

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI

“JOSÉ BALLIVIAN”

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“INSTRUMENTO DE OUTSOURCING Y LA EFICIENCIA DE LAS
VENTAS EN LAS EMPRESAS DE GUAYARAMERÍN, 2018”**

**TESIS DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Univ. Mariela Luizaga Sanchez

POSTULANTE

M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez Mamani

TUTOR

Guayaramerín – Marzo – 2019

HOJA DE APROBACIÓN

Fecha de aprobación de Tesis de Grado.....de.....del 2019

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

1.- Lic. Yrasi Balcázar Yomeye

.....

2.- Lic. Wilson Franco Semo

.....

3.- Lic. Ángel Juchasara Mercado

.....

FIRMAS

TUTOR

M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez Mamani

.....

POSTULANTE

Mariela Luizaga Sanchez

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerzas en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, Justiniano Luizaga R. y Placida Sánchez C., quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me apoyaron incondicionalmente en todo momento.

A mis hijos Danelis y Matias por ser mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme.

¡Los amo!

Mariela Luizaga Sánchez

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Autónoma del Beni, por haberme permitido formarme en ella, así como también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante.

A mi tutor M. Sc. Lic. Ramiro Irineo Álvarez, por sus conocimientos impartidos y por haberme tenido paciencia para guiarme durante todo el desarrollo de la tesis.

A todos mis compañeros y amigos, gracias porque siempre estuvieron ahí, brindándome su apoyo en los momentos buenos y malos.

¡Muchas gracias!

Mariela Luizaga Sánchez

INDICE

Contenido	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
2 SITUACIÓN PROBLÉMICA	2
3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
4 OBJETIVOS	2
4.1 OBJETIVO GENERAL	2
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
5 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	2
5.1 PUNTO DE VISTA ECONÓMICO	3
5.2 PUNTO DE VISTA SOCIAL.....	3
5.3 PUNTO DE VISTA ACADÉMICO	3
6 HIPOTESIS	3
6.1 HIPÓTESIS GENERAL	3
6.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	3
7 IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES	4
7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	4
7.2 VARIABLE DEPENDIENTE	4
7.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	5
CAPITULO I	8
ANTECEDENTES	8
CAPITULO II	11
METODOLOGÍA	11

2.1	TIPO DE INVESTIGACION	11
2.2.	ALCANCE.....	14
2.3	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	14
2.4	TÉCNICAS	15
2.4.1	Instrumento de medición	15
2.4.2	Validez.....	15
2.4.3	Confiabilidad de los instrumentos	16
2.5	POBLACIÓN Y MUESTRA	16
2.6	MÉTODOS TEÓRICOS	17
CAPITULO III		18
MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL		18
3.1	MARCO TEÓRICO.....	18
3.1.1	Definición de administración	18
3.1.2	Funciones de la administración	18
3.1.3	Herramientas administrativas	19
3.1.4	Outsourcing	19
3.1.5	Outsourcing: importancia y aplicación.....	20
3.1.6	Dimensiones del outsourcing	20
3.1.7	Eficiencia de las ventas	23
3.1.8	Dimensiones de eficiencia de las ventas	24
3.2	MARCO CONCEPTUAL.....	24
CAPITULO IV.....		26
DIAGNÓSTICO		26
4.1	RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.....	26
4.2	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	27

CAPITULO V	55
VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	55
5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	56
5.2 VARIABLE DEPENDIENTE	57
5.3 VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS	58
5.3.1 Validación de información	58
5.3.2 Hipótesis general	59
5.3.3 Hipótesis específicas	62
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES	69
BIBLIOGRAFIA	70
ANEXOS.....	I

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido

Cuadro N° 1

Operacionalización de las variables..... 5

Cuadro N°2. 1

Escala de coeficiente de correlación de Spearman 12

Cuadro N°2. 2

Rangos del coeficiente de cronbach..... 12

Cuadro N° 4. 1

Empresas que utilizan el outsourcing en Guayaramerín, 2018 27

Cuadro N° 4. 2

¿En qué grado influye el outsourcing dentro de sus objetivos estratégico? 28

Cuadro N° 4. 3

¿En qué grado considera que el outsourcing afecta en la elaboración del plan de trabajo?
..... 29

Cuadro N° 4. 4

¿En qué grado influyen las recomendaciones para implementar el instrumento de outsourcing?..... 30

