

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**EVALUACIÓN DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING EN LA
CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA EMPRESA VISANET – PERÚ
SUCURSAL TRUJILLO EN EL PERIODO 2015-2016.**

TESIS

Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

AUTORES:

Br. León Gordillo, Anthony Agustín

Br. Valladares Blas, Edgar Alexander.

ASESORA:

Mg. Paola Fiestas Dejo

Trujillo-Perú

2015

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento a las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “Evaluación de la influencia del outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa VisaNet – Perú sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016. Realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración. El objetivo principal del presente trabajo es determinar cuál es la influencia del outsourcing en calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú - Trujillo periodo 2015-2016.

Para lograr la realización de la tesis en mención, hemos debido recurrir a diversas instituciones, fuentes y personas, las cuales nos brindaron la información necesaria, superando dificultades que se fueron presentando durante el desarrollo del presente proyecto de investigación.

Esperamos vuestras recomendaciones y sugerencias y desde ya, quede como antecedente para futuros trabajos en beneficio de la institución

Trujillo, Noviembre 2015

Br. León Gordillo, Anthony Agustín

Br. Valladares Blas, Edgar Alexander.

DEDICATORIA

A Dios por haberme bendecido dándome la oportunidad de estar donde me encuentro hoy. A mi familia, en especial a mis tres madres; Luisa Blas, Martha Blas y Esperanza Huamán, quienes me brindaron en todo momento su amor y apoyo incondicional; a mi hermano José Valladares, por motivarme a seguir siendo su ejemplo a seguir, y a quienes estuvieron siempre conmigo, alentándome y brindándome el soporte que necesité.

E.A.V.B

En primer lugar a Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, de igual manera a cada uno de los que son parte de mi familia especialmente a mis padres Marco León y Janet Gordillo, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto presentado. Es por ellos que soy lo que soy ahora.

A.A.L.G.

AGRADECIMIENTO:

Queremos agradecer a las personas que hicieron posible la Realización de esta tesis, aquellos que nos dieron: motivación, apoyo, ideas, confianza, amor, ganas; personas que nos dieron y nos dan más de lo que ellos creen. Agradecemos a Dios por permitirnos llegar a este punto, por habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, por iluminarnos cada día en todo lo que hacemos.

A nuestro consejero de vida: DIOS

RESUMEN

En la actualidad diversas empresas vienen aplicando outsourcing con la finalidad de enfocar sus recursos en su core bussines, sin embargo no en todas las organizaciones donde se viene aplicando esta práctica se ha logrado obtener buenos resultados. Esta investigación tuvo como objetivo determinar si el outsourcing influye significativamente en calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú - Trujillo periodo 2015-2016. Tomando como punto de partida la problemática que existe, no solo en la empresa a la cual se aplica el presente estudio, el cual tiene como problema determinar cuál es de influencia del outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa Visa Net-Perú sucursal Trujillo, periodo 2015-2016, sino también en otras empresas. Se planteó como hipótesis que el outsourcing influye significativamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo periodo 2015-2016. El tipo de investigación empleado en este trabajo fue descriptivo con un diseño de contrastación descriptivo comparativo de dos grupos después, donde se tomó como población a los 6,400 comercios afiliados al sistema VisaNet Perú de la sucursal Trujillo, con una muestra total de 404 comercios afiliados, calculados de acuerdo a la fórmula estadística aplicada usualmente. Al finalizar el presente estudio, se concluyó, que de acuerdo a los resultados obtenidos con respecto a la influencia del outsourcing en la calidad de servicio brindado por VisaNet, se encontró que un 50% de los clientes no están satisfechos, donde las áreas que están en contacto directo con los clientes, son las tercerizadas, denotando que existen falencias en el desempeño de dichos proveedores.

Palabras Clave: Outsourcing, calidad de servicio.

ABSTRACT

Today many companies are using outsourcing in order to focus its resources on its core business, but not in all organizations where this practice has been applied has been achieved good results. This research aimed to determine whether outsourcing significantly affects quality of customer service in the company VisaNet Peru - Trujillo 2015-2016. Tomando period as a starting point the problems that exist, not only in the company to which this study applies which is to determine problem of influence of outsourcing on the quality of customer service the company Visa Net-Peru branch Trujillo, 2015-2016 period, but also in other businesses. It was hypothesized that outsourcing significantly influences the quality of customer service in the company VisaNet Peru Trujillo Sucursal period 2015-2016. The research used in this study was descriptive with a design of descriptive comparative testing of two groups after, whereas people took to the 6,400 affiliated merchants to VisaNet Peru Trujillo branch system, with a total sample of 404 affiliated businesses, calculated according to the statistical formula usually applied. At the end of this study, it was concluded that according to the results regarding the influence of outsourcing on the quality of service provided by VisaNet, it was found that 50% of customers are not satisfied where the areas that are in direct contact with customers, they are outsourced, noting that there are shortcomings in the performance of those providers.

Keywords: Outsourcing, quality of service.

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	10
1.1.	Formulación del Problema.....	10
1.1.1.	Realidad problemática.....	10
1.1.2.	Enunciado del problema.....	13
1.1.3.	Antecedentes del problema.....	13
1.1.4.	Justificación.....	17
1.2.	Hipótesis.....	19
1.3.	Objetivos.....	19
1.4.	Marco Teórico.....	20
1.5.	Marco Conceptual.....	35
II.	MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS	38
2.1.	Material.....	38
2.1.1.	Población.....	38
2.1.2.	Marco de muestreo.....	38
2.1.3.	Muestra.....	38
2.1.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	39
2.2.	Procedimientos.....	39
2.2.1.	Diseño de contrastación.....	39
2.2.2.	Análisis y operacionalización de variables.....	41
III.	PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	44
3.1.	Presentación de resultados.....	44
3.2.	Discusión de resultados.....	57
	CONCLUSIONES.....	60
	RECOMENDACIONES.....	61
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
	ANEXOS.....	65

LISTA DE CUADROS

Cuadro N° 1: El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.	44
Cuadro N° 2: Recibió la información correcta respecto a los costos de los productos y/o servicios.....	45
Cuadro N° 3: Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.....	46
Cuadro N° 4: Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.....	47
Cuadro N° 5: Recibe una rápida solución del problema, ante una avería.....	48
Cuadro N° 6: Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio.....	49
Cuadro N° 7: La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio.....	50
Cuadro N° 8: VisaNet es una empresa altamente confiable.....	51
Cuadro N° 9: Considero óptimo el nivel de servicio recibido por la empresa.....	52
Cuadro N° 10: Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas.....	53
Cuadro N° 11: Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.....	54
Cuadro N° 12: Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas.....	55
Cuadro N° 13: VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.	44
Gráfico N° 2: Recibió la información correcta respecto a los costos de los productos y/o servicios.....	45
Gráfico N° 3: Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.....	46
Gráfico N° 4: Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.....	47
Gráfico N° 5: Recibe una rápida solución del problema, ante una avería.....	48
Gráfico N° 6: Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio.....	49
Gráfico N° 7: La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio.....	50
Gráfico N° 8: VisaNet es una empresa altamente confiable.....	51
Gráfico N° 9: Considero óptimo el nivel de servicio recibido por la empresa.....	52
Gráfico N° 10: Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas.....	53
Gráfico N° 11: Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.....	54
Gráfico N° 12: Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas.....	55
Gráfico N° 13: VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio.....	56

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad Problemática

Debido a la dinámica empresarial que se vive en el mundo sobre el tema de recursos humanos, las organizaciones optan por implementar herramientas alternas de gestión; como el outsourcing, que es el uso de recursos exteriores a la empresa para realizar actividades tradicionalmente ejecutadas por personal y recursos internos. Es pues, una estrategia de administración por medio de la cual una empresa delega la ejecución de ciertas actividades a empresas altamente especializadas, las cuales permiten enfocarse al giro principal del negocio, impactando de manera positiva en su nivel de productividad.

Las tendencias globales indican que esta práctica va en aumento, gracias a los buenos resultados obtenidos.

(American Staffing Association, 2007). Sólo durante el 2004 se recaudaron aproximadamente 188 billones de dólares, siendo Estados Unidos el mercado número uno, seguido de Reino Unido y Francia.

Durante el tercer cuatrimestre del 2005, en los Estados Unidos, la demanda total de este tipo de contratación se incrementó en un 6.9 por ciento.

En el caso de países europeos como España, Francia, Alemania y Holanda, los indicadores muestran que las áreas con mayor desarrollo bajo esta modalidad, son los sectores de tecnología, comunicaciones y manufactura.

En el caso de México, el outsourcing y el offshoring han manifestado un crecimiento del 5% anual, convirtiéndose en una región con algunas áreas en las que más desarrollo se ha tenido, dentro de estas se encuentran: call centers, manufactura e informática.

Tanto en México como en los países mencionados anteriormente, el outsourcing se ha convertido en una herramienta que ayuda a contrarrestar el desempleo, dando oportunidad a personal calificado de integrarse al mercado laboral sin importar su sexo o edad.

La aplicación del outsourcing viene desarrollándose en casi todos los países latinoamericanos, En el caso de Perú comenzó a aplicarse con mucha fuerza a partir de la década de los 90's, al liberalizarse la economía, lo que llevó a las empresas a ser más competitivas. En la actualidad la mayoría de empresas del país, hacen uso del Outsourcing, lo que ha llevado al desarrollo de las empresas que ponen en práctica este tipo de actividad. Los servicios más requeridos son por ejemplo de asesoría, legal, marketing; mantenimiento, manufactura, transporte, recursos humanos, informática, capacitación, seguridad, vigilancia, limpieza, etc.

En la actualidad se puede observar que muchos de estos servicios se han ido independizando paulatinamente, convirtiéndose en proveedores especializados y generando nichos de mercado para nuevas empresas.

Un claro ejemplo de la aplicación sobre el desarrollo del outsourcing en nuestro país son las perspectivas que se tienen para el crecimiento de los servicios de TI. Según **Federico Amprimo, 2012** (director de Integrated Sales & Marketing Programs de IDC para América Latina) sostiene que la inversión en este rubro fue de 395 millones de dólares el año pasado, y que para el 2015 se estima que ésta llegue a los 621 millones de dólares. Además la búsqueda de transformar el gasto de capital en gasto operativo ha crecido sostenidamente, esto se puede apreciar ya que las inversiones específicas en outsourcing fueron de 126 millones de dólares en el 2011, y se estima que lleguen a los 278 millones de dólares en el 2015.

Sin embargo, a pesar de ello, el Perú se encuentra retrasado en este campo con respecto a los otros países de la región, tan solo un 14% del total de las inversiones en TI en el Perú es destinado a servicios, mientras que el grueso de la inversión (75%) se encuentra destinado al hardware. Otros países, por ejemplo, llegan al 30% en inversión en servicios, como Colombia, o al 29% como Chile; así mismo, fuera de la región, en Europa Occidental se llega en promedio al 44%, mientras que la media mundial es de 33%.

De igual manera la empresa Visa Net, la cual es el único adquirente de la marca Visa en el Perú, se dedicada al procesamiento de transacciones con medios de pago; Esta ha venido aplicando el outsourcing como estrategia empresarial, pese a que los resultados no han sido del todo favorables dentro de todas las áreas aplicadas en sus distintas sucursales.

Siendo VisaNet-Perú sucursal Trujillo, una de las sucursales donde los resultados con respecto a la calidad del servicio, no han venido siendo del todo positivos, lo cual se puede reflejar en los excesivos cambios de proveedores que ha venido teniendo dicha sucursal en los últimos años.

Tomando en cuenta que la fuerza de ventas, es una de las áreas subcontratadas de mayor importancia, por ser uno de los principales canales de captación y atención de clientes. Por tal motivo el personal que labora en esta área, tiene que contar con una adecuada capacitación y desenvolvimiento para poder cumplir sus labores bajo los principios y normatividad de la organización, logrando así el correcto asesoramiento del cliente y minimizando conflictos por parte de los clientes para con la organización.

