
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>94</b>
<b>V. CONCLUSIONES</b>	<b>109</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	<b>112</b>
<b>VII. PROPUESTA</b>	<b>114</b>
<b>VIII. REFERENCIA</b>	<b>126</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>133</b>
Anexo 1: Matriz de puntuación de las variables	133
Anexo 2: Ficha de validación de contenido de los instrumentos	137
Anexo 3: Ficha resumen de los expertos validados	146
Anexo 4: Validación de constructo de los instrumentos	156
Anexo 5: Confiabilidad de los instrumentos	160
Anexo 6: Instrumentos	164
Anexo 7: Fichas técnicas de los instrumentos	168
Anexo 8: Constancia de realización del trabajo de investigación emitida por la institución	176
Anexo 9: Matriz de consistencia interna del informe de tesis	177
Anexo 10: Panel fotográfico	190
Anexo 11: Autorización de Publicación de tesis en el repositorio institucional UCV	
	192

## RESUMEN

El propósito de la investigación fue determinar la influencia de la gestión del mercadeo social, en la labor inspectiva de los inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad. El tipo de estudio es no experimental, sino estudio correlacional con causal transversal y los métodos de investigación aplicados fueron el deductivo, el descriptivo, el hermenéutico – jurídico y el analítico - sintético. La muestra está conformada por 30 servidores civiles, entre ellos 13 inspectores, 14 funcionarios y 03 administrativos de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad - 2018, se utilizó la técnica de la encuesta con dos cuestionarios tipo escala Likert, los cuales se tomó una muestra piloto de 12 servidores para realizar la prueba de confiabilidad con Alfa de Cronbach y, la validación de contenido se hizo por juicio de expertos; los resultados fueron representados en tablas y figuras usando el programa Excel, para realizar el procesamiento de información y la contratación de las hipótesis se hizo con la distribución estadística Tau-b de Kendall y Rho de Spearman por ser los datos no paramétricos a través del software SPSS versión 23.

Se concluye que existe influencia significativa de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud de Tau-b de Kendall de 0.491, con una significancia de 0.021 menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0,05$ ) y del coeficiente Rho de Spearman = 0.503 (positiva moderada).

Se recomienda que la Que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe promover convenios universitarios, para implementar un plan de incentivos académico, con el fin de fortalecer la capacidad técnica de los inspectores de trabajo y mejorar la calidad de los procesos de inspección de trabajo.

**Palabras Clave:** Mercadeo Social, Labor Inspectiva, Procesos de Inspección.

## ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the influence of the management of social marketing, in the inspection work of labor inspectors of the Regional Office of Labor and Employment Promotion - La Libertad. The type of study is not experimental, but correlational study with transversal causal and the applied research methods were the deductive, the descriptive, the hermeneutic - legal and the analytical - synthetic. The sample consists of 30 civil servants, including 13 inspectors, 14 officials and 03 administrative staff of the Regional Office of Labor and Employment Promotion - La Libertad - 2018, the survey technique was used with two Likert-scale questionnaires, the which a pilot sample of 12 servers was taken to perform the reliability test with Cronbach's Alpha and, content validation was done by expert judgment; the results were represented in tables and figures using the Excel program, to perform the information processing and the hiring of the hypotheses was done with the statistical distribution Tau-b of Kendall and Rho of Spearman for being the non-parametric data through the software SPSS version 23.

It is concluded that there is significant influence of social marketing management in the inspective work of the servers of the Regional Office of Labor and Employment Promotion, La Libertad - 2018, by virtue of Kendall's Tau-b of 0.491, with a significance of 0.021 less than 5% of standard significance ( $P < 0.05$ ) and Spearman's Rho coefficient = 0.503 (moderate positive).

It is recommended that the Regional Labor Management and Employment Promotion in La Libertad, should promote university agreements, to implement an academic incentive plan, in order to strengthen the technical capacity of labor inspectors and improve the quality of the labor inspection processes.

**Keywords:** Social Marketing, Inspectorate Labor, Inspection Processes.

## **I. INTRODUCCIÓN**

La Constitución Política del Estado, protege los derechos del Trabajador con una remuneración equitativa y suficiente, prohibiendo cualquier vulneración a las normas sociolaborales, que limite el ejercicio de sus derechos constitucionales vinculados al derecho laboral.

Cuando SUNAFIL no estaba operando en el sistema inspectivo, la inspección en el trabajo era solo descentralista, por lo que se contaba con menos de 400 inspectores, la PEA en el Perú requiere de por lo menos 2000 inspectores, esto es lo que indica la OIT, estos 400 inspectores los que conformaban la red de inspectores estaban planificadamente ejerciendo sus funciones en todas las regiones de nuestro Perú, cada región tenía aproximadamente 5 inspectores en función, con sueldos menores a los del mercado laboral público, lo que es seguro es que el sistema de inspección ha mejorado notablemente, tanto que junto al poder judicial son los mecanismos más eficientes en solución de conflictos laborales, se ha desarrollado la capacitación, hay prospectiva en los planes de mejora del sistema, y además un equipo de inspectores que vienen desarrollando un gran trabajo inspectivo. (García, 2010, p. 15)

En consecuencia, cuando decidimos investigar acerca del motivo que lleva a las instituciones a no ser transparentes con la información contractual de sus trabajadores, cuando se ejecuta la labor de los inspectores de trabajo pertenecientes a Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, el cual vela y objetivista los derechos de acuerdo a ley y deberes de los empleadores y trabajadores, surgieron interrogantes que desde el gabinete no se podía resolver, por lo tanto se decidió hacer de este problema el inicio de la tesis del doctorado.

Las instituciones tienen este comportamiento de a no ser transparentes con la documentación contractual, por lo cual se realizó la técnica de la encuesta para recabar la información que necesitamos para enfocar la presente tesis, aplicamos la técnica de la encuesta, a los inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, los cuales son especialistas en derecho laboral, ellos explicaban este comportamiento a partir que las instituciones contratantes

no cumplen con las obligaciones ni condiciones, regidas en los contratos que ellos hacen a sus trabajadores y que por supuesto reposan en la ley general de trabajo.

En ese sentido es importante realizar una plan de mercadeo social para que la labor inspectiva, no tenga barreras, y se desarrolla en forma normal, logrando la sensibilidad por parte de las empresas en la transparencia y por ende el respeto a los derecho de los trabajadores, como se estable en la Ley General de Inspección de Trabajo, por lo que se utilizara herramientas de marketing social como: campañas radiales de difusión de la ley de inspección, folletería, mejoramiento de capacidades a empresas y trabajadores, utilización de social media para fijación de ideas y letreros con ideas centrales.

La finalidad de este trabajo es evaluar cuál es el predominio de la gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la GRTyPE, La Libertad – 2018. En el presente trabajo se justifica en que el plan de mercadeo social, mejorara la labor inspectiva de los servidores de la sub gerencia de inspección de trabajo, y además incentivar la transparencia de las entidades en velar los derechos de los trabajadores.

Por lo expuesto, el presente trabajo de investigación pretende desarrollar un proceso de planificación, con el que se obtendrá un producto final que será el plan de mercadeo social, con el propósito de mejorar la labor de inspección que realizan el cuerpo de inspectores de trabajo, a fin de posicionar a la Gerencia de Trabajo y Promoción del Empleo como emprendedor de gestión en cumplimiento de las normas sociolaborales de la sociedad, generando seguridad, compromiso, lealtad, respeto, por parte de los inspectores y de los trabajadores.

### **1.1. Realidad problemática**

En la mayoría de los países de América Latina el Marketing social es considerado con una orientación práctica, en donde el instrumento apropiado para las sociedades democráticas, es decir un concepto en el cual una empresa o instituciones públicas, deben considerar que gestión pública debe generar valor agregado, en sus procesos, para que el producto final

sea la gestión pública productiva, la cual dará un enfoque de competitividad, y dejar de ser la gestión pública clásica, para convertirse en gestión moderna basada en resultados. (Tayala, 1997)

El enfoque de que las organizaciones deben tomar es estrictamente lograr darle valor agregado a sus procesos y los resultados que se lograran serán netamente productivos, las entidades públicas pueden mejorar cada vez más el servicio que brindarán, más allá de las acciones que emprendan como parte del procedimiento o servicio que ofrecen a un segmento de la población o sector productivo del país.

A pesar de que las organizaciones públicas son muy pocas las que usan el mercadeo social como concepto de procesos, los objetivos del Mercadeo Social se ha realizado desde hace varios años, pero no se ha conocido el concepto claramente, es por ello que el concepto de mercadeo social, recién toma vida para algunas organizaciones sobre todo las públicas, este concepto estaba instalada en los objetivos mayormente de las empresas privadas o sector privado, por lo que se mezclaba con el concepto de márketing para ventas, por lo que ahora la gestión pública ha comenzado a usar el concepto, no solo para vender servicios, sino también para instaurar en la población conceptos referente a ética en todos los aspectos de la palabra.

También Bonilla (2015), explica que Bolivia la Inspección del trabajo es un deber público, que termina en el seguimiento y supervisión de los deberes y legalidad de los subordinados en los aspectos de salud en el trabajo. La inspección del trabajo tiene como misión vigilar el cumplimiento de las normas laborales las cuales son monitoreadas por inspectores de trabajo. Esta actividad es aplicada a empresas y entidades públicas las cuales posiblemente no respeten los derechos de los trabajadores.

También Toledo (2007, p. 57), explica que Bolivia la inspección del trabajo es la protección a los trabajadores, que con el fin de hacer valer los derechos del trabajador o asalariado. La promoción del trabajo es una cadena productiva que se acaba con la inspección que los inspectores hacen a las

entidades públicas o privadas, las cuales están sujetas a las leyes del estado en las que se aplica.

El estado peruano ha formalizado varias políticas sociales, con el firme objetivo de que la condición de inserción laboral se dinamice y genere herramientas precisas de supervisión el cumplimiento de derechos de los trabajadores, es importante también recalcar que uno de los objetivos clásicos sentar las bases de que las personas tengan una convivencia buena en su respectivo trabajo con respecto a la párate labora. (Ugarte, 2008, p. 42)

Cabe recalcar que en el Perú no tiene políticas claras y menos la implantación de las mismas, ya que son copia fiel de políticas de otros países, y posiblemente no se haya realizado el diagnostico real en el Perú. En la lucha de combatir la pobreza y también el subempleo, debemos utilizar enfoques como el de emprendimiento productivo que asegurará de una manera el respeto de derechos de los empleados y también los deberes de los mismos, requeridos en el Perú el aumento de puestos de trabajo, pero también calidad de salubridad en el trabajo y además fomentar el cumplimiento de nuestras propias leyes, que objetivan el respeto de derechos de todos los tipos de trabajador según su tipo de contrato.(Daza, 2005, p. 38)

De esta forma aumentará el empleo y se podrá tener empresas que ofrezcan mejores condiciones de trabajo a su personal y en ese contexto el servicio ofrecido por la entidad que regula este mercado, que puede ser el gobierno nacional o regional tendrá la posibilidad de aplicar herramientas como el mercadeo social.

En la actualidad, muchos países descuidan el fortalecimiento de la inspección del trabajo con lo que los abusos de los empleadores se han agudizado, y han dado pase a la sumisión de los trabajadores, en nuestro país muchos de los sectores productivos, han sido capacitados y además supervisados por entidades como SUNAFIL y la misma GRTyPE, con el fin



de que los derechos sean respetados y de esta forma garantizar el cumplimiento de las leyes. (Pérez, 2004, p. 44)

Por otro lado en el Perú, tenemos como antecedente de la inspección de trabajo, la resolución suprema del 02 de enero de 1929, con la que se establecía la Inspección General del Trabajo, pero los gobiernos locales y regionales no le han dado el debido respeto a estas políticas, por lo que se ha implementado políticas locales las cuales se ha implementado por parte del gobierno regional a través de una de sus gerencias y por parte de las entidades empleadoras, son conocedoras de los derechos y deberes que deben cumplir hacia el trabajador.

Con la Ley N° 9483, del 31 de diciembre de 1941, se crea el Fuero Privativo de Trabajo, dentro de la Dirección de Trabajo; los inspectores de las regiones adquirieron funciones jurisdiccionales y por lo tanto creció el control de las empresas empleadoras.

En el Perú, antes de la emisión del Decreto Supremo 003-71-TR, había un solo un reglamento del procedimiento de inspección y solo se aplicaban bajo el criterio de los servidores públicos encargados de la solución a conflictos laborales, si era necesario una inspección, asignaban un inspector para que realice el trabajo de inspección, la cual se desarrollaba con la presencia del empleador o representantes del mismo, para desarrollar la inspección y tenía que desarrollarse en dentro del centro laboral, en este enfoque se llevaba a cabo la inspección con todos sus procesos en la firma del informe participaban todos los relacionados, por lo que este informe tenía valor probatorio de instrumento público. (Rendón, 2011, p. 32)

El informe del inspector-visitador se objetivaba en la solución de conflictos laborales. Pero la inspección no garantiza el hacer cumplir los derechos del trabajador, ni tampoco los deberes de la empresa o entidad empleadora, ya que las leyes y políticas no estaban lideradas por un ministerio, ahora sí lo son por el ministerio del trabajo y promoción del empleo (Rendón, 2011, p. 61)

La organización sindical ha sido de sobremanera el ente dentro de la empresa o entidad empleadora, la contingencia de lucha contra el abuso del empleador hacia el trabajador, por lo que actualmente la inspección es obligatoria y sujeta a multas si es que la entidad no permite dicha inspección, además otro ente importante dentro de la validez y respeto de los derechos de los trabajadores es la actividad de la gerencia regional de trabajo y promoción del empleo. (Rendón, 2011, p. 52)

El Doctor Rendón (2011), explica que uno de las principales herramientas que se utilizó para hacer cumplir las políticas sobre el empleo, fue la creación de la gerencias regionales y además la coordinación continua que estas tienen con SUNAFIL, lo cual ha logrado cerrar las brechas e índices de abuso en el trabajo, claro en aspectos laborales, lo que ha permitido brindar un mejor servicio desde la prevención hasta la inspección y posterior multa con la que sanciona a las empresas o entidades por el no respeto a los derechos de los trabajadores.

En nuestro país no existía políticas o reglamentos con rango de ley que gestionara el sistema de inspecciones laborales; el 17 de marzo del 2001 queda promulgado el Decreto Legislativo N° 910 Ley General de Inspección del Trabajo y Defensa del Trabajador, esta norma recoge la mayoría de lo registrado en el Convenio N° 81 de la OIT. En este momento, la Ley N° 28806 -Ley General de Inspección del Trabajo, ya establece regulaciones sobre la función de fiscalización que desempeña el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, junto a la Dirección Nacional de Inspecciones, también se establece que las funciones deben ser transferidas a la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL).

La ley instituyó la inspección del trabajo porque fue el redactor de que el inspector verificar, determinar los hechos además de las funciones ya asignadas, además considera la vulneración de derechos de los empleadores es irrenunciable, con lo cual queda resguardado los derechos laborales de los trabajadores, ha sido una garantía de que los derechos se cumplan y los empleadores sepan sus derechos y los reclamen, con lo que

la ley se cumple y se restablecen los derechos de los trabajadores y también de las instituciones y entidades públicas y privadas que también ejercen sus derechos de defensa. (Gaceta Jurídica, 2005)

La ley mejoró notablemente la situación tanto para el inspector como para los empleadores, ya que se creó un perfil del inspector de trabajo que se basaba en la obtención del bachillerato y por parte del empleado garantizar los derechos y restablecerlos según su caso.

La ley establece el libre ingreso a los centros de trabajo y el derecho a tener inspecciones sin previo aviso, con lo que se ha logrado reducir la vulneración de los derechos del trabajador. (Roca, 1998, p. 52)

Entre estas se tiene la presencia policial cuando se ejecuta la inspección en las entidades empleadores; y sobre todo algunas políticas como la tolerancia de 10 minutos para el inicio del proceso de inspección, es importante también que se aplique una capacitación presencial, después de cada intervención, con lo cual dejaremos en claro, las consecuencias de no cumplir con las normas legales que están establecidas en la defensa de los trabajadores. (García, 2008, p. 69)

El procedimiento de inspección laboral busca no solo asegurar los derechos de los trabajadores sino también hacer cumplir los derechos de los trabajadores por parte de los empleadores, es importante también referir que el procedimiento de inspección laboral tiene como objetivo corregir y no dejar pasar de largo el incumplimiento de los derechos laborales por parte del empleador dispuesto en la Ley General de Inspecciones de Trabajo. (Guzmán, 2013, p. 66)

En el Perú las leyes de inspecciones tiene dos etapas: La primera es la investigación o instrucción en donde las actuaciones de inspección son diligencias previas al procedimiento sancionador en materia socio laboral, cuyo inicio y desarrollo se rige por lo dispuesto en la Ley N° 28806, la misma que dispone que son de aplicación las disposiciones del Título II de la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General, salvo remisión

expresa; la segunda fase corresponde al procedimiento sancionador que inicia de parte o tácitamente a mérito del acta de infracción; en esta se imputa una la posible vulnerabilidad al ordenamiento de la parte jurídica – laboral, o lo que sería la obstrucción de la labor de los inspectores u obstrucción a la labor inspectiva.

Es importante hacer conocer que la primera fase donde se caracteriza la problemática de una inadecuada interpretación de la Ley, la cual por la mala interpretación de los inspectores de trabajo, quienes orientados por diversas facultades, las que al ser mal aplicadas vulneran el principio de confidencialidad referido en el inciso 9° del artículo 2° de la Ley General de Inspección, el cual tiene registrada que las quejas o denuncias deben tener un tratamiento de carácter confidencial, y que se extienda al empleador, con lo que lograremos mantener en secreto al denunciante. (Acosta, 2012, p. 82).

La Ley 28806 – Ley General de Inspección de Trabajo, establece que es único sistema establecido por ley realizar las inspecciones a las instituciones o empresas, que formalicen sus denuncias, que se atenderá a través de una inspección; donde están alineados a la normatividad establecidas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, por lo que quedan establecidas las bases, para la inspección, no solamente las bases sino también los protocolos a seguir.

En cuanto a la estructura del sistema está conformada por un sistema organizacional, en el cual se han establecido unidades las cuales responden a políticas y normas, las que a su vez tienen criterios geográficos, los cuales están establecidos en las directivas de inspección en el trabajo, uno de los más fuertes puestos y altos cargos dentro de este organigrama son los superintendentes.

Los inspectores de trabajo son trabajadores estatales, los cuales están regidos por ética y consideración, están facultados para entrar al centro de trabajo, lo único que no se le permite y esta normado por ley es el acceso a los domicilios de los implicados, para lo cual debe primeramente tener

permiso del juez de la por lo cual la inspección solo se aplazará hasta tener este permiso. El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2017, p. 9), refieren que el año 2016, solo el 40% de las empresas supervisadas se logra iniciar el proceso sancionador, a diferencia del 60% se multan a las instituciones sancionadas. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2017, p. 9), refieren que el año 2016, solo el 40% de las empresas supervisadas se logra iniciar el proceso sancionador, a diferencia del 60% se multan a las empresas sancionadas.

Otra variable que se considera es lo que tiene que ver con el mercadeo social que de acuerdo con Talaya en (1997), donde prescribe que el objetivo del mercadeo social es plantear soluciones a problemas; gracias al objetivo de no tener un retorno económico, más bien un retorno social.

El mercadeo social objetiva su carácter en proponer cambios a los Stakeholders, los cuales a su vez generen cambio importantes en la sociedad, para adoptar un criterio o enfoque, se puede utilizar las TIC, para generar las estrategias y poder convencer del cambio a la sociedad.

Sin embargo económica se ubica en mayor porcentaje de 63.3% (de los trabajadores encuestados) en nivel deficiente, resultados, que consideran según Kepler (1991), que refiere que el país las entidades publica tenemos un gasto de 63.3% en el nivel económico, encontrando se el nivel deficiente, el Gobierno Regional de la Libertad tiene en gasto publico solo el 53% colocándonos en el último de los puesto en ejecución presupuestal. (MEF, 2018)

Los efectos del cambio son establecidos para eliminar problemas sociales que no han podido ser tratados por la sociedad, y que, al someterse a las ejecuciones de inspección laboral, han producido cambios periódicos los cuales ahora son vistos como cambios beneficiosos y que empoderan a la población empleada, a reclamar sus derechos ante el empleador. (Marturel 2012, p. 8)

Kotler y Levi (2011) están convencidos de que marketing social es usar las herramientas que estén al alcance, con el único fin de provocar o generar el cambio de comportamiento, dicho esto nos dejan la labor de evaluar las herramientas más productivas dentro de las cuales están nombradas el uso del mercadeo social, el uso de la TIC, el uso de análisis de mercado, lo cual debe mejorar la gestión social.

De acuerdo con Vaz (2003, p. 281), el mercadeo es comprendido como “la herramienta que sirve para atenuar problemas en temas como higiene y salud pública, educación, trabajo, transporte, vivienda y alimentación”.

Por lo que el mercadeo social se entiende como una estrategia a instaurar para lograr cambios en el estado de opinión u comportamiento o de cambio de visión, que tiene como objetivo generar una idea prospectiva de la institución, y que a su vez busca acciones sociales las que mejoren el enfoque de defensa y derechos de la sociedad. La empresa o institución, mantiene enfoques de monitores para que las oportunidades de acciones sociales sean más precisas o con mayor capacidad para resolución de problemas, En otros términos, los mercadeos sociales son orientadas a difundir y focalizar soluciones a causas sociales, en donde las llamadas a fomentar son las mismas instituciones o empresas.

Según Mendoza y Schommer (2000), el mercadeo social se ha usado, para explicar la participación activa en defensa de algún propósito por parte de instituciones públicas y privadas en el campo social, en donde el objetivo es obtener competitividad, se puede decir que el índice es de crecimiento de las instituciones públicas y privadas, que venden conciencia social para generar cambios de selección en el caso de las empresas que venden o brindan servicios, y de crear valor social en el caso de entidades públicas, en este enfoque el mercadeo social se refiere a beneficios de la entidad, pero no se descuidada acciones que generen cambios de comportamiento empresarial o en su defecto hablando de entidades públicas la preocupación de lograr el bienestar social más amplio.

En ese sentido tenemos a, Souza, Santos y Silva (2008, p. 2), nos refiere que la problemática de entidades públicas y privadas es “identificar las causas del interés social más relevante para la sociedad que al final son los consumidores”, Según estos autores es necesario, lo principal es focalizar las causas sociales que se relacionan con los valores que se han encontrado. Se utilizan muchas herramientas de gestión o de análisis para definir problemas, pero ninguno ha sido tan efectivo, como los que son tomados desde la misma población, por lo que se mejora esta captura de datos con el análisis de índices basales.

La visión colectiva de la sociedad ha recaído en la búsqueda del valor social las cuales están ligadas a cierres de brecha de educación, salud y seguridad, entidades públicas y privadas buscan desarrollar acciones que las hagan más enriquecidas con respecto a la aceptación por parte de la población. Por lo cual las empresas se concentran en procesos de mercadeo con el fin de alcanzar los objetivos esperados y también los resultados, los que deben responder a las necesidades sociales. El mercadeo social es importante por lo que se debe desarrollar en todas las entidades públicas y privadas, para que la relación cliente – empresa o entidad pública – sociedad, mejore y la sociedad identifique en estas instituciones que la labor principal de estas es crear valor social.

En la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo La Libertad, 2018, existe vulneración a la labor inspectiva de los inspectores de trabajo, a raíz que las empresas inspeccionadas no brindan la facilidad necesaria para la labor inspectiva, a consecuencia de eso se obstruye la labor inspectiva conllevando a iniciarse un proceso sancionador, por ende son multadas las empresas. Así mismo la Ley General de Inspección de Trabajo N°28806, prescribe las sanciones a las empresas, a pesar de eso obstruyen la labor inspectiva, que lo único que busca es velar los derechos de los trabajadores.

## 1.2. Trabajos previos

A continuación, se presentan antecedentes a nivel internacional, nacional y regional referentes o relacionados con mis dos variables gestión de mercadeo social y labor inspectiva que servirán de referencia en el desarrollo de ésta investigación.

### 1.2.2. A nivel internacional

Es muy importante tomar en cuenta ya que vincula directamente con los antecedentes de la investigación, a nivel internacional tenemos los siguientes antecedentes, los cuales son los más relevantes:

Royo (2015) en su tesis titulada *“El Mercadeo Social en la rendición de cuentas de la administración local”* de la Universidad de Zaragoza, España, investigación para optar el título de Doctor en Políticas Sociales investiga la madurez y los factores que influyen directamente en la adopción y desarrollo del mercadeo social en la administración de locales y regionales europeas, desarrolla sobre todo la importancia que tiene el mercadeo social para que la comunidad se relacione con el gobierno a nivel local y regional. El objetivo de esta tesis es mostrar el conocimiento relativo a la aplicación y el impacto del mercadeo social países europeos. Quien refiere que en cuanto a rendición de cuentas, utiliza el 80.5% la tecnología, siendo un porcentaje elevado, donde se demuestra que el uso de las de la informática es muy importante, para la gestión de cuentas y la medición de la participación ciudadana, para generar condiciones de desarrollo democrático.

Esta investigación es importante a nivel de antecedente por lo que analiza el mercadeo social como herramienta de los gobiernos locales como mejora de la transparencia en la gestión de cuentas. Esta tesis está íntimamente relacionada con el trabajo que se realiza. Como conclusión se tiene que el marketing social permite tener mejor concientizada a la población en temas de rendimiento de cuentas y participación ciudadana



en decisiones del gobierno con lo cual se genera mejores condiciones para el desarrollo democrático de una sociedad.

La presente tesis sirve como aporte, en conocer cómo se desarrolla una campaña de marketing social que es importante en el desarrollo de la presente investigación.

Díaz (2014) en su investigación *“Actas, informes y requerimientos de la inspección de trabajo”* Escuela de Posgrado Universidad de la Laguna Málaga, España. Llega a la conclusión de que desde 1906 existe en España una Inspección de Trabajo que tiene como misión el cumplimiento del derecho laboral. En este sentido la disciplina de derecho laboral es la más precisa y la que consigue más resultados, por lo que refiere que es preocupante que un 20% si incluye lo legal en la inspectiva en la Operativización del trabajo. Se instituye también el cuerpo de inspectores de trabajo, los cuales están divididos en Cuerpo Superior de Inspectores de Trabajo y Seguridad Social y el Cuerpo de Subinspectores de Empleo y Seguridad Social, es importante también la homogenización de la terminología y también el personal que su trabajo es sancionar.

El aporte de la investigación radica en que permitirá conocer todo el proceso de la inspección laboral en España con la finalidad de comparar en relación con el Perú y obtener aportes para una propuesta de mejora en este procedimiento aplicando el mercadeo social.

Giuliani (2012) en su investigación *“El Mercadeo Social, Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial”* de la Universidad del Centro Educativo Latinoamericano de Argentina, escuela de Posgrado y establece que las investigaciones describen a las organizaciones como parte de la responsabilidad social en las empresas y por lo tanto los empleadores, el mercadeo social representan la mayor valla que tiene el desempeño. Por otro lado, la Responsabilidad Social

Empresarial ahora de moda, se relaciona directamente a las políticas que buscan trabajo justo, reciclaje, energía renovable, etc; por lo que las políticas están objetivadas en la calidad de vida de los empleados y las demás personas que colaboran con el desempeño de metas y objetivos de las empresas.

La utilidad de esta investigación radica en que presenta las dimensiones del marketing social, como social, económica, y tecnológica, es decir, cómo va a operacionalizar esta variable en la investigación.

Gallardo (2010) en su tesis *“Aplicación del procedimiento administrativo a la función fiscalizadora de la dirección del trabajo”* Tesis para optar al grado de Magister de la Universidad de Chile”. El objetivo del estudio se basa en encontrar y dilucidar si las normas de derecho administrativo se aplican o no a la dirección del trabajo y, sobre todo a lo más importante que es el trabajo fiscalizadora. Tiene como conclusión un aporte al campo específico de la fiscalización laboral y no existe información relevante, por lo que tienen como conclusión final que el proceso sancionador alcanzó un nivel bueno con 80%, con la recaudación de las multas impuestas, porque el sistema sancionador se encuentra estipulado en la Ley Nº 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

El aporte de esta investigación está en la forma como analiza las variable inspecciones de trabajo como inspección de trabajo y supervisión de empresas y de esta forma contribuye con definir las dimensiones para esta variable en la investigación en curso.

Bernal y Hernández (2008) en su investigación *“Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad?”* Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social. Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje Carrera de Comunicación Social Bogotá. La investigación se objetiva en mostrar como empresas lucrativas colombianas, que realizan su labor en

base de la industria, desarrolla actividades sociales los que buscan cambios de actitud social y que son gracias al mercadeo social, se llega a la conclusión que el término 'mercadeo social', es confundido a la hora de ponerlo en práctica a favor de la población objetivo y evidencian que por medio de éstas también pueden estar operativizando iniciativas de 'mercadeo social'. En cuanto a los resultados menciona que las organizaciones lucrativas en política el 86.25% "Sí" aplican el márketing social debido a que realizan convenios entre el sector público y privado.

El parte de esta investigación está en la forma como analiza el marketing social porque describe varias teorías y describe sus componentes que será importante para mejorar la investigación.

Mier-Terán (2006). En su tesis: *"Marketing Socioambiental: Una propuesta para la aplicación del marketing social al campo medioambiental. Cádiz – España"*. Para optar el grado académico de Doctor. Arribó a las siguientes conclusiones:

- El mercadeo social es una disciplina reciente, la cual va adquiriendo una importancia en el campo académico y que va consolidando su procedimiento y procesos y por lo que es considerada por varios autores como una nueva disciplina.
- Que se orientación a la modificación de comportamientos voluntarios y además la búsqueda de un beneficio social, con la solución de problemas sociales de tipo tecnológico, político/legal, económico y educativo que se orientan al cambio de actitudes.

El presente estudio es importante para nuestra investigación, porque las conclusiones planteadas por el investigador ha puesto de manifiesto que el mercadeo social vino para quedarse, ya que va asentando sus propios procesos, teniendo una característica significativa " destacar su orientación hacia la modificación de comportamientos voluntarios y la búsqueda de un beneficio social, frente a las soluciones a los problemas sociales de tipo tecnológico,

político/legal, económico y educativo que se orientan más hacia la información o el cambio de actitudes”; por lo que sustenta la investigación que estoy desarrollando.

### **1.2.2. A nivel nacional**

Prieto (2013), *“Elementos a tener en cuenta para implementar el Marketing Social que permita una mejor atención al ciudadano en la Municipalidad de Lima Metropolitana”*. En la Pontificia Universidad Católica de Lima. Tesis para optar el grado de magister en ciencias políticas. El Marketing Social se crea como una necesidad de una entidad pública. En la municipalidad de Lima Metropolitana se encontraron problemas como lenguaje confuso en los servicios que no se ofrecen, el mercadeo Social podría mejorar la comunicación entre el gobierno y el ciudadano, para formular un plan de implementación de gobierno electrónico exitoso y una relación a los servicios ofrecidos al ciudadano, considerando especial interés a la licencia de edificaciones y de funcionamiento. Para el desarrollo de la tesis se ha diseñado una propuesta de Marketing Social que permite mejores resultados en el servicio que ofrece la institución, por lo tanto, concluyó que la campaña de marketing social en la Municipalidad de Lima Metropolitana permitirá sensibilizar a la población sobre la forma como beneficia el gobierno electrónico y genera beneficios a la población que acude a realizar trámites en esta institución. Mejorando el tiempo de atención, rapidez en solución de problemas y mejor servicio en general.

El aporte de la investigación está en la forma como se diseña la campaña de marketing social y que dimensiones son las más relevantes que considera la institución para desarrollar esta campaña.

García (2013), *“Diseño de una propuesta de marketing social para mejorar la gestión del servicio de licencia de funcionamiento en la Municipalidad Provincial de Chiclayo”*, es un tipo de investigación no experimental y la muestra de estudio es la población de la provincia de

Chiclayo. Se realizaron encuestas para determinar el servicio de licencias que ofrece la municipalidad y presentar la opinión del servicio que tienen los administrados, con el fortalecimiento de la comunicación que se brinda a los diversos medios de comunicación e implementando campañas de marketing social logrará mejorar el servicio ofrecido, se tuvo como conclusión que la campaña de marketing social debe estar enmarcada dentro de las actividades detalladas en el Plan Operativo Institucional para que esté debidamente costeadado y presupuestado, de tal forma que no se incurra en gastos mayores que afecten el presupuesto de la institución. Otra conclusión que los gobiernos locales no quieren invertir en cuanto al nivel económico, y un 90% en el nivel político.