Cuadro N° 4. 5

¿En qué grado se toma en cuenta el instrumento de outsourcing dentro de la orientación estratégica?..... 31

Cuadro N° 4. 6

¿Grado en que la fuerza de ventas gestiona eficientemente los recursos de que dispone la empresa para lograr adecuada interacción con el cliente? 32

Cuadro N° 4. 7

¿En qué grado la fuerza de ventas tendrá la capacidad para recoger, almacenar información? 33

Cuadro N° 4. 8

¿En qué grado mejoran las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing? 34

Cuadro N° 4. 9	
¿En qué grado incrementó la utilidad sobre las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing?.....	35
Cuadro N° 4. 10	
¿Cuál es el grado de mejora de las ventas diarias al utilizar el outsourcing?	36
Cuadro N° 4. 11	
¿En qué grado incrementaron los costos al utilizar el instrumento de outsourcing?	37
Cuadro N° 4. 12	
¿En qué grado mejoraron sus ventas mensuales al utilizar el instrumento de outsourcing?	38
Cuadro N° 4. 13	
¿Cuál fue el nivel de relación comercial con la empresa proveedora de outsourcing? ...	39
Cuadro N° 4. 14	
¿Cuál fue el nivel de relación civil con la empresa proveedora de outsourcing?	40
Cuadro N° 4. 15	
¿Qué grado de eficiencia percibe su empresa al utilizar el instrumento de outsourcing?41	
Cuadro N° 4. 16	
¿En qué grado influye la ventaja competitiva en el mercado al emplear el outsourcing?42	
Cuadro N° 4. 17	
¿Qué nivel de integración persibe la empresa al utilizar el outsourcing?	43
Cuadro N° 4. 18	
¿En que grado el costo beneficio del outsourcing genera rendimiento?.....	44
Cuadro N° 4. 19	
¿En qué medida el outsourcing permite alcanzar los objetivos de los clientes?.....	45
Cuadro N° 4. 20	
¿En qué medida mejoró la eficiencia de las ventas al utilizar el outsourcing?.....	46
Cuadro N° 4. 21	
¿En qué medida ayuda el outsourcing en la relación con los clientes?	47
Cuadro N° 4. 22	
¿En qué medida el outsourcing apoya en el flujo de información de los clientes?	48

Cuadro N° 4. 23	
¿En qué grado es beneficioso el outsourcing de servicio para generar los flujos de información?	49
Cuadro N° 4. 24	
¿En qué medida el instrumento de outsourcing apoya a la fuerza de ventas?	50
Cuadro N° 4. 25	
¿Cuál fue el grado de adecuación de los ejecutivos de ventas al implementar el servicio de outsourcing?	51
Cuadro N° 4. 26	
¿En qué medida considera que el outsourcing afecta al área de ventas?	52
Cuadro N° 4. 27	
¿En qué medida ayuda el outsourcing para mejorar en los tiempos de ventas?	53
Cuadro N° 4. 28	
¿En qué medida ha mejorado el crecimiento de sus ventas?	54
Cuadro N° 5. 1	
Valoración de datos	55
Cuadro N° 5. 2	
Dimensiones de la variable independiente X outsourcing y principales estadígrafos descriptivos	56
Cuadro N° 5. 3	
Dimensiones de la variable dependiente Y eficiencia de las ventas y principales estadígrafos descriptivos	57
Cuadro N° 5. 4	
Proceso de datos	58
Cuadro N° 5. 5	
Resultado estadístico de fiabilidad	59
Cuadro N° 5. 6	
Resultado de correlación entre la variable de outsourcing y la eficiencia de las ventas .	60
Cuadro N° 5. 7	
Resultado de regresión lineal de las variables de outsourcing y la eficiencia de ventas .	61

Cuadro N° 5. 8	
Correlación del outsourcing y la percepción de gestión de flujos de información de los clientes	63
Cuadro N° 5. 9	
Regresión lineal del outsourcing y la percepción de gestión de flujos de información de los clientes	63
Cuadro N° 5. 10	
Correlación del outsourcing y la adecuación de fuerza de ventas	65
Cuadro N° 5. 11	
Resultados de regresión del outsourcing y la percepción de adaptación de la fuerza de ventas	65
Cuadro N° 5. 12	
Correlación de outsourcing y crecimiento de las ventas.....	66
Cuadro N° 5. 13	
Resultados de correlación del outsourcing y la percepción del crecimiento de ventas ...	67