Siendo también el servicio post –venta otra área tercerizada importante, la cual se encarga de velar por la satisfacción continua del servicio, durante el tiempo contractual, para lograr una satisfacción total de los clientes de VisaNet-Perú sucursal Trujillo. El buen desempeño por parte de estas dos áreas tercerizadas,

conducirá a un buen funcionamiento administrativo por parte de los trabajadores directos de Visa Net Perú Trujillo, quienes se encargan de procesar la información y monitorear el cumplimiento del servicio de procesamiento de transacciones.

En consecuencia el presente estudio está orientado a evaluar la influencia que tiene el outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa VisaNet-Perú sucursal Trujillo.

1.1.2. Enunciado del problema

¿De qué manera influye el outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa Visa Net-Perú sucursal Trujillo, periodo 2015-2016?

1.1.3. Antecedentes

Internacionales

De Guzmán Castellón, (2008), “Panorama del Outsourcing en México”. Trabajo presentado como requisito parcial para optar al grado de Maestro en Ingeniería (Ingeniería de sistemas-Industrial), Universidad Nacional Autónoma de México, México.

En el presente trabajo el autor da a conocer el propósito de su investigación, el cual es hacer un diagnóstico del comportamiento y contexto en que se desarrolla el outsourcing en México, así también definir algunas estrategias, que sirvan como base para establecer las posibles líneas de acción futuras en México para optimizar las ventajas, disminuir los efectos nocivos e impulsar el desarrollo del outsourcing.

En este trabajo el autor llegó a las siguientes conclusiones:

- El outsourcing en México está detenido dentro del enfoque tradicional por procesos, fuertemente orientado a resolver problemas puntuales y cubrir la

realización de tareas temporales y la obtención de recursos. El criterio de selección de proveedores se basa en el costo de la tarea ó servicio, la experiencia y especialidad del proveedor, de esta forma la relación de outsourcing es por lo general de corto a mediano plazo.

- Las empresas PYME se subcontratan entre sí y con la gran empresa, pero sin que la empresa contratante fraccione o delegue su proceso productivo a los subcontratistas. Por esto, son pocas las empresas que busquen el desarrollo de sus proveedores salvo la gran empresa que busca la certificación en alguna norma de calidad.
- En general, para el empresario, el *outsourcing* es solo un medio de flexibilizar el proceso productivo, una estrategia de ahorro de costos directos de producción y de alguna forma un medio de hacerse de tecnología, equipo de cómputo y comunicación a bajo costo necesario para su proceso de negocio y venta.

De los Br. Dell M. & Br. Pérez L. ,(2005), “Outsourcing como una herramienta de apoyo empresarial para el presente y futuro” Trabajo presentado como requisito parcial para optar al Título De Licenciado en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad de Oriente, núcleo de Monagas, Maturín, Venezuela.

En el presente trabajo los autores dan a conocer el propósito de su investigación, el cual es Analizar el Outsourcing como una herramienta de apoyo empresarial del presente y futuro. En este trabajo los autores dieron a conocer las siguientes conclusiones:

- Como todo proceso administrativo en el Outsourcing están involucradas actividades de planificación, organización y análisis que responden a objetivos específicos de aprendizaje, orientados a descubrir, emplear y adaptar nuevas estrategias para las diversas áreas de la organización.
- Algunos de los beneficios potenciales de utilizar el Outsourcing son la disminución de los costos, un enfoque más dedicado a actividades competitivas de la empresa, mayor flexibilidad y rapidez de respuesta así como el uso de tecnología y materiales de clase mundial. Por otra parte existen algunas desventajas posibles como son el decline de la innovación por suplidores, pérdida de control del proceso de producción y una eventual competencia por parte de los mismos que al conocer el proceso a plenitud pasan de ser suplidores a competidores.
- En la actualidad las organizaciones están buscando una nueva manera de aumentar sus ingresos, conseguir costos efectivos en servicios y compartir ideas con los consumidores... el Outsourcing es la herramienta óptima para ello.

Nacionales

De Cortez Segura (2012), “Un plan de negocio para la creación de una empresa de outsourcing en fabricación de joyería” Trabajo presentado como requisito parcial para optar al Título De Ingeniero Industrial, Pontifica Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

En el presente trabajo el autor da a conocer el propósito de su investigación, el cual es evaluar y conocer el mercado de la fabricación de joyería en el Perú para conocer la viabilidad de ser una empresa de outsourcing en la fabricación de joyas.

En este trabajo el autor dio a conocer las siguientes conclusiones:

- El entorno en el cual se desenvuelve el plan muestra perspectivas favorables para la formación de una empresa de outsourcing los próximos años; un creciente apoyo político y económico por parte del Estado Peruano. El bajo uso de tecnología moderna y el ámbito informal en el que se desenvuelve la mayoría de competidores; generan grandes oportunidades para ser aprovechadas por la presente propuesta.
- Uno de los factores de éxito más importantes del plan es conseguir el posicionamiento deseado mediante la estrategia de Diferenciación; el uso de tecnología moderna, un eficiente sistema de gestión de calidad y el alto nivel de servicio, siendo una empresa de outsourcing deben ser percibidos y valorados por el cliente para que esté dispuesto a pagar el sobreprecio con el que contará el servicio.

De Manchego Odar, “Gestión del Outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C.” Trabajo para optar el grado Académico de Magister en Administración, con mención en Gestión Empresarial, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. En el presente trabajo el autor da a conocer el propósito de su investigación, la cual es evaluar cómo un modelo de gestión de Outsourcing en pequeñas empresas productoras de prendas de vestir influye de manera significativa en el

nivel de rentabilidad, Caso: Compañía Sara Morello S.A.C., 2012.

En el presente trabajo el autor dio a conocer las siguientes conclusiones:

- Se halló, que la Gestión de Outsourcing en pequeñas empresas productoras de prendas de vestir influye de manera significativa en el Nivel de Rentabilidad, CASO: Compañía Sara Morello S.A.C., 2012.
- Se halló, que un Modelo de Gestión Táctica para pequeñas empresas productoras de prendas de vestir influye de manera significativa en el Nivel de Rentabilidad, CASO: Compañía Sara Morello S.A.C., 2012
- Se halló, que un Modelo de Gestión Avanzada para pequeñas empresas productoras de prendas de vestir no influye en el Nivel de Rentabilidad, CASO: Compañía Sara Morello S.A.C., 2012

Locales:

- No se encontraron antecedentes locales en el presente estudio.

1.1.4. Justificación

Actualmente las empresas cuentan con áreas que suelen ser muy costosas, de tal manera que se convierten en un gasto innecesario para las mismas. Debido a esto se implementó una estrategia para los negocios que no pueden, o no requieren del tiempo suficiente dedicado a las áreas que no se encuentran relacionadas directamente con el giro principal de la empresa.

En diferentes organizaciones existen algunas interrogantes las cuales son: "¿Cómo se puede mejorar la rentabilidad?", "¿cómo se puede tener más flexibilidad?", ¿el outsourcing puede ayudar? Evidentemente, las respuestas a estas preguntas integran distintas dimensiones en la empresa: La gestión de la calidad, procesos, las nuevas tecnologías e Internet, recursos humanos, estrategias, etc., pero también hay que tener en cuenta que las empresas tercerizadas logren adaptarse de manera que puedan contribuir de forma positiva y productiva a la empresa.

Debido a esta necesidad de especialización, surge el concepto de outsourcing, es decir, que empresas externas desarrollen actividades no principales para una organización. De esta manera, las empresas pueden centrarse en sus principales áreas, focalizando por tanto su atención y sus recursos. Esta investigación pretende dar a conocer los beneficios que ofrece outsourcing a las organizaciones, de tal manera que conocerán las ventajas de adquirir esta estrategia como una nueva modalidad y logrando así una mayor competitividad.

Justificación Práctica: Esta investigación permitirá determinar la influencia positiva o negativa del outsourcing sobre la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016.

Justificación teórica: Basándonos en una profunda investigación y en diversos autores, buscamos demostrar que el outsourcing, como una herramienta empresarial, en la mayoría de los casos genera buenos resultados, siempre y cuando se adapte y aplique correctamente bajo las medidas y estándares que la empresa tercerizadora busca exponer a sus clientes.

Justificación Metodológica: Los resultados de la investigación están orientados a brindar mayor satisfacción a los clientes, donde las empresas no solo busquen estrategias que conlleven a la alta productividad sino también se vean orientados al control y calidad de las empresas subcontratadas puesto que impacta directamente en la calidad de servicio a los clientes, ofertando mejores alternativas de consumo para elevar su calidad de vida.

1.2.Hipótesis

El outsourcing influye significativamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo periodo 2015-2016.

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Determinar si el outsourcing influye significativamente en calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú - Trujillo periodo 2015-2016.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Evaluar el control que se tiene para el correcto funcionamiento de las áreas tercerizadas, monitoreando y evaluando su correcto desempeño.
- Evaluar si el outsourcing es una herramienta empresarial eficiente y eficaz para la empresa VisaNet Perú – Sucursal Trujillo durante el periodo 2015-2016.
- Conocer el nivel de satisfacción del cliente, respecto a la calidad del servicio recibido por las áreas tercerizadas:
 - Fuerza de Ventas
 - Servicio Post-Venta

- Evaluar el impacto positivo o negativo del outsourcing en la imagen de la empresa VisaNet Perú sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016.

1.4. Marco Teórico

El marco teórico que fundamenta esta investigación nos proporcionara una idea más clara acerca de los siguientes soportes teóricos: como variable principal el outsourcing y como variable secundaria la calidad de servicio al cliente.

Las empresas hoy en día buscan nuevas estrategias que ayuden a su mejora continua, la cual influye directamente en el desempeño y productividad de la misma, empleando por ejemplo, como estrategia empresarial, el outsourcing.

1.4.1. OUTSOURCING

Definición

Koontz y Wehrich (2002) lo definen de la siguiente manera: “El outsourcing es una relación contractual entre un vendedor externo y una empresa en la que el vendedor asume la responsabilidad de una o más funciones que pertenecen a la empresa”. (p.35)

Otra manera de definir el outsourcing es:

La subcontratación es la acción de mover algunas de las actividades internas y responsabilidades de decisión de la compañía a otros proveedores externos, ya que no solo se transfieren las actividades sino también los recursos que permiten llevar a cabo dichas actividades, incluyendo personal, instalaciones, equipo, tecnología y otros activos. Así mismo se transfieren las responsabilidades para tomar decisiones relativas a determinados elementos de las actividades. Los proveedores externos representan un valioso instrumento para el crecimiento de una compañía y para la

conservación de su posición competitiva. Permiten a una empresa concentrarse en sus aptitudes y delegar a compañías externas la realización de actividades para las que están especialmente aptas. (Chase & Alilano, 2005, p 3)

1.4.2. Razones para implementar el outsourcing.

Según Forneas C. (2008), tal como lo plasman numerosos estudios en los diversos sectores más típicos de outsourcing (banca, TI, fuerza de ventas, etc.) las principales razones para realizar un outsourcing son:

a. Reducción del coste de servicio subcontratado:

La esperanza de reducción de costes se basa (además de la insistencia de los proveedores en la posibilidad de hacerlo) en los siguientes aspectos:

- Ineficiencias internas por no ser la empresa especialista en el servicio correspondiente.
- Acceso a economías de escala por volumen de contratación de los aprovisionamientos necesarios para el servicio.
- Calidad del servicio inaceptable.
- Falta de gestores del servicio con la suficiente competencia.
- Falta de profesionales adecuados para la óptima realización de los servicios.
- Previsión de necesidad de inversiones que no se desean asumir.

b. Concentración en las actividades principales de la empresa.