El aporte de la investigación radica en la forma como se realiza el costo del marketing social que será un factor importante cuando se decida implementar esto en una institución pública.

Requejo (2013) en su tesis *“Fortalecimiento del sistema de inspección del trabajo en el Perú”* para optar el grado de magister en Gestión Pública de la Universidad Nacional del Centro establece que la inspección del trabajo tiene como misión la vigilancia del cumplimiento de las normas laborales. La actividad de la inspección del trabajo influye un 80% en marco legal, sobre las empresas, por lo que se llega a las siguientes conclusiones: El Sistema Inspectivo del Trabajo verifica el cumplimiento de la generación de trabajo. Por otro lado hay otra conclusión que la competencia inspectiva del trabajo fue encargada y transferida a gobierno regionales, pero no se ha establecido las herramientas necesarias y adecuadas para hacer un eficiente trabajo de operatividad.

El principal aporte radica en que permite conocer cómo se desarrolla la labor de inspección en el trabajo y de esta forma obtener las dimensiones de esta variable.

Julca (2013) en su investigación *“Situación de la inspección del trabajo en el Perú y la percepción que tienen de ella las personas que laboran para el sistema y sus usuarios”* tesis para optar el Grado Académico de Magister en Derecho con mención en Trabajo y Seguridad Social. En donde el objetivo, es obtener líneas basales para generar diagnósticos reales, los cuales deben ser tomados desde la población y no desde el escritorio, para que las investigaciones que seguirán a partir de esta, sean reales y no equivoquen las muestras por bibliografía investigaciones con errores en información, nacidas a partir de un diagnóstico hechas desde el gabinete. Como resultado relaciona que el proceso de inspección alcanzó un nivel bueno con 80%, en multas recaudadas.

Hay dos aspectos centrales a tomar en cuenta en nuestra realidad laboral, la primera el diagnóstico real y la segunda un mercadeo social eficiente, para cambiar positivamente visiones retrogradadas o no positivas en la población, otra de las conclusiones es referido al enfoque de la reglamentación laboral, nuestro país, podríamos con categoría que se encuentra regulada por su propia norma a través de ley N° 28806, Ley General de Inspección del Trabajo, pero la gran tarea por hacer para terminar el proceso, es la ayuda de actores estratégicos como la policía, y entidades participantes o Stakeholders directos los que se objetivan en el respeto de derechos y también deberes, de la población empleada, con el único fin de lograr la gran y ansiada labor de crear labor social, que es lo único que favorecerá a la gobernabilidad, la democracia y el respeto a los derechos de los trabajadores, otro de los aportes que servirá para lograr el gran objetivo es elaborar las herramientas de inspección del trabajo, y generar espacios para el fiel cumplimiento de la inspección del trabajo, y sobre todo el fortalecimiento de la estabilidad laboral y gobernabilidad laboral de los inspectores del trabajo, los cuales actúan y hacen su trabajo bajo muchas falencias contrarias a los objetivos antes señalados.

El principal aporte de la investigación es conocer las implicancias legales de la labor inspectiva, con el fin de asegurar los derechos de los trabajadores a través de la Ley General de Inspección N° 28806, de tal manera que la labor inspectiva hoy en día es importante en todo el Perú.

Balarezo (2006) en su tesis *“Propuesta de un Plan de Mercadeo Social para incrementar el conocimiento y práctica de valores éticos de los estudiantes secundarios del Distrito de Miraflores. Lima, Perú”*. Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Gerencia Social Pontificia Universidad Católica del Perú. Establece que la situación de la sociedad peruana acarrea problemas como ausencia de valores éticos. Y es la corrupción que impacta al ver el grado de corrupción de la clase dirigente en el país la cual tiene un caos ético que solo lucha por intereses personales de los políticos que llegan a gobernar y dejan de lado al pueblo.

### **1.2.3. A nivel regional**

Vargas (2016) en su investigación *“Análisis comunicacional de la influencia del marketing social en la cultura de prevención de cáncer de mama en mujeres del asentamiento humano “Enrique López Albújar” de la ciudad de Piura”*, tesis para optar el título de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada del Norte. Esta investigación busca el análisis entre el mercadeo social y la cultura de prevención del cáncer de mama, los cuales son los componentes más importantes para la prevención en materia de salud pública, en este caso, en las mujeres del asentamiento humano “Enrique López Albújar” del distrito “Veintiséis de Octubre” de la ciudad de Piura. Tiene como conclusión que la presencia del mercadeo social sería indispensable para la lucha contra el cáncer de mama, por ser una de las herramientas que más éxito ha tenido.

El aporte de esta investigación es conocer más sobre el diseño de un plan de mercadeos social, y en este caso teniendo el criterio de que es

una causa social como es la enfermedad del cáncer, lo cual serviría como referencia para el desarrollo de la campaña de marketing para las inspecciones que se propondrá en el desarrollo de la investigación.

El aporte de la investigación está en el hecho que la responsabilidad social está también relacionada con las campañas de mercadeo social, porque buscan alcanzar un beneficio o fin común, entonces este antecedente será importante para tener como referencia en todo el proceso de la responsabilidad social buscando una buena causa en beneficio de una población vulnerable.

Medrano (2015) en su investigación *“Relación entre el mensaje publicitario de la campaña social y la concientización acerca de seguridad vial en los peatones de 25 a 29 años, San Juan de Lurigancho”*, Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Cesar Vallejo. El propósito de esta investigación es la importancia que ejerce la efectividad de la comunicación publicitaria en aspectos no simplemente comerciales, sino de índole social, como son las campañas de bien público. La finalidad exacta es comprobar la existencia de la relación entre el mensaje publicitario del mercadeo social y los peatones del distrito de San Juan de Lurigancho en Lima Perú. La conclusión principal es que existen las emociones que influyen en la decisión, por ello, tras el análisis se determinó que existe una relación entre el mensaje publicitario de la campaña social “Cambiemos de actitud 2014” y el componente afectivo en los peatones, en una escala media, menor a la cognitiva y conductual, ya que las emociones asociadas a la acción son más complicadas de cambiar.

El aporte de la investigación es como se desarrolla la campaña de mercadeo social referente a la educación vial, así como identificar la variable de mercadeo social.



García (2014) en su investigación *“Nivel de eficacia de las Estrategias de Comunicación de Marketing para la Promoción y difusión de servicios educativos de Tecsup –Trujillo”*, Tesis para obtener el Título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego. Esta investigación enfocada a la determinación del nivel de eficacia de las estrategias de comunicación de marketing utilizadas por TECSUP – Trujillo para la promoción y difusión de servicios educativos. Se concluye que el nivel de eficacia de las estrategias de comunicación de marketing utilizadas por TECSUP– Trujillo para la promoción y difusión de servicios educativos es bajo debido a que sólo un 4% afirmó que ayuda a la toma de decisión para elegir el servicio educativo. Otra conclusión es que Las estrategias de comunicación de marketing más utilizadas en TECSUP-Trujillo son la publicidad tanto en su tipo ATL (medios tradicionales); como televisión, radio e impresos y BTL (medios alternativos); como vallas y paneles publicitarios.

Su principal aporte de la investigación es que permitirá conocer las estrategias de comunicación de marketing para la difusión de un servicio, lo cual ayudará a planificar y desarrollar la campaña de mercadeo social que busca esta investigación, tomando como referencia lo desarrollado en este antecedente.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

Es preciso señalar que, del estudio y análisis, la labor inspectiva en materia laboral a nivel regional es muy débil teniendo un déficit en la labor inspectiva, sin embargo, a nivel internacional la labor inspectiva es considerado como un derecho fundamental por parte de los empleadores, siendo un rol importante en la sociedad. No obstante, en la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, no existe un plan de mercadeo social, que sensibilice a las empresas inspeccionadas, con la finalidad de no obstruir la labor inspectiva de los inspectores de trabajo. A continuación,

desarrollaremos mis dos variables de investigación como son: mercadeo social y labor inspectiva.

### **1.3.1. Gestión de mercadeo social**

#### **1.3.1.1 Conceptos de mercadeo social**

Kotler y Zaltman (1971), fueron los primeros autores que hablaron del mercadeo social, y afirmaban que, a través de éste enfoque, quería lograr nada más que la aceptabilidad e inserción de propósitos sociales, establecidos en un plan de desarrollo social. Para estos autores, es el uso de las habilidades de mercadeo para lograr el impacto social en causas sociales.

El Mercadeo Social debe definirse como herramienta de gestión social, empleada para cambiar los comportamientos y formas de pensar de la sociedad. (Kotlker y Astromng, 2003, p. 88)

De igual forma, cita a Stantos, & Walter (2004, p. 333-334), este autor establece que el mercadeo social es el primer orden en el crecimiento, desarrollo económico y social de entidades públicas y privadas, por lo que genera un estímulo por la investigación y genera a la vez la inserción de nuevas ideas, las cuales darán dinámica al crecimiento o nacimiento de nuevos bienes y servicios, con los cuales se genere el cambio social.

En esta línea, Giuliani (2012) considera que el mercadeo social está relacionado con el desarrollo social, es entendido como la inter relación que tienen las actividades de consumo y oferta, dentro de mercados que pueden ser financieros o sociales, para nombrar un ejemplo de tipo social podemos nombrar la campaña de uso del condón, implantando una idea del uso del condón a la sociedad, para protegerse de embarazos no deseados y además de enfermedades que se pueden transmitir por medios sexuales.

Bajo el mismo contexto, Giuliani (2012), define como cambios sociales del consumidor, esto se refiere a consumidores de bienes y de servicios, brindados por entidades privadas o públicas, el mercadeo social busca sobre todo el cambio de conducta y pensamiento de la sociedad focalizada con problemas que afectan al desarrollo social, económico y político, en tal sentido el mercadeo social busca el cambio de comportamientos de las empresas frente a la labor inspectiva.

### **1.3.1.2 Características de mercadeo social**

También hay autores que resaltan que:

El mercadeo social representa la última pieza en el engranaje del desarrollo social y económico, es un arma con fines competitivos y de desarrollo, para las entidades públicas con el fin de lograr valor social, y para las entidades privadas, con el fin de generar valor financiero. (Muñoz, 2001, p. 71)

El mercadeo social no tiene un fin lucrativo, pero si el enfoque es el mismo, y su fin es el logro de valor social, dentro de este parámetro esta, el cambiar las ideas retrogradadas que la población tiene, cambiar visiones no prospectivas, y cambiar formas de pensar que no se ajustan a la realidad, pero se aplican en los consumidores generando un bienestar total. Algunas características:

- Influencia en el comportamiento obligado del consumidor
- La aplicación de su finalidad en varias empresas no es lucrativo
- Genera bienestar personal y social
- La visión está orientado a largo plazo
- Crear conciencia y sensibilidad (Columna Universitaria, 2013).

Podemos acotar otras características el que mercadeo social es un proceso y no solo un título que representa el cambio la cual propone

un beneficio, basado en un mensaje, es estratégico y no solo es una campaña.

### **1.3.1.3 Importancia de gestión de mercadeo social**

El mercadeo social nace para la sociedad, de las organizaciones sin ánimo de lucro, las cuales objetivan su existir en crear valor social, mediante programas, proyectos, actividades, etc. Los cuales dinamizan el cambio de visión de la sociedad con el fin de logra el ansiado cambio social. (Navas, 2011, p. 49)

Para lograr este propósito, se debe primero implementar planes que generen desarrollo social y uno de los principales planes debe ser el plan de mercadeo social para apoyar los planes de desarrollo concertado u otro planes, actualmente hay guías de procesos que nos indicarían que los pasos a seguir son los siguientes: tratamiento de los interesados, focalizar lo que queremos vender, ósea el producto y por ultimo hacer un plan de monitoreo constante que nos permitirá tener una medición exacta de los logros y cumplimiento de los planes nombrados.

Finalmente, otro de los factores que hacen de estos cambios viables y socialmente aceptado son las estrategias que se hacen para generar los cambios, esto implica no solo tener objetivos, sino tener planes globales de desarrollo, para que la idea a implantar sea lograda y aceptada por la sociedad que es el grupo a los que las ideas y los cambios de visión deben llegar y que van a ser aplicadas por el mercadeo social. (García, 2008, p. 71)

No hay mucha literatura, sobre los procesos de mercadeo social que usan las empresas para lograr el desarrollo estructural de la misma. (Barrientos, 2009, p. 61)

El mercadeo social tiene varios procesos pero el principal es identificar la problemática que existe en la sociedad, para que al diagnosticar los procesos logremos encontrar las soluciones. (Pérez, 2004, p. 23)

El marketing social es importante, porque ayuda a cambiar comportamientos de la sociedad a través de un proceso donde propone un plan estratégico, para la aceptación de un nuevo comportamiento.

#### **1.3.1.4. Clases de gestión de mercadeo social**

Existen tres enfoques que un plan de mercadeo social debe cumplir para ser efectivo y viable socialmente, estos son: el uso de tecnología en el mercadeo comercial, tener como línea base un diagnostico hecho del estudio del comportamiento voluntario y el logro de un valor individual. Argumenta que la aplicación del Mercadeo Social es con el fin de introducir conceptos en el comportamiento voluntario de la población focalizada (Andreasen, 1994).

#### **1.3.1.5. Dimensiones de la gestión de mercadeo social**

En esta línea, Kotler y Lee, (2002) considera que las entidades tanto públicas como privadas, tiene que hacer un estudio de sus clientes y también de su competencia, sin embargo, este enfoque no se ejecuta, ya que en muchos casos la evaluación solo es así mismas, teniendo el viejo formato de FODA, cuando en este tiempo globalizado, más que un FODA, se debe usar las 5 fuerzas de MICHAELL PORTER, con lo que estaríamos aplicando el enfoque de productividad en la gestión del mercadeo social.

Si es que se analiza o se estudia tanto a la entidad como al producto, como a los proveedores, a los clientes y a la competencia,

lograremos que el estudio de mercadeo social, sea eficaz y efectivo, en los sentidos no solo de productividad, sino de planificación con el logro de la visión.

Stoner (2012) considera las siguientes dimensiones:

- a) **Económica:** Está basada en que las empresas generen monetización y contribuyan a encontrar o logra el valor social, con un enfoque de competitividad, creando empleo y productos y servicios que mejoren la calidad de vida y que contribuyan al desarrollo económico y social de una sociedad y por ende del país. El criterio de rentabilidad económica es prioritario para garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa y el cumplimiento de su misión y objetivos y además del respeto de los derechos de sus trabajadores.
  
- b) **Política:** Está basada en la estabilidad política la cual se basa en lo objetivo y palpable, más que en la observación, No es intrínseca a la cultura, es una dimensión; por lo que el poder, junto con el prestigio y la riqueza, es uno de los tres elementos de las desigualdades sociales. La dimensión política se encuentra en todas las entidades sociales o culturales, desde la interacción más pequeña, como la familia hasta la población de un país.
  
- c) **Social:** se refiere únicamente al tratamiento de la gestión social, y las herramientas sociales las cuales deben ser usadas para conseguir el valor social en cada actividad, proyecto o programa efectuado. El hombre, por naturalidad es sociable y además busca socializarse, pero también se socializa porque requiere otros actores que faciliten su comportamiento y participación en la sociedad.

**d) Tecnológica:** El enfoque tecnológico representa la totalidad de los recursos de tecnología empleados por la empresa. El uso de la tecnología , para gestionar el desarrollo social a través de mercadeo social, es muy importante, ya que la tecnología se ha diversificado, en tantos rubros y todos importantes, que sería un desventaja dejar de usarlas, hoy en día usar las redes sociales son el medio de transmisión de información de orden masivo, y el uso de la tecnología digital es la forma de comunicación de la sociedad en este mundo globalizado, por lo que el uso de componentes electrónicos y computacionales, son usados por la mayoría de la sociedad, tanto unitariamente como persona como en forma de socialización a través de los dispositivos digitales expuestos en la sociedad. (Stoner, 2012, p. 44)

#### **1.3.1.6. Teorías de mercadeo social**

Para McCarthy (1960). Propone que mercadeo “*es la satisfacción del cliente*”, que se logra a través del uso de las 4 Ps, las cuales operan bajo un enfoque de sociedad y bajo la existente situación del negocio (competencia).

En este sentido Santesmases (2012) establece un nexo que se describe a continuación “el mercadeo no es más que la expresión social y la transposición operacional de los principios enunciados por los economistas clásicos a finales del siglo XVIII, que son la base de la economía de mercado”. Rothschild (1997) por su parte señala que el marketing es un fenómeno histórico ligado al desarrollo del capitalismo occidental, pues creció, se desarrolla y morirá con él. Es pues la manifestación concreta de los ideales del capitalismo (Trout, 2017).

La investigación histórica sobre el mercadeo ha aumentado en cantidad y calidad desde los años 80, por lo que uno de los estudiosos más representativos de esta disciplina (Rothschild

(1997). cree que hay un nexo muy importante entre el desarrollo y el uso del mercadeo social, La razón por la que hablamos de época pre-histórica es porque en este primer punto solo pretendemos reseñar algunos de los aspectos más relevantes antes de la aparición de los primeros documentos escritos especializados en marketing, sin perseguir un desarrollo más pormenorizado que desbordaría los objetivos de este documento (Homero, 2007).

#### **1.3.1.7. Enfoques de mercadeo social**

Silva (2008) considera los siguientes enfoques:

- a) El enfoque producción:** en este enfoque podemos definir que el autor cimienta la infraestructura de producción basado en dos hechos reales que son, mejorar la eficiencia de la producción y mejorar la eficiencia de la distribución.
  
- b) El enfoque producto:** este enfoque objetiva la frase “mejora de los productos”, por lo que nos da la base más importante de este enfoque, y nos recomienda establecer políticas y procesos que, supervisadas a cada fase, se pueda objetivar la mejora del producto.
  
- c) El enfoque ventas:** este enfoque nos genera el concepto de ventas y promociones a gran escala, para que basado en la oferta se tenga más demanda, También se aplica a actividades no lucrativas, como la política, que vendría a ser en forma de propuestas u ofrecimientos, a más ofrecimientos y ofertas, mayor será la votación, pero es también bidireccional, por lo que la democracia parece perecer el partido y se convierte en un mercadeo de ofertas y demandas.



- d) **El enfoque mercadeo:** con usos extremos de mercadeo se puede conseguir la eficiencia de un plan, o también la debacle del mismo, por lo que es recomendable que el mercadeo sea solo el uso de una herramienta que nos permitirá, cambiar la visión de la población o público objetivo.
  
- e) **El enfoque marketing social:** El concepto del marketing social centraliza sus objetivos en que la organización debe diseñar las necesidades desde un diagnóstico, de los intereses de un mercado objetivo, y para lo cual propondremos, un tipo de mercadeo que ya no es con la función financiera, y más bien tiene la función de crear valor social de un cierto pensamiento, que se debe incrustar en la memoria de la sociedad, con lo que tendremos asegurado el logro de valor social.

#### **1.3.1.8. Elementos de mercadeo social**

Se ha planteado los elementos primordiales en una campaña de Mercadeo Social, que quedan resumidos en los siguientes: (Kotler y Lee, 2002, p. 63)

- a) Aprovechar lo conocido y lo que se tiene como experiencia.
- b) Focalizar la lo importante, para que el resultado sea auspicioso.
- c) Proponer un comportamiento sencillo explicado en términos claros y precisos.
- d) Considerar un servicio para objetivar el comportamiento.
- e) Comprender y dirigir los beneficios y costes percibidos.
- f) Simplificar el acceso al servicio.
- g) Desarrollar mensajes que motiven y llamen la atención.
- h) Reutilizar los medios diagnosticados en donde participen la sociedad.
- i) Usar mecanismos de respuesta que hagan fácil y conveniente la acción del comportamiento proyectado.
- j) Gestionar los recursos adecuados para lograr el alcance.

- k) Gestionar los recursos que sostengan la investigación en curso.
- l) Analizar resultados y hacer reingeniería a lo que necesite.

### **1.3.2. Labor inspectiva**

#### **1.3.2.1 Definición de labor inspectiva**

La inspección del trabajo es un servicio que brinda en el Perú, dos entes, el primero el gubernamental nacional, por medio de SUNAFIL, y el segundo por un medio gubernamental de gobiernos regionales, con la presencia en muchos de los gobiernos regionales como la gerencia de trabajo y promoción del empleo.

La inspección del trabajo es uno de los servicios públicos que debe brindar el gobierno del Perú, a la clase trabajadora, que se objetiva en la restitución de los derechos del trabajador y también los deberes del mismo, muchos coinciden que el proceso inicial debe ser la orientación sistemática de los organigramas de las instituciones contratantes, la principal forma de trabajo debe estar bajo la supervisión, para lo cual se debe establecer estrategias orientadas al logro de objetivos como informar y capacitar para conseguir el fiel respeto a las normas legales de socio laboral de las entidades contratantes como de la sociedad trabajadora. (Gallardo, 2011, p. 63)

Las empresas están obligadas a tener centros de prevención de riesgos laborales, que permitan o aseguren el respeto de los derechos laborales de los empleados. (Aranzadi, 2010, p. 2)

La labor inspectiva que realizan los inspectores de trabajo, es muy importante en la actualidad, cuya finalidad es inspeccionar los derechos de los trabajadores que por sea maltratados, por sus empleadores.

### **1.3.2.2 Infracciones a la labor inspectiva**

Para el desarrollo de la función fiscalizadora, los Inspectores de Trabajo están investidos de facultades contenidas en la Ley General de Inspección de Trabajo (LGIT), cuyo numeral 5.1. del artículo 5° de la mencionada norma prescribe la facultad de exigir la presencia de los Stakeholders internos y externos, los cuales son los incluidos como parte de la inspección, sea en el centro de trabajo donde se realizan las diligencias de inspección de trabajo o en el lugar de los hechos (Salas de Comparecencia) designadas por el inspector actuante, siempre y cuando dicha exigencia se encuentre literalmente contenida en los Requerimientos de Comparecencia que se extienden en las actuaciones inspectiva. (Arellano, s. f.)

Las infracciones más conocidas en la ejecución de la labor inspectiva, son las omisiones de los derechos del empleado, con lo cual se generan las llamadas inspecciones de empresas en materia laboral, esta inspección puede o no ser establecida en horarios que la entidad tenga la voluntad, ya que la ley precisa que se puede hacer de manera inopinada.

Las infracciones pueden ser cuando se resisten a la inspección laboral por el empleador. El impedimento puede ser directo o indirecto, perjudicando la labor del Inspector del Trabajo y a su vez impidiendo el cumplimiento de la fiscalización. Constituye acto de obstrucción por parte del empleador sea persona jurídica o persona natural. El abandono de la diligencia inspectiva también es un delito tipificado, que se da cuando las partes, en el proceso de la diligencia, abandona el lugar o no permite el desarrollo de la misma.

- a) La inasistencia a la diligencia, también tipificada en las normas de inspección en el trabajo, cuando las partes han sido citadas en sus domicilios fiscales o de trabajo por el Inspector del Trabajo, y estas

no concurren a la diligencia. (Ley General de Inspección de Trabajo 28806, 2006, art. 36)

Las infracciones por causa de la labor inspectiva son muy comunes por falta de colaboración por la parte inspeccionada, en no colaborar con la inspección, teniendo como finalidad salvaguardar los derechos de los trabajadores.

### **1.3.2.3. Importancia de labor inspectiva**

Los procesos inspectivos son de vital importancia, y es una de las necesidades que los trabajadores tienen para hacer respetar sus derechos, esto refleja en la cantidad de inspectores que contratan las instancias reguladoras como las gerencia regionales de trabajo y promoción del empleo, así como SUNAFIL, la labor inspectiva se encumbra como la única forma comprobada, que tienen los empleados de entidades que pueden ser privadas o públicas, para que sus derechos sean respetados, y que la relación de trabajo que tiene con una entidad, sea lo más productiva y transparente. (Toyama, 2012, p. 30)

Los inspectores de trabajo e inspectores auxiliares, normalmente son personas con seguridad y permanencia en su centro de labores también tienen un perfil definido, que normalmente son los servidores públicos, los cuales concursan a convocatorias públicas, las cuales son determinadas por el Poder Ejecutivo a través del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y los Gobiernos Regionales, cuya finalidad es fiscalizar los derechos de los trabajadores que no sean vulnerados por sus empleadores.

#### **1.3.2.4 Clases de labor inspectiva**

Aguayo (2009) considera las siguientes clases:

**A) Actuaciones de orientación:** Son actos que realizan los inspectores de trabajo, de oficio o a petición de los servidores o funcionarios, con el fin de orientar técnicamente sobre el cumplimiento de la normatividad socio laboral vigente en la ley. De la misma forma existe las nombradas actuaciones inspectiva, que son realizadas de oficio, por parte de las entidades normalizadoras y supervisoras a nivel regional o nacional, las cuales se realizan en el inicio del procedimiento administrativo sancionador, estas deben respetar las disposiciones vigentes en materia socio laboral que garanticen el cumplimiento de las normas vigentes. Y por último se tiene el procedimiento administrativo sancionador en materia socio laboral, que no es otra cosa que la imposición de sanciones. Las cuales se inicia de oficio mediante la notificación del Acta de Infracción de la Inspección, y está dirigido a la defensa con la presentación de pruebas las cuales demuestren lo tipificado.(Aguayo, 2009, p. 74)

**B) El funcionamiento y la actuación del sistema de inspección del trabajo:** la conforman un grupo de servidores, y actúan bajo la normatividad de Legalidad, que representa el respeto y cumplimiento a la Constitución Política del Perú y políticas de promoción del empleo, las leyes, reglamentos y demás normas vigentes.

#### **1.3.2.5 Dimensiones de labor inspectiva**

Es un servicio público que por medio de determinados procedimientos de investigación y orientación supervisa el eficaz cumplimiento de seguridad y salud en el trabajo y normativas socio laboral. Se realiza a través de la imposición de multas a los empleadores que incurren en infracciones relacionadas a la normativa laboral. (SUNAFIL, 2014)

Toyama (2012) considera las siguientes dimensiones:

- a) **Legal:** la orientación a obedecer la parte legal, es la aprobación del sistema económico de la entidad y da inicio para que se realice las actividades productivas establecidas en un plan. Esto representa el considerar y ejecutar un contrato social entre la entidad y la sociedad, por lo que se establece reglas, leyes, normatividad, etc, las cuales son las bases legales en las que debe operar las entidades contratantes.
  
- b) **Supervisión de empresas:** La supervisión de empresas consiste en vigilar, informar y poner en conocimiento a las empresas o instituciones que tienen trabajadores sobre las normas legales establecidas por ley de tal forma que se cumplan a nivel de todas todos los sectores productivos y tamaño de la empresa.
  
- c) **Proceso de inspección:** Es el inicio y desarrollo de las actuaciones inspectivas se rigen por lo dispuesto en las normas especiales sobre inspección del trabajo, siendo aplicables las disposiciones del procedimiento administrativo general contenidas en el título II de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, en todo aquello no regulado por la norma inspectiva laboral y siempre que no se desnaturalice la especialidad de los procesos inspectivos.
  
- d) **Proceso sancionador:** Se inicia al finalizar la etapa de investigación, a partir del acta de infracción correspondiente en caso que el sujeto inspeccionado haya vulnerado el ordenamiento Socio - laboral, de Seguridad y Salud en el Trabajo o la labor inspectiva, bajo lo establecido por la Ley General de Inspección del Trabajo, Ley N° 28806.

### 1.3.2.6 Principios del sistema de inspección del trabajo

La Ley General de Inspección del Trabajo N°28806, ha establecido ciertos principios, los cuales su objetivo son lograr el ordenamiento de las funciones y la labor específica de inspección del trabajo y el personal que desarrolla la acción, lo que culmina en un proceso sancionador.

Toyama (2012) considera los siguientes principios:

- a) **Legalidad:** es la facultad que se le otorga al inspector de trabajo, la cual debe ser ejecutada de acuerdo a lo establecido en la Constitución Política del Perú, y demás normatividad de nivel gubernamental, regional, o de gobiernos locales.
- b) **Primacía de la realidad:** se define como un instrumento que poseen y es usado bajo las leyes por los inspectores de trabajo, cuando ocurren los hechos que no son claros y que se han constatado y los hechos que se han reflejado, los cuales están registrados en la documentación formales.
- c) **Imparcialidad y objetividad:** El proceso de la inspección en el trabajo debe ejecutarse en el campo que no sea de interés para nadie, por lo que se debe respetar que no debe tener interés directo, indirecto, personal los cuales puedan perjudicar la equidad de las áreas involucradas, y generar discordia de los resultados de la labor inspectiva y sobre todo de la labor sancionadora.
- d) **Equidad:** se debe definir primero el análisis del diagnóstico de las partes, en el cual se debe determinar cuál es el deber y los derechos de uno y del otro, para posteriormente tomar decisiones de lo que la labor de distribución de la justicia social, le otorga a uno y al otro,

con el único fin de darle a cada uno lo que realmente necesita y está en su derecho.

- e) **Autonomía técnica y funcional:** se basa en la influencia negativa o positiva cuando se realiza la labor de inspección de trabajo en alguna entidad pública o privada, deben los servidores públicos que están ejerciendo la inspección de trabajo tener gobernabilidad técnica y funcional, la cual debe dar respuesta al derecho de que sus derechos se respeten y se pueda lograr un espacio de concertación de ideas con respeto al respeto de los derechos del trabajador.
  
- f) **Jerarquía:** la jerarquía encumbra a los inspectores de trabajo los que deben regirse solo en lo establecido por la SUNAFIL. Asimismo, deben considerarse como prioritarias el respeto de los derechos de los trabajadores, los cuales son el objetivo de defensa de la inspección y por ende de las instancias de las gobernaciones de cada región a través de la gerencia regional de trabajo y promoción del empleo además de las gubernamentales como SUNAFIL.

### 1.3.3. Relación de variables

#### a) **Diferencias entre gestión de mercadeo social y labor inspectiva:**

- El mercadeo social pretende influir favorablemente en el comportamiento.
- La labor inspectiva, busca la protección de los derechos del trabajador.
- El mercadeo social trabaja en programas para influencias las acciones individuales de quienes necesitan cambiar sus formas o toman nuevos comportamientos.
- La labor inspectiva está relacionada, en la falta de colaboración por parte de las empresas fiscalizadas.
- El mercadeo social, busca que las empresas estudien a sus clientes, con finalidad de cambiar su pensamiento.



- La labor inspectiva busca que los servidores públicos a través de los inspectores de trabajo, fiscalicen los derechos de los trabajadores.
- El mercadeo social desarrolla mensajes de motivación a sus clientes.

**b) Similitudes entre gestión de mercadeo social y labor inspectiva:**

- En cuanto a similitudes entre ambas variables, no existe ninguna similitud, es decir, el mercadeo social está enfocado a cambiar comportamientos en una sociedad, por otro lado, la labor inspectiva está enfocado inspección laboral, en salvaguardar los derechos de los trabajadores.
- Mercadeo social está enfocado a cambiar comportamientos mientras que la labor inspectiva está enfocado a velar por los derechos de los trabajadores.
- Mi variable independiente mercadeo social se asocia con mi variable dependiente labor inspectiva, en que ambas tienen un objetivo de cambiar el pensamiento de las empresas que respeten los derechos de los trabajadores.
- La labor inspectiva depende que el mercadeo social, tenga un buen impacto en la sociedad, para mejorar la labor inspectiva de los inspectores de trabajo.

**1.3.4. Paradigmas**

En las ciencias sociales, la investigación cuantitativa se refiere a la investigación sistemática y empírica de los fenómenos cuantitativos y su relacionidad. El objetivo de la investigación cuantitativa es desarrollar y emplear modelos matemáticos, hipótesis relativa a los fenómenos y teorías. El proceso es fundamental para la investigación cuantitativa, porque proporciona la conexión entre la expresión matemática y la observación empírica. La investigación cuantitativa es usada en las ciencias sociales como la economía, antropología, psicología y ciencias políticas (Hunter y Leahey 2008, p. 292).

La investigación se enmarca dentro del paradigma positivista que se caracteriza por la búsqueda del conocimiento comprobable, comparable, medible y en general sistémica, en este caso sólo son objeto de estudio los fenómenos observables, ya que se pueden medir, analizar y controlar experimentalmente, y busca el conocimiento positivista que es la causa de los eventos del mundo social, que genera procesos observados. (Gracia, 2008, p. 8)

El positivismo es una corriente de pensamiento cuyos inicios se suele atribuir a los planteamientos de Auguste Comte, y que no admite como válidos otros conocimientos sino los que proceden de las ciencias empíricas. Tan importante es la influencia de Comte que algunos autores hacen coincidir el inicio del positivismo con la publicación de su obra "Curso de filosofía positiva". No obstante, otros autores sugieren que algunos de los conceptos positivistas se remontan al filósofo británico David Hume y al filósofo francés Saint Simon.