INDICE DE GRÁFICOS

Contenido

Grafico N° 2. 1

Diseño de correlación simple Diseño de correlación simple 12

Grafico N° 2. 2

Diseño de correlación lineal 12

Gráfico N°5. 1

Correlación entre la variable outsourcing y la eficiencia de las ventas 62

RESUMEN

La presente investigación titulada “**Instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín, 2018.**” se realizó con el objetivo de relacionar el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín, donde se abordó como problema: ¿Cuál es la relación del instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín?, el outsourcing desempeña un papel importante como una herramienta fundamental para afrontar los cambios en el mercado competitivo, se realizó una investigación correlacional lineal simple para determinar la relación de las variables independiente (outsourcing) y la variable dependiente (eficiencia de las ventas) donde se aplicó un enfoque cualicuantitativo, donde se tuvo como población de estudio a 11 empresas que utilizan la herramienta de outsourcing, donde se aplicó la técnica de encuesta para recabar información en lo que respecta a la percepción de 6 dimensiones estudiadas, los resultados evidencian que el instrumento de outsourcing es útil para mejorar las ventas. Por lo tanto se concluye que existe relación entre el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín.

INTRODUCCIÓN

Ante un mercado globalizado surge la necesidad de implementar nuevas herramientas administrativas, la contratación de otra empresa para que realice algunas de las actividades dentro de la misma, esta acción es conocida como outsourcing, el cual se da a comienzo de la era post-industrial, lo cual permitía a la empresa enfocarse en el objeto principal para así lograr una mayor productividad. Algunas de las empresas pioneras en implementar este proceso fueron KODAK, IBM y General Motors. Hoy en día empresas muy conocidas aún continúan utilizando esta herramienta como ser NIKE Corp. APPLE y otros.

La presente investigación trata del instrumento de outsourcing, el cual se puede definir como la contratación de un servicio especializado, permitiendo a la empresa contratante centrarse más en la actividad principal que desarrolla.

El outsourcing se caracteriza por centrar las actividades propias de la empresa para reducir costos, reducir riesgos.

La investigación se realizó con el interés de conocer los beneficios que han tenido las empresas que emplean la herramienta de outsourcing en relación con la eficiencia de las ventas. Otro motivo de interés de estudio fue porque en la región no existen investigaciones referentes al tema abordado.

Con respecto a la herramienta del outsourcing desempeña un papel importante para afrontar los cambios en el mercado competitivo.

La presente investigación correlacional permitió explicar el grado de asociación entre las variables outsourcing (Variable independiente) y la eficiencia de las ventas (Variable dependiente). La población consultada para el diagnóstico fueron las 11 empresas que utilizan la herramienta de Outsourcing, donde se aplicó la técnica de encuesta.

2. SITUACIÓN PROBLÉMICA

Una de las causas más relevantes para el estudio del instrumento de outsourcing y eficiencia de las ventas, es que no existen investigaciones hechas en la región, aspecto que ocasiona que no se cuente con información pertinente para la toma de decisiones para mejorar en las ventas empresariales.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es la relación del instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín?

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Relacionar el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín.

4.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el instrumento de outsourcing y la gestión de flujos de información de los clientes.
- Determinar la relación entre el instrumento de outsourcing y la adecuación de la fuerza de ventas.
- Determinar la relación entre el instrumento de outsourcing y el crecimiento de las ventas.

5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION

Toda empresa busca ser competitiva ante las cambiantes condiciones del mercado, para así no quedarse estancado y no perder agilidad en sus servicios.

5.1 Punto de vista económico

Desde el punto de vista económico, permitirá contar con información para tomar decisiones que permitan mejorar el servicio que desarrolla mediante la contratación de empresas especializadas en determinados servicios y de esta manera lograr reducir costos, evitar pérdidas de tiempo, entre otros.

5.2 Punto de vista social

Desde el punto de vista social, permitió mayor interacción de los individuos y grupos sociales, así como también mejora las interrelaciones tanto dentro como fuera de la empresa.

5.3 Punto de vista académico

Desde el punto de vista académico permitió tomar en cuenta las herramientas administrativas que son muy importantes dentro del área de dirección, tiene relevancia académica ya que profundiza conocimientos adquiridos en la universidad, específicamente en la carrera de Administración de Empresas.

6. HIPOTESIS

6.1 Hipótesis general

H_O: La relación entre el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín no es positiva y significativa

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín es positiva y significativa.