La concentración en las actividades principales de la empresa se desea, en general, por los siguientes factores:

- Excesiva complejidad de los procesos de negocio, que hacen difícil la gestión.
- Reducción de costos operativos.
- La aplicación más eficiente de los recursos de la empresa.

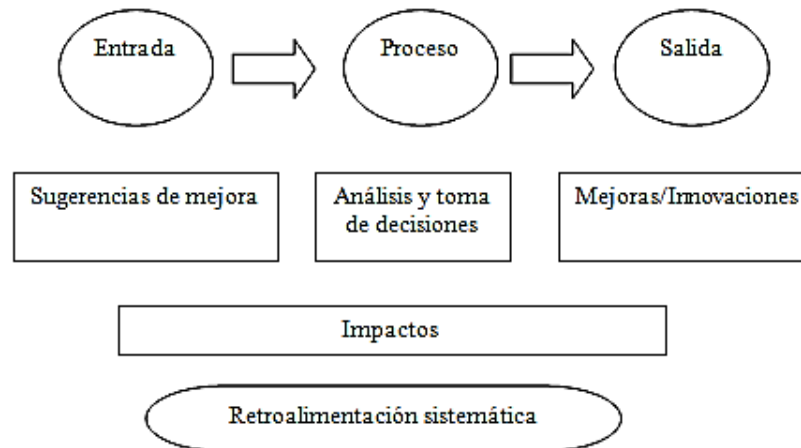
c. Mejora de la calidad de servicio

Se entiende por mejora continua de la calidad un proceso sistemático de perfeccionamiento de la gestión empresarial de cara al cliente.

Consecuentemente la mejora continua de la calidad se constituye en un requisito indispensable a cumplir por parte de las organizaciones para poder responder de manera satisfactoria a sus propios intereses y a los de otras partes interesadas.

Si bien la mejora continua de la calidad es reconocida y aceptada como un componente relevante para el correcto funcionamiento del Sistema de Gestión de la Calidad y del sistema empresarial en su conjunto, muchas veces el enfoque se ha centrado de forma limitada en la elaboración de los procedimientos de acciones correctivas y preventivas para dar cobertura a los requisitos normativos, obviándose la realidad de enfocar la Mejora Continua de la Calidad como un proceso que puede representarse de la forma siguiente:

Figura N° 1: Mejora de la Calidad del Servicio



FUENTE: Outsourcing Saque el mayor partido de sus proveedores. Editorial Netbiblo

d. Acceso a personal adecuadamente calificado.

La demanda de personal calificado problema que todas las empresas tienen en el mundo, encontrar personas que cumplan con las funciones que las empresas necesitan no es tarea fácil, ni siquiera para las grandes empresas que cuentan con renombre.

Ante esta situación, existen en el mercado algunas compañías que ofrecen sus servicios logrando así satisfacer las diversas necesidades de las empresas. Los servicios de administración de personal han dado excelentes resultados en por lo menos los últimos diez años.

Los servicios de administración de personal, funcionan muy bien siempre y cuando la compañía que los ofrezca tenga suficiente experiencia y cuente con personal altamente calificado en todas las áreas que constituyen dicho servicio.

Construyendo un perfil del tipo de trabajadores que una empresa requiere mediante un profesiograma exclusivo de cada área.

La posible falta de acceso a personal adecuadamente calificada al servicio, puede ser debido a la falta de un área especializada en el reclutamiento de personal, que cumplan con los perfiles requeridos por la empresa.

e. Simplificación de los procesos de negocio.

La integración vertical, el despliegue de diversas líneas de negocio y los negocios de desarrollo complejo (tecnologías de la información, Administraciones de personal) son causas comunes de la complejidad de los procesos de negocio de una empresa.

La complejidad de los procesos conlleva errores, excepciones, necesidad de estructuras de gestión costosas, etc. Su simplificación mejora los resultados por vía de la reducción de costes estructurales, reducción del coste de reproceso, reducción de los costes de oportunidad (menos errores).

Además, la simplicidad de los procesos de negocio induce la posibilidad de adición de nuevas líneas de negocio, acceso a nuevos mercados, el desarrollo de nuevos productos, etc. y mejora el control sobre los riesgos naturales de los negocios.

f. Reducción del tiempo de llegada al mercado de los productos o servicios.

La reducción del tiempo de llegada a los mercados es una razón muy argumentada en multinacionales y en negocios donde el lanzamiento de nuevos productos es importante (alimentación, turismo y ocio, productos electrónicos, servicios al público — telefonía, seguros, banca, vestido y calzado, electricidad, agua, gas).

La necesidad de soporte adecuado dificulta la puesta efectiva en mercado de los nuevos productos y servicios, lo que permite a los competidores más rápidos adquirir ventaja en la captación

de cuota de mercado y disminuye las posibilidades de explotación de ese nuevo producto o servicio que se pretende lanzar.

El outsourcing, en este sentido, puede proporcionar:

- Capacidades adicionales rápidamente, por aprovechar la dimensión de los proveedores: profesionales cualificados, infraestructuras, etc.
- Acceso a las tecnologías adecuadas sin tener que realizar costosas inversiones: el proveedor ya dispone de esas tecnologías necesarias.

- Organización eficiente del soporte, por el empleo de las metodologías de los proveedores.

Continuando con la teoría del autor citado anteriormente quien nos habla sobre las razones para implementar el outsourcing continúa acotando lo siguiente:

1.4.3. Riesgos de contratar un servicio en outsourcing

El optar por una estrategia o el simple hecho de tomar una decisión implica el correr ciertos riesgos; entre las razones para externalizar un servicio se pueden deducir la mayor parte de los riesgos que la operación puede presentar, y que pueden ser resumidos en los siguientes:

- a. No alcanzar los objetivos marcados.
- b. Riesgo de pérdida de control del servicio y de pérdida del conocimiento interno.
- c. Dependencia del proveedor.
- d. Conflictos con el proveedor.
- e. Conflictos internos.
- f. Riesgo de la elección del proveedor.

Estos riesgos son los nombrados principalmente por los gestores cuando se han enfrentado a una probable decisión de externalización. Sobre todo cuando es la primera vez que se han enfrentado a ella. Todos ellos tiene un denominador común: el miedo a lo que pueda pasar.

Sin embargo, si analizamos estos riesgos y estos miedos podemos observar que realmente no son, en rigor, riesgos diferentes a los de un negocio cualquiera. Ni siquiera representa un riesgo de pérdida de control efectiva sustancialmente mayor a no externalizar el servicio.

Todas las empresas asumen riesgos continuamente. Por ejemplo:

- Riesgo de que el cliente no pague las facturas.
- Riesgo de que un empleado, que es de vital importancia para la empresa, abandone la compañía.
- Riesgo de que nos demande el cliente porque no hemos podido fabricarle el pedido a tiempo debido a un error en la fabricación.
- Riesgo de tener una huelga porque se tuvo que despedir a dos empleados que tuvieron un absentismo elevado.

Continuando con la teoría del autor previamente citado quien nos habla sobre los riesgos para implementar el outsourcing continúa aportando lo siguiente.

a. Riesgo de no alcanzar los objetivos marcados

El hecho de desconocer la respuesta concreta del proveedor no hace que este riesgo sea mayor que el que uno tiene en el ejercicio de la función a externalizar cuando se aborda internamente.

La diferencia está en la gestión del riesgo. Si cualquiera de los objetivos que se ha marcado es de fundamental

cumplimiento, se debe tener contingencias para que se pueda gestionar las consecuencias derivadas de que se materialice ese riesgo.

Por ejemplo: si el coste es un parámetro de negocio de vital importancia, se debe manejar herramientas que permitan asegurarse, por una parte, de que la operación que se va a realizar tiene las bases sólidas para que le pueda reducir el coste: proveedor conocido por cumplir sus obligaciones, estructura del servicio compatible con su organización, componentes de coste totalmente identificados y analizados, objetivos de reducción realistas y basados en acciones posibles, etc.

Suponiendo que se tiene como objetivo obtener una mejor calidad, se debe procurar que el proveedor que se elija tenga las metodologías adecuadas, que sea reconocido en el mercado por ofrecer servicios de calidad, que la estructura de servicio que se está construyendo entre ambos se adapte a sus necesidades y sea totalmente compatible con la estructura del proveedor, que los activos y las herramientas a utilizar por el proveedor en el desarrollo del servicio sean adecuados.

b. Riesgo de conflictos con el proveedor

Este es un aspecto que también es bastante debatido por algunos gestores. El planteamiento es que, en una relación a largo plazo, si existen desavenencias y desacuerdos, el proveedor puede actuar atendiendo al contrato, para que el cumplimiento sea estrictamente legal. Los gestores suelen acompañar esta percepción junto a otra, el proveedor tiene ventaja porque conoce bien los contratos de outsourcing.

Por tanto, se observan dos ideas que se reflejan detrás de la identificación de este riesgo. La primera es que existe una posibilidad de conflicto indeterminada. La segunda es que para resolver ese conflicto el gestor se siente sin los conocimientos necesarios para garantizar la resolución satisfactoria.

En cuanto a la primera idea ha de notarse que la posibilidad de conflictos con proveedores, es un riesgo natural de cualquier negocio. Para poder mitigar dicho riesgo se puede optar por realización de acuerdos ecuanímenes, de bases sólidas y de forma contractual.

El segundo aspecto es la teórica desventaja por tener menos experiencia que el proveedor. Este es un aspecto que tiene su parte de cierto; el proveedor, en las negociaciones del contrato, va a manejarse con más soltura y, por tanto, puede intentar sesgar algunas de las cláusulas a su favor. Sin embargo el conocimiento necesario para lograr un contrato favorable que le salvaguarde se puede lograr con:

- Abogados con experiencia en derecho mercantil y en contratación, en general.
- Libros y tratados.
- Páginas web especializadas.

c. Riesgo de conflictos internos

Los conflictos internos son de dos clases:

- Antes del momento de la contratación.
- Durante el periodo de contrato.

Los primeros son debidos a que la organización del cliente va a tener que adaptarse a una nueva situación

en la que algunos de los componentes se pueden ver pérdida de comodidad y, otras veces, incluso perjuicios.

Por ejemplo, los trabajadores que están prestando servicios, en el momento de externalizar, se preocupan por sus puestos de trabajo y pueden pedir el auxilio de comités de trabajadores y de sindicatos. Dependiendo del entorno laboral, el asunto puede tener una dificultad de gestión importante.

Los usuarios de los servicios también se preocupan debido a que no desean realizar esfuerzos para adaptarse a la nueva situación.

El responsable de los servicios a externalizar también tiene inquietud sobre el efecto de la operación en el grado de poder que los demás van a ver en él después de la externalización debido a varios factores:

- El número de personas que le reportan.
- Si el servicio es mejor, los de alrededor pueden dudar de su profesionalidad.
- Tiene dudas acerca de si sabrá acomodarse a su nuevo papel, incluso si sabrá realizarlo correctamente.
- Tiene incertidumbre de cómo le va a afectar a sus planes profesionales.

Por todo ello, los responsables del servicio suelen mantener una postura contraria a la externalización si no están muy apoyados por la alta dirección. No es extraordinario que muchos de ellos propicien conflictos antes de la firma del contrato, incluso actuando contra los intereses de su propia empresa.

d. Riesgo de la elección del proveedor

Hay una serie de aspectos comunes a todos los servicios para ayudar a no equivocarse en la elección del proveedor que contrataremos.

El dilema del proveedor único es constante y uno de los de más difícil solución.

Los argumentos para tener un solo proveedor son contundentes:

- Se separa mejor la responsabilidad, con lo que el proveedor está más forzado a realizar un buen servicio.
- Se simplifica la gestión, la organización y los procedimientos.
- Se minimiza la estructura de control de contrato.
- Se pueden conseguir mejores economías de escala (en caso de existir).