#### **1.4. Formulación del problema**

La investigación analiza el caso de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo que tiene como una de sus principales actividades la inspección a microempresas que aseguren la ejecución de la normativa socio laboral en favor de los trabajadores, es decir que el empleador vele por los derechos de sus trabajadores en condiciones adecuadas.

La labor de inspección implica que las empresas tengan conocimiento de sus deberes hacia sus empleados, sin embargo, es también necesario que estén debidamente sensibilizados para que, en caso sus empleados no tengan la información necesaria o desconozcan sus derechos, sean los empleadores sensibilizados los que puedan darles todos los derechos que les asisten la ley.

Para esto se debe de incorporar principios y técnicas de marketing, para contribuir a cambios de comportamiento socialmente positivos por partes

de las empresas inspeccionadas, que asegure el cumplimiento de las normas sociolaborales y así mismo contribuir a la labor inspectiva, para lo cual se plantea realizar un mercadeo social, es decir realizar una campaña en la cual se pueda sensibilizar a las empresas de la importancia de tener a sus empleados en condiciones legales.

Planteando mi problema de investigación de la siguiente manera:

¿Cuál es la influencia de la gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018?

### **1.5. Justificación del estudio**

La presente investigación es justificada para proceder con la investigación, porque el 60% de las inspecciones realizadas por los servidores públicos, que conforman el equipo de inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, indican haber tenido oposición a desarrollar el trabajo de inspección, porque no cumplen con tener trabajadores formalmente contratados con todos sus derechos laborales y en muchos casos prevalece la informalidad laboral, lo cual genera que los trabajadores no tengan, ni puedan acceder a todos sus derechos laborales comprometidos con mejorar su entorno y democracia participativa.

La inspección del trabajo es la base más importante de la administración del trabajo, y cumple con la aplicación de la legislación laboral y promoción de su cumplimiento. Sin embargo la voluntad política de los gobiernos ha hecho estéril el desarrollo de los objetivos. (Conferencia Internacional del Trabajo, 100a reunión, 2011)

El enfoque de que los inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo de la Libertad, no tienen apertura por parte de las empresas inspeccionadas, genera que no haya buen resultado, en las inspecciones, en tal sentido no existe un consenso entre el trabajador y el empleador, lo

primero que se debe hacer es sensibilizar a las empresas inspeccionadas, a través del mercadeo social, con la finalidad de defender los derechos de los trabajadores.

Mercadeo social, es un proceso ingenieril, el cual está basado en el desarrollo de planificación, ejecución y monitoreo, los cuales dinamizan los cambios sociales productivos.

Esto permitirá, que la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo, la Libertad, se ejecute de una forma transparente y efectiva, que solvente los objetivos que busca la presente tesis, el mercadeo social ayudara en sobremanera, a la concientización de las empresa, a mejorar los procesos internos de las instituciones, para que no viole las leyes de inspección de trabajo, las cuales afecten la defensa de los derechos abanderados por SUNAFIL y la GRTPE - Libertad, las cuales orientadas por su objetivo, inspeccionan a instituciones públicas y privadas respectivamente.

**1.5.1. Utilidad metodológica:** este trabajo mostrará el desarrollo metodológico de la tesis y servirá como guía para los posteriores trabajos sobre el tema, sobre la influencia del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo - La Libertad, en donde se aplicarán campañas de sensibilización a los empleadores utilizando el mercadeo social.

De esta forma se tendrá un enfoque de formalización donde las empresas cumplan con todos los requerimientos de formalidad de sus empleados. La metodología permitirá que los resultados sean significativos permitiendo que la propuesta sea más sólida.

**1.5.2 Valor teórico:** El mercadeo social está orientada a mejorar la calidad del trabajo en las empresas de la región La Libertad, para lo cual, se

diseñará una campaña de marketing social que busque sensibilizar a los empleadores y que permita también que los trabajadores conozcan sus derechos logrando con esto un mejor nivel de sensibilidad.

Es importante porque se usará el conocimiento teórico sobre las variables de investigación para que se pueda obtener la operacionalización y desagregar en indicadores.

**1.5.3 Conveniencia:** El presente trabajo constituye un aporte para la realización de futuras investigaciones relacionadas con el marketing social, en la cual se analice un tema de interés que puede ser en cualquier campo como es educación, salud, seguridad ciudadana, entre otros, que son servicios que se ofrecen a nivel de gobierno local como regional.

La investigación una vez concluida podrá ser referente en este tema porque no se ha aplicado el mercadeo social en servicios públicos a nivel de gobiernos regionales, por lo cual será un aporte valioso para desarrollarlo en otros gobierno regionales o locales.

**1.5.4 Implicancias prácticas:** Se refiere a que mediante el estudio se permitirá implementar estrategias y mecanismos de sanción que permitan disminuir el trabajo informal en las empresas de La Libertad. Además, se podrá tener diseñada una campaña de sensibilización utilizando como herramienta el marketing social y esto será de valiosa ayuda para que pueda ser exitosa esta campaña.

Estas campañas de mercadeo social podrán ser implementadas a otros servicios públicos de tal manera que se pueda sensibilizar a la población en temas de interés general para todos o para las poblaciones más vulnerables.

**1.5.5. Relevancia social:** Es presente investigación será relevante, será importante porque permitirá saber cuáles son los procedimientos necesarios para implementar una campaña de marketing social que sensibilice a los empleadores y trabajadores de las empresas en la región La Libertad con lo cual también se mejorará el servicio ofrecido por la Gerencia de Trabajo y Promoción del Empleo cumpliendo con formalizar el mercado laboral beneficiando a los trabajadores que actualmente no tienen esta condición.

Además, es importante porque se sensibilizará directamente a un estrato como son las empresas que tienen empleados y que deben darles todas las garantías de un trabajo formal con todos los beneficios sociales para su personal y también con la seguridad legal que les debe asistir.

**1.5.6. Epistemológica:** La investigación aplica el método analítico para validar todos los resultados considerando que este método permite conocer la forma como se constituyen las dos variables de investigación. Mediante esto los resultados serán validados y se podrá obtener conclusiones que ayuden a lograr el cumplimiento de los objetivos del trabajo.

El objetivo de esta metodología, es a través del conocimiento el sujeto se forme una visión la cual está basada en afirmaciones prospectivas sobre el mundo. Es importante el espacio desde donde se ejecutan las acciones, debido a que las prácticas semióticas, tienen un significado contextualizado en un espacio y tiempo determinado.

**1.5.7. Legal:** La presente investigación se encuentra dentro del marco legal que se detalla a continuación:

**a) Mercadeo social:**

- Ley N° 30693 - Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2018.
- Ley Orgánica del Ministerio de Economía y Finanzas - Decreto Legislativo N° 183.
- Ley N° 30096 – Ley de delitos informáticos.

**b) Labor inspectiva:**

- Constitución Política del Perú
- Ley 28806 Ley General de Inspección del Trabajo y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 019-2006-TR, el cual el presente Reglamento tiene por objeto desarrollar las normas establecidas en los Títulos I, II y IV de la Ley N° 28806.
- Ley que crea la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (SUNAFIL), modifica la Ley 28806, Ley General de Inspección del Trabajo, y la Ley 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales.
- CONVENIO OIT 81 Convenio sobre la inspección del trabajo, 1947 Convenio relativo a la inspección del trabajo en la industria y el comercio.
- Decreto Supremo N° 007-2017-TR que modifica el Reglamento de la Ley General de Inspección del Trabajo. Esto se debe cumplir porque es una normatividad vigente y por tal motivo es necesario sensibilizar a empleadores como a trabajadores utilizando el marketing social.

En ese sentido las variables de la presente investigación se encuentran respaldado bajo el marco legal, cuya finalidad que cada variable tanto independiente como dependiente se encuentre regulado con su normativa correspondiente, antes mencionada.

## **1.6. Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis de investigación**

La gestión del mercadeo social influye significativa en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.

### **1.6.2. Hipótesis nula**

La gestión del mercadeo social no influye significativa en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **1.6.3 Hipótesis específicas**

**H1:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión económica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H2:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión social, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H3:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión política, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H4:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión tecnológica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H5:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H6:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva de los



servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H7:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso inspección de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H8:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso sancionador de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

## **1.7. Objetivos**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar la influencia de la gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

- O1:** Precisar el nivel de la gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O2:** Precisar el nivel de la labor inspectiva de los servidores públicos de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O3:** Identificar los niveles de las dimensiones de mercadeo social: económica, social, política y tecnológica de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O4:** Identificar los niveles de las dimensiones de la labor inspectiva: legal, supervisión de empresas, proceso de inspección y proceso sancionador de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

- O5:** Determinar la influencia de la dimensión económica de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O6:** Determinar la influencia de la dimensión social de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O7:** Determinar la influencia de la dimensión política de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O8:** Determinar la influencia de la dimensión tecnológica de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O9:** Determinar la influencia de la gestión de mercadeo social en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O10:** Determinar la influencia de la gestión de mercadeo social en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O11:** Determinar la influencia de la gestión de mercadeo social en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- O12:** Determinar la influencia de la gestión de mercadeo social en la dimensión sancionador de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

## II. MÉTODO

El método científico es de naturaleza sistemático, se utiliza para generar conocimientos nuevos e inmediatos, además se basa en lo empírico y sobre todos en la medición, también sirve para explicar sus teorías; y permite gestionar grandes volúmenes de datos para la muestra y posibilita la aplicación de métodos inductivos y deductivos las cuales transforman e idealizan las variables numéricas (Valderrama Mendoza, 2009).

El método inductivo formula leyes a partir de la observación, caracterizándose principalmente por la generalización y despreocupándose de la lógica de las leyes (Behar Rivero, 2008, p. 40).

El método deductivo, se usa cuando se deduce la conclusión a partir de una suposición, ósea si la suposición se valida como verdadera y es válido el razonamiento deductivo, la conclusión también se definirá como verdadera (Behar Rivero, 2008, p. 39)

La presente investigación tiene el método deductivo porque parte de lo general a lo específico como se puede observar en el marco teórico de la realidad problemática, se ha planteado desde el nivel internacional al nivel local, así mismo los antecedentes, se ha definido las dimensiones de ambas variables y determinando sus indicadores, lo que nos ha permitido elaborar los ítems de los cuestionarios, para la obtención necesaria de la investigación. Por otro lado, el método inductivo, es la información que se obtuvo de la muestra, donde se ha podido generalizar la información, para concluir con los resultados de la presente investigación.

Así mismo, es descriptivo, porque se ha tenido que describir los resultados que se han obtenidos del análisis cuantitativo de datos obtenidos de la investigación.

En este trabajo se ha usado el método hipotético deductivo o llamado también contrastación de hipótesis, en donde se realizó una secuencia de actos, se empezó por la observación del fenómeno a investigar, luego se formuló la

hipótesis para ser contrastada; este método tiene dos momentos el racional (hipótesis) y el empírico (observación), además permite determinar si la hipótesis es verdadera o falsa ya que es imposible determinar directamente (Behar Rivero, 2008, p. 40).

Una hipótesis tiene que ser eficientemente formulada para no tener problemas al momento de ser contrastada y con respecto al objetivo debe comprobar realmente si la filosofía es compatible o solo es aplicable como fundamento teórico de contrastar la hipótesis (Popper, 2003, p. 53).

La contrastación de hipótesis es comprobar el grado de compatibilidad de las predicciones resultantes de la hipótesis planteada con la información de la obtención de datos de la experiencia en busca de la relación de las variables gestión de mercadeo social y labor inspectiva en la GRTPE.

Es no experimental, porque no existe manipulación, no se influye ni se controla las variables, sino que se observan situaciones ya existentes, para posteriormente analizarlas (Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 152).

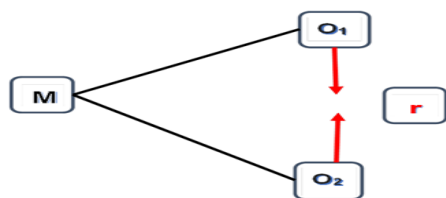
Por su parte Landeau (2007) establece una gama de tipos de investigación que de acuerdo al propósito de nuestra investigación hemos considerado los siguientes: Por su finalidad es básica porque se fundamenta en un argumento teórico, por lo cual tiene la intención de desarrollar una teoría sin ningún fin práctico, según su carácter es descriptiva porque tiene como objetivo describir los fenómenos, a través de la observación, estudios correlacionales etc, de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la GRTPE - Libertad, dentro de esta investigación se ha considerado la investigación correlacional causal porque tiene el propósito de establecer relación causal entre las variables antes mencionadas. Según su naturaleza es cuantitativa según Hernández, Fernández y Batista (2006, p. 5) en donde se ha recolectado datos para probar la hipótesis que se ha planteado en nuestra investigación, haciendo uso de la medición numérica y el análisis estadístico, así mismo es cualitativo porque está orientado al estudio de la influencia de la gestión de mercadeo

social en la labor inspectiva, según su alcance temporal es transversal porque la investigación se ha realizado en un momento dado, ósea se determinó el grado de relación entre las variables teniendo en cuenta un tiempo específico. Según su orientación que asume es orientada a la comprobación, porque la investigación realizada está orientada a contrastar teorías sobre la influencia de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de la GRTPE - Libertad, empleando técnicas de análisis cuantitativo y enfatiza el contenido de la verificación de hipótesis (Popper, 2003).

## 2.1. Diseño de investigación:

**Diseño correlacional causal transversal:** El diseño de la presente investigación es correlacional causal, transversal, porque, mide el nivel de relación que existe entre las dos variables; gestión de mercadeo social y labor inspectiva, es decir, se logró determinar la relación entre las variables basadas en tiempo específico (Behar Rivero, 2008, p. 19).

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 121). Establece que correlacional causal es la evaluación que se realiza a las variables para ver su relación que existe entre ellas, para luego ser cuantificadas y posteriormente realizar el analisis de la presunta vinculación, sometiendo la hipótesis a una prueba. En cuanto al diseño transeccional, se describe la relación que existe en las variables en un momento único. La representación del diseño es:



Dónde:

M : Muestra: Servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.

- O<sub>1</sub> : Observación de la variable independiente: Gestión de mercadeo social
- O<sub>2</sub> : Observación de la variable dependiente: Labor inspectiva.
- r : Relación de causalidad de las variables.

## 2.2. Variables, operacionalización

### 2.2.1. Variables

#### a) Variable independiente:

**Gestión de mercadeo social:** las definiciones de mercadeo social, afirman que a través de este, se objetiva la aceptabilidad del pensamiento social en la sociedad. Para estos autores es el uso de las habilidades de mercadeo para una causa social. (Kotler y Zaltman, 1971)

#### b) Variable dependiente:

**Labor inspectiva:** La inspección del trabajo es uno de los servicios públicos más importantes con respecto a trabajo y lo ejecuta el estado a través de sus funcionarios públicos, quienes desarrollan el trabajo de orientar y asesorar a las instituciones y empresas en la legislación laboral y de seguridad social. Muchos coinciden que, antes de hablar sobre sanciones, el sistema de inspección del trabajo debe orientar, con lo cual facilite y restrinja las infracciones. (Gallardo, 2011, p. 63)

## 2.2.2 Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable independiente: Gestión de mercadeo Social	<p>Se define como actividades de instituciones públicas o privadas que deben lograr el valor social de la población mediante programas, proyectos o actividades que ayudan a la consentización del importante papel que desarrolla el cambio social (Kotler y Zaltman (1971).</p> <p>El mercadeo social es un concepto en el cual una empresa o las instituciones del sector público deben establecer las necesidades, deseos e intereses de los mercados para lograr una meta para que de este modo pueda proporcionar un valor superior a sus clientes</p>	<p>El nivel de medición es a través de la técnica de la encuesta, a través del instrumento elaborado que consistió en un cuestionario de tipo escala Likert, que contiene 30 ítem de las cuatro dimensiones: económica, social, política y tecnológica.</p> <p>Con los intervalos de la escala de medición de la variable: Deficiente de 0-40 Regular de 41-80 Bueno de 81-120</p>	Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de diagnósticos</li> <li>- Planificación de estrategias</li> <li>- Capacitación al equipo inspectiva</li> <li>- Costos de contratación de personal para la campaña de mercadeo</li> <li>- Costo de equipo de social media</li> </ul>	<p><b>Ordinal:</b></p> <p><b>Tipo Likert</b></p> <p>Deficiente</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p>
			Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio de visión</li> <li>- Responsabilidad social en empleadores</li> <li>- Resistencia al cambio</li> <li>- Valoración del cliente</li> </ul>	
			Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobernabilidad del empleado</li> <li>- Modernización de la comunicación</li> <li>- Campañas gubernamentales</li> <li>- Concientización social</li> <li>- Políticas sociales</li> </ul>	
			Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas modernas</li> <li>- Herramienta de productividad</li> <li>- Acceso a la información</li> <li>- Sistema informáticos</li> <li>- Redes sociales</li> </ul>	

	de tal forma que se mantenga o mejore el bienestar del consumidor o grupo objetivo y también de la sociedad. (García, 2010, p. 15).	Así, mismo para contrastar la hipótesis se realizó la prueba no paramétrica de Shapiro Wilk y se usó la distribución estadística y con una muestra participante es de 30 servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo			
<b>Variable dependiente:</b> <b>Labor Inspectiva</b>	Es el servicio público encargado de vigilar el cumplimiento de las normas de orden socio laboral y de la seguridad social, así como orientar y asesorar técnicamente en dichas materias de conformidad con el Convenio Nº 81 de la Organización Internacional del Trabajo (Díaz, 2011, p. 50.).	El nivel de medición es a través de la técnica de la encuesta, a través del instrumento elaborado que consistió en un cuestionario de tipo escala Likert, que contiene 29 ítem de las cuatro dimensiones: legal, supervisión de empresas,	Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud ocupacional en el trabajo</li> <li>- Marco regulatorio de la Ley de Inspección</li> <li>- Flexibilidad legal en las multas</li> <li>- Competencia legal</li> <li>- Establecimiento de infracciones de MYPES</li> </ul>	<b>Ordinal:</b> <b>Tipo Likert</b>  Deficiente  Regular  Bueno
			Supervisión de empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de empresas</li> <li>- Políticas de transparencia</li> <li>- Aplicabilidad de infracciones</li> <li>- Costos de supervisión</li> </ul>	



	<p>Es la competencia que tienen servidores públicos para gestionar las normas legales y leyes, en favor de la aplicación de las mismas, el objetivo primordial es administrar las leyes para que no se vulnere los derechos de los empleados y poner de conocimiento los deberes de las empresas o instituciones que tienen RRHH para su desarrollo operacional (Toledo, 2007, p. 57).</p>	<p>proceso inspección y Proceso sancionador.</p> <p>Con los intervalos de la escala de medición de la variable: Deficiente de 0-39 Regular de 40-78 Bueno de 79-116</p> <p>Así, mismo para contrastar la hipótesis se realizó la prueba no paramétrica de Shapiro Wilk y se usó la distribución estática y con una muestra participante es de 30 servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.</p>	Proceso de Inspección	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actuaciones inspectiva</li> <li>- Tipo de Inspección</li> <li>- Nivel de seguridad de seguridad en el trabajo</li> <li>- Ética de los inspectores</li> <li>- Cantidad de actas de infracción</li> </ul>	
			Proceso sancionador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de sanciones</li> <li>- Plazos de supervisión</li> <li>- Cantidad de empresas sancionadas</li> <li>- Recaudación por multas</li> <li>- Tiempo de atención a la solicitud de inspección</li> </ul>	

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.3 Población y muestra

### 2.3.1 Población

La población está conformada por 30 servidores de Trabajo de la GRTPE - Libertad, que se muestra en la tabla 1:

**Tabla 1**

*Distribución de la población, los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del empleo, La Libertad.*

Niveles ocupacionales	Sexo		Total de trabajadores
	M	F	
Inspectores	7	6	13
Administrativos	2	1	3
Funcionarios	6	8	14
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

*Fuente: Planillas del archivo de la GRTPE - Libertad*

### 2.3.2 Muestra

Es una parte del universo o población en la que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros los cuales facilitan la gestión de la muestra, La muestra es una parte de la población que la representa. (Betriz, 2008)

Se consideró a toda la población por ser pequeña como muestra universal, muestreo no probalístico, con muestra heterogénea.

### 2.3.3 Criterios de selección

#### 2.3.3.1 Criterio de inclusión

- Inspectores y funcionarios de la GRTPE en este año.
- Administrativos y funcionarios, que participaron de la toma de decisiones.

### **2.3.3.2 Criterios de exclusión**

- Inspector, funcionario y administrativo de la GRTPE que no estuvieron presentes por motivos de descanso, permiso y/o uso de vacaciones.

### **2.3.3.3 Unidad de análisis**

Inspector, funcionario y administrativo de la GRTPE – 2018.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

La recopilación datística se consigue de las variables en estudio: Gestión de mercadeo social y labor inspectiva, durante su aplicación se consideró las técnicas e instrumentos mostrados a continuación:

### **2.4.1 Técnicas**

- a) Encuesta**, las encuestas de opinión es un diseño o método que sirve para recolectar datos, y se emplea en cualquier tipo de investigación como las transaccionales o correlacionales (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p. 159). Para obtener la información utiliza procedimientos estandarizados. (Behar Rivero, 2008, p. 62).

### **2.4.2 Instrumentos**

Son mecanismos que se usa para hacer comprobaciones de las hipótesis, recoge la información de los elementos investigados, para lo cual existen instrumentos, los cuales nos brindan la facilidad al investigador con los que pueda seleccionar adecuadamente información para el tema de investigación (Garcés Paz, 2000, p.115).

#### **a) Cuestionario**

Para la obtención de los datos se ejecutó el cuestionario, que estuvo elaborado tomando como base las variables y en función a la teoría relacionada al tema, con preguntas cerradas tipo escala de Likert; la que contiene una serie de preguntas, en donde se aplicara el

instrumento a los servidores de la GRTPE, debiendo contestar según su percepción y conocimiento del tema.

Según Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 228), el cuestionario es un conglomerado de preguntas las cuales se aplica con la finalidad de obtener las percepciones de los encuestados, respecto a una o más variables a evaluar y medir. Son los ítems que se les presenta a los encuestados para que estos plasmen su apreciación en base a un puntaje estandarizado que generalmente consta de cinco escalas, y que al final la sumatoria nos dan información para la toma de decisiones.

Los ítems que se representan en los instrumentos son preguntas cerradas, con respuestas polinómicas, donde el encuestado tiene cinco opciones a marcar (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre); se recopiló la información de las variables en estudio: Gestión de mercadeo social y labor inspectiva.

El cuestionario referido a la variable independiente: Gestión de mercadeo social tiene cuatro dimensiones: económica con 5 indicadores y con 10 ítems, social con 4 indicadores y 6 ítems, política con 5 indicadores y 9 ítems y tecnológica con 5 indicadores y 5 ítems, se han definido de acuerdo a las referencias bibliográficas: Portilla (2013) y Angulo (s. f.).

El cuestionario referido a la variable dependiente: Labor inspectiva tiene 4 dimensiones: legal con 5 indicadores y con 8 ítems, supervisión de empresas con 4 indicadores y 6 ítems, proceso de inspección con 5 indicadores y 6 ítems y proceso sancionador con 5 indicadores y 9 ítems, se han definido de acuerdo a las referencias bibliográficas: Rodríguez García (2010) y Ministerio de desarrollo social (2011).

### **2.4.3 Validación y confiabilidad del instrumento**

#### **a) Validez de contenido**

La validez del contenido de los ítems del instrumento se consiguió con el aporte de 10 expertos conocedores del tema, de acuerdo a lo recomendado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 201). Los que refieren que validar instrumentos se debe hacer a través de opiniones de expertos con el fin de asegurar que las dimensiones que se pretende medir con el instrumento sean las que representen a las variables pertinentes.

Dicha validación se realizó con diez expertos que conocen los temas de Gestión de mercadeo social y labor inspectiva, los cuales consignamos a continuación:

Doctor, Pedro Otoniel Morales Salazar.

Doctor, Carlos Alberto, Noriega Ángeles

Doctor, Quispe Ramos, Wilder

Doctor, Pérez Rodríguez, Diber

Doctor, Javier Heli Vergara Garcia

Doctora, Soto Deza Julia Marleny

Doctor, Alva Palacios Gómez, Luis Enrique

Doctor, Díaz Ruiz, Carlos

Doctor, Gonzales Gonzales, Dionicio Godofredo

Doctor, Sánchez Albarracín, Víctor

Los diez expertos, calificaron y realizaron la prueba de Razón de Validez; aplicando la prueba de V de Aiken, con la cual se detectó y decreto la validez de contenido en los criterios priorizados: redacción, pertinencia, coherencia, adecuación y comprensión. Por otro lado se realizó la prueba de Razón de Validez de contenido de Lawshe, resultando en ambos casos preferentemente con excelente validez y validez perfecto tal como se evidencia en el Anexo 3.

El cálculo de la Razón de Validez de Contenido (Content Validity Ratio, CVR) de Lawshe definida por.

$$CVR = \frac{n - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

Donde:

n = Número de expertos que afirman que el ítem si es esencial

N = Número total de expertos

- El cálculo de validez de contenido con el Coeficiente de V de Aiken, está definida por la siguiente fórmula:

$$V = \frac{S}{n(c - 1)} = \frac{\sum_{i=1}^n s_i}{n(c - 1)}$$

Donde:

n = Número de jueces

S = Sumatoria de los  $s_i$

$s_i$  = Valor asignado por el juez i

c = Número de valores en la escala de medición.

Una vez validados los ítems de los cuestionarios de las variables, se aplicó la prueba piloto, a 12 servidores civiles.

## **b) Validez de constructo**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 203). La validez de constructo es una parte fundamental en la validación, hace referencia a la medición y representación del instrumento en base al concepto teórico.

La validación de constructo se realiza a cada ítem y los criterios para dicha validación son:

- La comunalidad debe ser mayor a 0.4
- La medida de adecuación de KMO debe ser mayor a 0.5

- La prueba de esfericidad Bartlett en su grado de significancia debe ser menor a 0.05.

La validez de constructo se realizó con el SPSS Versión 23 utilizando datos de la prueba piloto que se realizó a 12 servidores, cuyo cálculo se determinó con el estadístico medida de adecuación KMO (Kayser, Meyer y Olkin) y la Prueba Esférica Bartlett, cuyos resultados por dimensiones se presenta a continuación (de los ítem se presenta en el Anexo 4).

**Dimensiones de la variable independiente:** Gestión de mercadeo social

**Económica:** Medida de adecuación KMO = 0.563 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Social:** Medida de adecuación KMO = 0.786 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Política:** Medida de adecuación KMO = 0.765 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Tocológica:** Medida de adecuación KMO = 0.689 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Dimensiones de la Variable: Labor inspectiva**

**Legal:** Medida de adecuación KMO 0.766 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Supervisión de empresas:** Medida de adecuación KMO 0.768 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

**Proceso de inspección:** Medida de adecuación KMO 0.601 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.026<0.05

**Proceso sancionador:** Medida de adecuación KMO 0.846 > 0.50, Prueba Esférica Bartlett 0.00<0.05

#### 2.4.4 Confiabilidad

Para realizar el análisis de confiabilidad del instrumento existe una variedad de técnicas, pero todas tienen una fórmula parecida que obtiene

un coeficientes de fiabilidad que va desde 0 a 1; en donde 0 la confiabilidad del instrumento es nula y 1 la confiabilidad del instrumento es máxima, es decir es un instrumento confiable y se puede utilizar; además la confiabilidad consiste en la aplicación repetida del instrumento, en donde se obtiene resultados iguales (Hernández, Fernández y Baptista 2014, pp. 200-207).

Según George, & Mallery, (1995) menciona que el coeficiente del Alfa de Cronbach por debajo de 0,5 muestra un nivel de fiabilidad no aceptables, si tomara un valor entre 0,5 y 0,6 se podría considerar como un nivel pobre, si se situara entre 0,6 y 0,7 se estaría ante un nivel aceptable; entre 0,7 y 0,8 haría referencia a un nivel muy aceptable; en el intervalo 0,8 – 0,9 se podría calificar como un nivel bueno, y si tomara un valor superior a 0,9 sería excelente (de los ítem se presenta en el Anexo 5).

Para realizar la confiabilidad de los instrumentos se llevó a cabo con el software estadístico SPSS Versión 23 utilizando datos de la prueba piloto aplicada a 12 servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, de la Libertad, cuyo cálculo se determinó con Alfa de Cronbach. Los resultados fueron; en la variable independiente gestión de mercadeo social fue  $\alpha = 0,814$ , siendo la fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE; y en la variable dependiente labor inspectiva fue  $\alpha = 0,794$ , siendo la fiabilidad se considera como NIVEL ACEPTABLE.

**Dimensiones de la Variable: Gestión de mercadeo social**

**Económica:**  $\alpha = 0,935$  fiabilidad se considera como EXCELENTE.

**Social:**  $\alpha = 0,936$  fiabilidad se considera como EXCELENTE.

**Política:**  $\alpha = 0,940$  fiabilidad se considera como EXCELENTE.

**Tecnológica:**  $\alpha = 0,893$  fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE.

**Dimensiones de la Variable: Labor inspectiva**

**Legal:**  $\alpha = 0,951$ , la fiabilidad se considera como EXCELENTE.



**Supervisión de empresas:**  $\alpha = 0.885$ , la fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE.

**Proceso de inspección:**  $\alpha = 0.966$ , la fiabilidad se considera como EXCELENTE

**Proceso de sancionador:**  $\alpha = 0.966$ , la fiabilidad se considera como EXCELENTE.

## 2.5 Método de análisis de datos

Con la finalización del procedimiento de recolección de datos, se lleva a cabo el uso de los siguientes métodos lo que nos va a permitir analizar la información a profundidad:

### 2.5.1 Estadística descriptiva

- Se diseñó una matriz de puntuaciones para la variable independiente gestión de mercadeo social y otra para la variable dependiente labor Inspectiva con la base de datos recopilada. (ver anexo 1).
- Se elaboró tablas de frecuencias y figuras estadísticas y se interpretó en el programa Excel.
- Se hizo la determinación de la estadística descriptiva: media aritmética, desviación estándar y coeficiente de variación.

### 2.5.2 Inferencia estadística

- El procesamiento de datos se realizó con el software de estadística SPSS versión 23 para ver la contratación de las hipótesis.
- Para determinar la distribución de pruebas paramétricas o no paramétricas de las variables, se utilizó la prueba de *Shapiro - Wilk*, con un nivel de significancia al 5%.
- El resultado de la prueba *Shapiro - Wilk* fue no normal; por lo tanto, para la contratación de las hipótesis se utilizó el coeficiente de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman.

## **2.6 Aspectos éticos**

El investigador a considera los componentes éticos respectivos, como son la confidencia, el consentir de la información, la libertad participativa y el anonimato informativo.

- La confidencia: La información que se obtuvo, no serían develadas, divulgadas, ni usadas para otros fines diferente al académicos.
- Respetar a los participantes, ser respetuosos al momento de dirigirse a los participantes de manera respetuosa, comprende su manera de pensar y respetar sus percepciones
- Libertad participativa: Orientado a la intervención del usuario y operador, sin llegar a la coacción y se debe llegar solo a la motivación por la relevancia del estudio en investigación.
- Anonimato informativo: no se debe revelar las fuentes informativas de la investigación.

### III. RESULTADOS

Se obtuvieron los resultados los cuales fueron analizados en base a los objetivos propuestos de la investigación. Lo cual, se utilizó coeficiente de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman, con la finalidad de determinar la influencia del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Con el fin de recolectar la información suficiente y necesaria que requiere la investigación, se aplicó dos cuestionarios; instrumentos con los cuales se recopiló los datos relacionados con las respectivas variables y sus dimensiones cuyos resultados se muestran en el Anexo 1. El análisis de los resultados se evidencia en tablas las cuales cuentan a su vez con sus figuras estadísticas.