6.2 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H_o: La relación entre el instrumento de outsourcing y la gestión de flujos de información de los clientes no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la gestión de flujos de información de los clientes es positiva y significativa

Hipótesis específica 2

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y la adaptación de la fuerza de ventas no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la adaptación de la fuerza de ventas es positiva y significativa.

Hipótesis específica 3

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y el crecimiento de las ventas no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y el crecimiento de las ventas es positiva y significativa.

7. IDENTIFICACION DE LAS VARIABLES

7.1 Variable Independiente

- Outsourcing

7.2 Variable Dependiente

- Eficiencia de las ventas

7.3 Operacionalización de las variables

Cuadro N° 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS O INSTRUMENTOS
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>Outsourcing</p>	<p>El outsourcing (tercerización) es la contratación a largo plazo de procesos de un proveedor externo para conseguir mayor efectividad.</p>	<p>Planeamiento estratégico</p> <p>Gestión de las ventas</p>	<p>*Grado que influye el outsourcing en los objetivos estratégico</p> <p>*Grado que afecta el outsourcing en la elaboración del plan de trabajo</p> <p>*Grado que influye las recomendaciones para la implementación del outsourcing</p> <p>*Grado de influencia del outsourcing en la orientación estratégica</p> <p>*Grado que gestiona la fuerza de ventas, los recursos que dispone</p> <p>*Grado de la fuerza de ventas para recoger y almacenar información</p> <p>*Medida que mejora las ventas al utilizar el outsourcing</p>	<p>Encuestas. Revisión documental</p>

		Competitividad empresarial	<ul style="list-style-type: none"> *Nivel de utilidad sobre las ventas al utilizar el outsourcing * Nivel de ventas diarias al utilizar el outsourcing *Medida de incremento de los costos al utilizar el outsourcing *Nivel de ventas mensuales al utilizar el outsourcing *Nivel de relación comercial con la empresa proveedora * Nivel de relación civil con la empresa proveedora *Grado de eficiencia al utilizar el outsourcing *Grado que influye la ventaja competitiva al utilizar el outsourcing *Nivel de integración con el outsourcing *Grado de beneficio al utilizar el outsourcing 	Encuestas. Revisión documental
--	--	----------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------

<p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>Eficiencia de las ventas</p>	<p>La eficiencia de las ventas es la óptima utilización de los recursos disponibles (tiempo, costo) para lograr un proceso optimizado (captación, desarrollo de los clientes o fidelización).</p>	<p>Gestión de flujo información de los clientes</p> <p>Adaptación de la fuerza de ventas</p> <p>Crecimiento de las ventas</p>	<p>*Medida que el outsourcing permite alcanzar los objetivos de los clientes</p> <p>*Medida que mejora la eficiencia de ventas al utilizar el outsourcing</p> <p>*Medida que el outsourcing ayuda en la relación con los clientes</p> <p>*Medida que el outsourcing apoya en el flujo de información de los clientes</p> <p>*Grado de beneficio del outsourcing para generar flujos de información</p> <p>*Medida que el outsourcing apoya la fuerza de ventas</p> <p>*Grado de adecuación de los ejecutivos de ventas al utilizar el outsourcing</p> <p>*Medida que el outsourcing afecta el área de ventas</p> <p>*Medida que el outsourcing mejora los tiempos de ventas</p> <p>*Medida del crecimiento de las ventas</p>	<p>Encuesta. Revisión documental</p>
--------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

CAPITULO I

ANTECEDENTES

En la investigación presentada por Manchego V. (2014) la cual se tituló “**Gestión del outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C.**” El cual expuso en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos para optar por el grado académico de Magister en Administración, con mención en Gestión Empresarial, cuyo objetivo general fue evaluar como 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. El cual fue aplicado el análisis de correlación de Pearson concluyéndose que un modelo de Gestión de Outsourcing en pequeñas empresas productoras de prendas de vestir influye de manera significativa en nivel de rentabilidad, puesto que el resultado obtenido de $r = 0,563$, lo cual muestra una correlación positiva moderada, indicando relación entre las variables.