1.4.4. LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE

Para editorial vértice SL. (2012), la calidad en el Servicio al Cliente “nos dan a conocer las siguientes definiciones, de calidad y de servicio al cliente:

1.4.5. LA CALIDAD

Definición

Para editorial vértice SL. (2012), define la Calidad como "el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes".

Esta es una definición de la calidad claramente centrada en el cliente. Los clientes tienen una serie de necesidades, requisitos y expectativas. Una empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio iguala o supera las expectativas de los consumidores; si en todo momento trata de satisfacer la inmensa mayoría de sus necesidades estará proporcionando calidad.

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave; representa, al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad.

Para editorial vértice SL. (2012), existen diferentes parámetros dentro de Calidad, los cuales son:

- **Clientela clave (el público objetivo)**

Clientela clave es aquella que, por sus expectativas y sus necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar. También se denomina en mercadotecnia: público objetivo.

Actualmente, tanto en el terreno industrial como en el del gran consumo, los mercados se segmentan cada vez más como consecuencia de la diversidad creciente de los gustos y preferencias de los clientes.

Ejemplo: Un estudiante no exige la misma calidad en el servicio de un hotel, que un hombre de negocios; el que compra un Opel Corsa no espera que su concesionario le preste el mismo servicio que el que adquiere un BMW. Ante la diversidad de necesidades, cada servicio debe seleccionar una clientela clave, ya que intentar satisfacer un poco a todos los consumidores se ha convertido en el medio más seguro de fracasar.

- **El nivel de excelencia**

En la prestación de un servicio, el concepto calidad no es sinónimo de lujo, ni de alcanzar el nivel superior en una categoría de producto. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando satisface las necesidades o la demanda de un grupo que ha sido seleccionado previamente.

Ejemplo:

Si un cliente ha comprado un frigorífico en unos grandes almacenes y ha solicitado que le sea entregado en casa en tres días, no es necesario intentar hacerlo en tres horas; en cambio, es conveniente que se cumpla dicho plazo con el objeto de asegurar el nivel de excelencia esperado.

Independientemente del tiempo que la empresa haya decidido para la entrega del producto, tres días o tres horas, ambos serán niveles de excelencia totalmente válidos. Cada nivel de excelencia debe responder a un cierto valor que el cliente esté dispuesto a pagar, en función de sus deseos o necesidades.

- **La Conformidad**

La "conformidad", que es el tercer parámetro de la calidad, consiste en mantener el nivel de excelencia en todo momento y en todo lugar.

Ejemplo:

En un estudio de fotografía un cliente no puede recibir una acogida mejor por la mañana que por la tarde. Un restaurante que pertenece a una cadena de

comida rápida no puede ofrecer un peor servicio en el centro que a las afueras de la ciudad.

De ahí se deduce que la dificultad de poder garantizar una calidad estándar en todos los servicios, es uno de los aspectos más difíciles de conseguir.

El riesgo de desviación con respecto al nivel de excelencia esperado aumentará en función de algunos factores; cuanto más se ofrezca un servicio en lugares diferentes o a través de intermediarios diferentes, mayor será el riesgo.

Las empresas que se sirven de intermediarios, como las de seguros, informática, o turismo, se encuentran con una doble dificultad: Mantener la calidad de su servicio de cara a sus distribuidores, y ayudar a estos a ofrecer una calidad igualmente buena a sus clientes.

Cuanto más dependa la Calidad del Servicio del comportamiento de los empleados, mayor es el riesgo de que ésta no se ajuste a las normas de la empresa (éste no es precisamente el caso de las máquinas expendedoras, en las que la presencia humana es prescindible para su funcionamiento).

Con independencia de que el comportamiento humano intervenga más o menos en la oferta del servicio, de que se ofrezca en múltiples lugares o no, a través de intermediarios o sin ellos, el objetivo debe estar en reducir la diferencia entre el servicio realmente ofrecido y el nivel de excelencia que se persigue. Intentar no tener defectos es la única garantía de éxito a largo plazo. **Equipo Vértice (2012, p 73)**

1.4.6. EL SERVICIO

Definición

Stanton & Walker (2004), definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores, ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar su importancia). El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o del servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación del mismo.

Ejemplo:

El comprador de un Mercedes espera cierto número de prestaciones: antes, durante, y después de la compra, tales como, demostraciones, prueba del vehículo, soluciones financieras a su medida, reparaciones rápidas, que no haya averías, etc.

Servicio no significa servilismo aunque, a veces, se tiendan a confundir ambos términos. Esto explica en parte la actitud de ciertos vendedores que se limitan únicamente a atender bien a los clientes sin tener en cuenta sus necesidades. No debemos olvidar que sin clientes no hay empresa, y sin servicio no hay clientes.

Continuando con Stanton & Walker, (2004) denotan que:

1.4.6.1. Servicio de productos

El servicio de productos tiene dos componentes: el grado de despreocupación y el valor añadido para el cliente.

Estos son los dos factores que interesan.

El grado de despreocupación

El comprador de un producto valora, además del precio y del rendimiento técnico del producto, lo que éste va a costarle en tiempo, esfuerzo y dinero. Mide los efectos en cuanto a:

- Entregas y reparaciones.
- Comprender su funcionamiento
- Encontrar rápidamente una solución si surgen problemas.

El Valor añadido

Es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor.

1.5. Marco conceptual

Outsourcing:

El Outsourcing es una relación contractual entre un vendedor externo y una empresa en la que el vendedor asume la responsabilidad de una o más funciones que pertenecen a la empresa. **Koontz & Weihrich (2002),**

Seguridad

Esta dimensión de la calidad el servicio se refiere a la destreza con la que deben de contar los empleados para comunicar credibilidad e inspirar la seguridad que el cliente busca, la organización debe mantener siempre este aspecto en un alto rango, de modo que los

consumidores que se acerquen encuentren la confianza que necesitan para mantener el imagen de la calidad que la empresa ofrece **Stanton & Walker (2004)**

Offshoring:

El offshoring consiste en la deslocalización internacional de actividades a través de proveedores externos, es decir, empresas con las que no existe ningún vínculo de propiedad, no obstante se puede referir al outsourcing realizado en otro país, tanto intra-empresa, como inter-empresas. **Pyndt & Pedersen (2005),**

TI (Tecnología de Información)

Son dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento. **Romaní C. (2008),**

Responsabilidad:

En este sentido, los empleados deben comprometerse con los clientes en cuanto a sus necesidades han sido expuestas. Esta responsabilidad va unida del compromiso que el empleado toma al encontrarse con el cliente. **Stanton & Walker (2004)**

El servicio al Cliente

El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. **Serna H. (2006),**

Empatía

Los empleados la ejercen cuando prestan atención al cliente, lo escuchan, personaliza en sus comentarios y sean flexibles para atender en forma individual a cada uno. Las organizaciones que dejan al azar la empatía tienen más probabilidades de encontrar variaciones extremas entre los empleados y las experiencias de los clientes acerca de esta dimensión. **Stanton & Walker (2004)**

Satisfacción al Cliente

La forma de medición que utilizan las empresas para cuantificar la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes. **Serna H., (2006)**

Confiabilidad:

Los empleados deben ante todo, transmitir a los clientes la confianza que ellos depositan al acudir a la empresa. Por ello los empleados deben asegurarse que todo el servicio marcha en perfecto estado. **Stanton & Walker (2004)**

II. Materiales y Procedimientos

2.1. Material

2.1.1. Población

Para el presente estudio se tomó como población a los 6,400 comercios afiliados al sistema VisaNet Perú, Sucursal Trujillo los cuales se encuentran activos al 30 de Julio del 2015.

Fuente: Reporte de códigos activos al sistema VisaNet Perú.

2.1.2. Marco de muestreo

Se tomó como referencia a los comercios que se encuentren afiliados y activos en el sistema VisaNet Perú. De la sucursal Trujillo.

2.1.3. Muestra

Se utilizó la fórmula de determinación de la muestra de una población finita y el tipo de Muestreo es Probabilístico:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{E^2 (N - 1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población (clientes) es de 6,680.

Z: Unidades de desviación estándar a un nivel de confianza de 95%

p: Proporción de influencia del outsourcing con impacto positivo= 50%

q: Proporción de influencia del outsourcing con impacto negativo= 50%

E: Error de estimación= 0.5

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)(6680)}{(0.05)^2 (6680 1) + (1.95)^2(0.50)(0.50)}$$

$$n = 404$$

Utilizando el muestreo simple para las poblaciones finitas y cuyo resultado nos arrojó 404 clientes.

2.1.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Técnica que permitió evaluar la influencia del outsourcing y la relación directa que tiene esta con la calidad del servicio al cliente de la empresa VisaNet Perú.

Instrumento: Cuestionario

Se diseñó un cuestionario orientado para conocer la percepción de los clientes hacia calidad del servicio de las áreas tercerizadas: Fuerza de Ventas y Servicio Post-Venta, recibidos por parte de la empresa VisaNet Perú sucursal Trujillo.

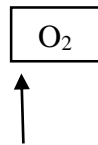
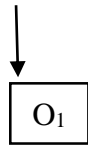
2.2.Procedimientos

2.2.1. Diseño de contrastación

Se aplicó el diseño descriptivo comparativo de dos grupos después.

Esquema:

X: Evaluación del outsourcing.



X: Evaluación del outsourcing.

Donde:

X: Evaluación del outsourcing.

O₁: Calidad en el servicio del área de ventas.

O₂: Calidad en el servicio del área de servicio post – venta.

2.2.2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Outsourcing	El Outsourcing es una relación contractual entre un vendedor externo y una empresa en la que el vendedor asume la responsabilidad de una o más funciones que pertenecen a la empresa.	Ventas	-Ejecutivos de ventas adecuadamente capacitados.	1.- El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios. 2.- Recibió la información correcta respecto a los costos que incurre tener un POS 3.-Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.	Tasa o Razón	Cuestionario

Outsourcing		Servicio Post-Venta	-Ejecutivo pos-venta cuenta con técnicas de capacitación adecuadas.	4.-Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.	Tasa o Razón	
			-Cantidad de Visitas técnicas por averías al mes.	5.-Recibe una rápida solución del problema, ante una avería.		
			-Cantidad de Clientes Visitados	6.-Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio	Tasa o Razón	Cuestionario
				7.-La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio.		

Calidad de Servicio al cliente	Es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes, como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades	Expectativas de la Calidad	-Opinión del cliente	<p>8.- VisaNet procesa las transacciones de ventas de manera confiable.</p> <p>9.- Considero óptimo el nivel de servicio recibido por la empresa.</p> <p>10.- Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas.</p>	Tasa o Razón	Cuestionario
		Percepción del servicio	-Percepción del cliente	<p>11.- Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.</p> <p>12.-Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas.</p> <p>13.-VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio.</p>		

III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos de acuerdo a las encuestas aplicadas a una muestra de clientes afiliados al sistema VisaNet Perú – Sucursal Trujillo.