#### 3.1. Descripción de resultados

**Tabla 2**

*Diferenciación de los porcentajes hallados de las variables gestión de mercadeo social y labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

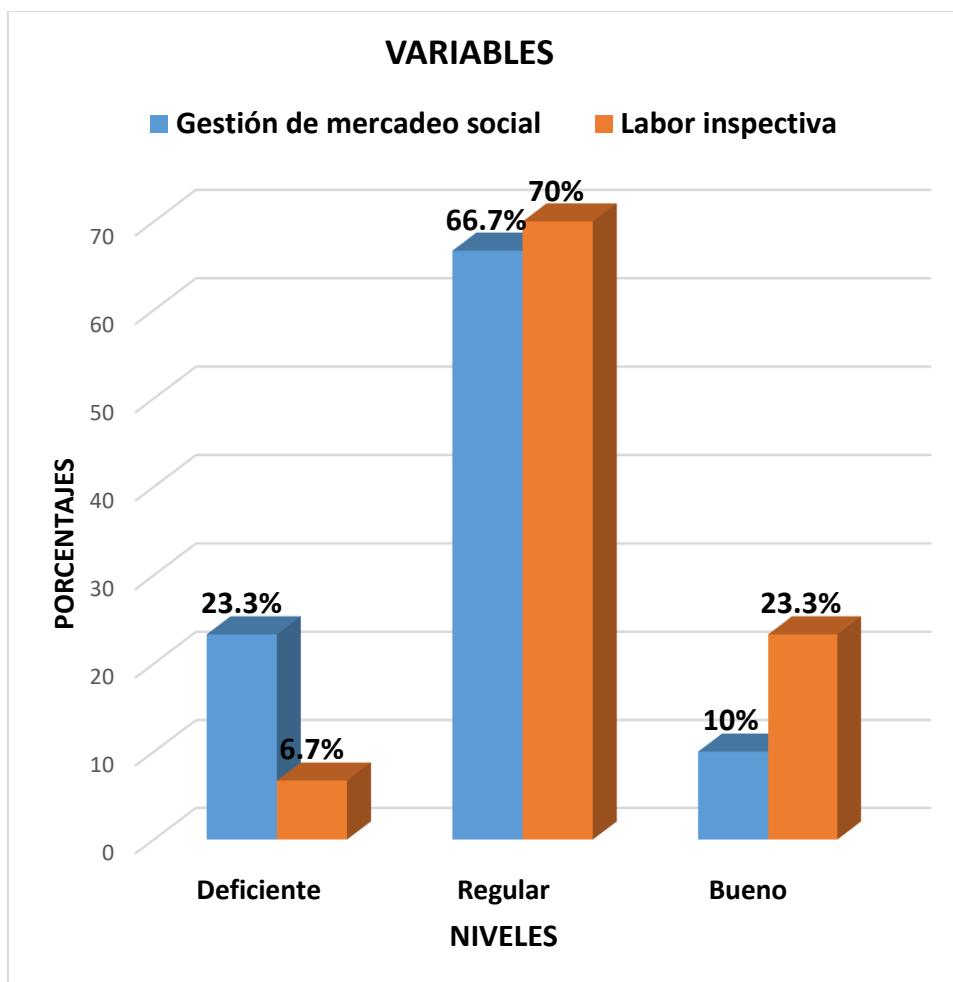
NIVELES	GESTIÓN DE MERCADERO SOCIAL		NIVELES	LABOR INSPECTIVA	
	F	%		F	%
Deficiente	7	23,3	Deficiente	2	6.7
Regular	20	<b>66,7</b>	Regular	21	<b>70.0</b>
Bueno	3	10.0	Bueno	7	23.3
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>		<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

#### **Interpretación:**

En la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la variable labor inspectiva de los servidores encuestados, es el nivel regular con un 70%, seguido del nivel bueno con un 23,3%, y el nivel deficiente con el 6,7%. En

contraste de la variable mercadeo social, el nivel que predomina es el regular con un 66.7%, seguido del nivel deficiente con un 23,3%, seguido del nivel bueno con un 10,0%.



**Figura 1:** Niveles de influencia de las variables gestión de mercadeo social y labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

**Fuente:** Tabla 2

**Tabla 3**

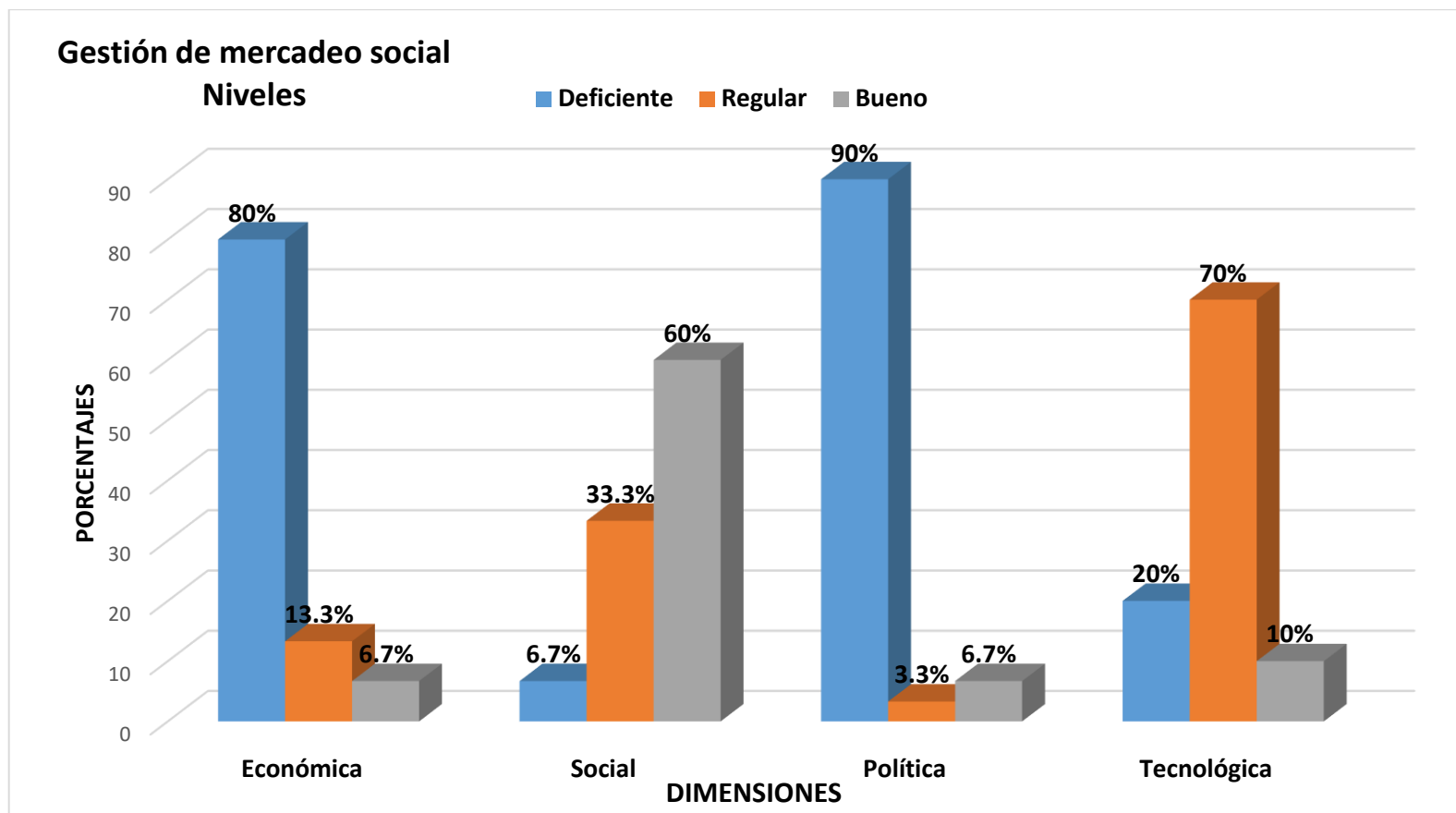
*Diferenciación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la variable gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

<b>Gestión de mercadeo social</b>									
<b>Niveles</b>	<b>Económica</b>		<b>Social</b>		<b>Política</b>		<b>Tecnológica</b>		
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	
Deficiente	24	<b>80</b>	2	6.7	27	<b>90</b>	6	20	
Regular	4	13.3	10	33.3	1	3.3	21	<b>70</b>	
Bueno	2	6.7	18	<b>60.3</b>	2	6.7	3	10	
<b>TOTAL</b>	30	100	30	100	30	100	30	100	

*Fuente:* Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación**

En la tabla 3, se precisa que en las cuatro dimensiones de la variable gestión de mercadeo social prevalece el nivel deficiente; y se describe en el orden que sigue: la dimensión política con 90% en nivel deficiente, seguido con 6.7% en nivel deficiente y 3.3% en nivel regular; la dimensión económica con 80% en nivel deficiente, seguido con 13.3% en nivel regular y 2.7% en nivel bueno; la dimensión tecnológica con 70% en nivel regular, seguido de nivel deficiente con 20%, y 10% con nivel bueno; y finalmente la dimensión social con un 60.3% en nivel bueno, seguido de un 33.3% en nivel regular y 6.7% en el nivel deficiente.



**Figura 1:** Diferenciación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la variable gestión de mercadeo social de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

**Fuente:** Tabla 3

**Tabla 4**

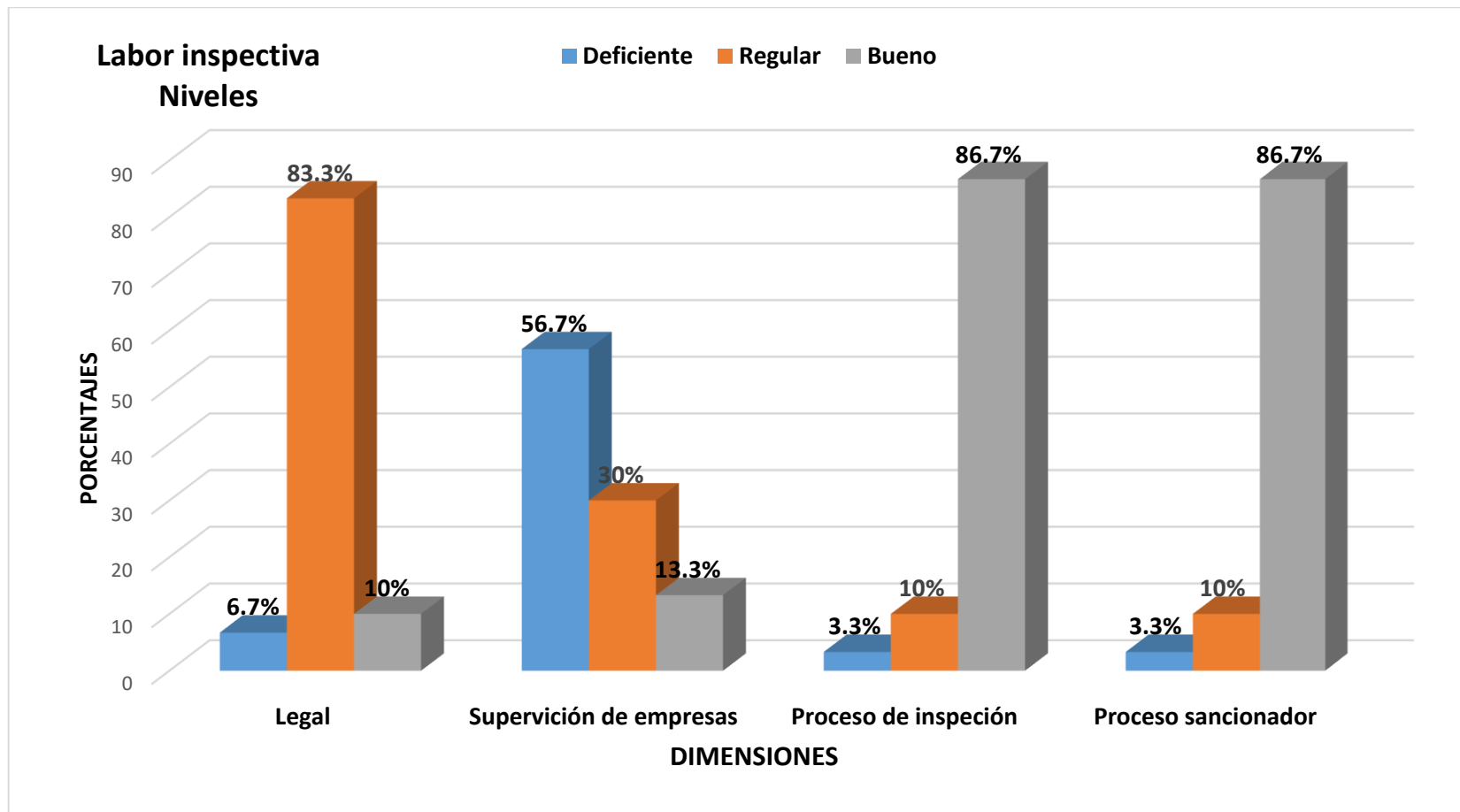
*Diferenciación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la variable labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

<b>Labor inspectiva</b>								
<b>Niveles</b>	<b>Legal</b>		<b>Supervisión de empresas</b>		<b>Proceso de inspección</b>		<b>Proceso sancionador</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
Deficiente	2	6.7	17	<b>56.7</b>	1	3.3	1	3.3
Regular	25	<b>83.3</b>	9	30	3	10	3	10
Bueno	3	10	4	13.3	26	<b>86.7</b>	26	<b>86.7</b>
<b>TOTAL</b>	30	100	30	100	30	100	30	100

*Fuente:* Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de empresas con un 56.7% en el nivel deficiente, seguido de un 30% en un nivel regular, y 13.3% en un nivel bueno.



**Figura 3:** Diferenciación de los puntajes obtenidos de los niveles de las dimensiones de la variable labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

**Fuente:** Tabla 4



### 3.2 Contrastación de hipótesis

**Tabla 5**

*Prueba de Shapiro - Wilk de los puntajes sobre la variable gestión de mercadeo social y sus dimensiones y la variable labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

---

<b>Prueba de normalidad</b>			
<b>Shapiro - Wilk</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
Gestión de mercadeo social	,649	30	,000
Labor inspectiva	,742	30	,000
Económica	,653	30	,000
Social	,939	30	,085
Política	,572	30	,000
Tecnológica	,920	30	,026

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

#### **Interpretación**

En la tabla 5 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable Gestión de mercadeo social y sus respectivas dimensiones y la variable labor inspectiva, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar ( $p < 0.05$ ), en dos dimensiones; por lo tanto su distribución es de manera no normal, y usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de Spearman.

**Tabla 6**

*Prueba de Shapiro - Wilk de los puntajes sobre la variable gestión de mercadeo social y sus dimensiones y la variable labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

**Fuente:**

<b>Prueba de normalidad Shapiro-Wilk</b>	<b>Estadístico</b>	<b>gl</b>	<b>Sig.</b>
Labor inspectiva	,742	30	,000
Gestión de mercadeo social	,649	30	,000
Legal	,848	30	,001
Supervisión de empresas	,878	30	,003
Proceso de inspección	,844	30	,000
Proceso sancionador	,801	30	,000

Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018

### **Interpretación**

En la tabla 6 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Prueba de normalidad Shapiro-Wilk) de la variable gestión de mercadeo social y labor inspectiva y sus respectivas dimensiones, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro-Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar ( $p < 0.05$ ), en todas sus dimensiones; por lo tanto su distribución es de manera no normal, y usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de Spearman.

#### **3.2.1 Contrastación de hipótesis general**

**H<sub>i</sub>:** La gestión del mercadeo social influye significativa en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

**Tabla 7**

*Tabla de contingencia de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.*

		<b>Labor inspectiva</b>				Total
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Gestión de mercadeo social</b>	Deficiente	N	2	4	1	7
		% del total	6,7%	<b>13,3%</b>	3,3%	23,3%
	Regular	N	0	17	3	20
		% del total	0,0%	<b>56,7%</b>	10,0%	66,7%
	Bueno	N	0	0	7	3
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	N	2	21	7	30	
	% del total	6,7%	70,0%	23,3%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.491 Sig. P = 0.021 < 0.05; Rho de Spearman = 0.503**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 7 se precisa que el 56,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel regular en labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.491 con una significancia de 0.021 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.503 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.

### **3.2.2 Prueba de las hipótesis específicas**

**H<sub>1</sub>:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión económica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 8**

*Tabla de contingencia de la dimensión económica de la variable de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018*

		Labor inspectiva			Total	
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Económica</b>	Deficiente	N	2	19	3	24
		% del total	6.7%	<b>63.3%</b>	10.0%	80.0%
	Regular	N	0	1	3	4
	% del total	0.0%	3,3%	<b>10,0%</b>	13,3%	
	Bueno	N	0	1	1	2
	% del total	0,0%	3,3%	3,3%	6,7%	
Total	N	2	21	7	30	
	% del total	6,7%	70,0%	23,3%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.455 Sig. P = 0.023 < 0.05; Rho de Spearman = 0.478**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 8 se precisa que el 63.3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión económica en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva, en contraste que el 10,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión económica en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.455 con una significancia de 0.023 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.478 (positiva moderada); demostrándose que la dimensión económica de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H<sub>2</sub>:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión social, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 9**

*Tabla de contingencia de la dimensión social de la variable de gestión de la variable mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Labor inspectiva			Total	
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Social</b>	Deficiente	N	0	2	0	2
		% del total	0,0%	6,7%	0,0%	6,7%
	Regular	N	0	5	5	10
		% del total	0,0%	<b>16,7%</b>	16,7%	33,3%
	Bueno	N	2	14	2	18
		% del total	6,7%	<b>46,7%</b>	6,7%	60,0%
Total	N	2	21	7	30	
	% del total	6,7%	70,0%	23,3%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.320 Sig. P = 0.036 < 0.05; Rho de Spearman = 0.340**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 9 se precisa que el 46,7% de los servidores públicos perciben un nivel bueno en la dimensión social en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión social en Gestión de mercadeo social y en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.320 con una significancia de 0.036 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.340 (positiva baja); demostrándose que la dimensión social de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores públicos de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H<sub>3</sub>:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión política, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 10**

*Tabla de contingencia de la dimensión política de la variable de gestión de la variable mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		<b>Labor inspectiva</b>				
		Deficiente	Regular	Bueno	Total	
<b>Política</b>	Deficiente	N	2	21	4	27
		% del total	6,7%	<b>70,0%</b>	<b>13,3%</b>	90,0%
	Regular	N	0	0	1	1
		% del total	0,0%	0,0%	3,3%	3,3%
	Bueno	N	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	6,7%	6,7%
<b>Total</b>		N	2	21	7	30
		% del total	6,7%	70,0%	23,3%	100%

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.532 Sig. P = 0.043 < 0.05; Rho de Spearman = 0.551**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 10 se precisa que el 70,0% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión política en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión política en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.532 con una significancia de 0.043 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.551 (positiva moderada); demostrándose que la dimensión política de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H4:** La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión tecnológica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 11**

*Tabla de contingencia de la dimensión tecnológica de la variable de gestión de la variable mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Labor inspectiva			Total	
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Tecnológica</b>	Deficiente	N	1	4	1	6
		% del total	3,3%	<b>13,3%</b>	3,3%	20,0%
	Regular	N	1	16	4	21
		% del total	3,3%	<b>53,3%</b>	13,3%	70,0%
	Bueno	N	0	1	2	3
		% del total	0,0%	3,3%	6,7%	10,0%
	Total	N	2	21	7	30
		% del total	6,7%	70,0%	23,3%	100%

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.273 Sig. P = 0.167 > 0.05; Rho de Spearman = 0.285**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 11 se precisa que el 53.3% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión tecnológica en Gestión de mercadeo social y en la labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión tecnológica en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.273 con una significancia de 0.167 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.285 (positiva baja); demostrándose que la dimensión tecnológica de la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H<sub>5</sub>:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 12**

*Tabla de contingencia de la variable gestión de mercadeo social en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Legal			Total	
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Gestión de mercadeo social</b>	Deficiente	N	2	5	0	7
		% del total	6,7%	<b>16,7%</b>	0,0%	23,3%
	Regular	N	0	20	0	20
		% del total	0,0%	<b>66,7%</b>	0,0%	66,7%
	Bueno	N	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	N	2	25	3	30	
	% del total	6,7%	83,3%	10,0%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.711 Sig. P = 0.005 < 0.01 Rho de Spearman = 0.724**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 12 se precisa que el 66,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y en la dimensión legal de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la dimensión legal de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.711 con una significancia de 0.005 que es menor al 1% de significancia estándar ( $P < 0.01$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.724 (positiva alta); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la labor inspectiva en la dimensión legal de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H<sub>6</sub>:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.



**Tabla 13**

*Tabla de contingencia de la variable gestión de mercadeo social en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Supervisión de empresas			Total	
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Gestión de mercadeo social</b>	Deficiente	N	6	1	0	7
		%	20,0%	3,3%	0,0%	23,3%
	Regular	N	11	8	1	20
		%	<b>36,7%</b>	<b>26,7%</b>	3,3%	66,7%
	Bueno	N	0	0	3	3
		%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	N	17	9	4	30	
	%	56.7%	30.0%	13.3%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.512 Sig. P = 0.003 < 0.01 Rho de Spearman = 0.535**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 13 se precisa que el 36,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel deficiente en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva, en contraste que el 26,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y en la dimensión legal de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.512 con una significancia de 0.003 que es menor al 1% de significancia estándar ( $P < 0.01$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.535 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la labor inspectiva en la dimensión supervisión de empresas de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H7:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 14**

*Tabla de contingencia de la variable gestión de mercadeo social en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Proceso de inspección				Total
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Gestión de mercadeo social</b>	Deficiente	N	1	1	5	7
		% del total	3,3%	3,3%	<b>16,7%</b>	23,3%
	Regular	N	0	2	18	20
		% del total	0,0%	6,7%	<b>60,0%</b>	66,7%
	Bueno	N	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	N	1	2	26	30	
	% del total	3,3%	10,0%	86,7%	100%	

**Tau-b de Kendall (T) = 0.260 Sig. P = 0.182 > 0.05 Rho de Spearman = 0.271**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 14 se precisa que el 60,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.260 con una significancia de 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.271 (positiva baja); demostrándose que la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva en la dimensión proceso de inspección de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**H<sub>8</sub>:** La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso sancionador de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 15**

*Tabla de contingencia de la variable gestión de mercadeo social en la dimensión proceso sancionador de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

		Proceso de sancionador				Total
		Deficiente	Regular	Bueno		
<b>Gestión de mercadeo social</b>	Deficiente	N	1	1	5	7
		% del total	3,3%	3,3%	<b>16,7%</b>	23,3%
	Regular	N	0	2	18	20
		% del total	0,0%	6,7%	<b>60,0%</b>	66,6%
	Bueno	N	0	0	3	3
		% del total	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%
Total	N	1	3	26	30	
	% del total	3,3%	10,0%	86,7%	100%	

**Tau-b de Kendall ( $\tau$ ) = 0.260 Sig. P = 0.182 > 0.05 Rho de Spearman = 0.271**

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

### **Interpretación:**

En la tabla 15 se precisa que el 60,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de sancionador de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de sancionador de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.260 con una significancia de 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.271 (positiva baja); demostrándose que la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva en la dimensión proceso de sancionador de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

**Tabla 16**

*Tabla de resumen de los resultados de la contratación de la hipótesis de la gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.*

<b>Relación causal de variable</b>	<b>Tau-b de Kendall</b>	<b>Rho de SPEARMAN</b>	<b>Probabilidad (p-valor)</b>	<b>Decisión</b>	<b>Significancia</b>
Hi: La gestión del mercadeo social influye significativa en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.	0.491	0.503 (positiva moderada)	0.021<0.05	Se rechaza la Ho	La relación causal es significativamente
<b>Relación causal de las dimensiones de la variable gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.</b>					
H1: La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión económica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018	0.455	0.478 (positiva moderada)	<b>0.023 &lt; 0.05</b>	Se rechaza la Ho	La relación causal es significativamente
H2: La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión social, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.320	0.340 (positiva baja)	0.036<0.05	Se rechaza la Ho	La relación causal es significativamente
H3: La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión política, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.532	0.551 (positiva moderada)	0.043<0.05	Se rechaza la Ho	La relación causal es significativamente

H4: La gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión tecnológica, influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.273	0.285 (positiva baja)	0.167>0.05	Se acepta la Ho	La relación causal no es significativa
<b>Relación causal de las dimensiones de la variable labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.</b>					
H5: La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.711	0.724 (positiva alta)	0.005<0.01	Se rechaza la Ho	La relación causal es altamente significativamente
H6: La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.512	0.535 (positiva moderada)	0.003<0.01	Se rechaza la H0	La relación causal es altamente significativamente
H7: La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso inspección de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.260	0.271 (positiva baja)	0.182>0.05	Se acepta la Ho	La relación causal no es significativa
H8: La gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso sancionador de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.	0.260	0.271 (positiva baja)	0.182>0.05	Se acepta la Ho	La relación causal no es significativa

#### IV. DISCUSIÓN

El Mercadeo Social, previene y resuelve problemas sociales; por lo que es ideológica, que busca conseguir imponer una idea, así mismo tiene un carácter no lucrativo, cuyo objetivo es de generar cambios en la sociedad, por lo que los profesionales en general optan por hacer estrategias de mercadeo social usando las TIC.

En este contexto, la Gerencia de Regional de Trabajo y promoción del Empleo de la Libertad, tiene la responsabilidad crear planes estratégicos, utilizando el mercadeo social, para que la labor inspectiva que realizan los inspectores de trabajo, sea más efectiva su labor, de sensibilizar a la empresas ´privadas en los derechos de los trabajadores, la gestión del mercadeo que es una variable importante porque es el “la ciencia y el arte de solucionar problemas objetivos y crear relaciones viables entre los Stakeholders del sistema”. (Kotler y Astromng, (2003). Entendemos que luego de establecer un mercado objetivo, determinar sus responsables se debe ejecutar un mercadeo, tomando en cuenta procesos como la planificación, ejecución y monitoreo/control de actividades en la empresa; y teniendo como gran significancia sus dimensiones: Económica, Política, Social, Tecnológica.

La Constitución Política del Estado, protege los derechos del Trabajador con una remuneración equitativa y suficiente, prohibiendo cualquier vulneración a las normas sociolaborales, que limite el ejercicio de sus derechos constitucionales vinculados al derecho laboral.

Cuando SUNAFIL no estaba operando en el sistema inspectivo, la inspección en el trabajo era solo descentralista, por lo que se contaba con menos de 400 inspectores, la PEA en el Perú requiere de por lo menos 2000 inspectores, esto es lo que indica la OIT, estos 400 inspectores los que conformaban la red de inspectores estaban planificadamente ejerciendo sus funciones en todas las regiones de nuestro Perú, cada región tenía aproximadamente 5 inspectores en función, con sueldos menores a los del mercado laboral público, lo que es seguro es que el sistema de inspección ha mejorado notablemente, tanto que junto al poder judicial son los mecanismos más eficientes en solución de conflictos

laborables, se ha desarrollado la capacitación, hay prospectiva en los planes de mejora del sistema, y además un equipo de inspectores que vienen desarrollando un gran trabajo inspectivo. (García, 2010, p. 15)

Analizando la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la variable labor inspectiva de los trabajadores encuestados, es el nivel regular con un 70.0% (21 trabajadores encuestados), se encuentra en nivel regular la labor inspectiva debido las empresas inspeccionadas no cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales, tampoco existe flexibilidad legal en la multas posterior a la ejecución, en cuanto a la supervisión de empresas es porque cuentan con protocolos para la aplicabilidad de las infracciones, debido a que no existe capacitaciones a las empresas sancionadas, es por el que la recaudación de multas se encuentra se encuentra en un nivel regular. Así tenemos a Pérez (2004, p. 44 ), quien refiere que en la actualidad, muchos países descuidan el fortalecimiento de la inspección del trabajo con lo que los abusos de los empleadores se han agudizado, y han dado pase a la sumisión de los trabajadores, en nuestro país muchos de los sectores productivos, han sido capacitados y además supervisados por entidades como SUNAFIL y la misma Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, con el fin de que los derechos sean respetados y de esta forma garantizar el cumplimiento de las leyes. Por lo tanto, los resultados obtenidos tienen concordancia con Gallardo (2010), en su trabajo de investigación *“Aplicación del procedimiento administrativo a la función fiscalizadora de la dirección del trabajo”* El objetivo del estudio se orienta a investigar si la normatividad sobre derecho administrativo que se ejecuta en la gestión del procedimiento administrativo del gobierno, y por lo tanto establecer si se aplican o no en la labor fiscalizadora. Esto teniendo en consideración que la dirección del trabajo como servicio público, principalmente se orienta al rol social. Tiene como conclusión un aporte al campo específico de la fiscalización laboral solo el 50% la labor inspectiva por parte de los inspectores es vulnerada, ya que se tiene poca información disponible al respecto. La calidad de sistematización e investigación sobre la materia, que se ha realizado servirá para que en un futuro muy cercano el ministerio de Trabajo, establezca medidas más eficientes por el rol que desempeña en la sociedad, y asuma la responsabilidad pertinente que se oriente en la

elaboración de normas claras en cuanto a la fiscalización, con optimismo creemos que se tomaran las medidas necesarias para que los derechos de los trabajadores no sean vulnerados.

Continuando el análisis de la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la gestión de mercadeo social, es el nivel regular con un 66,7% (20 trabajadores encuestados), debido a que no existe un diagnóstico de calidad del uso de los instrumentos de mercadeo social, siendo una herramienta muy importante hoy en día, tampoco cuenta con una partida presupuestal designada a mercadeo social, para el costo de equipos de social media, los inspectores no tienen una visión prospectiva, es por ello que se resisten al cambio que genera el mercadeo social, es por ello que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo no cuenta con planes de consentización, políticas sociales, tampoco usa herramientas modernas como son redes sociales, infomedia, sistemas de información. Por otro lado lo afirma Guzmán (2013, p. 66). Refiere que la inspección laboral busca restablecer los derechos laborales de los trabajadores, y también los derechos que tienen los empleadores, ya que es un servicio público que trata de hacer respetar el cumplimiento de las normatividad socio laboral y de la seguridad social, esto nos permitirá exigir las responsabilidades administrativas y asesorar técnicamente en dicha materia de conformidad con el Convenio N° 81 de la OIT, según prescribe la Ley General de Inspecciones de Trabajo. Los resultados obtenidos coinciden con los de Sauza (2008, p. 8), quien refiere que el mercadeo social; es un proceso complejo que se objetiva en convencer a la sociedad, sin embargo, sigue siendo regular, problema que se producirá a la hora de sensibilizar a las empresas privadas, sobre los derechos de los trabajadores. También coincide con Giuliani (2012), en su trabajo de investigación *“El Marketing Social, el Marketing Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial”* Quien refiere que el márketing social, busca cambiar comportamientos de las personas, está vinculado con la causa social.

En la tabla 3, se observa que las cuatro dimensiones de la variable independiente gestión de mercadeo social, prevalece el nivel deficiente en el orden que sigue, la dimensión política con 90% (27 trabajadores encuestados); la dimensión



económica con 80% (24 trabajadores encuestados); al igual que la dimensión tecnológica en nivel regular con un 70% (21 trabajadores encuestados); y finalmente la dimensión social con 60.3% (18 trabajadores encuestados). Como se puede evidenciar que la dimensión política se encuentra en un nivel deficiente con un 80% debido que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo no cuenta con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social, tampoco tiene planes de concientización social y políticas sociales, en el mismo nivel deficiente se encuentra la dimensión económica con un 80%, por el cual no se implementado una calidad de diagnóstico haciendo uso el mercadeo social, tampoco cuenta con una partida presupuestal que ayude a mejorar el desempeño laboral de los inspectores de trabajo. Por otro lado en la dimensión tecnológica se encuentra en un nivel regular, debido que no usan herramientas modernas como redes sociales, infomedia para el mercadeo social, tampoco cuentan con un sistema de información (Macromedia, programas de diseño gráfico, etc),, debiendo usa redes sociales para generar productividad en la labor inspectiva. Finalmente tenemos la dimensión social en un nivel bueno, ya la población usuaria tiene una visión prospectiva del mercadeo social y que genera valoración del cliente.

Es preocupante el resultados obtenidos ya que se deben a que no existe un plan de gestión de mercadeo social o que no es ejecutado con la seriedad debida, ya que los Stakeholders del sistema humano a los que están dirigidos (Empresas a inspeccionar), no han entendido lo importante que es las dimensiones de esta variable de estudio, se debe recordar en este punto de la discusión que la finalidad del mercadeo social es la de sensibilizar a los empleadores (Empresas a inspeccionar), de la importante labor y función que tienen los inspectores de trabajo, además se debe incidir en el mejoramiento de capacidades a las empresas sobre temas tan coyunturales como la importancia del nivel económico, político y el uso de la tecnología por parte de los servidores que desempeñan la labor de inspector del trabajo, es importante resaltar que el nivel social si ha sido entendido por los encuestados, y sobre todo que la gestión de mercadeo social dinamizará la labor inspectiva en la gerencia regional de trabajo y promoción del empleo.