En la investigación presentada por Alvarado, Rodríguez, Calderón, García, y Franco (2010), la cual se tituló “**El Outsourcing como herramienta administrativa para aumentar el nivel de las ventas en las empresas industriales dedicadas a la fabricación de confite en el municipio de San Salvador**”. El cual expuso en la Universidad del Salvador para optar por el grado de licenciatura en Administración de Empresas, cuyo objetivo general fue analizar la situación actual de la empresa, a través de un diagnóstico, para identificar factores críticos y sus posibles alternativas de solución al utilizar el Outsourcing como herramienta administrativa, en el cual fue aplicado el método descriptivo-analítico el cual se establece que para la empresa en estudio es aplicable la utilización de servicios Outsourcing en ciertas áreas, por lo que se recomienda su utilización, en las que sí representan beneficios.

Según Barreto, S., (2017), en su investigación “**Propuesta de implementación de Outsourcing como herramienta estratégica que permita mejorar la calidad de servicio en la empresa Casa Hacienda Primavera en Trujillo 2016**”. El cual se expuso en la Universidad Nacional de Trujillo para optar por el título de Licenciado en

Administración, cuyo objetivo fue determinar en qué medida una propuesta de implementación de Outsourcing como herramienta estratégica mejora la calidad de servicio en la empresa Casa Hacienda Primavera. El cual se utilizó un diseño no experimental, transversal descriptivo. Que tuvo como resultado que la Propuesta de Implementación, incrementa de un 30% los niveles de calidad servicio de la Empresa Casa Hacienda Primavera. Por lo que se recomienda luego de la implementación de este proyecto darle mayor importancia a la calidad de servicio que perciben los clientes, con el fin de alcanzar un estándar de calidad elevado y ser competitivos.

Según Castillo C. (2017), en su investigación **“Tercerización como herramienta de gestión y su relación con la rentabilidad en las empresas de servicio de sistemas contra incendios del distrito de Los Olivos, año 2017.”** El cual expuso en la Universidad César Vallejo para optar por el grado académico de Contador, cuyo objetivo general es analizar de qué manera la terciarización se relaciona con la rentabilidad en las empresas de servicios de sistemas contra incendios del distrito de Los Olivos, año 2017. El cual fue una investigación correlacional, diseño no experimental transversal, concluyéndose que la tercerización como herramienta de gestión se relaciona con la rentabilidad en las empresas de servicio de sistemas contra incendios del distrito de Los Olivos, puesto que el resultado obtenido de $r = 0.808$, lo cual muestra una correlación positiva alta.

Según Moruchi C. (2013), en su investigación **“La tercerización logística y la gestión de la cadena de suministro como herramientas para el incremento de la competitividad de las Empresas Bolivianas”**, el cual se expuso en la Universidad Andina Simón Bolívar para optar por el título de maestría en Estrategia empresarial y competitividad global, cuyo objetivo fue destacar teóricamente la importancia de la logística y argumentar en base a una propuesta que la terciarización logística y la Gestión de la cadena de suministro son las mejores herramientas para satisfacer las necesidades logísticas y para incrementar la competitividad de las empresas, en el cual fue de carácter exploratorio, que tuvo como resultado de que actualmente las empresas

tienen problemas sobre: como trasladar cosas de un lugar a otro de la mejor manera posible, con calidad de productos, a bajo costo y justo a tiempo.

CAPITULO II

METODOLOGÍA

2.1 TIPO DE INVESTIGACION

- **Investigación correlacional**

Se realizó una investigación correlacional lineal simple para determinar la relación de las variables independiente (outsourcing) y la variable dependiente (eficiencia de las ventas) donde se aplicó un enfoque cualicuantitativo, así mismo un diseño de tipo transversal.

Según Hernández et al. (2014) “Los estudios correlacionales miden el grado de asociación entre dos o más variables, es decir miden cada variable presuntamente relacionada y después miden y analizan la correlación”.

Para realizar la prueba de la hipótesis se emplearon las siguientes fórmulas:

- **Correlación lineal:**

$$r = \frac{S_{xy}}{S_x S_y}$$

Dónde:

s_{xy} = Covarianza muestral

s_x = Desviación estándar

s_y = Desviación estándar

Cuadro N° 2. 1

Escala de coeficiente de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
- 0.9 a - 0.99	Correlación negativa muy alta
- 0.7 a - 0.89	Correlación negativa alta
- 0.4 a - 0.69	Correlación negativa moderada
- 0.2 a - 0.39	Correlación negativa baja
- 0.01 a - 0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Hernández et al. (2014)

Se procede entonces a calcular el coeficiente de correlación de Spearman. El resultado obtenido puede estar entre -1 y $+1$, pasando por 0 (ausencia de relación lineal). En realidad, como se trata de formas paralelas, no tiene sentido esperar correlaciones negativas debiendo estar el resultado entre 0 y $+1$, incluso cabría esperar valores positivos alejados de 0 .