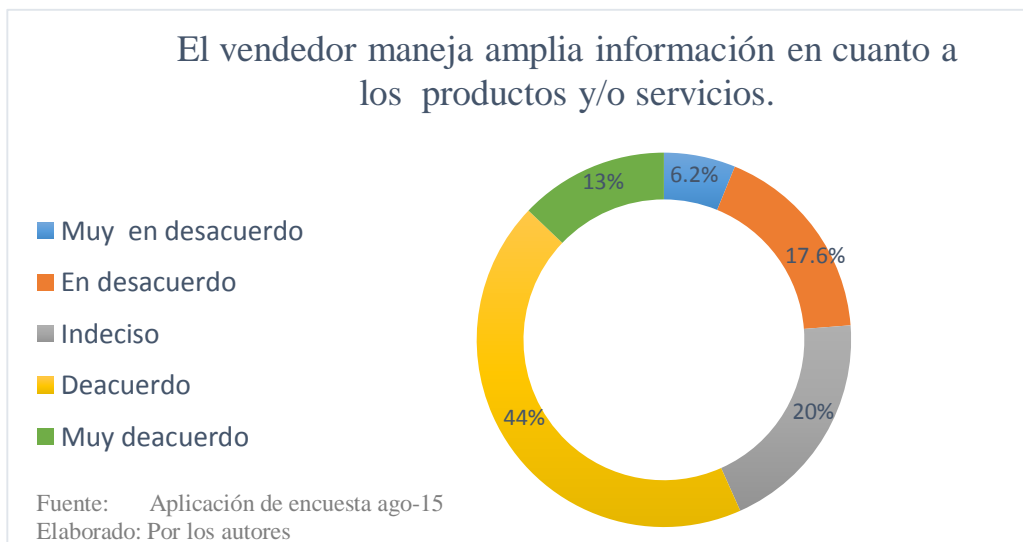
Cuadro N° 01:

El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	25	6%
En desacuerdo	71	18%
Indeciso	79	20%
De acuerdo	177	44%
Muy de acuerdo	52	13%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N°01



INTERPRETACIÓN:

- Según los datos obtenidos en el cuadro N° 1 se puede observar que un 57 % de los encuestados, corroboran el buen desempeño de los ejecutivos al momento de brindarles información del producto. Mientras que un 23.8 % no está de acuerdo.

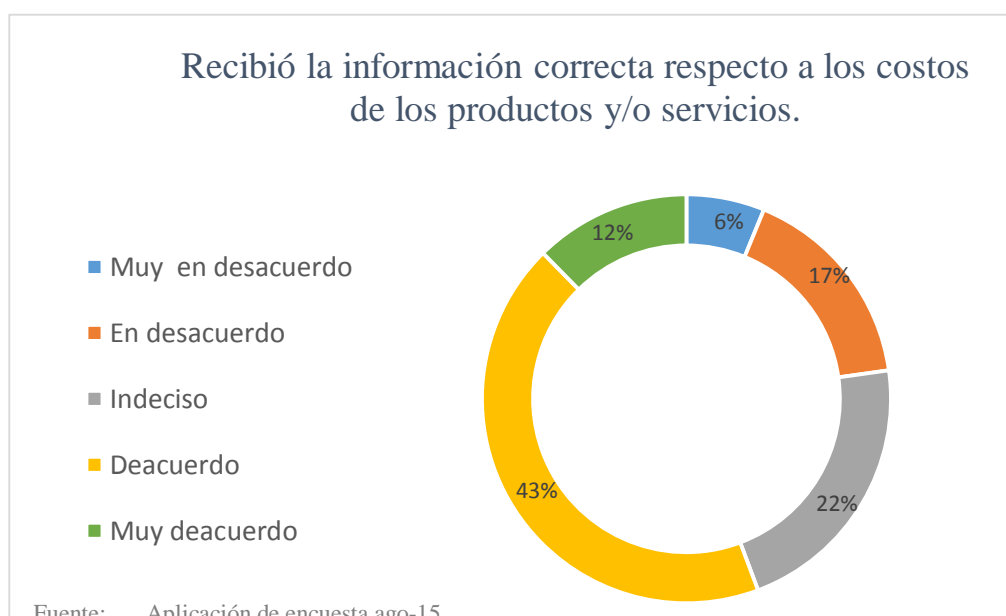
Cuadro N° 02:

Recibió la información correcta respecto a los costos que incurre tener un POS.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	25	6%
En desacuerdo	67	17%
Indeciso	87	22%
De acuerdo	175	43%
Muy de acuerdo	50	12%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 02



INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a lo mostrado en el cuadro N° 2 se puede apreciar que un 55% de los encuestados afirma haber recibido información correcta sobre los costos del servicio, mientras que el otro 45 % muestra dudas y no entendió completamente al ejecutivo.

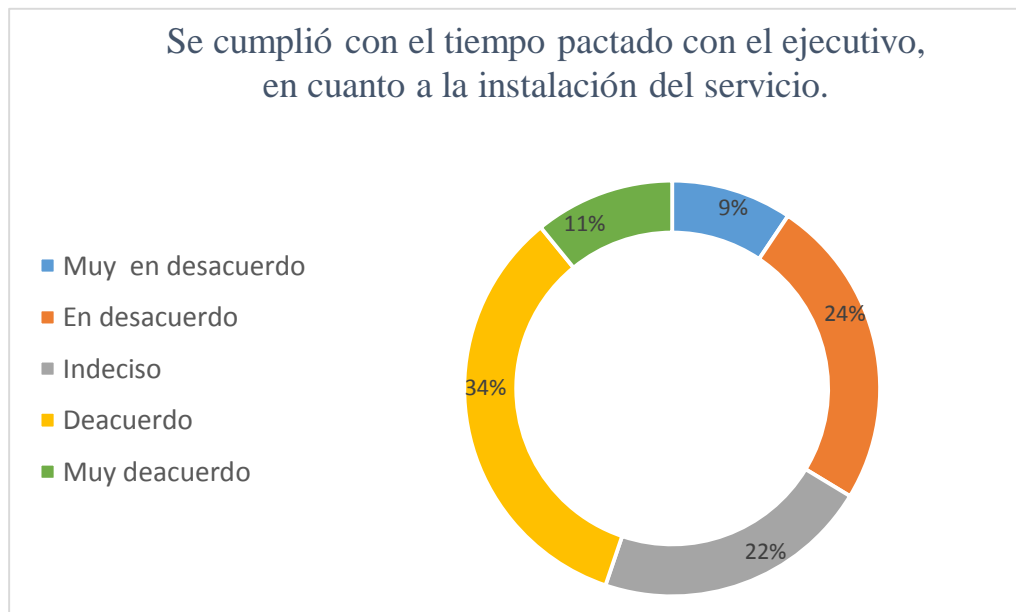
Cuadro N° 03:

Se cumplió con el tiempo pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	38	9%
En desacuerdo	98	24%
Indeciso	87	22%
De acuerdo	137	34%
Muy de acuerdo	44	11%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 03



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- Según los datos obtenidos en el cuadro N° 3, el 45% de los encuestados están totalmente satisfechos con el tiempo de atención por parte de VisaNet. Mientras que un reducido 55% está en insatisfecho con el tiempo de la instalación.

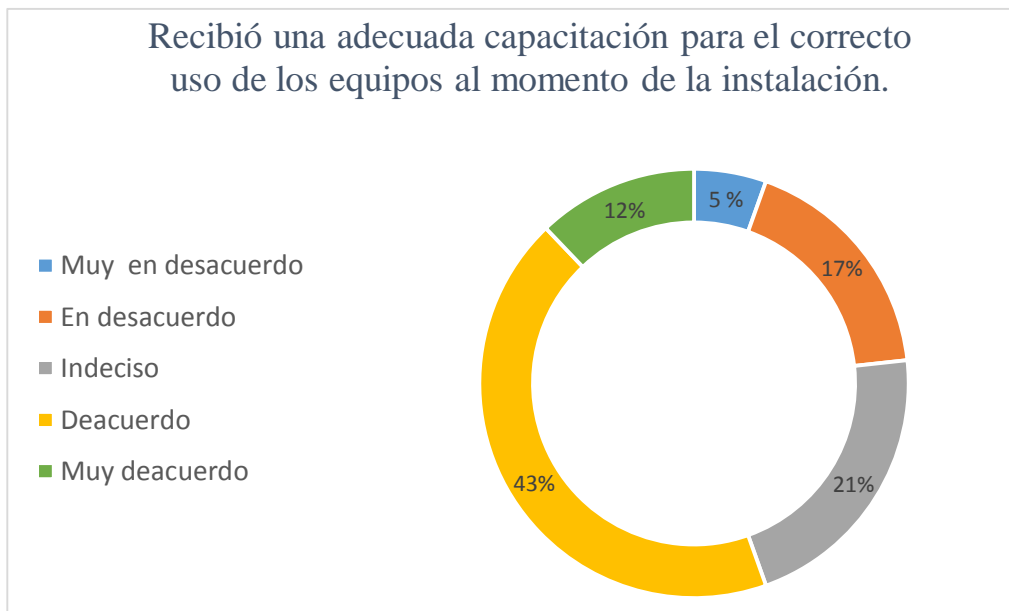
Cuadro N° 04:

Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	72	18%
Indeciso	86	21%
De acuerdo	175	43%
Muy de acuerdo	49	12%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N°04



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 4 el 55% de los encuestados están satisfechos con la capacitación recibida por parte de la empresa, paralelamente un 45% opina lo contrario.

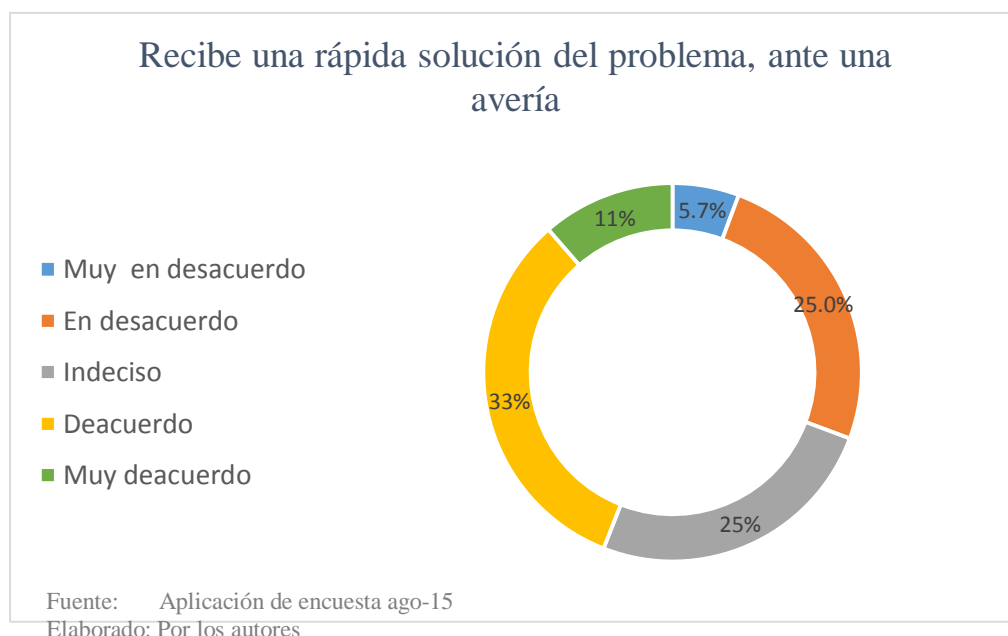
Cuadro N° 05:

Recibe una rápida solución del problema, ante una avería.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	23	6%
En desacuerdo	101	25%
Indeciso	102	25%
De acuerdo	132	33%
Muy de acuerdo	46	11%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 05:



INTERPRETACIÓN:

- Según los datos obtenidos del cuadro N° 5, un 44% de los encuestados se encuentran satisfechos en relación al tiempo de espera al momento de reportar alguna avería, mientras que un 56 % se encuentran insatisfechos.