Resultados que coinciden con los de García (2013), quien refiere un 80% que los gobiernos locales no invierten en cuanto al marketing social, ubicándose en un nivel deficiente, teniendo como conclusión que los medios de comunicación e implementando campañas de marketing social lograra mejorar el servicio ofrecido, desarrollando un plan de operativo institucional para que esté debidamente costeadado y presupuestado, de tal forma que no se incurra en gastos mayores que afecten el presupuesto de la institución.

Resultados que son respaldados por Mier-Terán, (2006) en su Tesis *“Marketing Socio Ambiental: Una propuesta para la aplicación del marketing social al campo medio ambiental”*, en el sentido que el mercadeo social en este caso destaca la alteración positiva de comportamientos voluntarios y la consecución de beneficios sociales; y por Gómez, C. (2006) en su Tesis *“El marketing como herramienta para la gestión en las organizaciones no gubernamentales ambientales de Venezuela – Malaga”*, en el sentido que el uso del mercadeo social son herramientas del marketing externo y relacional, el marketing interno y el marketing interactivo por lo que de manera pública los involucrados como las ONGs se mantengan involucrados de manera temporal pero con una línea de tiempo amplia lo suficiente para dar resultados.

En la tabla 4, se observa que en cuatro dimensiones de la variable dependiente, prevalece el nivel regular en el orden que sigue; las dimensiones proceso sancionador y proceso de inspección con un 86.7% (26 trabajadores encuestados), seguido en la dimensión legal con 83.3% (25 trabajadores encuestados) en el nivel regular en un nivel bueno; y la dimensión supervisión de empresas con 56.7% (26 trabajadores encuestados) en el nivel deficiente. Como se observa en la dimensiones proceso sancionador y proceso de inspección se encuentra en un nivel bueno, ya que la normas se encuentra reguladas en la Ley General de Inspección de Trabajo N°28806, a pesar ello existen un gran porcentaje de empresas con proceso sancionador debido la labor inspectiva es obstruida por empresas inspeccionadas, debido que el servicio de las actuaciones inspectivas genera procesos de multas, el servicio de inspección permite mayor seguridad en el trabajo. En la dimensión legal se encuentra en un nivel regular, debido que no

existe beneficios tributarios establecidos a favor para empresas que cumplan con todos los derechos de los trabajadores, no existe flexibilidad legal en los plazos establecidos en la Ley General de Inspección de Trabajo. Finalmente la dimensión supervisión de empresas se encuentra en un nivel deficiente, debido que la supervisión realizada por los inspectores de trabajo su labor inspectiva es vulnerada por los empleadores e la empresas, que teniendo como objetivo a respetar y restablecer los derechos de los trabajadores

Por lo tanto la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción de Empleo, a través de la sub gerencia de inspección tienen un gran trabajo que realizar para llegar a tener un nivel bueno de la labor inspectiva, sobre todo incrementado las actividades de información y difusión, convirtiendo las campañas de concientización sobre los derechos laborales de los trabajadores en algo más consistente como un plan de mercadeo social y al mismo tiempo trabajar de la mano con las empresas y los trabajadores, con el fin de desarrollar estrategias robustas que lleven a la mejora de la supervisión de empresas la cual dinamizará la labor inspectiva en La Libertad. Resultados que concuerdan con los del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE, 2017, p. 9), refieren que el año 2016, solo el 40% de las empresas supervisadas se logra iniciar el proceso sancionador, a diferencia del 60% se multan a las empresas sancionadas.

Por otro lado Requejo (2013), en su investigación *“Fortalecimiento del sistema de inspección del trabajo en el Perú”* establece que la funcionalidad de la inspección del trabajo es la misión de mantener vigilancia en el cumplimiento de las normativas laborales establecidas en ley, la que es desarrollada por los inspectores de trabajo. La actividad realizada por los inspectores de trabajo se da en un 80 % dentro del marco legal, de la inspección del trabajo se ejerce un 80% en marco legal, con lo cual se puede definir las siguientes conclusiones: El Sistema de inspección de trabajo es un servicio netamente público y que es descentralizado y que su finalidad es la de verificar el cumplimiento de la normatividad nacional en la labor de empleador y empleado. También Guzmán (2013, p. 3), refiere que la inspección laboral su objetivo es priorizar el cumplimiento y eliminar el desconocimiento a los derechos laborales que tienen los empleadores en un índice de 83.3 %.

En la tabla 5 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable gestión de mercadeo social y sus respectivas dimensiones y labor inspectiva, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar ( $p < 0.05$ ), en las dimensiones económica, política y tecnológica; por lo tanto, su distribución es de manera no normal, se utilizó pruebas no paramétricas para analizar la relación de causalidad entre las variables y este caso usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de spearman. En cuanto a la media aritmética como medida de tendencia central, se evidencia que la variable gestión de mercadeo social es 0,649 (valor comprendido en el rango: 0-228), en la variable labor inspectiva 0,742 (en el rango 0-240); en la dimensiones: económica es 0,653 (en el rango 0-68), en social es 0,939 (en el rango 0-60), política es 0,572 (en el rango 0-28), y tecnológica 0,920 (en el rango 0-40).

En la tabla 6 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable labor inspectiva y sus respectivas dimensiones y la variable gestión de mercadeo social, en donde se demuestra que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar ( $p < 0.05$ ), en todas las dimensiones, por lo tanto, su distribución es de manera no normal, por lo cual se utilizó pruebas no paramétricas para analizar la relación de causalidad entre las variables y este caso usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de spearman. En cuanto a la media aritmética como medida de tendencia central, se evidencia que la variable labor inspectiva es 0,742 (valor comprendido en el rango: 0-228), en la variable gestión de mercadeo social 0,649 (en el rango 0-240); en la dimensiones: legal es 848 (en el rango 0-68), en supervisión de empresas es 0,878 (en el rango 0-60), proceso de inspección es 0,844 (en el rango 0-28), y proceso sancionador 0,801 (en el rango 0-40).

En la tabla 7 se precisa que el 56,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión del mercadeo social y labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel regular en labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es

0.491 con una significancia de 0.021 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.503 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018 y se rechaza la hipótesis nula.

Esto se afirma en la teoría de gestión de mercadeo social que es una política de gestión, que permite cambiar, implantar un pensamiento o comportamiento en la sociedad, sin fines de lucro social para generar la aceptación e inserción de propósitos sociales, a través de un plan de mercadeo social, sin embargo para que no se quede en un simple plan y cause mayor desconfianza es necesario que la Gerencia regional de Trabajo y promoción del Empleo, cuente con los instrumentos , además de capacidad institucional, ya que la institución es un eje primordial para realizar dicha reforma, es decir la labor inspectiva que realizan los inspectores de trabajo, no se obstruya por parte de las empresas inspeccionadas. Por lo que, Gerencia regional de Trabajo y promoción del Empleo está obligada dentro marco de legitimidad y calidad de mercadeo social, mejorar la labor inspectiva, ara que esto sea posible es necesario realizar un diagnóstico institucional de la línea basas de la entidad, donde se identifique y corregir los problemas, por todo, lo anteriormente mencionado la gestión de mercadeo social si influye en la labor inspectiva, por lo que debe poner en práctica todo las políticas de mercadeo social teniendo en cuenta que es un proceso, propone un beneficio y una estrategia, para lograr cambios de comportamientos a largo plazo en grupos individualizados, con el fin de contribuir a su bienestar de los trabajadores mejorando su calidad de vida. Kotlker y Astromng, (2003), que la gestión de mercadeo social, es una herramienta de gestión social, para cambi9ar comportamientos y formas de pensar.

En la tabla 8 se precisa que el 63.3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión económica en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva, en contraste que el 10,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión económica en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.455 con una significancia de 0.023 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ),

el coeficiente Rho de Spearman = 0.478 (positiva moderada); demostrándose que la dimensión económica de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto se acepta la hipótesis la gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión económica influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

Sin embargo económica se ubica en mayor porcentaje de 63.3% (de los trabajadores encuestados) en nivel deficiente, resultados, que consideran según Kotler y Lee, (2002), que refiere que el país las entidades publica tenemos un gasto de 63.3% en el nivel económico, encontrando se el nivel deficiente, el Gobierno Regional de la Libertad tiene en gasto publico solo el 53% colocándonos en el último de los puesto en ejecución presupuestal. (MEF, 2018)

Así mismo, coincide con Barrientos (2009, p. 61), que la información que se tienen sobre el mercadeo social que las empresas peruanas emprenden, teniendo en cuenta la globalización y sobre todo las crisis económicas, financieras y sociales a nivel mundial.

En la tabla 9 se precisa que el 46,7% de los servidores públicos perciben un nivel bueno en la dimensión social en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión social en Gestión de mercadeo social y en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es -0.320 con una significancia de 0.036 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.340 (positiva baja); demostrándose que la dimensión social de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores públicos de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto se acepta la hipótesis la gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

Esto quiere decir que la dimensión social es relevante considerando que en el mercadeo social, los trabajadores deben estar debidamente informados sobre sus derechos laborales que le corresponde a cada uno. Estos resultados corroboran lo que afirma Giuliani (2012) en su investigación *“El Marketing Social, el Marketing Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial”*, es importante definir los criterios del mercadeo social, porque se debe tener en cuenta planes de reingeniería a las sociedades a las que se aplica el mercadeo social por una causa importante de la sociedad a instaurar una idea o comportamiento.

Así mismo Stoner (2012) define la dimensión social como una herramienta de proceso cambios sociales del consumidor, también se refiere a la socialización. La cual se obtiene mediante la comunicación bilateral, así como la práctica de actitudes asertivas y de socialización real con los demás. Todos las personas no solo tenemos el derecho de relacionarnos sino, que tenemos la necesidad de hacerlo y experimentar la convivencia con los demás en un ambiente de interculturalidad y aceptación mutua. Conclusiones que coinciden con Mier-Terán, J. (2006), en su trabajo de investigación *“Marketing Socio ambiental: Una propuesta para la aplicación del mercadeo social al campo medioambiental. Cádiz – España”*. Que mercadeo social, objetiva sus recursos a la modificación de comportamientos voluntarios y búsqueda de un beneficio social, que asegure las soluciones de los problemas sociales de tipo educativo, tecnológico, político/legal, y económico, que se orientan más hacia la información y al cambio de actitudes sociales.

En la tabla 10 se precisa que el 70,0% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión política en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión política en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.532 con una significancia de 0.043 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.551 (positiva moderada); demostrándose que la dimensión política de la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo,

La Libertad - 2018. Por lo tanto se acepta la hipótesis la gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión política influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

Sin embargo se evidencia que la dimensión política se encuentra en el nivel deficiente, debido a que la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad, no suscribe convenios de asociación público social, con las empresas; además no sostiene reuniones permanentes con los actores involucrados, es decir empleadores que representen a los trabajadores, además que no se implementa políticas en donde fomente la colaboración de las empresas sobre los derechos de los trabajadores. Resultados que no coinciden con los de Bernal y Hernández (2008), en su trabajo de investigación *“Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad”*. Refiere que los organizaciones lucrativas en política el 86.25% “Sí” aplican el márketing social debido a que realizan convenios entre el sector público y privado.

En la tabla 11 se precisa que el 53.3% de los servidores públicos perciben un nivel regular en la dimensión tecnológica en Gestión de mercadeo social y en la labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en la dimensión tecnológica en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.273 con una significancia de 0.167 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.285 (positiva baja); demostrándose que la dimensión tecnológica de la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto se rechaza la hipótesis de gestión de mercadeo social en cuanto a la dimensión tecnológica influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

Sin embargo la dimensión tecnológica se encuentra en el nivel regular debido a que en la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad tiene



hardware apropiado para la gestión tecnológica, pero no lo usa en tal objetivo, ni ha desarrollado herramientas más contundentes que las de capacitación, la globalización exige la gestión de la TIC, las cuales deben ir acompañadas de herramientas tecnológicas como software aplicativo, los que desarrollen la idea a implantar, de una forma global, para conseguir los objetivos de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad debe capacitar a las empresas inspeccionadas usando la tecnología, para lograr un nivel bueno sobre la labor inspectiva que realizan .los inspectores de trabajo pero se debe mejorar la eficiencia de los aplicativos web existentes, Resultados que coinciden con los de Royo (2015), en su estudio *“El Marketing Social en la rendición de cuentas de la administración local”*. Quien refiere que en cuanto a rendición de cuentas, utiliza el 80.5% la tecnología, siendo un porcentaje elevado, donde se demuestra que el uso de las de la informática es muy importante, para una rendición de cuentas y tener la participación ciudadana, para generar condiciones de desarrollo democrático.

En la tabla 12 se precisa que el 66,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y en la dimensión legal de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel regular en la dimensión legal de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.711 con una significancia de 0.005 que es menor al 1% de significancia estándar ( $P < 0.01$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.724 (positiva alta); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la labor inspectiva en la dimensión legal de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión legal de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

Sin embargo la utilización de legal con un 16,7% es regular debido a que los empleadores no respetan las normas reglamentadas sobre los derechos laborales, las cuales están reguladas (Constitución Política del estado, leyes etc), y no son respetadas en su totalidad, además la ley General de Inspección de

Trabajo N°28806, en su art. 36, prescribe las infracciones cometidas por los empleadores, negarse injustificadamente o impedir que se lleve a cabo la normal inspección del centro o institución a inspeccionar, ocasiona infracción a la ley de inspección del trabajo, en tal sentido se recomienda a la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad, que utilice el proceso de gestión de mercadeo social para mejorar la labor inspectiva. Resultados que coinciden con Diaz (2014). En su investigación "*Actas, informes y requerimientos de inspección de trabajo*". Quien refiere que es preocupante que un 20% si incluye lo legal en la labor inspectiva que realizan los inspectores de trabajo.

En la tabla 13 se precisa que el 36,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel deficiente en la dimensión supervisión de empresas de la labor inspectiva, en contraste que el 26,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y en la dimensión legal de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.512 con una significancia de 0.003 que es menor al 1% de significancia estándar ( $P < 0.01$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.535 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva en la dimensión supervisión de empresas de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto, se acepta la hipótesis de gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión supervisión de empresas de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Sin embargo se evidencia que la gestión de mercadeo social es regular a diferencia de la supervisión de empresas llega a obtener un nivel deficiente, por lo que la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad debe continuar trabajando en sensibilizar a las empresas inspeccionadas, para que no vulneren la supervisión realizada por los inspectores de trabajo. Con el mismo enfoque tenemos a Gallardo (2011, p. 63) considera en fomentar estrategias orientadas a informar y capacitar para conseguir el cumplimiento de la normativa socio laboral de las entidades contratantes como de la sociedad trabajadora. Resultados que coinciden con los de Requejo (2013), en su investigación "*Fortalecimiento del sistema de inspección del Trabajo en el Perú*", quien refiere que en cuanto a

supervisión de empresas tiene nivel deficiente con 64%, que no existe facilidades por parte de los empleadores, en cuanto a la supervisión de empresas, para inspeccionar los derechos de los trabajadores.

En la tabla 14 se precisa que el 60,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de inspección de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.260 con una significancia de 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.271 (positiva baja); demostrándose que la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva en la dimensión proceso de inspección de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis de gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso de inspección de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

Pero los resultados evidencian es que la gestión de mercadeo social es regular, pero que la dimensión de proceso de inspección es bueno de la labor inspectiva, esto se debe que la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo no está realizando campañas informativas sobre los derechos de los trabajadores, por otro lado la población participa muy poco de las charlas informativas, además no se difunde las campañas de asesoramiento de derechos laborales. Por lo tanto la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo debe considerar realizar un programa de información y difusión para que concientice y sensibilice a la población sobre la importancia de los derechos laborales, a través del mercadeo social. Resultados discordantes con los de Julca (2013), en su investigación *“Situación de la inspección de trabajo en el Perú y la percepción que tiene de ella las personas que laboran para el sistema y sus usuarios”*, quien refiere que en cuanto a proceso de inspección alcanzó un nivel bueno con 80%.

En la tabla 15 se precisa que el 60,0% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de sancionador de la labor inspectiva, en contraste que el 16,7% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel bueno en la dimensión proceso de sancionador de la labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.260 con una significancia de 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0.05$ ), el coeficiente Rho de Spearman = 0.271 (positiva baja); demostrándose que la Gestión de mercadeo social no influye significativamente en la labor inspectiva en la dimensión proceso de sancionador de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis de gestión de mercadeo social influye significativamente en la dimensión proceso de inspección de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018. Sin embargo, tanto el gestión de mercadeo social y proceso sancionador alcanzaron un nivel regular, Resultados que concuerdan con los de Gallardo (2010), en su investigación "*Aplicación del procedimiento administrativo a la función fiscalizadora de la dirección del trabajo*", quien refiere que la proceso sancionador alcanzó un nivel bueno con 80%, con la recaudación de las multas impuestas, porque el procedimiento sancionador se encuentra regulado en la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

## V. CONCLUSIONES

- La influencia es significativa de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.491, con una significancia de 0.021 menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0,05$ ); en consecuencia se acepta la hipótesis de la investigación.
- El nivel es regular con un 66.7% de gestión de mercadeo social, de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- El nivel es regular con un 70 % de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.
- Las dimensiones de gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018, prevalece el nivel deficiente en la dimensión política con un 90%; seguido con el nivel regular en la dimensión económica con un 80%; seguido con un nivel regular en la dimensión tecnológica con un 70%; y finalmente un nivel bueno en la dimensión social en con un 60.3%.
- Las dimensiones de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018, prevalece el nivel bueno en la dimensión proceso sancionador con un 86.7%, seguido el nivel bueno en la dimensión proceso de inspección con 86.7%, seguido con el nivel regular en la dimensión legal con 83.3%, y finalmente un nivel deficiente en la dimensión supervisión de empresas con 56.7%.
- La dimensión económica de gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.455 con una significancia de 0.023 que es menor al 5% de

significancia estándar ( $P < 0,05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.

- La dimensión social de gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.320 con una significancia de 0.036 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0,05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.
- La dimensión política de gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.532 con una significancia de 0.043 que es menor al 5% de significancia estándar ( $P < 0,05$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.
- La dimensión tecnológica de gestión de mercadeo social no influye en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.273 con una significancia de 0.167 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0,05$ ). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.
- La gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la dimensión legal de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.711 con una significancia 0.005 que es menor al 1% de significancia estándar ( $P < 0,01$ ). Por lo tanto de acepta la hipótesis de investigación.
- La gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la dimensión supervisión de empresas de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.512 con una significancia 0.003 que es menor

al 1% de significancia estándar ( $P < 0,01$ ). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.

- La gestión de mercadeo social no influye en la dimensión proceso de inspección de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.260 con una significancia 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0,05$ ). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.
- La gestión de mercadeo social no influye en la dimensión proceso sancionador de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.260 con una significancia 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar ( $P > 0,05$ ). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.

## VI. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los resultados, discusión, hallazgos y conclusiones del presente trabajo de investigación científica, proponemos las siguientes recomendaciones, las cuales deben ser implementadas por los diferentes niveles de gobierno:

- Que, los inspectores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, mejoren su tratamiento social con las instituciones inspeccionadas, con el fin de lograr la colaboración eficiente de las mismas.
- Que, los inspectores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, hagan respetar el proceso de trámite documentario, para que las infracciones emitidas no sean anuladas por sus superiores orgánicos.
- Que, las instituciones públicas y privadas deben fomentar la transparencia, ante los órganos encargados de velar por los derechos de los servidores públicos y trabajadores independientes, no solo para cumplir con las leyes que protegen a los trabajadores sino también para fomentar la cultura social de trabajo y promoción del empleo.
- Que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe implementar un plan de mercadeo social integral, alineado a las políticas nacionales existentes, para generar transparencia y colaboración de las entidades públicas y privadas, y se pueda asegurar la calidad en la labor inspectiva y sobre todo fomentar la concientización sobre los derechos de los empleados y los deberes de las instituciones empleadoras.
- Que, la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe implementar un sistema de denuncias y de información WEB y APPs, que fomente la supervisión constante de entidades públicas y privadas, con el fin de asegurar el bienestar laboral de los servidores públicos y trabajadores independientes.



- Que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe promover convenios universitarios, para implementar un plan de incentivos académico, con el fin de fortalecer la capacidad técnica de los inspectores de trabajo y mejorar la calidad de los procesos de inspección de trabajo.
- Que, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo debe implementar planes de socialización de las políticas nacionales, con las instituciones públicas y privadas, que son las responsables de brindar los espacios de gobernabilidad para las acciones que se realizan desde la gerencia regional de trabajo y promoción del empleo en La Libertad.

## VII. PROPUESTA

### I. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan de mercadeo social aplicable a la labor inspectiva de los inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad.

### II. DATOS INFORMATIVOS:

**2.1 Institución:** Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad.

**2.2 Dirección:** Av. Larco 1222, Trujillo, La Libertad 13008.

**2.3 Participantes:** Trabajadores, administrativos e inspectores de la Gerencia Regional de Trabajo, La Libertad.

- **Investigador:** Mg. Vicente Velásquez Yameli Romina.
- **Asesor:** Mg. Morales Salazar Pedro Otoniel.

### III. FUNDAMENTACIÓN

La Constitución Política del Estado, protege los derechos del Trabajador con una remuneración equitativa y suficiente, prohibiendo cualquier vulneración a las normas sociolaborales, que limite el ejercicio de sus derechos constitucionales vinculados al derecho laboral.

Kotler y Levi (2011) están convencidos de que marketing social es usar las herramientas que estén al alcance, con el único fin de provocar o generar el cambio de comportamiento, dicho esto nos dejan la labor de evaluar las herramientas más productivas dentro de las cuales están nombradas el uso del mercadeo social, el uso de la TIC, el uso de análisis de mercado, lo cual debe mejorar la gestión social.

La ley establece el libre ingreso a los centros de trabajo y el derecho a tener inspecciones sin previo aviso, con lo que se ha logrado reducir la vulneración de los derechos del trabajador. (Roca, 1998, p. 52)

La Ley 28806 – Ley General de Inspección de Trabajo, establece que es único sistema establecido por ley realizar las inspecciones a las instituciones o empresas, que formalicen sus denuncias, que se atenderá a través de una inspección; donde están alineados a la normatividad establecidas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, por lo que quedan establecidas las bases, para la inspección, no solamente las bases sino también los protocolos a seguir.

Otra variable que se considera es lo que tiene que ver con el mercadeo social que de acuerdo con Bernal y Hernández (2008) donde prescribe que el objetivo del mercadeo social es plantear soluciones a problemas; gracias al objetivo de no tener un retorno económico, más bien un retorno social.

En el Perú, antes de la expedición del Decreto Supremo 003-71-TR, había solo reglamentos del procedimiento de inspección y solo se aplicaban bajo el criterio de los servidores públicos encargados de la solución a conflictos laborales, si era necesario una inspección, asignaban un inspector para que realice el trabajo de inspección, la cual se desarrollaba con la presencia del empleador o representantes del mismo, para desarrollar la inspección y tenía que desarrollarse en dentro del centro laboral, en este enfoque se llevaba a cabo la inspección con todos sus procesos en la firma del informe participaban todos los relacionados, por lo que este informe tenía valor probatorio de instrumento público. (Rendón, 2011, p. 32)

#### **IV. OBJETIVOS**

- 4.1. Mejorar el nivel de cumplimiento operativo de la labor inspectiva.
- 4.2. Fomentar la cultura de transparencia y respeto de los derechos de los trabajadores.
- 4.3. Mejorar la calidad de aplicabilidad de normas de inspección del trabajo.

## **V. METODOLOGÍA**

### **5.1 Método**

El método utilizado para la elaboración de la propuesta es de análisis y síntesis que tiene por finalidad, gestionar la información que permita promover una cultura de transparencia y cooperación ante la labor inspectiva, a través del mercadeo social, esto permitirá asegurar la operatividad eficiente de los inspectores de trabajo, así como también mejorar la calidad de la ejecución de la labor inspectiva de estos, procesos que tienen como base las políticas de gestión de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo alineadas estratégicamente a las políticas de gestión de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral.

### **5.2 Medios y materiales**

Los medios y materiales que se usarán para el desarrollo de la propuesta serán principalmente útiles de escritorio (papel bond, lapiceros, folders) además de servicios como impresiones, internet, telefonía móvil. Transporte y alimentación.

## **VI. PASOS PARA LA CREACION DE LA PROPUESTAS**

### **6.1 Identificación del problema**

Luego del proceso de recopilación y análisis de la información obtenida en el desarrollo de la investigación se ha identificado los siguientes problemas:

- Alto nivel de incumplimiento operativo de los procesos de la labor inspectiva.
- Carencia de cultura de transparencia y respeto de los derechos de los trabajadores por parte de los empleadores.
- Carencia de eficiencia en la aplicación de normas de inspección del trabajo.
- Alto nivel de trabajadores con derechos vulnerados por los empleadores.
- Ineficiente gestión del tiempo en la atención de las inspecciones.

- Reducido presupuesto para generar equipos de alto rendimiento de inspectores de trabajo.

## **6.2 Descripción de la propuesta**

- Mejorar el nivel de incumplimiento operativo de los procesos de la labor inspectiva, con la implantación del plan de mercadeo social para la GRTPE, lo cual permitirá el desarrollo eficiente de los procesos y ejecutabilidad efectiva de la labor inspectiva.
- Dinamizar la cultura de transparencia y respeto de los derechos de los trabajadores, a través de la implantación del plan de mercadeo social, con lo cual se lograra generar una cultura de transparencia de documentación y generar bases para asegurar los derechos de los trabajadores.
- Efectivizar el logro de la labor inspectiva con la implantación del plan de mercadeo social, logrando eficiencia en la labor inspectiva, gracias a los cambios de visión generados por el plan.
- Lograr la aplicabilidad eficiente de las normas de inspección del trabajo, con la implantación del plan de mercadeo social, con el fin de asegurar el cumplimiento integral de las normas de inspección del trabajo prescritas en la Ley N° 28806.
- Lograr que los derechos de los trabajadores no sean vulnerados, con la implantación del plan de mercadeo social, gracias a los cambios de pensamiento social de agentes estratégicos de los procesos de inspección del trabajo.

## **6.3 Justificación de la propuesta**

La presente propuesta consiste en generar alternativas de solución a los problemas diagnosticados en la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, de la región La Libertad, la cual presenta deficiencias en sus procesos operativos los que generan una deficiente gestión de la labor inspectiva, la misma que es ejecutada por servidores públicos que

desempeñan la labor de inspectores de trabajo, es muy importante generar un proceso de reingeniería con el fin de hacer eficiente los procesos de labor inspectiva, con el fin de reducir los niveles de vulnerabilidad de los derechos de los empleados, a través del diseño e implantación de un plan de mercadeo social, que asegure que los procesos operativos de la labor inspectiva sea eficiente y efectiva, los principales problemas son la vulneración de los derechos de los trabajadores y la ineficiente labor inspectiva, por la poca transparencia y cooperación de los empleadores, por tal motivo la propuesta de un plan de mercadeo social es viable y es necesario dentro de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, se debe diseñar, ejecutar e implantar el mencionado plan de mercadeo social, con el objetivo de disminuir la ineficiencia en la labor inspectiva, la cual permita reducir los altos índices de vulneración de los derechos de los trabajadores, con la implantación del plan de mercadeo social, se lograra, mejorar a nivel de procesos y cooperación por parte de las empresas que gestionan de una manera ineficiente el recurso humano, permitiendo que la potencialidad de este recurso disminuya y genere ineficiencia en el logro de los objetivos integrales de la labor inspectiva.

## **6.4 Diseño de la propuesta**

### **6.4.1 Estructura temática**

Asegurar la eficiente ejecución operativa de los procesos de la labor inspectiva a través de la implantación de un plan de mercadeo social, tiene como base tres sub procesos: diagnóstico social de los procesos de la labor inspectiva, diseño del plan de mercadeo social y seguimiento integral a procesos de la labor inspectiva, estos sub procesos están bajo la base de políticas de gestión de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo alineadas estratégicamente a las políticas de gestión de la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral.

## **6.4.2 Desarrollo de las sesiones**

El desarrollo de las sesiones temáticas y la desagregación de los sub procesos antes señalados los describimos así:

### **A) Diagnóstico social de los procesos de la labor inspectiva.**

ENTRADA O MATERIA PRIMA DEL PROCESO:

- Elaboración de un instrumento de captura de datos.
- Identificación de los Stakeholders Internos y Externos

DESARROLLO CENTRAL DEL PROCESO:

- Análisis de datos capturados, usando herramientas como análisis literario, análisis de estudios antecedente, opinión de expertos y mesas taller de identificación de mapeo de procesos.
- Generación de conocimiento mediante el ordenamiento e interpretación de datos obtenidos y filtrados.

SALIDA O PRODUCTO DEL PROCESO:

- Diagnostico social de procesos de la labor inspectiva.

### **B) Diseño del plan de mercadeo social.**

ENTRADA O MATERIA PRIMA DEL PROCESO:

- Diagnostico social de procesos de la labor inspectiva.
- Propósito del plan de mercadeo social.
- Estrategias para plasmar la idea que se quiere implantar en la sociedad focalizada con el plan de mercadeo.
- Procesos y productos de marketing y merchandising del plan de mercadeo social.

DESARROLLO CENTRAL DEL PROCESO:

- Ejecutar los procesos marketing
- Ejecutar las estrategias de entrega de merchandising del plan de mercadeo social.

- Ejecutar campañas y talleres de concientización de respeto a los derechos de los empleados, a los empleadores

**SALIDA O PRODUCTO DEL PROCESO:**

- Plan de mercadeo social implantado en la sociedad focalizada.
- Evaluación de procesos y logro de objetivos del plan de mercadeo social.
- Impacto social del plan de mercadeo social.

**C) Seguimiento integral a procesos de la labor inspectiva.**

**ENTRADA O MATERIA PRIMA DEL PROCESO:**

- Análisis del impacto social de la implantación del mercadeo social.
- Evaluación de los procesos de la implantación del plan de mercadeo social.
- Evaluación del logro de objetivos ante la implantación del plan de mercadeo.

**DESARROLLO CENTRAL DEL PROCESO:**

- Diagnosticar el mapeo de procesos del plan de mercadeo social.
- Generar soluciones sobre los procesos que presentan fallas de operatividad o eficiencia.
- Medir el grado de eficiencia del logro del propósito del plan de mercadeo social.
- Evaluar el grado de eficiencia de los procesos de marketing y merchandising del plan de mercadeo social.

**SALIDA O PRODUCTO DEL PROCESO:**

- Plan de seguimiento para mejorar procesos del plan de mercadeo social.
- Lineamientos para la generación de un plan de reingeniería.
- Plan de sostenibilidad del plan de mercadeo social.
-



### 6.4.3 Cronograma de actividades

Actividades		Abril – 19				Mayo -19				Junio - 19				Julio - 19			
		Semanas				semanas				semanas				semanas			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
01	Diagnostico social de los procesos de la labor inspectiva	X	X	X													
02	Diseño del plan de mercadeo social			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
03	Seguimiento integral a procesos de la labor inspectiva	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

### 6.5 Beneficiarios

Los inspectores de trabajo de la de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad, que son los que realizan la labor inspectiva en un total de 30 inspectores.

### 6.6 Validación

La propuesta fue validada por Ing. Jorge Jhoel Vásquez Tirado, Dr. Quispe Ramos, Wilder, expertos en proyectos de inversión pública y planificación estratégica, políticas públicas, e interpretación de las normas legales, que ayudaran a implementar la ejecución y supervisión de la labor inspectiva.

### 6.7 Socializaciones la propuesta

La propuesta será socializada por los inspectores, trabajadores, administrativos y empleadores del Distrito de Trujillo, Departamento La Libertad.

## VII. RESPONSABLE

Mg. Yameli Romina Vicente Velásquez, conjuntamente con la Gerente regional de trabajo Mg. Jacqueline Bustamante Fernández.