- **Ecuación lineal de la recta X e Y de grado 1**

$$Y = a + bX$$

Dónde:

a = intersección de Y en el eje de la abscisas

b = pendiente de la recta

X= variable independiente (**Outsourcing**)

- **Fórmula para encontrar el coeficiente b**

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - \sum(x)^2}$$

Dónde:

n = es el número de datos que hay.

$\sum XY$ = sumatoria de productos entre la variable independiente y dependiente.

$\sum X$ = sumatoria de variable independiente.

$\sum Y$ = sumatorias de variable dependiente.

$\sum X^2$ = sumatorias de cuadrados de la variable X.

- **Fórmula para encontrar el coeficiente a :**

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

Dónde:

n = es el número de datos que hay.

b = cálculo del valor de b.

$\sum X$ = sumatoria de variable independiente.

$\sum Y$ = sumatoria de variable dependiente.

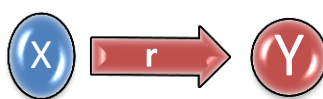
2.2. ALCANCE

El presente estudio pretende correlacionar el instrumento de Outsourcing y la eficiencia de las ventas, en 11 empresas de Guayaramerín que utilizan esta herramienta administrativa.

2.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Gráfico N° 2. 1

Diseño de correlación simple

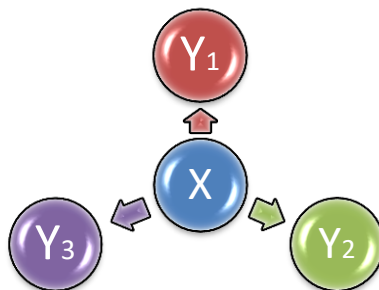


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N°2.1 Se presenta el diseño para el análisis de correlación entre las variables instrumento de outsourcing (X), y la influencia de las ventas (Y) para obtener el coeficiente de correlación r esto para obtener resultados de la hipótesis general.

Gráfico N° 2. 2

Diseño de correlación lineal



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico N°2.2 se presenta el diseño para el análisis de correlación entre la variable independiente.

2.4 TÉCNICAS

- **Encuestas**

Las encuestas estuvieron dirigidas a las empresas que emplean el instrumento de outsourcing, en la ciudad de Guayaramerín.

- **Revisión documental**

Para la recopilación de la información sobre documentos formales, informales, donde se fundamenta y complementa la investigación con el aporte de los diferentes autores, referente a la herramienta administrativa como ser el outsourcing.

2.4.1 Instrumento de medición

La escala Likert

La escala Likert se ubica dentro de los diversos tipos de instrumento de medición en la investigación cuantitativa. Es un tipo de escala aditiva que corresponde a un nivel de medición ordinal. Se compone por una serie de ítems o perfiles a modo de afirmación, ante los cuales se solicita el juicio del sujeto. Los perfiles o ítems representan la propiedad que el investigador está interesado en medir. Hernández et al. (2014)

Las respuestas son solicitadas en grado de acuerdo o desacuerdo que el sujeto tenga con la afirmación en particular. A cada categoría de respuestas se le asigna un valor numérico que llevará al sujeto a una puntuación total. La puntuación final indica la posición del sujeto en la escala, lo ordena acorde con el grado con el cual presenta la actitud o la variable a medir.

2.4.2 Validez

La validez de un test indica el grado de exactitud con el que mide el constructo teórico que pretende medir y si se puede utilizar con el fin previsto. Es decir, un test es válido si “mide lo que dice medir”. Es la cualidad más importante de un instrumento de medida. Un instrumento puede ser fiable pero no válido ha de ser también fiable.

2.4.3 Confiabilidad de los instrumentos

El coeficiente α de Cronbach Alfa representa la consistencia interna del test, el grado que todos los ítems del test covarían entre sí. Salvo que tengamos un interés expreso en conocer la consistencia entre dos o más partes de un test (ej. primera mitad y segunda mitad; ítems pares e impares) será preferible calcular el coeficiente α , a aplicar métodos de dos mitades. Éstos únicamente ofrecen información sobre la consistencia entre las partes, mientras que alfa tiene en cuenta la covariación entre cualquier par de ítems.