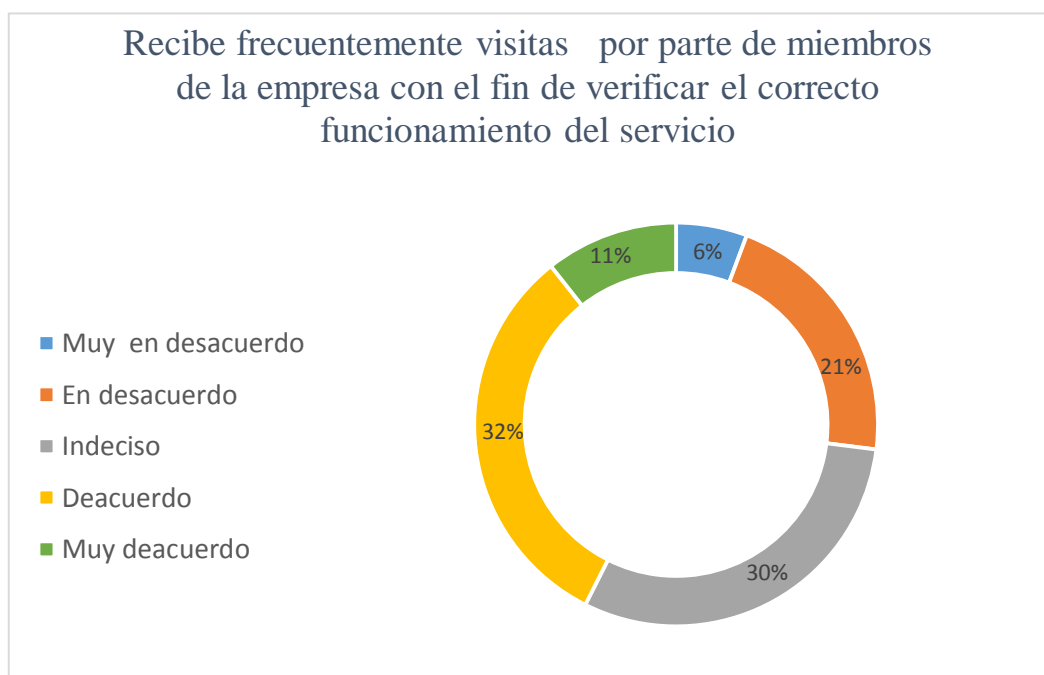
Cuadro N° 06:

Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	23	6%
En desacuerdo	86	21%
Indeciso	123	30%
De acuerdo	129	32%
Muy de acuerdo	43	11%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 06:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- Según los datos obtenidos del cuadro N° 6, un 43% afirma que recibe visitas de la empresa con frecuencia, mientras que la mayor parte de los encuestados aducen que no reciben visitas.

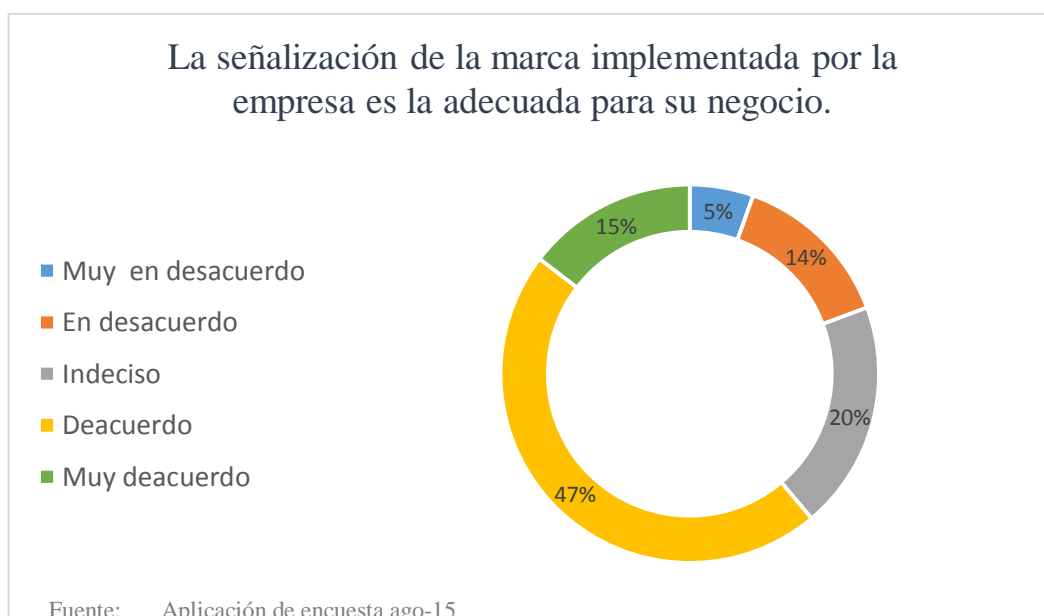
Cuadro N° 07:

La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	56	14%
Indeciso	79	20%
De acuerdo	188	47%
Muy de acuerdo	59	15%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 07:



INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a las cifras mostradas en el cuadro N° 7 un 63 % de los encuestados afirma tener una correcta señalización, mientras que el 37% no está conforme con la señalización que fue implementada por la empresa.

Cuadro N° 08:

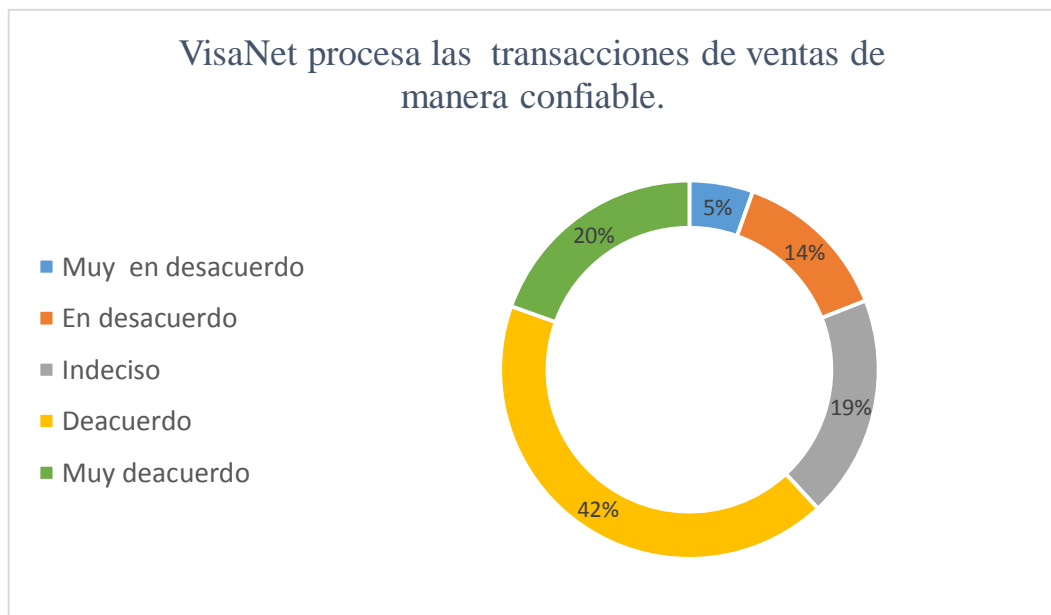
VisaNet procesa las transacciones de ventas de manera confiable.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	55	14%
Indeciso	77	19%
De acuerdo	171	42%
Muy de acuerdo	79	20%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15

Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 08:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15

Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- Según a las cifras mostradas en el cuadro N° 8 un 62 % de los encuestados coincide en que VisaNet es confiable, mientras que el 38% no tiene la plena confianza con la empresa.

Cuadro N° 09:

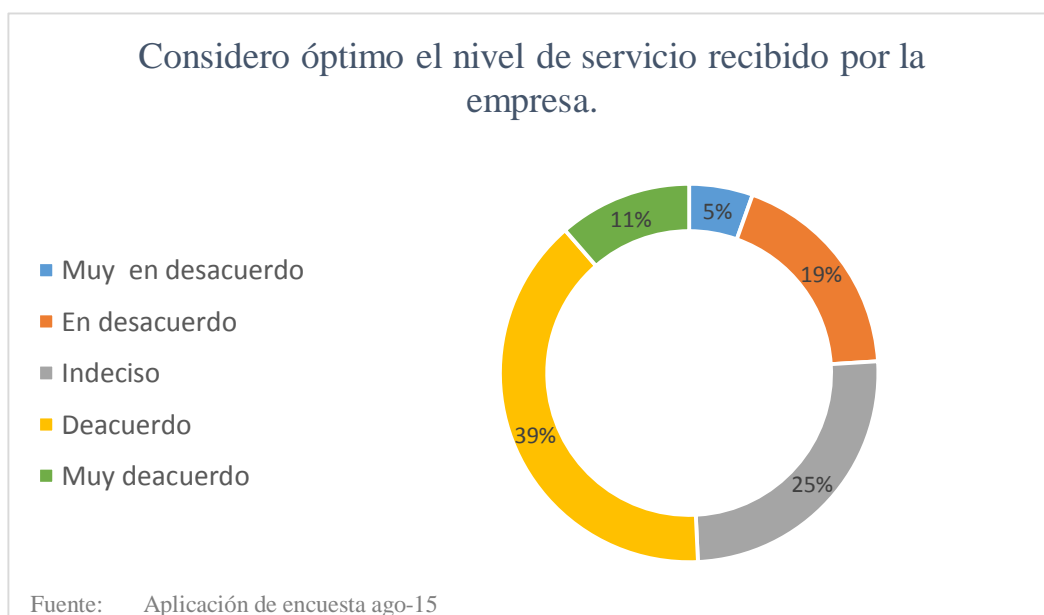
Considero óptimo el nivel de servicio recibido por la empresa.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	75	19%
Indeciso	102	25%
De acuerdo	159	39%
Muy de acuerdo	46	11%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15

Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 09:



INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 9; Para el 50 % de los encuestados, el nivel de servicio recibido por VisaNet es óptimo, mientras que un reducido 24% opina lo contrario.

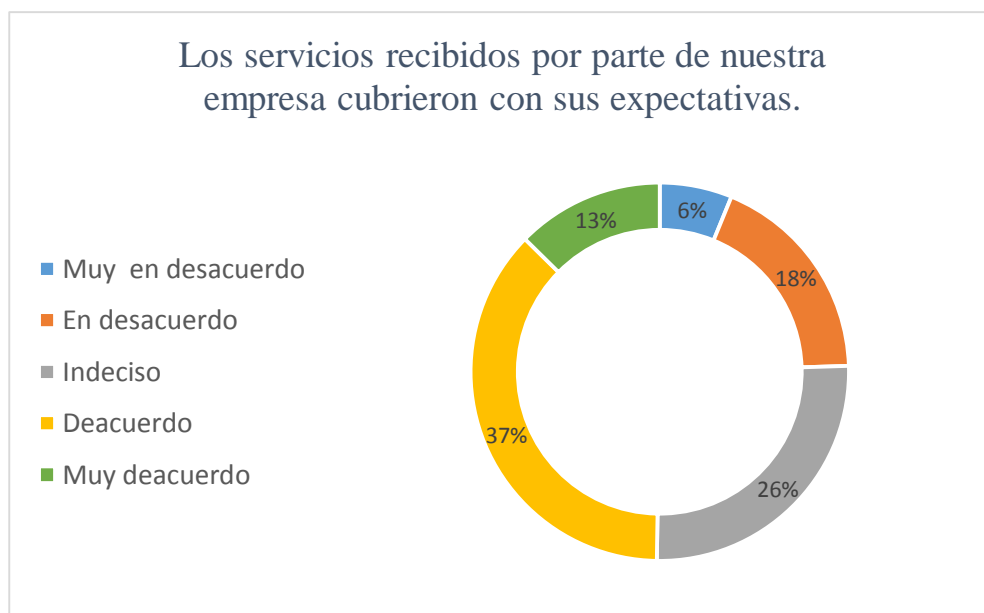
Cuadro N° 10:

Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	25	6%
En desacuerdo	74	18%
Indeciso	104	26%
De acuerdo	150	37%
Muy de acuerdo	51	13%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 10:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 10; Para el 50 % de los encuestados, VisaNet cubre con las expectativas de los clientes, mientras que un reducido 24% opina lo contrario.