## VIII. PRESUPUESTO

N° del gasto	Ítem	Und.	Cantidad	Precio	Total
50 Bienes	Laptop	Und.	1	3,000.00	3,000.00
	USB 10 GB	Und.	1	40.00	40.00
	Celular	Und.	1	320.00	320.00
	Cámara fotográfica	Und.	1	1,000.00	1,000.00
	Folder con logo del plan de mercadeo	Millar	5	500.00	2,500.00
	Lapiceros con logo del plan de mercadeo	Millar	20	600	12,000.00
	Disfrases de mascota que representa al mercadeo social	Und.	5	400.00	2,000.00
	Impresiones de folletos	Millar	20	200	4,000.00
	llaveros	Millar	20	800.00	16,000.00
	Proyector multimedia	Und.	5	1,000.00	5,000.00
50 Servicios	Internet	Servicio	1	40.00	40.00
	Movilidad	horas	20	10	200.00
	Banner	servicio	2	60	120.00
	Comunicación telefónica e internet	línea	1	60.00	60.00
	Spots radiales	Servicio	5	3,000.00	15,000.00
	Spots Televisivos	Servicio	2	7,000.00	14,000.00
<b>TOTAL</b>					<b>75,280.00</b>

El total requerido es de S/. 75,280.00 Soles.

Estos recursos serán previstos por el investigador y contara con el apoyo logístico de la Gerencia Regional de Trabajo y promoción del Empleo – La Libertad.

#### **IV. MONITOREO Y EVALUACIÓN**

El monitoreo será realizado en forma trimestral y estará a cargo de la Mg. Yameli Romina Vicente Velásquez, en coordinación con el Gerente Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad y el Intendente Regional de SUNAFIL, y se elaboran lineamientos estratégicos de acuerdo a la Ley General de Inspección.

En cuanto a la evaluación se hará a la culminación de cada sub proceso.

#### **IX. SOSTENIBILIDAD E INSTITUCIONALIZACIÓN**

La sostenibilidad de todo proyecto, no siempre depende de factores o procesos propios, sino también de la voluntad política de gobernantes o tomadores de decisiones, por lo cual es importante que se definan políticas de sostenibilidad para los programas, proyectos y planes, objetivamente hablando del Plan de mercadeo social para mejorar la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad, la sostenibilidad del plan de mercadeo social, depende de que la normatividad sea diseñada desde los sectores ministeriales hasta los más bajos entes de gobierno, estos últimos son los que deben generar los requerimientos del plan, lo que asegura su tiempo de vida y por lo tanto su sostenibilidad.

El mercadeo social representa no solo el cambio de pensamiento, si no debería ser una herramienta más de gestión de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, en definitiva todo programa, proyecto y plan debe tener una proceso que asegure junto a las políticas gubernamentales su sostenibilidad.

## XI. REFERENCIA BOBLOGRFICAS



Bernal, R. y Hernández, P. (2008) “*Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad?*” Tesis para optar el Título de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.


Kotler y Levi, (2011) “*El Plan de Marketing: procedimiento, formularios, estrategia y técnica*”. España: Deusto.


Rendón, G. (2011) “*Marketing Social*”, Diagnóstico desde el sector privado. Universal editores Bogotá.

Roca, A. (1998) “*Responsabilidad Social Empresarial*”. Editorial FCE México.

XII. RELACION DE EXPERTOS EN INVESTIGACION QUE VALIDARON MIPROPUESTA DE PLAN DE MERCADEO SOCIAL PARA MEJORAR LA LABOR INSPECTIVA DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO – LA LIBERTAD.

Profesión	Apellidos y Nombres	DNI	Firma
Ingeniero	Jorge Jhoel Vásquez Tirado	18207227	
Abogado	Wilder Quispe Ramos	18949322	

  
 Ing. Pedro Otoniel Morales Salazar  
 LIC. EDUCACION SECUNDARIA  
 MG. EN GESTION PUBLICA Y DESARROLLO LOCAL  
 DOCTOR EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION

  
 18206812



## VIII. REFERENCIAS

- Aguayo, E. (2009) *“Fiscalización labora de los derechos”*. España: Ediciones Paraninfo.
- Arellano, R. (2000). *“Marketing enfoque América Latina”*, Mac Graw Grill, México.
- Amadeo Homero (2007). “Historia y teoría del marketing” Entrada de blog. Recuperado de: <http://amadeo.obolog.es/rhistoria-teoria-marketingr-23017>.
- Aranzadi Thomson (2010). *“Inspección de trabajo y seguridad social”*. Resolución de 11 abril 2006. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-28861/resolucion%2011%20abril%202006%20inspeccion%20de%20trabajo.pdf>
- Balarezo, B. Mariella (2006) *“Propuesta de un Plan de Mercadeo Social para incrementar el conocimiento y práctica de valores éticos de los estudiantes secundarios del Distrito de Miraflores. Lima, Perú”*. Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Gerencia Social. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Barrientos P. Felipa (2009) *“El marketing en el Perú y la globalización”* Concentración en *Marketing* de la Universidad del Pacífico, Lima, Perú. Recuperado de: <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/about>.
- Behar Rivero, D. S. (2008) *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom 2008.
- Bernal R. y Hernández P. (2008) *“Marketing social en organizaciones lucrativas: ¿Imagen pública o apoyo a la comunidad?”* Tesis para optar el Título de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- Bonilla, M. (2015) *“Propuesta para fortalecer el servicio de inspección del seguro solidario del instituto nacional de seguros”*. Recuperado de: [http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/TESIS/2008/Bonilla\\_Bonilla\\_Maria\\_del\\_Carmen\\_PRO\\_08.pdf](http://biblioteca.icap.ac.cr/BLIVI/TESIS/2008/Bonilla_Bonilla_Maria_del_Carmen_PRO_08.pdf).

- Conferencia Internacional del Trabajo. “*Ginebra, Suiza*” - OIT - 100a (1-17 de junio de 2011). Recuperado en: [https://www.ilo.org/buenosaires/noticias/WCMS\\_BAI\\_NEWS\\_95/lang-es/index.htm](https://www.ilo.org/buenosaires/noticias/WCMS_BAI_NEWS_95/lang-es/index.htm).
- Convenio N°81 - OIT “*Convenio sobre la inspección del trabajo*”. Publicado en el Boletín Informático Labora en el año 1947.
- Decreto Supremo N° 003-71-TR “*Por el que se dictan disposiciones para realizar la inspección del trabajo con mayor eficacia y rapidez*”. Publicado en el Diario el Peruano.
- Díaz, H. (2011) “*El Estado vigilante, Consideraciones jurídicas sobre la función inspectora de la administración*”, Editorial Tecnos S.A., Madrid.
- Díaz, J. (2014) “*Actas, informes y requerimientos de la inspección de trabajo*”. Tesis para optar el Grado de Magister. Universidad de la Laguna Málaga - España.
- Esteban Talaya, (1997) “*Principios del Mercadeo social*”. Editorial FCE Madrid.
- Gaceta Jurídica (2005) Ley N° 28806 – “*Ley General de Inspección del Trabajo y su Reglamento*” Aprobado mediante Decreto Supremo N° 019-2006-TR.
- Gallardo Urrutia, C. (2010) En su Tesis Magistral “*Aplicación del procedimiento administrativo a la función fiscalizadora de la dirección del trabajo*”. Universidad de Chile.
- Gallardo, D. (2011) “*Derecho Administrativo Económico*”, 4° Edición, Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., Madrid.
- García, E. (2008) “*Economía informal, Trabajo no declarado y administración del trabajo*”, Organización Internacional del Trabajo, Departamento de diálogo social, legislación y administración del Trabajo.
- García Alvarado M. (2008). “*Características relevantes al paradigmas socio-critico*”. Revista universitaria de investigación. V. 9 N° 2 – Diciembre 2008.

- García B. (2013), *“Diseño de una propuesta de marketing social para mejorar la gestión del servicio de licencia de funcionamiento en la Municipalidad Provincial de Chiclayo”*, Tesis para obtener el grado de Magister en Gestión Pública. Universidad Chiclayo.
- García, P. (2014) *“Nivel de eficacia de las Estrategias de Comunicación de Mark Barrientos, eting para la Promoción y difusión de servicios educativos de Tecsup–Trujillo”*. Tesis para optar el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Privada Antenor Orrego.
- García, L. (2010). En su tesis doctoral: *“Marketing experiencial en sectores de servicios con Establecimientos de atención al público: aplicación empírica en la oficina de banca minorista”*. Universidad Complutense de Madrid – España.
- George D, Mallery, (1995). *“A simple guide and reference. Belmont, CA”*. Estados Unidos Wadsworth Publishing Company 1995.
- Giuliani, O. (2012) *“El Marketing Social, el Marketing Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial”*. Tesis para optar el grado de Doctor en Gestión Pública. Universidad de Argentina.
- Guzmán, A. (2013) *“Procedimiento de Inspección del Trabajo”*. Editorial Aries Buenos Aires.
- Hernández, R., Fernández C., Baptista M. (2014). *Metodología de la Investigación*, 6° ed., Editorial McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hunter, L. y Leahey, E. (2008). *“Collaborative Research in Sociology.”* Trends and Contributing Factors. American Sociologist, p. 292.
- Julca, Babarzy M. (2013) *“Situación de la inspección del trabajo en el Perú y la percepción que tienen de ella las personas que laboran para el sistema y sus usuarios”* Tesis optar el grado académico de Magister en Derecho con mención en Trabajo y Seguridad Social. Universidad de Lima.



- Kotler y Astromng, (2003) “*Marketing en el mercado estratégico*”. Pearson Educación S.A. 6° Ed. Madrid – España.
- Kotler y Levi, (2011) “*El Plan de Marketing: procedimiento, formularios, estrategia y técnica*”. España: Deusto.
- Kotler y Lee, (2002) “*Fundamentos de marketing*”, Ed. Pearson Educación S.A. 6° Ed. Madrid – España.
- Kotler y Andreasen, (1991) “*Marketing avanzado*”, Ed. Granica S.A. 3°Ed. Madrid – España.
- Kotler y Zaltman, (1971) “*Social Marketing*”. An Approacch to Planned Social Change. Ed. Granica S.A. 2°Ed. - España. Recuperado en: [http://www.sfu.ca/cmns/faculty/laba\\_m/425/07-all/documents/Kotler-Zaltman.PDF](http://www.sfu.ca/cmns/faculty/laba_m/425/07-all/documents/Kotler-Zaltman.PDF).
- Laudeau Rebeca (2007) *Elaboración de Trabajos de Investigación*. 1era. Edición – Marzo 2007. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=M\\_N1CzTB2D4C&pg=PP1&source=kp\\_read\\_button&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=M_N1CzTB2D4C&pg=PP1&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false).
- Ley General de Inspección de Trabajo N° 28806.
- Ley del Procedimiento Administrativo General – LEY N° 27444.
- Marturel, C. (2012) “*La Inspección del Trabajo en el contexto de la Reforma Laboral*”. 1|q Editora Análisis Laboral, Lima.
- McCarthy, E. J. (1960). “*Basic Marketing, A Managerial Approach*”. IL: Richard D. Irwin.
- Medrano, A. (2015) “*Relación entre el mensaje publicitario de la campaña social y la concientización acerca de seguridad vial en los peatones de 25 a 29 años, San Juan de Lurigancho*”, Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Cesar vallejo.
- Mendoza y Schommer (2000) “*La Gestión del Marketing en las Pymes*”. Edita: Cátedra Madrid Excelente, Fundación Madrid por la Excelencia. Comunidad de Madrid. Universidad Rey Juan Carlos. España.

- Mier-Teran, J (2006). En su tesis: “*Marketing Socio ambiental: Una propuesta para la aplicación del marketing social al campo medioambiental*”. Tesis de Doctorado. Universidad de Cádiz – España
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2007) “*El MTPE Flexibiliza Normas Sobre Sanciones Laborales*”. Cámara de Comercio. Recuperado de:  
[https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r789\\_3/analisislegal%20789.pdf](https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/r789_3/analisislegal%20789.pdf).
- Ministerio de Economía y Finanzas – (MEF) (2018) “*Gasto Publico en Materia Laboral*” Editora Análisis Laboral, Lima. Recuperado en:  
[https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2391&Itemid=101576&lang=es](https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=2391&Itemid=101576&lang=es).
- Mostacero, A. & Tapia G. (2016) “*Análisis de las actividades de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Exportadora Marañón Cacao S.R.L. en San Ignacio - Cajamarca, en el año 2016*” Tesis para optar el título profesional de Licenciado en administración y Negocios Internacionales. Universidad de Cajamarca.
- Muñoz y Molina, (2001) “*Administración del Trabajo; asegurar la gobernanza a través de la aplicación de la ley, papel central de la inspección del trabajo*”. Editado por la Organización Internacional del Trabajo.
- Navas, C. (2011) “*Marketing Social y Ética Empresarial*”. Pinto, Madrid. ESIC
- Pérez, A. (2004) “*El mercadeo social, más allá del régimen competencia económica*”. Madrid. Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica. (AICE).
- Prieto Barragán, A. (2013), “*Elementos a tener en cuenta para implementar el Marketing Social que permita una mejor atención al ciudadano en la Municipalidad de Lima Metropolitana*”. Pontificia Universidad Católica de Lima.
- Popper Karl Raimund (2003). *El problema de la introducción en la epidemiología*. Editorial Shalom 2003.

- Roca, A. (1998) "*Responsabilidad Social Empresarial*". Editorial FCE México.
- Rendón, G. (2011) "*Marketing Social*", Diagnóstico desde el sector privado. Universal editores Bogotá.
- Requejo Alemán C. (2013) "*Fortalecimiento del sistema de inspección del trabajo en el Perú*". Tesis para optar el grado de Magister en Derecho de la Empresa. Pontificia universidad Católica de Lima.
- Royo, E. (2015) "*El Marketing Social en la rendición de cuentas de la administración local*". Tesis para optar el Grado de Doctor en Políticas Sociales de la Universidad de Zaragoza de España.
- Rothschild, D. (1997), "*El marketing con causa y la educación para el desarrollo*", Editorial Andes. Bogotá.
- Santesmases, M. (2012), "*Marketing conceptos y estrategias*", (6° Ed.) Piramide. Madrid – España.
- Sampieri H. (2010). "*Metodología de la Investigación científica*". Editorial FCE México.
- Silva Yamit (2008). "*Marketing universitario*". Enfoques del marketing Recuperado en: <http://marketinguniversitario.blogspot.pe/2008/04/los-cinco-enfoques-del-marketing.html>
- Souza, Santos y Silvia C. (2008) "*Descolonización Epistemológica del Sur*". Conferencia en Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Recuperado de en: <http://sociologiac.net/2013/10/14/boaventura-de-sousa-santos-crear-la-contra-universidad-dentro-de-launiversidad/>.
- Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral (2014) "*Fiscalización laboral*". Editorial Andina. Lima.
- Stoner, J. (2012) "*Ampliación del concepto de marketing social en el ámbito turístico*". Editorial Andina Bogotá.
- Stantos, W., Etzel, M. & Walker, B. (2004). Del libro: «*Fundamentos de Marketing*», 13va. Edición, Mc Graw Hill, Págs. 333 y 334
- Trout R. (2017). "*Historia y teoría del marketing*". [Entrada de blog] Recuperado de: <http://www.tiempodemercadeo.com/lectura-recomendada/lectura-recomendada>.

- Toledo, S. (2007) "*Mercadeo con causa social: ¿Responsabilidad social o estrategia comercial?*", Editorial Economía, Gestión y Desarrollo. Madrid.
- Toyama Miyagusuko J. (2012). "*Guía Laboral 2013*". Gaceta jurídica. Sexta edición – revisada y actualizada.
- Ugarte, A. (2008) "*Fundamentos de marketing*", México, Prentice Hall. Editorial Economía, Gestión y Desarrollo. Madrid.
- Valderrama Mendoza S. (2009). "*Técnicas e instrumentos para la obtención de datos en la investigación científica*". Editorial: San Marcos.
- Vargas Ginochio C. (2016) "*Análisis comunicacional de la influencia del marketing social en la cultura de prevención de cáncer de mama en mujeres del asentamiento humano "Enrique López Albújar"*" Tesis para optar el título de Ciencias de la Comunicación. Universidad privada del Norte.
- Vaz, C. (2003) "*El Marketing Social en Modalidad de acción Institucional*". Pearson Educación Madrid.

## Anexos 1: Matriz de puntuación de las variables

### a) Matriz de puntuaciones de las dimensiones de la variable Gestión de Mercadeo Social

MUESTRA	ECONÓMICA		SOCIAL		POLÍTICA		TEGNÓLOGICA		TOTAL	NIVEL
	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL		
1	3	Deficiente	17	Bueno	8	Deficiente	12	Regular	40	Deficiente
2	5	Deficiente	16	Regular	7	Deficiente	11	Regular	39	Deficiente
3	5	Deficiente	17	Bueno	11	Deficiente	11	Regular	44	Regular
4	5	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	14	Regular	46	Regular
5	21	Regular	15	Regular	29	Bueno	16	Bueno	81	Bueno
6	6	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	9	Regular	42	Regular
7	32	Bueno	16	Regular	23	Regular	11	Regular	82	Bueno
8	5	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	10	Regular	42	Regular
9	8	Deficiente	17	Bueno	9	Deficiente	11	Regular	45	Regular
10	5	Deficiente	15	Regular	9	Deficiente	7	Deficiente	36	Deficiente
11	6	Deficiente	8	Deficiente	11	Deficiente	7	Deficiente	32	Deficiente
12	7	Deficiente	13	Regular	10	Deficiente	11	Regular	41	Regular
13	8	Deficiente	15	Regular	9	Deficiente	10	Regular	42	Regular
14	20	Regular	21	Bueno	33	Bueno	18	Bueno	92	Bueno
15	4	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	10	Regular	41	Regular
16	6	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	12	Regular	45	Regular

**Fuente:** Instrumento aplicado a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

17	22	Regular	18	Bueno	8	Deficiente	9	Regular	57	Regular
18	4	Deficiente	19	Bueno	4	Deficiente	7	Deficiente	34	Deficiente
19	7	Deficiente	17	Bueno	9	Deficiente	2	Deficiente	35	Deficiente
20	16	Regular	16	Regular	9	Deficiente	10	Regular	51	Regular
21	5	Deficiente	20	Bueno	9	Deficiente	7	Deficiente	41	Regular
22	5	Deficiente	17	Bueno	8	Deficiente	12	Regular	42	Regular
23	5	Deficiente	18	Bueno	8	Deficiente	11	Regular	42	Regular
24	29	Bueno	18	Bueno	11	Deficiente	11	Regular	69	Regular
25	8	Deficiente	16	Regular	8	Deficiente	12	Regular	44	Regular
26	6	Deficiente	21	Bueno	5	Deficiente	11	Regular	43	Regular
27	5	Deficiente	16	Regular	9	Deficiente	6	Deficiente	36	Deficiente
28	10	Deficiente	8	Deficiente	11	Deficiente	15	Bueno	44	Regular
29	5	Deficiente	16	Regular	9	Deficiente	12	Regular	42	Regular
30	4	Deficiente	18	Bueno	9	Deficiente	10	Regular	41	Regular

**b) Matriz de puntuaciones de las dimensiones de la variable Labor Inspectiva**

MUESTRA	LEGAL		SUPERVISIÓN DE EMPRESAS		PROCESO DE INSPECCIÓN		PROCESO SANCIONADOR		TOTAL	NIVEL
	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL	SUB TOTAL	NIVEL		
1	6	Deficiente	4	Deficiente	8	Deficiente	19	Regular	37	Deficiente
2	17	Regular	6	Deficiente	19	Bueno	32	Bueno	74	Regular
3	17	Regular	8	Deficiente	16	Regular	31	Bueno	72	Regular
4	20	Regular	8	Deficiente	18	Bueno	27	Bueno	73	Regular
5	25	Bueno	19	Bueno	23	Bueno	29	Bueno	96	Bueno
6	19	Regular	6	Deficiente	21	Bueno	27	Bueno	73	Regular
7	28	Bueno	24	Bueno	23	Bueno	26	Bueno	101	Bueno
8	18	Regular	7	Deficiente	19	Bueno	28	Bueno	72	Regular
9	19	Regular	6	Deficiente	21	Bueno	28	Bueno	74	Regular
10	17	Regular	7	Deficiente	21	Bueno	29	Bueno	74	Regular
11	18	Regular	7	Deficiente	20	Bueno	27	Bueno	72	Regular
12	19	Regular	6	Deficiente	21	Bueno	28	Bueno	74	Regular
13	19	Regular	6	Deficiente	20	Bueno	29	Bueno	74	Regular
14	29	Bueno	22	Bueno	19	Bueno	31	Bueno	101	Bueno
15	18	Regular	6	Deficiente	21	Bueno	29	Bueno	74	Regular
16	18	Regular	6	Deficiente	20	Bueno	27	Bueno	71	Regula

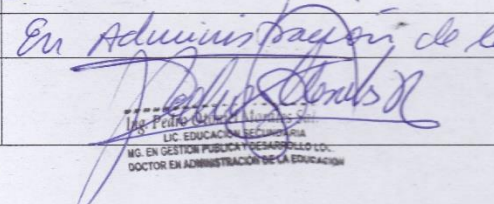
17	17	Regular	8	Deficiente	18	Bueno	28	Bueno	71	Regula
18	17	Regular	8	Deficiente	20	Bueno	30	Bueno	75	Regula
19	6	Deficiente	3	Deficiente	14	Regula	12	Deficiente	35	Deficiente
20	17	Regular	13	Regula	21	Bueno	28	Bueno	79	Bueno
21	20	Regular	9	Regula	19	Bueno	24	Regula	72	Regula
22	16	Regular	13	Regula	21	Bueno	30	Bueno	80	Bueno
23	18	Regula	13	Regula	21	Bueno	26	Bueno	78	Regula
24	20	Regula	20	Bueno	17	Bueno	16	Regula	73	Regula
25	18	Regula	14	Regula	21	Bueno	26	Bueno	79	Bueno
26	22	Regula	13	Regula	14	Regula	25	Bueno	74	Regula
27	21	Regula	15	Regula	18	Bueno	26	Bueno	80	Bueno
28	16	Regula	16	Regula	17	Bueno	27	Bueno	76	Regula
29	16	Regula	14	Regula	22	Bueno	26	Bueno	78	Regula
30	15	Regula	6	Deficiente	21	Bueno	28	Bueno	70	Regula

**Fuente:** Instrumento aplicado a los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

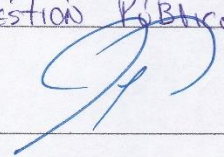


## Anexo 2: Ficha de validación de los instrumentos

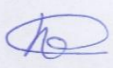
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	<i>Podio Otoniel Morales Salazar</i>	DNI N°	<i>77910106</i>
Nombre del Instrumento	<b>CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL</b>		
Dirección	<i>Calle Las Esmeraldas 350- Int. 401 Urb. Santa Inés - Trujillo</i>	Teléfono Domicilio	<i>622989</i>
Título profesional/ Especialidad	<i>Ingeniero Mecánico</i>	Teléfono Celular	<i>966814497</i>
Grado Académico	<i>Doctor</i>		
Mención	<i>En Administración de la Educación</i>		
FIRMA	 <small>INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES PSICOLÓGICAS Y PEDAGÓGICAS LIC. EDUCACIÓN SECUNDARIA MG. EN GESTIÓN PÚBLICA Y DESARROLLO LDC. DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN</small>	Lugar y Fecha:	<i>Trujillo, 8 Agosto 2018</i>

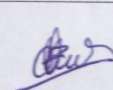
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	<i>Carlos Alberto Noriega Angeles</i>	DNI N°	<i>18173945</i>
Nombre del instrumento	<b>CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL</b>		
Dirección domiciliaria	<i>Felipe Pinalo N° 650- Urb. Primavera</i>	Teléfono domicilio	<i>221958</i>
Título Profesional / Especialidad	<i>Lic. en Administración</i>	Teléfono Celular	<i>949960370</i>
Grado Académico	<i>Doctor</i>		
Mención	<i>Gestión Pública y Gobernabilidad</i>		
FIRMA		Lugar y Fecha:	<i>Trujillo, 8 Agosto 2018</i>

**DATOS DEL EXPERTO:**

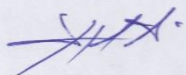
Nombres y Apellidos	WILVER QUISPE RAMOS	DNI N°	41769391
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
Dirección domiciliaria	Calle Severo Gutierrez 522 urb. STo. Dominguito - Trujillo	Teléfono domicilio	044- 231760
Título Profesional / Especialidad	CONTADOR PUBLICO	Teléfono Celular	949901515
Grado Académico	DOCTOR		
Mención	DOCTOR EN GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 08 agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**

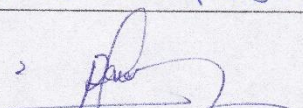
Nombres y Apellidos	DIBER PEREZ RODRIGUEZ	DNI N°	19091348
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
Dirección domiciliaria	UOMA SIN -	Teléfono domicilio	282955
Título Profesional / Especialidad	Lic. EN EDUCACIÓN SECUNDARIA	Teléfono Celular	949210663
Grado Académico	DOCTOR		
Mención	GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 08 agosto 2018



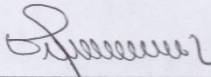
**DATOS DEL EXPERTO:**

<b>Nombres y Apellidos</b>	Julia Maleny Soto Deza	<b>DNI N°</b>	19031650
<b>Nombre del instrumento</b>	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
<b>Dirección domiciliaria</b>	calle Cáceres 303 - Otuzco	<b>Teléfono domicilio</b>	
<b>Título Profesional / Especialidad</b>	Economista	<b>Teléfono Celular</b>	949602802
<b>Grado Académico</b>	Doctora		
<b>Mención</b>	en Gestión pública y Gobernabilidad		
<b>FIRMA</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	Trujillo 08 agosto 2018

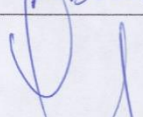
**DATOS DEL EXPERTO:**

<b>Nombres y Apellidos</b>	LUIS ENRIQUE ALBA PALACIOS GOMEZ	<b>DNI N°</b>	27148724
<b>Nombre del instrumento</b>	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
<b>Dirección domiciliaria</b>	MZ. B. LOTE 37 URB. LA ALAMEDA	<b>Teléfono domicilio</b>	-
<b>Título Profesional / Especialidad</b>	LIC. ADMINISTRACION	<b>Teléfono Celular</b>	95153361
<b>Grado Académico</b>	DOCTOR		
<b>Mención</b>	GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
<b>FIRMA</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	Trujillo 08 agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**

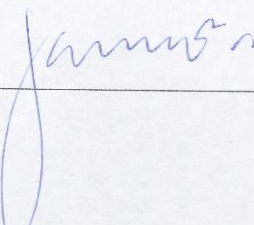
Nombres y Apellidos	CARLOS DIAZ RUIZ	DNI N°	17871463
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	PJE. ESPAÑA # 129 SECTOR MAMPUESTO	Teléfono domicilio	211437
Título Profesional / Especialidad	LIC. EN ADMINISTRACIÓN	Teléfono Celular	949840480
Grado Académico	DOCTOR		
Mención	GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Troyillo 08 agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**

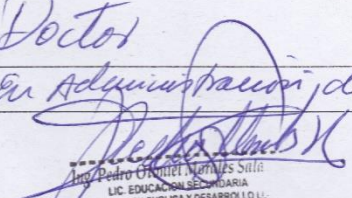
Nombres y Apellidos	DIONISIO GODOFREDO GONZALES GONZALES	DNI N°	17889722
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
Dirección domiciliaria	calle San Andres 233 Dpto 301 Urb SAN ANDRES TROYILLO	Teléfono domicilio	376205
Título Profesional / Especialidad	LIC. ANTHROLOGIA SOCIAL	Teléfono Celular	949999118
Grado Académico	DOCTOR		
Mención	GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Troyillo 08 Agosto 2018



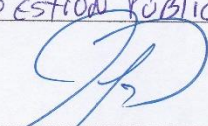
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	Javier Heli Vergara García	DNI N°	17889852
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE GESTION DE MERCADEO SOCIAL		
Dirección domiciliaria	Soneto Checano N° 626 - Polanco	Teléfono domicilio	291341
Título Profesional / Especialidad	Economista	Teléfono Celular	950525041
Grado Académico	Doctor en Administración		
Mención	Administración		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trojillo, 08 Agosto 2018

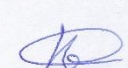
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	Pedro Otomel Morales Salazar	DNI N°	17910106
Nombre del Instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección	Calle San Esmeraldas 350. Int. 401 - Urb. Sta Inés - Trojillo	Teléfono Domicilio	622989
Título profesional/ Especialidad	Ingeniero Mecánico	Teléfono Celular	966814497
Grado Académico	Doctor		
Mención	En Administración de la Educación		
FIRMA	 <small>ING. PEDRO OTOMEL MORALES SALAZAR LIC. EDUCACIONAL SECUNDARIA MG. EN GESTION PUBLICA Y DESARROLLO L.L. DOCTOR EN ADMINISTRACION DE LA EDUCACION</small>	Lugar y Fecha:	Trojillo, 8 de Agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**


Nombres y Apellidos	Carlos Alberto Noriega Arevalo	DNI N°	18173945
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	Felipe Pinolo N° 650 - Urb. Primavera	Teléfono domicilio	221958
Título Profesional / Especialidad	Lic. en Administración	Teléfono Celular	949960370
Grado Académico	Doctor		
Mención	Gestión Pública y Gobernabilidad		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trajillo, 08 Agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**


Nombres y Apellidos	WILVER QUILPERAMOS	DNI N°	41769391
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	Calle: Servulo Gutierrez N° 522 Urb. STO. DOMINGO - TRAJILLO	Teléfono domicilio	231760
Título Profesional / Especialidad	Contador Público	Teléfono Celular	949901515
Grado Académico	Doctor		
Mención	Gestión Pública y Gobernabilidad		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trajillo 08 agosto 2018



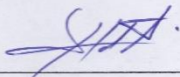
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	WIVER QUISPERAMOS	DNI N°	41769391
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	Calle: Senulo Gutierrez N° 522 Urb. STD. DOMINGUITO - TAJILLO	Teléfono domicilio	231760
Título Profesional / Especialidad	Contador Público	Teléfono Celular	949901515
Grado Académico	Doctor		
Mención	Gestión Pública y Gobernabilidad		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trajillo 08 agosto 2018

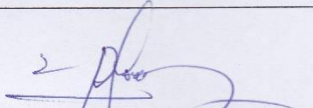
**DATOS DEL EXPERTO:**

Nombres y Apellidos	DIBER PEREZ RODRIGUEZ	DNI N°	19091348
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	LUCMA S/N	Teléfono domicilio	282955
Título Profesional / Especialidad	Lic. en Educación Secundario	Teléfono Celular	949210663
Grado Académico	Doctor		
Mención	Gestión Pública y Gobernabilidad		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trajillo 08 agosto 2018

DATOS DEL EXPERTO:

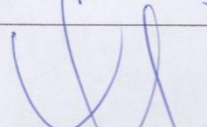
Nombres y Apellidos	Julia Marleny Soto Deza	DNI N°	19031650.
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	Calle Cáceres 303-07020	Teléfono domicilio	
Título Profesional / Especialidad	ECONOMISTA.	Teléfono Celular	949602802.
Grado Académico	Doctora.		
Mención	Gestión Pública y Gobernabilidad.		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 08 Agosto 2018

DATOS DEL EXPERTO:

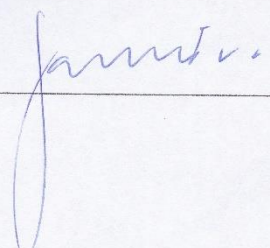
Nombres y Apellidos	LUIS ENRIQUE ALUAPALACIOS GOMEZ	DNI N°	27148724
Nombre del instrumento	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
Dirección domiciliaria	MZ. B. LOTE 37 URB. LA ALAMEDA	Teléfono domicilio	—
Título Profesional / Especialidad	LIC. ADMINISTRACION	Teléfono Celular	95153361
Grado Académico	DOCTOR		
Mención	GESTION PUBLICA Y GOBERNABILIDAD		
FIRMA		Lugar y Fecha:	Trujillo 08 Agosto 2018



**DATOS DEL EXPERTO:**

<b>Nombres y Apellidos</b>	DIONICIO GOODFREDO GONZALES GONZALES	<b>DNI N°</b>	17889722
<b>Nombre del instrumento</b>	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
<b>Dirección domiciliaria</b>	Calle San. Andres 233 Dpto. 303 Urb. SAN Andres TRUJILLO	<b>Teléfono domicilio</b>	044- 376205
<b>Título Profesional / Especialidad</b>	LIC. ANTROPOLOGIA SOCIAL	<b>Teléfono Celular</b>	949999118
<b>Grado Académico</b>	DOCTOR		
<b>Mención</b>	EN GESTION (PUBLICA Y GOBERNABILIDAD)		
<b>FIRMA</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	Trujillo 08 agosto 2018