El coeficiente α oscila entre 0 y 1. Cuanto más próximo esté a 1, los ítems serán más consistentes entre sí. Hay que tener en cuenta que a mayor longitud del test, mayor será alfa. (Bisquerra, 2014)

Cuadro N° 2. 2

Rangos del coeficiente de cronbach

Rangos	Magnitud
> 0,90	Excelente
0,80 - 0,89	Bueno
0,70 - 0,79	Aceptable
0,60 - 0,69	Cuestionable
0,50 - 0,59	Pobre
< 0,50	Inaceptable

Fuente: Bisquerra, 2014

2.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

▪ Población

La población a estudiar esta investigación son las 11 empresas que tercerizan algún servicio, las cuales se detallan en diagnóstico.

- **Muestra**

Por lo tanto la muestra fue igual a la población, por ser un número pequeño de empresas.

2.6 MÉTODOS TEÓRICOS

- **Inductivo – Deductivo**

El método inductivo se aplicó para hacer la interpretación del problema en particular para darle una solución. El método deductivo permitió centrarnos desde el ámbito general del problema a lo particular.

- **Histórico – Lógico**

Con el método histórico se aplicó para recopilar información de documentos, informes, reportes, bibliografía pertinente para fundamentar la investigación. El método lógico se comprende las secuencias de eventos futuros de la aplicación del outsourcing en una empresa.

- **Análisis – Síntesis**

El método analítico permitió separar la información recopilada en el método histórico. El método sintético nos permitió formular las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

3.1 MARCO TEÓRICO

3.1.1 Definición de administración

“La administración es un proceso a través del cual se coordinan y optimizan los recursos de un grupo social con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad, productividad y competitividad en la consecución de sus objetivos” (Münch, 2010).

3.1.2 Funciones de la administración

Las funciones de la administración son:

- **Planeación**

“La planeación es la determinación del rumbo hacia el que se dirige la organización y los resultados que se pretende obtener mediante el análisis del entorno y la definición de estrategias para minimizar riesgos tendientes a lograr la misión y visión organizacional con una mayor probabilidad de éxito” (Münch, 2010).

- **Organización**

“la organización consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, sistemas, métodos y procedimientos tendientes a la simplificación y optimización del trabajo” (Münch, 2010).

- **Dirección**

“La dirección consiste en influir en las personas de modo que contribuyan a las metas de las organizaciones y grupos.” (Hernández y Palafox, 2012)

- **Control**

“Establecimiento de sistema que permiten medir resultados actuales y pasados en relación con los esperados, con el fin de saber si se han obtenido los que se esperaban, corregir, mejorar y formular planes”. (Ponce, 2012).

3.1.3 Herramientas administrativas

Según Días, (2014) indica que los entornos empresariales se hacen cada vez más complejos y exigentes, obligando a que las empresas sean día a día mucho más productivas y competitivas.

En este contexto empresarial, hay una serie de herramientas y teorías administrativas modernas que han surgido para brindar a los empresarios elementos que les permitan incrementar sus niveles de productividad y competitividad.

Las herramientas como Reingeniería y Benchmarking, Calidad Total, Justo a Tiempo, Balanced Score Card, outsourcing, resizing, gerencia por proyectos, gestión por competencias y otros.

3.1.4 Outsourcing

Etimología

Etimológicamente, outsourcing proviene de una expresión inglesa que significa out = fuera y source = fuente, es decir fuente externa o externalización.

Definiciones de outsourcing

“El outsourcing es el uso de un proveedor externo para brindar productos o servicios que anteriormente eran proporcionados por funciones internas de la empresa” (McIvor, 2010).

“El outsourcing es la contratación a largo plazo de procesos de un proveedor externo para conseguir mayor efectividad...” (Rothery, 2010).

Para McIvor, R (2010) existe diversos tipos de aplicación del outsourcing según sea su localización, estas pueden ser dentro de la propia empresa, es decir, el trabajador tercerizado.

3.1.5 Outsourcing: Importancia y aplicación.

Outsourcing o Tercerización (también llamada subcontratación) es una técnica innovadora de administración, que consiste en la transferencia a terceros de ciertos procesos complementarios que no forman parte del giro principal del negocio, permitiendo la concentración de los esfuerzos en las actividades esenciales a fin de obtener competitividad y resultados tangibles.