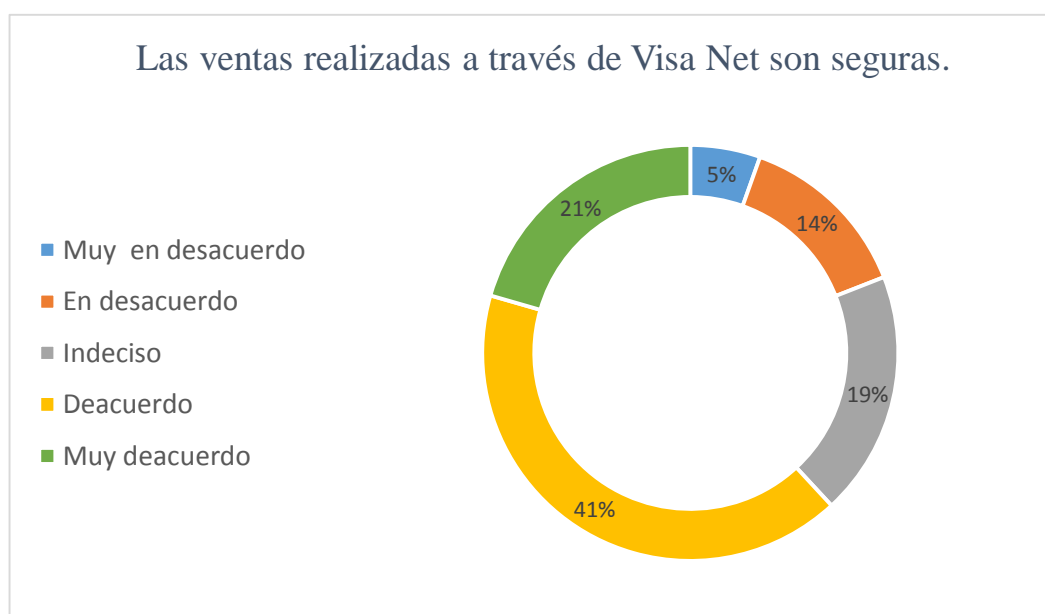
Cuadro N° 11:

Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	55	14%
Indeciso	77	19%
De acuerdo	167	41%
Muy de acuerdo	83	21%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 11:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 11; Para el 62 % de los encuestados, realizar ventas a través de VisaNet es seguro, mientras que un reducido 19% cree lo contrario.

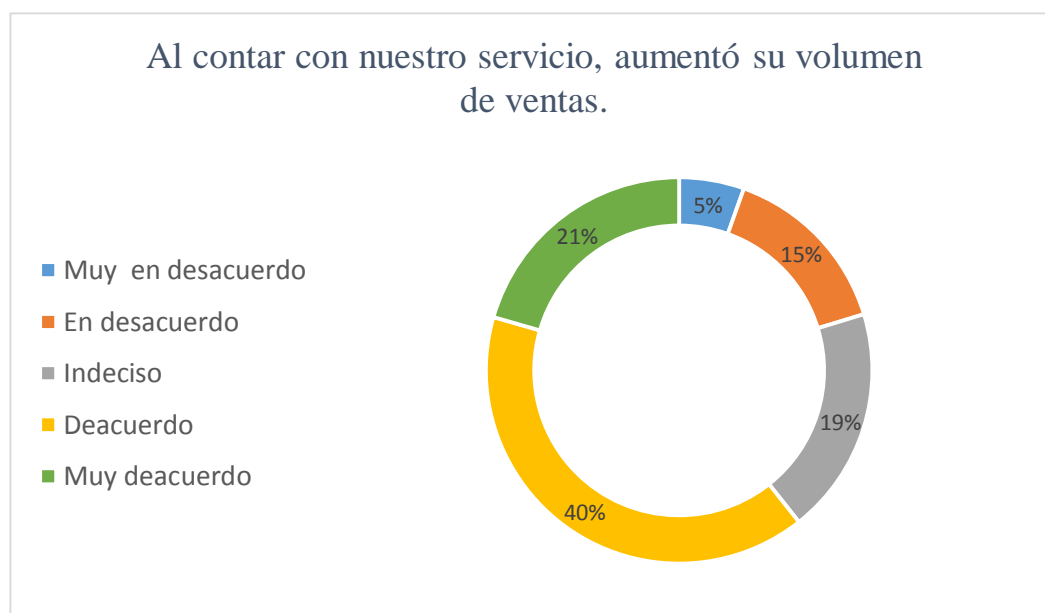
Cuadro N° 12:

Al contar con nuestro servicio, aumentó su volumen de ventas.

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	60	15%
Indeciso	77	19%
De acuerdo	162	40%
Muy de acuerdo	83	21%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 12:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 12; Para el 61 % opina que al contar con el servicio de Visanet incrementa sus ventas, mientras que un reducido 20 % cree lo contrario.

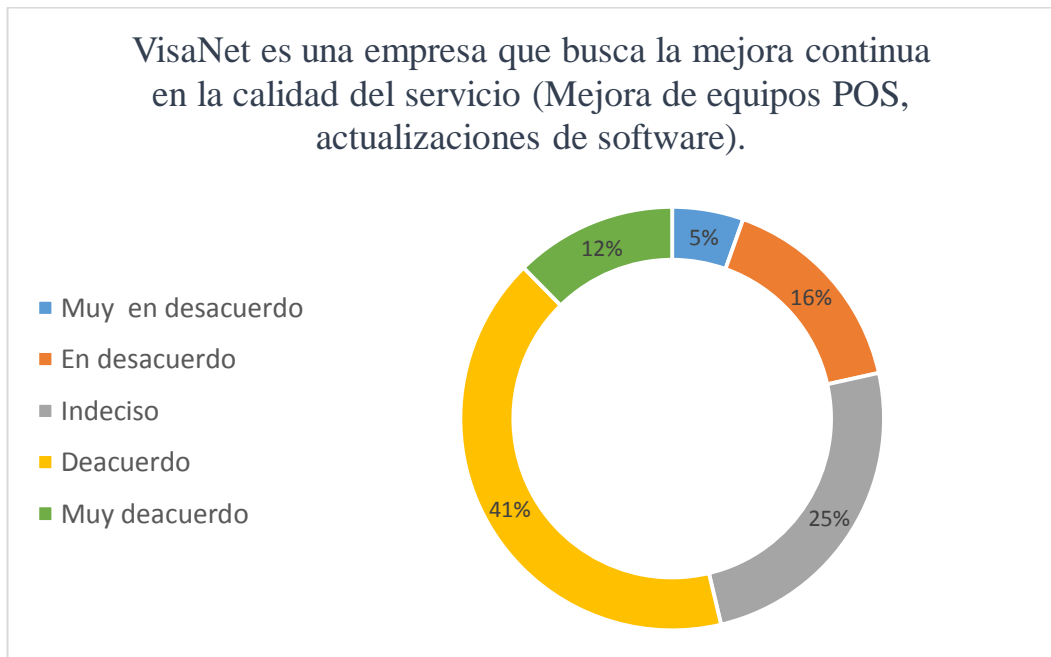
Cuadro N° 13:

VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio (Mejora de equipos POS, actualizaciones de software).

ALTERNATIVA	Q	(%)
Muy en desacuerdo	22	5%
En desacuerdo	65	16%
Indeciso	100	25%
De acuerdo	167	41%
Muy de acuerdo	50	12%

Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

Gráfico N° 13:



Fuente: Aplicación de encuesta ago-15
Elaborado: Por los autores

INTERPRETACIÓN:

- De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 13; Para el 53 % de los encuestados opina que VisaNet ha venido haciendo mejoras en diversos aspectos, mientras que un reducido 21 % cree lo contrario.

3.2. Discusión de Resultados

- Tomando como punto de partida los objetivos planteados en el presente proyecto, se observa lo siguiente:

En base a los resultados obtenidos en los cuadros N° 1, 2,3 y 4, donde se ve reflejado el desempeño de la fuerza de ventas, quienes forman parte de un área tercerizada, se observa que en promedio, el 53% de los encuestados aprueba el desempeño de los ejecutivos de venta; a pesar de que sobrepasa el 50% de aprobación, no es el resultado esperado para una empresa que viene aplicando el outsourcing con la finalidad de contar con personal especializado, lo cual es apoyado por Guzmán C., (2008) en su tesis Panorama del Outsourcing en México, donde concluye que una de las razones principales para optar por una estrategia de outsourcing, es la experiencia y especialidad con la que cuenta el proveedor.

- Dentro los factores primordiales para una buena prestación de servicio, es relevante con qué rapidez se solucionan los problemas ante cualquier tipo de avería.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el cuadro N° 5, se puede observar que el 66 % no está satisfecho con el tiempo de atención brindado ante posibles averías por parte de la empresa.

Cabe mencionar que el servicio técnico al igual que otras áreas, esta tercerizado, con el objetivo de brindar el soporte adecuado ante cualquier eventualidad. Dicho resultado concuerda con lo sustentado por los Br. Dell M. & Br. Pérez L (2005), donde concluyen que algunos de los beneficios potenciales de utilizar el Outsourcing es darle un enfoque más dedicado a actividades competitivas de la empresa, mayor flexibilidad y rapidez de respuesta.

- Como en toda empresa, la fidelización del cliente es parte fundamental del crecimiento de la misma, en tal sentido el manejo

de un buen servicio post venta coadyuva a mantener satisfechos a los clientes.

De acuerdo a los resultados obtenidos en los cuadros N° 6 y 7 se observa que un 52% en promedio aprueba la gestión de la empresa en relación al servicio post-venta.

Sin embargo dicho resultado no cubre con las expectativas estimadas lo cual influye negativamente en la sostenibilidad de la empresa.

Dicho resultado discrepa con lo aportado Según Forneas C. (2008), donde indica que una de las razones para implementar el outsourcing es la mejora continúa de la calidad un proceso sistemático de perfeccionamiento de la gestión empresarial de cara al cliente.

- En relación al marco teórico desarrollado anteriormente en la presente investigación, donde se expresa que la calidad es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades latentes de los clientes (Grupo Vértice, 2012). Podemos observar que a raíz de los resultados obtenidos donde VisaNet Perú sucursal Trujillo, adopta deficiencias en el tema de lograr calidad total en su servicio, por lo que se deduce que el desempeño de las empresas tercerizadas, las cuales cubren áreas como: fuerza de venta y servicio post venta, no cuentan con un adecuado monitoreo por parte de VisaNet.
- Tomando en cuenta los resultados obtenidos referentes a la calidad de servicio (cuadros del 8 - 13) se obtuvo un 56% de aprobación en promedio. Lo cual da a entender que la empresa no logra abarcar totalmente las expectativas de sus clientes, haciendo un especial

énfasis en la calidad del servicio. Cabe mencionar que un 22% en promedio mostró indecisión para responder a las preguntas.

Lo cual explica que se cuenta con un 22% de clientes insatisfechos con la calidad del servicio, siendo este un índice considerable tomando en cuenta la cantidad de clientes con los que la empresa cuenta. Esta investigación corrobora datos obtenidos anteriormente en otros estudios tales como: De Guzmán C. (2008), “Panorama del Outsourcing en América Latina”, donde se afirma que el outsourcing es sólo un medio de flexibilizar el proceso productivo o una estrategia de ahorro; según los resultados obtenidos podemos afirmar que en efecto, la práctica o el uso de dicha herramienta de gestión no garantiza de por sí una mejora en la calidad del servicio ofrecido a los clientes.