**DATOS DEL EXPERTO:**

<b>Nombres y Apellidos</b>	JAVIER HELI VERGARA GARCIA	<b>DNI N°</b>	17889812
<b>Nombre del instrumento</b>	CUESTIONARIO DE LABOR INSPECTIVA		
<b>Dirección domiciliaria</b>	Santos chocano N° 626 - Pelomo	<b>Teléfono domicilio</b>	291341
<b>Título Profesional / Especialidad</b>	Economista	<b>Teléfono Celular</b>	950500041
<b>Grado Académico</b>	DR. ADMINISTRACION		
<b>Mención</b>	ADMINISTRACION		
<b>FIRMA</b>		<b>Lugar y Fecha:</b>	Trujillo 08 Agosto 2018

### Anexo 3: Ficha resumen de los expertos

#### Validación de contenido de la variable independiente de gestión de mercadeo social

ITEMS	CRITERIOS	JUECES									Acuerdos	Aiken (V)	Sig. P	Decisión Aiken	Lawshe (CVR)	Decisión Lawshe	
		01	02	03	04	05	06	07	08	09							
1	¿Realizan un análisis de diagnóstico del mercadeo social con métodos estadísticos?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	0	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
2	¿La calidad de diagnóstico se obtienen haciendo uso de los instrumentos del mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
3	¿Las actividades de mercadeo son estratégicamente planificadas?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
4	¿Cumplen con el proceso integral para las actividades de mercadeo?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
5	¿La capacitación al equipo inspectivo es continua?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
6	¿Cuentan con un plan de prioridad para elección de temas para la capacitación?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

		Adecuación	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
7	¿Se financia racionalmente los costos del personal para la campaña de mercadeo?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja
8	¿Cuentan con partida presupuestal neta para la campaña de mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
9	¿El costo del equipo de social media está siendo establecido en función a mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
10	¿Cuentan con partida presupuestal específica para social media?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
11	¿La población usuaria tiene visión prospectiva sobre el mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
12	¿Existe cultura sobre responsabilidad social en la clase empleadora?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	

13	¿El empleador con responsabilidad social dinamiza el cumplimiento de los derechos del trabajador?	Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
14	¿El empleador es la principal resistencia al cambio que genera el mercadeo social?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
15	¿La aplicación de mercadeo social generara cambio social?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
16	¿El mercadeo social genera la valoración del cliente?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
17	¿Existencia de gobernabilidad por parte del empleado frente a la aplicación mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
18	¿Existencia de espacios en el mercadeo social para el desarrollo de la gobernabilidad?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
19	¿Cuentan con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
20	¿Diseñan y ejecutan planes para la modernización de comunicación?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
21	¿Implementan y ejecutan campañas de mercadeo social de nivel gubernamental?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
22	¿Realizan evaluación de eficiencia de campañas gubernamentales de mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
23	¿Cuentan con planes de concientización social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
24	¿Existen políticas sociales de mercadeo social?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
25	¿Aplican políticas de mercadeo social (lucha con la pobreza, lucha con la corrupción, etc.) para el mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
26		Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

	¿Usan herramientas modernas (Redes sociales, infomedia) para el mercadeo social?	Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
27	¿Las herramientas de productividad dinamizan el mejoramiento del mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
28	¿Acceden a la información de mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
29	¿Cuentan con sistemas de información (Macromedia, programas de diseño gráfico etc.) para el diseño de mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
30	¿Usan las redes sociales para generar productividad en el mercadeo social?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta



## Validación de contenido de la variable dependiente labor inspectiva

ITEMS		CRITERIOS	JUECES									Acuerdos	Aiken (V)	Sig. P	Decisión Aiken	Lawshe (CVR)	Decisión Lawshe
			01	02	03	04	05	06	07	08	09						
1	¿Aplican las normas de salud ocupacional en las empresas supervisadas?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
2	¿La salud ocupacional es supervisada cuando hay una correcta labor inspectiva?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
3	¿El marco regulatorio de la ley de inspección permite un mejor servicio?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
4	¿Cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
5	¿Existe flexibilidad legal en las multas, posterior a la ejecución de la labor inspectiva?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
6	¿Las empresas inspeccionadas obtienen flexibilidad legal en los plazos establecidos por la Ley General de Inspección?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Adecuación	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	

		Comprensión	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja
7	¿Tienen competencia los inspectores al realizar la labor inspectiva?	Redacción	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja
8	¿Existen protocolos para establecimiento de infracciones de MYPES?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
9	¿La supervisión a los diferentes tipos empresas ayuda a restablecer los derechos de los trabajadores?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Coherencia	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja	
		Adecuación	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	0.78	0.048	Válido	0.56	Validez baja	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
10	¿Existente supervisión a las empresas de tipo minero?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Coherencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
11	¿El servicio de inspecciones fortalecen las políticas de transparencia?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
12	¿El servicio de inspecciones evita que las empresas inspeccionas no vulneren los derechos de los trabajadores?	Redacción	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
13		Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	



	¿Cuentan con protocolos para la aplicabilidad de infracciones a la labor inspectiva?	Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
14	¿La supervisión es un proceso integral de cambios en el trato y manejo del recurso humano dentro de las empresas?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
15	¿El servicio de actuaciones inspectivas genera procesos de multas?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
16	¿Cada proceso de inspección se rige con el debido proceso según la Ley N°28806- Ley General de Inspección de Trabajo?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
17	¿El servicio de inspecciones permite mayor seguridad en el trabajo?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
18	¿Practican la ética los inspectores cuando desarrollan su labor Inspectiva?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
19	¿Las actas de inspección aumentan con la labor inspectiva?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

20	¿Proceso inspectivo genera la mayor cantidad de infracciones?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
21	¿Es efectivo el tipo de sanciones en el proceso sancionador?	Redacción	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
22	¿El proceso sancionador tiene políticas claras sobre los tipos de sanción?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
23	¿Los plazos de supervisión están estipulados en la directiva del proceso sancionador?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
24	¿Existe directiva clara sobre los plazos de supervisión?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
25	¿Existen índices altos de empresas sancionadas a consecuencia de la claridad de los procesos sancionadores?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
26	¿Las empresas sancionadas han recibido capacitaciones sobre el proceso sancionador?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
27	¿La recaudación por multas en el proceso de inspección ha crecido?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
28	¿La solicitud de inspección es atendida en el tiempo estipulado?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
29	¿El proceso de inspección tiene un ente fiscalizador del tiempo de atención a la solicitud?	Redacción	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta	
		Pertinencia	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8	0.89	0.048	Válido	0.78	Excelente Validez
		Coherencia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Adecuación	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta
		Comprensión	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	1.00	0.001	Válido	1.00	Validez perfecta

## Anexo 4: Validación de constructo

### Validación de constructo de los ítem de la variable independiente de gestión de mercadeo social

ITEM	DIMENSIONES	COMUNALIDADES >0.4
<b>Económica</b>		
1	¿Realizan un análisis de diagnóstico del mercadeo social con métodos estadísticos?	0,970
2	¿La calidad de diagnóstico se obtienen haciendo uso de los instrumentos del mercadeo social?	0,964
3	¿Las actividades de mercadeo son estratégicamente planificadas?	0,947
4	¿Cumplen con el proceso integral para las actividades de mercadeo?	0,938
5	¿La capacitación al equipo inspectivo es continua?	0,953
6	¿Cuentan con un plan de prioridad para elección de temas para la capacitación?	0,857
7	¿Se financia racionalmente los costos del personal para la campaña de mercadeo?	0,917
8	¿Cuentan con partida presupuestal neta para la campaña de mercadeo social?	0,979
9	¿El costo del equipo de social media está siendo establecido en función a mercadeo social?	0,945
10	¿Cuentan con partida presupuestal específica para social media?	0,965
Medida de adecuación KMO 0.563 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
<b>Social</b>		
11	¿La población usuaria tiene visión prospectiva sobre el mercadeo social?	0,539
12	¿Existe cultura sobre responsabilidad social en la clase empleadora?	0,672
13	¿El empleador con responsabilidad social dinamiza el cumplimiento de los derechos del trabajador?	0,865
14	¿El empleador es la principal resistencia al cambio que genera el mercadeo social?	0,834
15	¿La aplicación de mercadeo social generara cambio social?	0,852
16	¿El mercadeo social genera la valoración del cliente?	0,833
Medida de adecuación KMO 0.786 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
<b>Política</b>		
17	¿Existencia de gobernabilidad por parte del empleado frente a la aplicación mercadeo social?	0,655
18	¿Existencia de espacios en el mercadeo social para el desarrollo de la gobernabilidad?	0,776
19	¿Cuentan con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social?	0,913
20	¿Diseñan y ejecutan planes para la modernización de comunicación?	0,879
21	¿Implementan y ejecutan campañas de mercadeo social de nivel gubernamental?	0,871
22	¿Realizan evaluación de eficiencia de campañas gubernamentales de mercadeo social?	0,787

23	¿Cuentan con planes de concientización social?	0,830
24	¿Existen políticas sociales de mercadeo social?	0,819
25	¿Aplican políticas de mercadeo social (lucha con la pobreza, lucha con la corrupción, etc.) para el mercadeo social?	0,795
Medida de adecuación KMO 0.765 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
<b>Tecnológica</b>		
26	¿Usan herramientas modernas (Redes sociales, infomedia) para el mercadeo social?	0,813
27	¿Las herramientas de productividad dinamizan el mejoramiento del mercadeo social?	0,483
28	¿Acceden a la información de mercadeo social?	0,733
29	¿Cuentan con sistemas de información (Macromedia, programas de diseño gráfico etc.) para el diseño de mercadeo social?	0,689
30	¿Usan las redes sociales para generar productividad en el mercadeo social?	0,816
Medida de adecuación KMO 0.689 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

## Validación de constructo de los ítem de la variable dependiente labor inspectiva

ITEM	DIMENSIONES	COMUNALIDADES >0.4
	<b>Legal</b>	
1	¿Aplican las normas de salud ocupacional en las empresas supervisadas?	0,905
2	¿La salud ocupacional es supervisada cuando hay una correcta labor inspectiva?	0,874
3	¿El marco regulatorio de la ley de inspección permite un mejor servicio?	0,834
4	¿Cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales?	0,636
5	¿Existe flexibilidad legal en las multas, posterior a la ejecución de la labor inspectiva?	0,652
6	¿Las empresas inspeccionadas obtienen flexibilidad legal en los plazos establecidos por la Ley General de Inspección?	0,909
7	¿Tienen competencia los inspectores al realizar la labor inspectiva?	0,853
8	¿Existen protocolos para establecimiento de infracciones de MYPES?	0,486
Medida de adecuación KMO 0.766 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
	<b>Supervisión de empresas</b>	
9	¿La supervisión a los diferentes tipos empresas ayuda a restablecer los derechos de los trabajadores?	0,580
10	¿Existente supervisión a las empresas de tipo minero?	0,938
11	¿El servicio de inspecciones fortalecen las políticas de transparencia?	0,901
12	¿El servicio de inspecciones evita que las empresas inspeccionas no vulneren los derechos de los trabajadores?	0,710
13	¿Cuentan con protocolos para la aplicabilidad de infracciones a la labor inspectiva?	0,738
14	¿La supervisión es un proceso integral de cambios en el trato y manejo del recurso humano dentro de las empresas?	0,145
Medida de adecuación KMO 0.768 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
	<b>Proceso de inspección</b>	
15	¿El servicio de actuaciones inspectivas genera procesos de multas?	0,677
16	¿Cada proceso de inspección se rige con el debido proceso según la Ley N°28806- Ley General de Inspección de Trabajo?	0,877
17	¿El servicio de inspecciones permite mayor seguridad en el trabajo?	0,902
18	¿Practican la ética los inspectores cuando desarrollan su labor Inspectiva?	0,953
19	¿Las actas de inspección aumentan con la labor inspectiva?	0,938
20	¿Proceso inspectivo genera la mayor cantidad de infracciones?	0,875
Medida de adecuación KMO 0.601 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		
	<b>Proceso sancionador</b>	
21	¿Es efectivo el tipo de sanciones en el proceso sancionador?	0,273
22	¿El proceso sancionador tiene políticas claras sobre los tipos de sanción?	0,726
23	¿Los plazos de supervisión están estipulados en la directiva del proceso sancionador?	0,872

24	¿Existe directiva clara sobre los plazos de supervisión?	0,945
25	¿Existen índices altos de empresas sancionadas a consecuencia de la claridad de los procesos sancionadores?	0,822
26	¿Las empresas sancionadas han recibido capacitaciones sobre el proceso sancionador?	0,853
27	¿La recaudación por multas en el proceso de inspección ha crecido?	0,774
28	¿La solicitud de inspección es atendida en el tiempo estipulado?	0,853
29	¿El proceso de inspección tiene un ente fiscalizador del tiempo de atención a la solicitud?	0,862
Medida de adecuación KMO 0.846 > 0.50, Prueba esférica Bartlett 0.00<0.05		

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

## Anexo 5: Confiabilidad de instrumento

### Confiabilidad de los ítem y dimensiones de la variable independiente de gestión de mercadeo social

ITEM	DIMENSIONES	Alfa de Cronbach
<b>Económica</b>		
1	¿Realizan un análisis de diagnóstico del mercadeo social con métodos estadísticos?	0,915
2	¿La calidad de diagnóstico se obtienen haciendo uso de los instrumentos del mercadeo social?	0,916
3	¿Las actividades de mercadeo son estratégicamente planificadas?	0,941
4	¿Cumplen con el proceso integral para las actividades de mercadeo?	0,942
5	¿La capacitación al equipo inspectivo es continua?	0,953
6	¿Cuentan con un plan de prioridad para elección de temas para la capacitación?	0,927
7	¿Se financia racionalmente los costos del personal para la campaña de mercadeo?	0,925
8	¿Cuentan con partida presupuestal neta para la campaña de mercadeo social?	0,915
9	¿El costo del equipo de social media está siendo establecido en función a mercadeo social?	0,918
10	¿Cuentan con partida presupuestal específica para social media?	0,915
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,935$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		
<b>Social</b>		
11	¿La población usuaria tiene visión prospectiva sobre el mercadeo social?	0,946
12	¿Existe cultura sobre responsabilidad social en la clase empleadora?	0,934
13	¿El empleador con responsabilidad social dinamiza el cumplimiento de los derechos del trabajador?	0,915
14	¿El empleador es la principal resistencia al cambio que genera el mercadeo social?	0,917
15	¿La aplicación de mercadeo social generara cambio social?	0,913
16	¿El mercadeo social genera la valoración del cliente?	0,915
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,936$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		
<b>Política</b>		
17	¿Existencia de gobernabilidad por parte del empleado frente a la aplicación mercadeo social?	0,942
18	¿Existencia de espacios en el mercadeo social para el desarrollo de la gobernabilidad?	0,931
19	¿Cuentan con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social?	0,924
20	¿Diseñan y ejecutan planes para la modernización de comunicación?	0,926
21	¿Implementan y ejecutan campañas de mercadeo social de nivel gubernamental?	0,926
22	¿Realizan evaluación de eficiencia de campañas gubernamentales de mercadeo social?	0,932



23	¿Cuentan con planes de concientización social?	0,944
24	¿Existen políticas sociales de mercadeo social?	0,928
25	¿Aplican políticas de mercadeo social (lucha con la pobreza, lucha con la corrupción, etc.) para el mercadeo social?	0,933
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,740$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		
<b>Tecnológica</b>		
26	¿Usan herramientas modernas (Redes sociales, infomedia) para el mercadeo social?	0,849
27	¿Las herramientas de productividad dinamizan el mejoramiento del mercadeo social?	0,903
28	¿Acceden a la información de mercadeo social?	0,866
29	¿Cuentan con sistemas de información (Macromedia, programas de diseño gráfico etc.) para el diseño de mercadeo social?	0,873
30	¿Usan las redes sociales para generar productividad en el mercadeo social?	0,851
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,893$ La fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE		

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

El valor del instrumento del Coeficiente del Alfa de Cronbach:  $\alpha = 0,814$  siendo la fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE.

## Confiabilidad de los ítem y dimensiones de la variable dependiente labor inspectiva

ITEM	DIMENSIONES	Alfa de Cronbach
	<b>Legal</b>	
1	¿Aplican las normas de salud ocupacional en las empresas supervisadas?	0,940
2	¿La salud ocupacional es supervisada cuando hay una correcta labor inspectiva?	0,941
3	¿El marco regulatorio de la ley de inspección permite un mejor servicio?	0,941
4	¿Cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales?	0,949
5	¿Existe flexibilidad legal en las multas, posterior a la ejecución de la labor inspectiva?	0,948
6	¿Las empresas inspeccionadas obtienen flexibilidad legal en los plazos establecidos por la Ley General de Inspección?	0,936
7	¿Tienen competencia los inspectores al realizar la labor inspectiva?	0,941
8	¿Existen protocolos para establecimiento de infracciones de MYPES?	0,957
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,951$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		
	<b>Supervisión de empresas</b>	
9	¿La supervisión a los diferentes tipos empresas ayuda a restablecer los derechos de los trabajadores?	0,878
10	¿Existente supervisión a las empresas de tipo minero?	0,823
11	¿El servicio de inspecciones fortalecen las políticas de transparencia?	0,827
12	¿El servicio de inspecciones evita que las empresas inspeccionadas no vulneren los derechos de los trabajadores?	0,851
13	¿Cuentan con protocolos para la aplicabilidad de infracciones a la labor inspectiva?	0,858
14	¿La supervisión es un proceso integral de cambios en el trato y manejo del recurso humano dentro de las empresas?	0,927
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,885$ La fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE		
	<b>Proceso de inspección</b>	
15	¿El servicio de actuaciones inspectivas genera procesos de multas?	0,977
16	¿Cada proceso de inspección se rige con el debido proceso según la Ley N°28806- Ley General de Inspección de Trabajo?	0,958
17	¿El servicio de inspecciones permite mayor seguridad en el trabajo?	0,955
18	¿Practican la ética los inspectores cuando desarrollan su labor Inspectiva?	0,952
19	¿Las actas de inspección aumentan con la labor inspectiva?	0,952
20	¿Proceso inspectivo genera la mayor cantidad de infracciones?	0,957
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,966$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		
	<b>Proceso sancionador</b>	
21	¿Es efectivo el tipo de sanciones en el proceso sancionador?	0,969
22	¿El proceso sancionador tiene políticas claras sobre los tipos de sanción?	0,955

23	¿Los plazos de supervisión están estipulados en la directiva del proceso sancionador?	0,949
24	¿Existe directiva clara sobre los plazos de supervisión?	0,946
25	¿Existen índices altos de empresas sancionadas a consecuencia de la claridad de los procesos sancionadores?	0,954
26	¿Las empresas sancionadas han recibido capacitaciones sobre el proceso sancionador?	0,949
27	¿La recaudación por multas en el proceso de inspección ha crecido?	0,953
28	¿La solicitud de inspección es atendida en el tiempo estipulado?	0,950
29	¿El proceso de inspección tiene un ente fiscalizador del tiempo de atención a la solicitud?	0,948
Alfa de Cronbach: $\alpha = 0,858$ La fiabilidad se considera como EXCELENTE		

**Fuente:** Instrumentos aplicados a los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

El valor del instrumento del Coeficiente del Alfa de Cronbach:  $\alpha = 0,794$  siendo la fiabilidad se considera como NIVEL ACEPTABLE.

## Anexo 6: Instrumento

### Cuestionario de la Variable: Gestión de mercadeo social

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para establecer la Gestión de Mercadeo Social. Así mismo se le pide ser extremadamente objetivo, honesto y sincero en sus respuestas. Se le agradece por anticipado su valiosa participación y colaboración, considerando que los resultados de este estudio de investigación científica permitirán mejorar la Labor Inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, de la Libertada – 2018.

#### INSTRUCCIONES:

El cuestionario consta de 30 ítems. Cada ítem incluye cuatro alternativas de respuestas. Lea con mucha atención cada una de los ítems y las opciones de las repuestas que le siguen. Para cada ítem marque sólo una respuesta con una equis (x) en el recuadro que considere que se aproxime más a su realidad, es decir cuántas veces ocurren estas situaciones en la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Si no ocurre jamás, marca la alternativa **NUNCA**
- Si ocurre rara vez, marca la alternativa **CASI NUNCA**
- Si ocurre pocas veces, marca la alternativa **A VECES**
- Si ocurren muchas veces, marca la alternativa **CASI SIEMPRE**
- Si ocurren continuamente, marca la alternativa **SIEMPRE**

Nº	ÍTEM	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>ECONÓMICA</b>						
1	¿Realizan un análisis de diagnóstico del mercadeo social con métodos estadísticos?					
2	¿La calidad de diagnóstico se obtienen haciendo uso de los instrumentos del mercadeo social?					
3	¿Las actividades de mercadeo son estratégicamente planificadas?					
4	¿Cumplen con el proceso integral para las actividades de mercadeo?					
5	¿La capacitación al equipo inspectivo es continua?					
6	¿Cuentan con un plan de prioridad para elección de temas para la capacitación?					
7	¿Se financia racionalmente los costos del personal para la campaña de mercadeo?					
8	¿Cuentan con partida presupuestal neta para la campaña de mercadeo social?					
9	¿El costo del equipo de social media está siendo establecido en función a mercadeo social?					

10	¿Cuentan con partida presupuestal específica para social media?					
<b>SOCIAL</b>						
11	¿La población usuaria tiene visión prospectiva sobre el mercadeo social?					
12	¿Existe cultura sobre responsabilidad social en la clase empleadora?					
13	¿El empleador con responsabilidad social dinamiza el cumplimiento de los derechos del trabajador?					
14	¿El empleador es la principal resistencia al cambio que genera el mercadeo social?					
15	¿La aplicación de mercadeo social generara cambio social?					
16	¿El mercadeo social genera la valoración del cliente?					
<b>POLITICA</b>						
17	¿Existencia de gobernabilidad por parte del empleado frente a la aplicación mercadeo social?					
18	¿Existencia de espacios en el mercadeo social para el desarrollo de la gobernabilidad?					
19	¿Cuentan con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social?					
20	¿Diseñan y ejecutan planes para la modernización de comunicación?					
21	¿Implementan y ejecutan campañas de mercadeo social de nivel gubernamental?					
22	¿Realizan evaluación de eficiencia de campañas gubernamentales de mercadeo social?					
23	¿Cuentan con planes de concientización social?					
24	¿Existen políticas sociales de mercadeo social?					
25	¿Aplican políticas de mercadeo social (lucha con la pobreza, lucha con la corrupción, etc.) para el mercadeo social?					
<b>TECNOLÓGICA</b>						
26	¿Usan herramientas modernas (Redes sociales, infomedia) para el mercadeo social?					
27	¿Las herramientas de productividad dinamizan el mejoramiento del mercadeo social?					
28	¿Acceden a la información de mercadeo social?					
29	¿Cuentan con sistemas de información (Macromedia, programas de diseño gráfico etc.) para el diseño de mercadeo social?					
30	¿Usan las redes sociales para generar productividad en el mercadeo social?					

**Muchas gracias por su colaboración**

## Cuestionario de la Variable: Labor inspectiva

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de la Labor Inspectiva. Así mismo se le pide ser extremadamente objetivo, honesto y sincero en sus respuestas. Se le agradece por anticipado su valiosa participación y colaboración, considerando que los resultados de este estudio de investigación científica permitirán mejorar la Labor Inspectiva, haciendo propuestas innovadoras para la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, de la Libertada – 2018.

### INSTRUCCIONES:

El cuestionario consta de 29 ítems. Cada ítem incluye cuatro alternativas de respuestas. Lea con mucha atención cada una de los ítems y las opciones de las repuestas que le siguen. Para cada ítem marque sólo una respuesta con una equis (x) en el recuadro que considere que se aproxime más a su realidad, es decir cuántas veces ocurren estas situaciones en la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Si no ocurre jamás, marca la alternativa **NUNCA**
- Si ocurre rara vez, marca la alternativa **CASI NUNCA**
- Si ocurre pocas veces, marca la alternativa **A VECES**
- Si ocurren muchas veces, marca la alternativa **CASI SIEMPRE**
- Si ocurren continuamente, marca la alternativa **SIEMPRE**

Nº	ÍTEMS	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>LEGAL</b>						
1	¿Aplican las normas de salud ocupacional en las empresas supervisadas?					
2	¿La salud ocupacional es supervisada cuando hay una correcta labor inspectiva?					
3	¿El marco regulatorio de la ley de inspección permite un mejor servicio?					
4	¿Cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales?					
5	¿Existe flexibilidad legal en las multas, posterior a la ejecución de la labor inspectiva?					
6	¿Las empresas inspeccionadas obtienen flexibilidad legal en los plazos establecidos por la Ley General de Inspección?					
7	¿Tienen competencia los inspectores al realizar la labor inspectiva?					
8	¿Existen protocolos para establecimiento de infracciones de MYPES?					

<b>SUPERVISIÓN DE EMPRESAS</b>						
9	¿La supervisión a los diferentes tipos empresas ayuda a restablecer los derechos de los trabajadores?					
10	¿Existente supervisión a las empresas de tipo minero?					
11	¿El servicio de inspecciones fortalecen las políticas de transparencia?					
12	¿El servicio de inspecciones evita que las empresas inspeccionas no vulneren los derechos de los trabajadores?					
13	¿Cuentan con protocolos para la aplicabilidad de infracciones a la labor inspectiva?					
14	¿La supervisión es un proceso integral de cambios en el trato y manejo del recurso humano dentro de las empresas?					
<b>PROCESO DE INSPECCIÓN</b>						
15	¿El servicio de actuaciones inspectivas genera procesos de multas?					
16	¿Cada proceso de inspección se rige con el debido proceso según la Ley N°28806- Ley General de Inspección de Trabajo?					
17	¿El servicio de inspecciones permite mayor seguridad en el trabajo?					
18	¿Practican la ética los inspectores cuando desarrollan su labor Inspectiva?					
19	¿Las actas de inspección aumentan con la labor inspectiva?					
20	¿Proceso inspectivo genera la mayor cantidad de infracciones?					
<b>PROCESO SANCIONADOR</b>						
21	¿Es efectivo el tipo de sanciones en el proceso sancionador?					
22	¿El proceso sancionador tiene políticas claras sobre los tipos de sanción?					
23	¿Los plazos de supervisión están estipulados en la directiva del proceso sancionador?					
24	¿Existe directiva clara sobre los plazos de supervisión?					
25	¿Existen índices altos de empresas sancionadas a consecuencia de la claridad de los procesos sancionadores?					
26	¿Las empresas sancionadas han recibido capacitaciones sobre el proceso sancionador?					
27	¿La recaudación por multas en el proceso de inspección ha crecido?					
28	¿La solicitud de inspección es atendida en el tiempo estipulado?					
29	¿El proceso de inspección tiene un ente fiscalizador del tiempo de atención a la solicitud?					

**Muchas gracias por su colaboración**

## **Anexo 7: Ficha técnica de los instrumentos**

### **Ficha técnica 01: Instrumento de gestión de mercadeo social**

#### **1. Nombre:**

Cuestionario de relación de gestión de mercadeo social

#### **2. Autor:**

Mg. Vicente Velásquez, Yameli Romina

#### **3. Objetivo:**

Precisar el nivel de la relación de gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

#### **4. Normas:**

- Es importante que al momento de contestar los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, sean sincero y objetivos con sus respuestas para obtener información veraz.
- Se debe tener en cuenta el tiempo utilizado para desarrollar cada encuesta.

#### **5. Usuarios (muestra):**

La población estuvo conformada por 30 servidores de trabajo de la parte administrativa de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

#### **6. Unidad de análisis:**

Inspector, y funcionario, administrativo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

#### **7. Modo de aplicación:**

- El presente instrumento de evaluación está estructurado en 30 ítems, agrupadas en cuatro dimensiones de relación de gestión de mercadeo social y su escala es de cero, uno, dos, tres y cuatro puntos por cada ítem.
- Los servidores deben de desarrollar el cuestionario en forma individual, consignando los datos requeridos de acuerdo a las instrucciones para su desarrollo de dicho instrumento de evaluación.
- El tiempo de la aplicación del cuestionario será aproximadamente de 30 minutos y los materiales que utilizará son un bolígrafo.

#### **8. Estructura:**



VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
RELACION DE GESTIÓN DE MERCADEO SOCIAL	Económica	Análisis de diagnósticos	¿Realizan un análisis de diagnóstico del mercadeo social con métodos estadísticos?						
			¿La calidad de diagnóstico se obtienen haciendo uso de los instrumentos del mercadeo social?						
		Planificación de estratégicas	¿Las actividades de mercadeo son estratégicamente planificadas?						
			¿Cumplen con el proceso integral para las actividades de mercadeo?						
		Capacitación al equipo inspectivo	¿La capacitación al equipo inspectivo es continua?						
			¿Cuentan con un plan de prioridad para elección de temas para la capacitación?						
		Campaña de mercadeo	¿Se financia racionalmente los costos del personal para la campaña de mercadeo?						
			¿Cuentan con partida presupuestal neta para la campaña de mercadeo social?						
		Costo de equipo social media	¿El costo del equipo de social media está siendo establecido en función a mercadeo social?						
			¿Cuentan con partida presupuestal específica para social media?						
		Social	Cambio de visión	¿Tienen prospectiva en la visión interiorizada en la población usuaria?					
			Responsabilidad social en empleadores	¿Existe cultura sobre responsabilidad social en la clase empleadora?					
	¿El empleador con responsabilidad social dinamiza el cumplimiento de los derechos del trabajador?								
	Resistencia al cambio		¿El empleador es la principal resistencia al cambio que genera el mercadeo social?						
			¿La aplicación de mercadeo social generara cambio social?						
	Valoración al cliente	¿El mercadeo social genera la valoración del cliente?							
	política	Gobernabilidad del empleado	¿Existencia de gobernabilidad por parte del empleado frente a la aplicación mercadeo social?						
			¿Existencia de espacios en el mercadeo social para el desarrollo de la gobernabilidad?						
			¿Cuentan con una gestión moderna de la comunicación dentro del mercadeo social?						

		Modernización de la comunicación	¿Diseñan y ejecutan planes para la modernización de comunicación?					
		Campañas gubernamentales	¿Implementan y ejecutan campañas de mercadeo social de nivel gubernamental?					
			¿Realizan evaluación de eficiencia de campañas gubernamentales de mercadeo social?					
		<b>Concientización social</b>	¿Cuentan con planes de concientización social?					
		<b>Políticas sociales</b>	¿Existen políticas sociales de mercadeo social?					
	¿Aplican políticas sociales (lucha con la pobreza, lucha con la corrupción etc.) para el mercadeo social?							
	Tecnológica	Herramientas modernas	¿Usan herramientas modernas (redes sociales, infomedia, etc.) para el mercadeo social?					
		Herramientas de productividad	¿Las herramientas de productividad dinamizan el mejoramiento del mercadeo social?					
		Acceso a la información	¿Acceden a la información de mercadeo social?					
		Sistema informático	¿Cuentan con sistemas informáticos (Macromedia, programas de diseño gráfico, etc.) para diseño de mercadeo social?					
Redes sociales		¿Usan las redes sociales para generar productividad en el mercadeo social?						

## 9. Escalas:

### Escala general de la variable independiente: Relación de gestión de mercadeo social

Intervalo	Nivel
0-40	Deficiente
41-80	Regular
81-120	Bueno

### Escala específica (por dimensión):

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Económica	0-14	Deficiente
	15-27	Regular
	28-40	Bueno

Dimensiones	Intervalo	Nivel
-------------	-----------	-------

- Social	0-8	Deficiente
	9-16	Regular
	17-24	Bueno

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Política	0-12	Deficiente
	13-24	Regular
	25-36	Bueno

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Tecnológica	0-7	Deficiente
	8-14	Regular
	15-20	Bueno

#### **Escala valorativa de las alternativas de respuesta de los ítems:**

Nunca : 0  
 Casi nunca: 1  
 A veces : 2  
 Casi siempre: 3  
 Siempre : 4

#### **10. Validación y confiabilidad:**

La validez de contenido del instrumento se realizó por opinión de nueve expertos. Se utilizó la prueba de V de Aiken.

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach siendo de  $\alpha = 0,814$ . La fiabilidad se considera como MUY ACEPTABLE.

#### **Ficha técnica 02: Instrumento de labor inspectiva**

##### **1. Nombre:**

Cuestionario de relación de gestión de mercadeo social

## 2. Autor:

Mg. Vicente Velásquez, Yameli Romina

## 3. Objetivo:

Precisar el nivel de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

## 4. Normas:

- Es importante que al momento de contestar los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, sean sincero y objetivos con sus respuestas para obtener información veraz.
- Se debe tener en cuenta el tiempo utilizado para desarrollar cada encuesta.

## 5. Usuarios (muestra):

La población estuvo conformada por 30 servidores de trabajo de la parte administrativa de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

## 6. Unidad de análisis:

Inspector, y funcionario, administrativo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.

## 7. Modo de aplicación:

- El presente instrumento de evaluación está estructurado en 29 ítems, agrupadas en cuatro dimensiones de relación de gestión de mercadeo social y su escala es de cero, uno, dos, tres y cuatro puntos por cada ítem.
- Los servidores deben de desarrollar el cuestionario en forma individual, consignando los datos requeridos de acuerdo a las instrucciones para su desarrollo de dicho instrumento de evaluación.
- El tiempo de la aplicación del cuestionario será aproximadamente de 30 minutos y los materiales que utilizará son un bolígrafo.

## 8. Estructura:

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA
----------	-----------	-----------	-------	---------------------

				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	
<b>LABOR INSPECTIVA</b>	<b>Legal</b>	Salud ocupacional	¿Aplican las normas de salud ocupacional en las empresas supervisadas?						
			¿La salud ocupacional es supervisada cuando hay una correcta labor inspectiva?						
		Marco regulatorio de la Ley de inspección	¿El marco regulatorio de la ley de inspección permite un mejor servicio?						
			¿Cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales?						
		Flexibilidad legal en las multas	¿Existe flexibilidad legal en las multas, posterior a la ejecución de la labor inspectiva?						
			¿Las empresas inspeccionadas obtienen flexibilidad legal en los plazos establecidos por la Ley General de Inspección?						
		Competencia legal	¿Tienen competencia los inspectores al realizar la labor inspectiva?						
		Establecimiento de infracciones de MYPES	¿Existen protocolos para establecimiento de infracciones de MYPES?						
		<b>Supervisión de empresas</b>	Tipos de empresa	¿La supervisión a los diferentes tipos de empresas ayuda a restablecer los derechos de los trabajadores?					
				¿Existente supervisión a las empresas de tipo minero?					
			Políticas de transparencia	¿El servicio de inspecciones fortalecen las políticas de transparencia?					
			Aplicabilidad de infracciones	¿El servicio de inspecciones evita que las empresas inspeccionadas no vulneren los derechos de los trabajadores?					
	¿Cuentan con protocolos para la aplicabilidad de infracciones a la labor inspectiva?								
	Costos de supervisión	¿La supervisión es un proceso integral de cambios en el trato y manejo del recurso humano dentro de las empresas?							
	<b>Proceso de inspección</b>	Actuaciones inspectivas	¿El servicio de actuaciones inspectivas genera procesos de multas?						
		Tipos de inspección	¿Cada proceso de inspección se rige con el debido proceso según la Ley N°288006 - Ley General de Inspección de Trabajo?						
		Nivel de seguridad en el trabajo	¿El servicio de inspecciones permite mayor seguridad en el trabajo?						
		Ética de los inspectores	¿Practican la ética los inspectores cuando desarrollan su labor inspectiva?						
		Cantidad de actas de infracción	¿Las actas de inspección aumentan con la labor inspectiva?						

			¿Proceso inspectivo genera la mayor cantidad de infracciones?					
<b>Proceso sancionador</b>	<b>Tipos sanciones de</b>		¿Es efectivo el tipo de sanciones en el proceso sancionador?					
			¿El proceso sancionador tiene políticas claras sobre los tipos de sanción?					
	<b>Plazos supervisión de</b>		¿Los plazos de supervisión están estipulados en la directiva del proceso sancionador?					
			¿Existe directiva clara sobre los plazos de supervisión?					
	<b>Cantidad empresas sancionadas de</b>		¿Existen índices altos de empresas sancionadas a consecuencia de la claridad de los procesos sancionadores?					
			¿Las empresas sancionadas han recibido capacitaciones sobre el proceso sancionador?					
	<b>Recaudación por multas</b>		¿La recaudación por multas en el proceso de inspección ha crecido?					
<b>Tiempo atención a la solicitud de inspección de</b>		¿La solicitud de inspección es atendida en el tiempo estipulado?						
		¿El proceso de inspección tiene un ente fiscalizador del tiempo de atención a la solicitud?						

## 9.Escalas:

### Escala general de la variable independiente: Labor inspectiva

Intervalo	Nivel
0-39	Deficiente
40-78	Regular
79-116	Bueno

### Escala específica (por dimensión):

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Legal	0-11	Deficiente
	12-22	Regular
	23-32	Bueno

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Supervisión de empresas	0-8	Deficiente
	9-16	Regular

- Proceso de inspección	17-24	Bueno
-------------------------	-------	-------

Dimensiones	Intervalo	Nivel
- Proceso sancionador	0-12	Deficiente
	13-24	Regular
	25-36	Bueno

**Escala valorativa de las alternativas de respuesta de los ítems:**

- Nunca : 0  
 Casi nunca: 1  
 A veces : 2  
 Casi siempre: 3  
 Siempre : 4

**10. Validación y confiabilidad:**

La validez de contenido del instrumento se realizó por opinión de nueve expertos. Se utilizó la prueba de V de Aiken.

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach siendo de  $\alpha = 0,794$ . La fiabilidad se considera como NIVEL ACEPTABLE.

## Anexo 8: Constancia de realización del trabajo de investigación



### CONSTANCIA DE REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN

Gerente Regional de Trabajo y Promoción del Empleo - La Libertad;

#### HACE CONSTAR:

Que, el **Mg. YAMELI ROMINA VICENTE VELASQUEZ**, estudiante del Programa de Doctorado de Gestión Pública y Gobernabilidad de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, ha realizado su estudio de investigación, titulado: **GESTIÓN DEL MERCADEO SOCIAL EN LA LABOR INSPECTIVA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, DE LA GERENCIA REGIONAL DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO, LA LIBERTAD - 2018**, y en el mes de Junio del presente, ha aplicado dos Instrumentos de Recolección de Datos, consistente en un Cuestionario de Mercadeo Social y un Cuestionario de la Labor Inspectiva dirigido a los servidores públicos de la Gerente Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.

Se expide la presente a solicitud escrita del interesado para los fines que estime conveniente.

Trujillo, 05 de Julio del 2018



REGION "LA LIBERTAD"  
GERENCIA REGIONAL DE TRABAJO Y P.E.

*Mag. Jacqueline Hastaquante Fernández*  
GERENTE REGIONAL



## Anexo 9: Matriz de constancia interna del informe de tesis

**TITULO DEL ESTUDIO DE INVESTIGACIÓN:** Gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.

INTRODUCCION	MÉTODO			RESULTADOS	DISCUSIÓN	CONCLUSIONES	RECOMENDACIONES	
	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN				
<p><b>ESTUDIOS PREVIOS:</b> Díaz (2014) en su investigación "Actas, informes y requerimientos de la inspección de trabajo" Escuela de Posgrado Universidad de la Laguna Málaga, España. Llega a la conclusión de que desde 1906 existe en España una Inspección de Trabajo que tiene como misión el cumplimiento del derecho laboral. En este sentido la disciplina de derecho laboral es la más precisa y la que consigue más resultados, por lo que refiere que es preocupante que un 20% si incluye lo legal en la inspectiva en la Operativización del trabajo. Se instituye también el cuerpo de inspectores de trabajo, los cuales</p>	<p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p><b>Gestión de mercadeo social:</b></p> <p><b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL:</b> Kotler y Zaltman (1971), fueron los primeros autores que hablaron del mercadeo social, y afirmaban que, a través de éste enfoque, quería lograr nada más que la aceptabilidad e inserción de propósitos sociales, establecidos en un plan de desarrollo social. Para estos autores, es el uso de las habilidades de mercadeo para lograr el impacto social en causas sociales.</p>	Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis de diagnósticos</li> <li>- Planificación de estrategias</li> <li>- Capacitación al equipo inspectiva</li> <li>- Costos de contratación de personal para la campaña de mercadeo</li> </ul> <p>- Costo de equipo de social media</p>	<p><b>MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN</b> Método hipotético deductivo o llamado también contrastación de hipótesis, en donde se realizó una secuencia de actos, se empezó por la observación del fenómeno a investigar, luego se formuló la hipótesis para ser contrastada; este método tiene dos momentos el racional (hipótesis) y el empírico (observación), además permite determinar si la hipótesis planteada es verdadera o falsa ya que no se puede determinar directamente (Behar Rivero, 2008, p. 40).</p> <p><b>TIPO DE ESTUDIO:</b> El tipo es no experimental,</p>	<p>Se obtuvieron los resultados los cuales fueron analizados en base a los objetivos propuestos de la investigación. Lo cual, se utilizó coeficiente de Tau-b de Kendall y Rho de Spearman, con la finalidad de determinar la influencia del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018.</p> <p>En la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la variable labor inspectiva de los servidores encuestados, es el nivel regular con un 70%, seguido del nivel bueno con un 23,3%, y el nivel deficiente con el</p>	<p>Analizando la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la variable labor inspectiva de los trabajadores encuestados, es el nivel regular con un 70.0% (21 trabajadores encuestados), se encuentra en nivel regular la labor inspectiva debido las empresas inspeccionadas no cuentan con beneficios tributarios al aplicar Ordenanzas Regionales, tampoco existe flexibilidad legal en la multas posterior a la ejecución, en cuanto a la supervisión de empresas es porque cuentan con protocolos para la aplicabilidad de las infracciones, debido a que no existe capacitaciones a</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La influencia es significativa de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.491, con una significancia de 0.021 menor al 5% de significancia estándar (P&lt;0,05); en consecuencia se acepta la hipótesis de la investigación.</li> <li>▪ El nivel es regular con un 66.7% de gestión de mercadeo social, de los servidores de la Gerencia Regional de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Que, los inspectores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, mejoren su tratamiento social con las instituciones inspeccionadas, con el fin de lograr la colaboración eficiente de las mismas.</li> <li>- Que, los inspectores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, hagan respetar el proceso de tramite documentario, para que las infracciones emitidas no sean anuladas por sus superiores orgánicos.</li> <li>- Que, las instituciones públicas y privadas deben fomentar la transparencia, ante los órganos encargados de velar por los derechos de los servidores públicos y trabajadores independientes, no solo para cumplir con las leyes que protegen a los trabajadores sino también para fomentar la cultura social de</li> </ul>

<p>están divididos en Cuerpo Superior de Inspectores de Trabajo y Seguridad Social y el Cuerpo de Subinspectores de Empleo y Seguridad Social, es importante también la homogenización de la terminología y también el personal que su trabajo es sancionar.</p> <p>Giuliani (2012) en su investigación “<i>El Marketing Social, el Marketing Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial</i>” de la Universidad del Centro Educativo Latinoamericano de Argentina, escuela de Posgrado y establece que las investigaciones describen a las organizaciones como parte de la responsabilidad social en las empresas y por lo tanto los empleadores, el mercadeo social</p>	<p><b>DEFINICIÓN OPERACIONAL:</b> El nivel de medición es a través de la técnica de la encuesta, a través del instrumento elaborado que consistió en un cuestionario de tipo escala Likert, que contiene 30 ítem de las cuatro dimensiones: económica, social, política y tecnológica.</p> <p>Con los intervalos de la escala de medición de la variable: Deficiente de 0-40 Regular de 41-80 Bueno de 81-120 Así, mismo para contrastar la hipótesis se realizó la prueba no paramétrica de Kolmogorov Smirnov y se usó la distribución estadística y con una muestra participante es de 30 servidores de la Gerencia Regional</p>			<p>porque no se manipulación, no se influye ni se controla las variables, sino que se observan situaciones ya existentes, para posteriormente analizarlas (Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 152).</p>	<p>6,7%. En contraste de la variable mercadeo social, el nivel que predomina es el regular con un 66.7%, seguido del nivel deficiente con un 23,3%, seguido del nivel bueno con un 10,0%.</p> <p>En la tabla 3, se precisa que en las cuatro dimensiones de la variable gestión de mercadeo social prevalece el nivel deficiente; y se describe en el orden que sigue: la dimensión política con 90% en nivel deficiente, seguido con 6.7% en nivel deficiente y 3.3% en nivel regular; la dimensión económica con 80% en nivel deficiente, seguido con 13.3% en nivel regular y 2.7% en nivel bueno; la dimensión tecnológica con 70% en nivel regular, seguido de nivel deficiente con</p>	<p>las empresas sancionadas, es por el que la recaudación de multas se encuentra en un nivel regular. Así tenemos a Pérez (2004, p. 44 ), quien refiere que en la actualidad, muchos países descuidan el fortalecimiento de la inspección del trabajo con lo que los abusos de los empleadores se han agudizado, y han dado pase a la submisión de los trabajadores, en nuestro país muchos de los sectores productivos, han sido capacitados y además supervisados por entidades como SUNAFIL y la misma Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, con el fin de que los derechos sean respetados y de esta forma garantizar el</p>	<p>Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El nivel es regular con un 70 % de la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.</li> <li>▪ Las dimensiones de gestión de mercadeo social de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018, prevalece el nivel deficiente en la dimensión política con un 90%; seguido con el nivel regular en la dimensión económica con un 80%; seguido con un nivel regular en la dimensión</li> </ul>	<p>trabajo y promoción del empleo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe implementar un plan de mercadeo social integral, alineado a las políticas nacionales existentes, para generar transparencia y colaboración de las entidades públicas y privadas, y se pueda asegurar la calidad en la labor inspectiva y sobre todo fomentar la concientización sobre los derechos de los empleados y los deberes de las instituciones empleadoras.</li> <li>- Que, la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe implementar un sistema de denuncias y de información WEB y APPs, que fomente la supervisión constante de entidades públicas y privadas, con el fin de asegurar el bienestar laboral de los servidores públicos y</li> </ul>
		Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambio de visión</li> <li>- Responsabilidad social en empleadores</li> <li>- Resistencia al cambio</li> <li>- Valoración del cliente</li> </ul>	<p><b>DISEÑO:</b> correlacional causal, transversal</p> <pre> graph TD     M[M] --&gt; O1[O1]     M --&gt; O2[O2]     R[R] --&gt; O2 </pre>				
		Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Gobernabilidad del empleado</li> <li>-Modernización de la comunicación</li> <li>-Campañas gubernamentales</li> <li>- Concientización social</li> <li>- Políticas sociales</li> </ul>	<p><b>POBLACION:</b> La población está conformada por 30 servidores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad.</p> <p><b>MUESTRA:</b> Se consideró a toda la muestra universal por ser pequeña.</p>				
Tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Herramientas modernas</li> <li>- Herramienta de productividad</li> <li>- Acceso a la información</li> <li>- Sistema informáticos</li> </ul> <p>Redes sociales</p>							

<p>representan la mayor valla que tiene el desempeño. Por otro lado, la Responsabilidad Social Empresarial ahora de moda, se relaciona directamente a las políticas que buscan trabajo justo, reciclaje, energía renovable, etc; por lo que las políticas están objetivadas en la calidad de vida de los empleados y las demás personas que colaboran con el desempeño de metas y objetivos de las empresas.</p> <p><b>JUSTIFICACIÓN:</b> La presente investigación es justificada para proceder con la investigación, porque el 60% de las inspecciones realizadas por los servidores públicos, que conforman el equipo de inspectores de trabajo de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, indican haber tenido oposición a</p>	<p>de Trabajo y Promoción del Empleo</p> <p><b>ESCALA DE MEDICIÓN:</b> Tipo Likert Ordinal</p> <p>Deficiente</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p>	Legal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salud ocupacional en el trabajo</li> <li>- Marco regulatorio de la Ley de Inspección</li> <li>- Flexibilidad legal en las multas</li> <li>- Competencia legal</li> <li>- Establecimiento de infracciones de MYPES</li> </ul>	<p><b>TECNICAS:</b></p> <p><b>INSTRUMENTOS:</b> Cuestionario</p>	<p>20%, y 10% con nivel bueno; y finalmente la dimensión social con un 60.3% en nivel bueno, seguido de un 33.3% en nivel regular y 6.7% en el nivel deficiente.</p>	<p>cumplimiento de las leyes. Por lo tanto, los resultados obtenidos tienen concordancia con Gallardo (2010), en su trabajo de investigación “Aplicación del procedimiento administrativo a la función fiscalizadora de la dirección del trabajo” El objetivo del estudio se orienta a investigar si la normatividad sobre derecho administrativo que se ejecuta en la gestión del procedimiento administrativo del gobierno, y por lo tanto establecer si se aplican o no en la labor fiscalizadora. Esto teniendo en consideración que la dirección del trabajo como servicio público, principalmente se orienta al rol social. Tiene como conclusión un aporte al campo específico de la fiscalización laboral solo el 50% la labor inspectiva por parte de los inspectores</p>	<p>tecnológica con un 70%; y finalmente un nivel bueno en la dimensión social en con un 60.3%.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Las dimensiones de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018, prevalece el nivel bueno en la dimensión proceso sancionador con un 86.7%, seguido el nivel bueno en la dimensión proceso de inspección con 86.7%, seguido con el nivel regular en la dimensión legal con 83.3%, y finalmente un nivel deficiente en la dimensión supervisión de empresas con 56.7%.</li> <li>La dimensión económica de gestión de</li> </ul>	<p>trabajadores independientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo en La Libertad, debe promover convenios universitarios, para implementar un plan de incentivos académico, con el fin de fortalecer la capacidad técnica de los inspectores de trabajo y mejorar la calidad de los procesos de inspección de trabajo.</li> <li>Que, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo debe implementar planes de socialización de las políticas nacionales, con las instituciones públicas y privadas, que son las responsables de brindar los espacios de gobernabilidad para las acciones que se realizan desde la gerencia regional de trabajo y promoción del empleo en La Libertad.</li> </ul>
		Supervisión de empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de empresas</li> <li>- Políticas de transparencia</li> <li>- Aplicabilidad de infracciones</li> <li>- Costos de supervisión</li> </ul>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>				
		Proceso de inspección	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actuaciones inspectiva</li> <li>- Tipo de Inspección</li> <li>- Nivel de seguridad de seguridad en el trabajo</li> <li>- Ética de los inspectores</li> </ul> <p>Cantidad de actas de infracción</p>					
<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p><b>Labor inspectiva:</b></p> <p><b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL:</b> La inspección del trabajo es un servicio que brinda en el Perú, dos entes, el primero el gubernamental nacional, por medio de SUNAFIL, y el segundo por un medio gubernamental de gobiernos regionales, con la presencia en muchos de los gobiernos</p>	<p>Deficiente</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p>	Proceso sancionador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de sanciones</li> <li>- Plazos de supervisión</li> <li>- Cantidad de empresas sancionadas</li> <li>- Recaudación por multas</li> </ul> <p>Tiempo de atención a la solicitud de inspección</p>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>	<p>En la tabla 4, se precisa que en 4 dimensiones de la variable labor inspectiva, impera el nivel bueno que los describimos de la siguiente manera: la dimensión proceso inspección con 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión proceso sancionador 86.7% en nivel bueno, seguido de un 10% en nivel regular, y 3.3% en nivel deficiente, la dimensión legal con 83.3% en nivel regular, seguido de un 10% en un nivel bueno, y 6.7% en el nivel deficiente finalmente la dimensión supervisión de</p>
		Proceso sancionador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipos de sanciones</li> <li>- Plazos de supervisión</li> <li>- Cantidad de empresas sancionadas</li> <li>- Recaudación por multas</li> </ul> <p>Tiempo de atención a la solicitud de inspección</p>					

<p>desarrollar el trabajo de inspección, porque no cumplen con tener trabajadores formalmente contratados con todos sus derechos laborales y en muchos casos prevalece la informalidad laboral, lo cual genera que los trabajadores no tengan, ni puedan acceder a todos sus derechos laborales comprometidos con mejorar su entorno y democracia participativa.</p> <p><b>PARADIGMA:</b> <b>Positivo-cuantitativo</b></p> <p><b>PROBLEMA:</b> ¿Cuál es la influencia de la gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018?</p> <p><b>HIPÓTESIS:</b> La gestión del mercadeo social</p>	<p>regionales como la gerencia de trabajo y promoción del empleo.</p> <p>La inspección del trabajo es uno de los servicios públicos que debe brindar el gobierno del Perú, a la clase trabajadora, que se objetiva en la restitución de los derechos del trabajador y también los deberes del mismo, muchos coinciden que antes de versar sobre sanciones, el sistema de inspección del trabajo debe concentrarse en la orientación sistemática de los organigramas de las instituciones contratantes, la principal forma de trabajo debe estar bajo la supervisión, para lo cual se requiere de estrategias orientadas a informar y capacitar para conseguir un cumplimiento de la normativa socio</p>				<p>empresas con un 56.7% en el nivel deficiente, seguido de un 30% en un nivel regular, y 13.3% en un nivel bueno.</p> <p><b>PRUEBAS DE HIPÓTESIS:</b></p> <p><b>Prueba Shapiro - Wilk de los puntajes sobre la variable gestión de mercadeo social y sus dimensiones y la variable labor inspectiva</b></p> <p>En la tabla 5 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable Gestión de mercadeo social y sus respectivas dimensiones y la variable labor inspectiva, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar (<math>p &lt; 0.05</math>), en dos dimensiones; por lo</p>	<p>es vulnerada, ya que se tiene poca información disponible al respecto. La calidad de sistematización e investigación sobre la materia, que se ha realizado servirá para que en un futuro muy cercano el ministerio de Trabajo, establezca medidas más eficientes por el rol que desempeña en la sociedad, y asuma la responsabilidad pertinente que se oriente en la elaboración de normas claras en cuanto a la fiscalización, con optimismo creemos que se tomaran las medidas necesarias para que los derechos de los trabajadores no sean vulnerados.</p> <p>En la tabla 2, se observa que el nivel que predomina en la gestión de mercadeo social, es el nivel regular con un 66,7% (20 trabajadores encuestados),</p>	<p>mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.455 con una significancia de 0.023 que es menor al 5% de significancia estándar (<math>P &lt; 0,05</math>). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La dimensión social de gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.320 con una significancia</li> </ul>	
---	---	--	--	--	---	--	--	--

<p>influye significativa en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.</p> <p><b>OBJETIVO:</b></p> <p><b>Determinar la influencia de la gestión del mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad – 2018.</b></p>	<p>laboral de las entidades contratantes como de la sociedad trabajadora. (Gallardo, 2011, p. 63)</p> <p><b>DEFINICIÓN OPERACIONAL:</b></p> <p>El nivel de medición es a través de la técnica de la encuesta, a través del instrumento elaborado que consistió en un cuestionario de tipo escala Likert, que contiene 29 ítem de las cuatro dimensiones: legal, supervisión de empresas, proceso inspección y Proceso sancionador.</p> <p>Con los intervalos de la escala de medición de la variable: Deficiente de 0-39 Regular de 40-78 Bueno de 79-116</p> <p>Así, mismo para contrastar la hipótesis se realizó la prueba no paramétrica de Kolmogorov</p>				<p>tanto su distribución es de manera no normal, y usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de Spearman.</p> <p><b>Prueba de Shapiro - Wilk de los puntajes sobre la variable gestión de mercadeo social y sus dimensiones y la variable labor inspectiva.</b></p> <p>En la tabla 6 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Prueba de normalidad Shapiro-Wilk) de la variable gestión de mercadeo social y labor inspectiva y sus respectivas dimensiones, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro-Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar (<math>p &lt; 0.05</math>), en todas sus dimensiones; por lo tanto su distribución es de manera no</p>	<p>debido a que no existe un diagnóstico de calidad del uso de los instrumentos de mercadeo social, siendo una herramienta muy importante hoy en día, tampoco cuenta con una partida presupuestal designada a mercadeo social, para el costo de equipos de social media, los inspectores no tienen una visión prospectiva, es por ello que se resisten al cambio que genera el mercadeo social, es por ello que la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo no cuenta con planes de consentización, políticas sociales, tampoco usa herramientas modernas como son redes sociales, infomedia, sistemas de información. Por otro lado lo afirma Guzmán (2013, p. 66). Refiere que la inspección laboral</p>	<p>de 0.036 que es menor al 5% de significancia estándar (<math>P &lt; 0,05</math>). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La dimensión política de gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.532 con una significancia de 0.043 que es menor al 5% de significancia estándar (<math>P &lt; 0,05</math>). Por lo tanto se acepta la hipótesis de investigación.</li> <li>▪ La dimensión tecnológica de gestión de mercadeo social no influye en la labor inspectiva</li> </ul>	
--	--	--	--	--	--	---	--	--

	<p>Smirnov y se usó la distribución estática y con una muestra participante es de 30 servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.</p> <p><b>ESCALA DE MEDICIÓN:</b></p> <p>Tipo Likert Ordinal</p> <p>Deficiente</p> <p>Regular</p> <p>Bueno</p>				<p>normal, y usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de Spearman.</p> <p><b>Prueba de hipótesis general</b></p> <p><i>Tabla de contingencia de gestión de mercadeo social en la labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.</i></p> <p><i>En la tabla 7 se precisa que el 56,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión de mercadeo social y labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en Gestión de mercadeo social y nivel regular en labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.491 con una significancia de</i></p>	<p>busca restablecer los derechos laborales de los trabajadores, y también los derechos que tienen los empleadores, ya que es un servicio público que trata de hacer respetar el cumplimiento de las normatividad socio laboral y de la seguridad social, esto nos permitirá exigir las responsabilidades administrativas y asesorar técnicamente en dicha materia de conformidad con el Convenio N° 81 de la OIT, según prescribe la Ley General de Inspecciones de Trabajo. Los resultados obtenidos coinciden con los de Sauza (2008, p. 8), quien refiere que el mercadeo social; es un proceso complejo que se objetiva en convencer a la sociedad, sin embargo, sigue siendo regular, problema que se</p>	<p>de los servidores Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al de Tau-b de Kendall el de 0.273 con una significancia de 0.167 que es mayor al 5% de significancia estándar (<math>P &gt; 0,05</math>). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.</p> <p>▪ La gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la dimensión legal de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.711 con una significancia 0.005 que es menor al 1% de significancia estándar (<math>P &lt;</math></p>	
--	---	--	--	--	---	---	--	--

					<p>0.021 que es menor al 5% de significancia estándar (<math>P &lt; 0.05</math>), el coeficiente Rho de Spearman = 0.503 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018.</p>	<p>producirá a la hora de sensibilizar a las empresas privadas, sobre los derechos de los trabajadores. También coincide con Giuliani (2012), en su trabajo de investigación “El Marketing Social, el Marketing Relacionado con causas sociales y la Responsabilidad Social Empresarial” Quien refiere que el márketing social, busca cambiar comportamientos de las personas, está vinculado con la causa social. En la tabla 4, se observa que en cuatro dimensiones de la variable dependiente, prevalece el nivel regular en el orden que sigue; las dimensiones proceso sancionador y proceso de inspección con un 86.7% (26 trabajadores encuestados), seguido en la dimensión legal con 83.3% (25 trabajadores encuestados) en el</p>	<p>0,01). Por lo tanto de acepta la hipótesis de investigación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La gestión de mercadeo social influye muy significativamente en la dimensión supervisión de empresas de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.512 con una significancia 0.003 que es menor al 1% de significancia estándar (<math>P &lt; 0,01</math>). Por lo tanto de acepta la hipótesis de investigación.</li> <li>▪ La gestión de mercadeo social no influye en la dimensión proceso de inspección de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia</li> </ul>
--	--	--	--	--	---	--	---

					<p>nivel regular en un nivel bueno; y la dimensión supervisión de empresas con 56.7% (26 trabajadores encuestados) en el nivel deficiente. Como se observa en la dimensiones proceso sancionador y proceso de inspección se encuentra en un nivel bueno, ya que la normas se encuentra reguladas en la Ley General de Inspección de Trabajo N°28806, a pesar ello existen un gran porcentaje de empresas con proceso sancionador debido la labor inspectiva es obstruida por empresas inspeccionadas, debido que el servicio de las actuaciones inspectivas genera procesos de multas, el servicio de inspección permite mayor seguridad en el trabajo. En la dimensión legal se encuentra en un</p>	<p>Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.260 con una significancia 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar (<math>P &gt; 0,05</math>). Por lo tanto se rechaza la hipótesis de investigación.</p> <p>▪ La gestión de mercadeo social no influye en la dimensión proceso sancionador de labor inspectiva de los servidores de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, La Libertad - 2018, en virtud al valor de Tau-b de Kendall de 0.260 con una significancia 0.182 que es mayor al 5% de significancia estándar (<math>P &gt; 0,05</math>). Por lo</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--



						<p>nivel regular, debido que no existe beneficios tributarios establecidos a favor para empresas que cumplan con todos los derechos de los trabajadores, no existe flexibilidad legal en los plazos establecidos en la Ley General de Inspección de Trabajo. Finalmente la dimensión supervisión de empresas se encuentra en un nivel deficiente, debido que la supervisión realizada por los inspectores de trabajo su labor inspectiva es vulnerada por los empleadores e la empresas, que teniendo como objetivo a respetar y restablecer los derechos de los trabajadores.</p> <p>tabla 5 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable gestión de mercadeo social y sus respectivas dimensiones y labor</p>	<p>tanto se rechaza la hipótesis de investigación.</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--	--

						<p>inspectiva, demostrándose que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar (<math>p &lt; 0.05</math>), en las dimensiones económica, política y tecnológica; por lo tanto, su distribución es de manera no normal, se utilizó pruebas no paramétricas para analizar la relación de causalidad entre las variables y este caso usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de prueba Tau-b de Kendall y Rho de spearman. En cuanto a la media aritmética como medida de tendencia central, se evidencia que la variable gestión de mercadeo social es 0,649 (valor comprendido en el rango: 0-228), en la variable labor inspectiva 0,742 (en el rango 0-240); en la dimensiones: económica es 0,653</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>(en el rango 0-68), en social es 0,939 (en el rango 0-60), política es 0,572 (en el rango 0-28), y tecnológica 0,920 (en el rango 0-40). En la tabla 6 se observa el resultado de la prueba de normalidad (Shapiro - Wilk) de la variable labor inspectiva y sus respectivas dimensiones y la variable gestión de mercadeo social, en donde se demuestra que el nivel de significancia de la prueba de Shapiro - Wilk los valores son menor al 5% de significancia estándar (<math>p &lt; 0.05</math>), en todas las dimensiones, por lo tanto, su distribución es de manera no normal, por lo cual se utilizó pruebas no paramétricas para analizar la relación de causalidad entre las variables y este caso usaremos el coeficiente de contingencia del estadístico de</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>prueba Tau-b de Kendall y Rho de spearman. En cuanto a la media aritmética como medida de tendencia central, se evidencia que la variable labor inspectiva es 0,742 (valor comprendido en el rango: 0-228), en la variable gestión de mercadeo social 0,649 (en el rango 0-240); en la dimensiones: legal es 848 (en el rango 0-68), en supervisión de empresas es 0,878 (en el rango 0-60), proceso de inspección es 0,844 (en el rango 0-28), y proceso sancionador 0,801 (en el rango 0-40).</p> <p>En la tabla 7 se precisa que el 56,7% de los servidores públicos perciben un nivel regular en Gestión del mercadeo social y labor inspectiva, en contraste que el 13,3% de los servidores públicos perciben un nivel deficiente en</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>Gestión de mercadeo social y nivel regular en labor inspectiva. El valor Tau-b de Kendall es 0.491 con una significancia de 0.021 que es menor al 5% de significancia estándar (<math>P &lt; 0.05</math>), el coeficiente Rho de Spearman = 0.503 (positiva moderada); demostrándose que la Gestión de mercadeo social influye significativamente en la labor inspectiva de la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo – La Libertad – 2018 y se rechaza la hipótesis nula.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--

## Anexo 10: Panel fotográfico

Foto 01:



En la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, aplicando mi instrumento a los inspectores de trabajo.

Foto 02:



En la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, aplicando mi instrumento a los inspectores de trabajo.

**Foto 03:**



En la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, aplicando mi instrumento a los inspectores de trabajo.

**Foto 04:**



En la Gerencia Regional de Trabajo y Promoción del Empleo, aplicando mi instrumento a los inspectores de trabajo.

**Anexo 11: Constancia de autorización de publicación de tesis**