- En el estudio de los Br. Dell A. M. & Br. Pérez L., (2005), se concluye en que el outsourcing presenta desventajas tales como el declive de la innovación y la pérdida de control en algunos aspectos de la organización, lo que se ve reflejado claramente en los resultados obtenidos en los cuadros N° 5 y 6 de la presente investigación.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- En el presente estudio se pudo concluir estadísticamente que el outsourcing influye significativamente en un 56.5% a la calidad del servicio en la empresa Visanet Perú sucursal Trujillo; mientras que por otro lado el nivel de satisfacción de los clientes es de un 51.4%.
- Al finalizar el presente estudio, podemos concluir que VisaNet al emplear outsourcing reduce la posibilidad de ejercer un buen control, ya que el personal colaborador que trabaja representando a la marca, no se relaciona directamente con VisaNet.
- A raíz de los resultados obtenidos con respecto a la calidad de servicio de VisaNet, se encontró que un 50% de los encuestados no están satisfechos con la calidad de servicio, siendo estas las áreas tercerizadas, las cuales están en contacto directo con los clientes, denotando que existen falencias en el desempeño de dichos proveedores.
- El outsourcing puede resultar eficiente para VisaNet en aspectos monetarios y de rendimiento, sin embargo enfocado hacia la calidad del servicio al cliente resulta ineficiente, al no cubrir con las expectativas y exigencias de los clientes.
- En una empresa como VisaNet donde se manejan constantemente tiempos de atención, influye bastante en la satisfacción del cliente, el tiempo que toma cada atención por motivos como: instalaciones, averías, trámites administrativos, etc.
- El outsourcing que se aplica en la empresa VisaNet Sucursal Trujillo es eficaz más no eficiente. Al no emplear el tiempo de

forma adecuada, por tal razón se incrementan los tiempos de atención.

- El tercerizar los servicios por medio del outsourcing ,implica un riesgo latente para la imagen que el usuario tiene del servicio que brinda VisaNet ya que los clientes al ser atendidos no logran hacer una separación entre la empresa matriz y la empresa tercerizada y perciben el servicio como un todo.

4.2.Recomendaciones

- Auditar continuamente a los colaboradores para llevar un mejor control progresivo de su trabajo, asimismo estrechar las relaciones entre proveedor y la empresa.
- Realizar capacitaciones periódicas y/o talleres al personal que se encuentra relacionado directamente con los clientes para mejorar la experiencia de los clientes con el servicio de VisaNet en Trujillo.
- Identificar a los colaboradores tercerizados con la empresa contratante, asimismo motivarlos con bonificaciones periódicas ya que la desmotivación puede ser un factor determinante para un buen desempeño.
- Aumentar los canales de atención y reducir la derivación de atenciones entre áreas. Para así optimizar las atenciones.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Libros

- Chase & Alilano. (2005), Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva, (10ª Ed.) México D.F, Mc Graw Hill
- Forneas C. (2008), Outsourcing Saque el mayor partido de sus proveedores. Editorial Netbiblo. La Coruña – España.
- Grupo Vértice Publicaciones (2012), La calidad del servicio al cliente Málaga – España:
- Koontz, y Weihrich, (2002) Administración una Perspectiva Global, (12ªEd.) México D.F, Mc Graw Hill.
- Pyndt & Pedersen (2006). Managing global offshoring estrategias.
- Serna G. (2006) Servicio al cliente: métodos de auditoría y medición.
- Stanton, Etzel & Walker (2004), “Fundamentos de Marketing” 13va. Edición.

Tesis

- Cobo R. (2008), El concepto de tecnologías de información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede México.
- De Cortez Segura (2012), “Un plan de negocio para la creación de una empresa de outsourcing en fabricación de joyería” Trabajo presentado como requisito parcial para optar al Título De Ingeniero Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.

- De los Br. Dell U. y Br. Pérez G. (2005), “Outsourcing como una herramienta de apoyo empresarial para el presente y futuro” Trabajo presentado como requisito parcial para optar al Título De Licenciado en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad de Oriente, núcleo de Monagas, Maturín, Venezuela.
- De Manchego Odar, “Gestión del Outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C.” Trabajo para optar el grado Académico de Magister en Administración, con mención en Gestión Empresarial, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Guzmán C. (2008), “Panorama del Outsourcing en México”. Trabajo presentado como requisito parcial para optar al grado de Maestro en Ingeniería (Ingeniería de sistemas-Industrial), Universidad Nacional Autónoma de México, México

Página Web

- American Staffing Association, 2007 <https://americanstaffing.net>
- Federico Amprimo, 2012 (director de Integrated Sales & Marketing Programs de IDC para América Latina) Cio Perú, Recuperado de: <http://cioperu.pe/articulo/11275/el-outsourcing-en-el-peru/>
- Hernández, Ch. C. (2007) Competitividad en las PYME <http://www.PyME.com.mx/articulos-de-PyME/muestra-articulo-datos.php?registro=146>
- Rojas, T. A. M. (2006) Outsourcing principal motor de servicios. Analista de servicios TI y redes en Select TI en 1er trimestre de 2006 http://www.esemanal.com.mx/articulos.php?id_sec=12&id_art=3957

ANEXOS

Validación por Juicio de Expertos

Estimado Docente, el siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer la evaluación de la influencia del outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa VisaNet – Perú sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016, por favor valide el instrumento de investigación que es parte de la tesis profesional.

Variable Independiente	Correcto	Incorrecto	Observación
1. El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.	/		
2. Recibió la información correcta respecto a los costos de los productos y/o servicios.	/		
3. Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.	/		
4. Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.	/		
5. Recibe una rápida solución del problema, ante una avería	/		
6. Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio.	/		
7. La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio	/		
8. VisaNet es una empresa altamente confiable.	/		
9. Considero optimo el nivel de servicio recibido por la empresa	/		

11. Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.	/		//
12. Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas.	/		//
13. VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio	/		//

Observación: Se debe ordenar los ítems con los indicadores planteados.



Revisor de la prueba

ROSA BEATRIZ VIDALON MORENO
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION
 AREA: RECURSOS HUMANOS.

Validación por Juicio de Expertos

Estimado Docente, el siguiente cuestionario tiene como objetivo conocer la evaluación de la influencia del outsourcing en la calidad de servicio al cliente de la empresa VisaNet – Perú sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016, por favor valide el instrumento de investigación que es parte de la tesis profesional.

Variable Independiente	Correcto	Incorrecto	Observación
1. El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.	/		
2. Recibió la información correcta respecto a los costos de los productos y/o servicios.	/		
3. Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.	/		
4. Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.	/		
5. Recibe una rápida solución del problema, ante una avería	/		
6. Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio.	/		
7. La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio	/		
8. VisaNet es una empresa altamente confiable.	/		
9. Considero optimo el nivel de servicio recibido por la empresa	/		

10. Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas.	/		
11. Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras.	/		
12. Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas.	/		
13. VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio	/		



 Firma

Docente: lic. J. Rafael Zaldiver D'Angelo, MBA.
 Fecha: 03/10/15

2.2.2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Outsourcing	El Outsourcing es una relación contractual entre un vendedor externo y una empresa en la que el vendedor asume la responsabilidad de una o más funciones que pertenecen a la empresa.	Ventas	-Ejecutivos de ventas adecuadamente capacitados.	<p>1.- El vendedor maneja amplia información en cuanto a los productos y/o servicios.</p> <p>2.- Recibió la información correcta respecto a los costos que incurre tener un POS</p> <p>3.- Se cumplió con el tiempo de instalación pactado con el ejecutivo, en cuanto a la instalación del servicio.</p>	Tasa o Razón	Cuestionario

Outsourcing		Servicio Post-Venta	<p>-Ejecutivo pos-venta cuenta con técnicas de capacitación adecuadas.</p> <p>-Cantidad de Visitas técnicas por averías al mes.</p>	<p>4.-Recibió una adecuada capacitación para el correcto uso de los equipos al momento de la instalación.</p> <p>5.-Recibe una rápida solución del problema, ante una avería.</p>	Tasa o Razón	Cuestionario
			<p>-Cantidad de Clientes Visitados</p>	<p>6.-Recibe frecuentemente visitas por parte de miembros de la empresa con el fin de verificar el correcto funcionamiento del servicio</p> <p>7.-La señalización de la marca implementada por la empresa es la adecuada para su negocio.</p>	Tasa o Razón	

<p>Calidad de Servicio al cliente</p>	<p>Es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes de los clientes, como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades</p>	<p>Expectativas de la Calidad</p>	<p>-Opinión del cliente</p>	<p>8.- VisaNet procesa las transacciones de ventas de manera confiable. 9.- Considero óptimo el nivel de servicio recibido por la empresa. 10.- Los servicios recibidos por parte de nuestra empresa cubrieron con sus expectativas. 11.- Las ventas realizadas a través de Visa Net son seguras. 12.-Al contar con nuestro servicio, aumenta su volumen de ventas. 13.-VisaNet es una empresa que busca la mejora continua en la calidad del servicio.</p>	<p>Tasa o Razón</p>	<p>Cuestionario</p>
---------------------------------------	---	-----------------------------------	-----------------------------	--	---------------------	---------------------

ENCUESTA SOBRE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE



OBJETIVO : Determinar cuál es la influencia del outsourcing en calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú - Trujillo periodo 2015

FECHA: / /

INTRUCCIONES : Marque con un (x) la respuesta que considere conveniente. La información recabada es estrictamente confidencial

	Muy desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Muy de acuerdo
<u>Outsourcing</u>					
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
<u>Calidad de Servicio</u>					
8					
9					
10					
11					
12					
13					

CONTRASTE DE HIPOTESIS CON LA PRUEBA CHI - CUADRADO

Objetivo: Prueba de independencia de las variables en estudio

CONFIABILIDAD AL 95%

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
CALIDAD DE SERVICIO	14	42	50	86	218
OUTSOURCING	10	30	41	75	186
TOTAL	24	72	91	161	404,00

Ho: El outsourcing influye significativamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo periodo 2015.

Ha: El outsourcing influye significativamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo periodo 2015.

TABLA DE CONTINGENCIA

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
CALIDAD DE SERVICIO (X1)	14	42	50	86	218
EL OUTSOURCING INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	10	30	41	75	186
TOTAL	24	72	91	161	404,00

TABLA DE FRECUENCIAS OBSERVADAS

n° de encuestados

hay calidad en el servicio
influencia del outsourcing en la calidad del servicio

51.4%
56.5%

se observa que :

$$\frac{24}{404} \times \frac{218}{404} = 12.95 \quad \text{F. ESPERADA}$$

El outsourcing influye o afecta en un 56.5% en la calidad de servicio ofrecido a los clientes.
 El nivel de satisfacción del cliente con respecto a la calidad del servicio es de un 51.4%.

TABLA DE FRECUENCIAS ESPERADAS

	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
CALIDAD DE SERVICIO (X1)	12.95	38.85	49.10	86.88	30.22
EL OUTSOURCING INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO	11.05	33.15	41.90	74.12	25.78
TOTAL	24	72	91	161	56
					404.00

Formula Chi-Cuadrado =
$$X^2_{\text{calculada}} = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

PASAMOS A CALCULAR EL ESTADÍSTICO DE PRUEBA CHI-CUADRADO (X²)

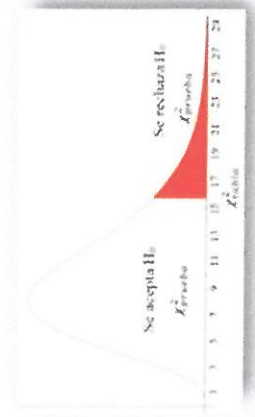
practico X²= 2.072

teorico X²_{α,(r-1)(c-1)} X²_{0.05,(2)(15-1)} 9.488

r n° de variab
 c n° de column

X² < 9.488

SE ACEPTA H₀



Determinar si el outsourcing influye significativamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet Perú Sucursal Trujillo