Esta técnica se fundamenta en un proceso de gestión que implica cambios estructurales de la empresa en aspectos fundamentales tales como la cultura, procedimientos, sistemas, controles y tecnología cuyo objetivo es obtener mejores resultados concentrando todos los esfuerzos y energía de la empresa en la actividad principal. También puede definirse como la subcontratación de servicios que busca agilizar y economizar los procesos productivos para el cumplimiento eficiente de los objetos sociales de las instituciones, de modo que las empresas se centren en lo que les es propio.

3.1.6 Dimensiones del outsourcing

- **Planeamiento estratégico**

Según Pereira (2010) “El Planeamiento Estratégico es un proceso que consiste en el análisis sistemático de los puntos fuertes y débiles de la organización, y de las oportunidades y amenazas del ambiente externo, con el fin de formular estrategias y acciones estratégicas para aumentar la competitividad y su nivel de determinación, basándose siempre en los elementos más humanos y que ayudaran a comprender el desafío de la organización.”

El outsourcing establece costos de transacciones únicas – de investigación, contractuales y de control – que algunas veces pueden exceder al costo que tienen las actividades bajo la gestión interna de la empresa. Para evitar estos riesgos, los administradores deben resolver tres preguntas clave acerca de cualquier actividad que se esté considerando entregar en outsourcing:

- ¿Cuál es la probabilidad de obtener una ventaja competitiva en esta actividad, considerando los costos de transacción?
- Si una actividad fuese dada en outsourcing, ¿cuál es la vulnerabilidad a la que se vería sujeta por las fallas de mercado en el rubro al que pertenece?
- ¿Qué puede hacer la organización para disminuir su vulnerabilidad por medio de compromisos estructurados con los proveedores de servicios y, adicionalmente, para obtener los controles apropiados pero proporcionando la flexibilidad necesaria en la relación cliente-proveedor?

Cuando el potencial margen competitivo y la vulnerabilidad estratégica son altos, la organización necesita un nivel elevado de control sobre el outsourcing que va a realizar.

Al principio, es usual que el outsourcing sea aplicado solamente en algunas actividades críticas dentro de la organización, como es el caso de los pagos, en lugar de aplicarlo a toda la contabilidad. Pero conforme las empresas e instituciones vayan obteniendo experiencia en este nuevo orden administrativo, pueden incrementar sustancialmente sus beneficios y oportunidades aplicando el outsourcing en áreas más críticas con proveedores de servicios que no son sus competidores y que pueden desarrollar más eficientemente esas labores.

Para afrontar y responder con la agilidad, rapidez y eficacia a los cambios de mercado, las empresas deben apoyarse en proveedores de servicios altamente capacitados, y dedicarse a mantener el incesante cambio en sus propias especialidades.

Una de las áreas donde se ha aplicado el outsourcing con más énfasis es el área de tecnología y sistemas. En un principio los ejecutivos de tecnología se resistían a ver los beneficios del sistema, porque temían perder sus empleos.

Pero a medida que se observan los beneficios en algunas empresas, son ellos mismos quienes lo proponen a sus directivos.

El beneficio más importante que reporta el outsourcing aplicado a estas áreas es el mayor acceso a la tecnología de última generación y la correspondiente capacitación por especialistas, a un costo muy reducido.

El ejecutivo del área se dedica a tareas de planeamiento estratégico, supervisa el contrato, y realiza un seguimiento del nivel de calidad del servicio contratado.

El planeamiento estratégico permite pronosticar los lineamientos a seguir para las empresas lo cual es importante en la toma de decisiones pues éstas deben estar alineadas a los objetivos que se pretenden alcanzar.

- **Competitividad empresarial**

Según Andía (2015) nos dice que “Es la correcta utilización, eficiente y eficaz de todos los recursos productivos, indicándonos cuál es la salud productiva de la empresa ya sea industrial o de servicios. Es la capacidad futura de la organización que tiene para producir, diseñar y otorgar bienes o servicios con precios más cómodos y atractivos que la competencia.”

Toda la investigación y experimentación acerca de la eficacia operativa en el ámbito empresarial ha ido configurando lo que se podría denominar un nuevo orden administrativo. Este se comenzó a instaurar a partir de tres consideraciones esenciales. La primera era que el foco de la actividad empresarial debía ser el cliente; lo que quiere decir, simplemente que los productos y servicios sólo tienen sentido y resultan económicamente viables si satisfacen una o varias de las necesidades de los clientes de la empresa.

La segunda consideración atañe la naturaleza de la competitividad de las empresas. Se planteó que ésta no radica, en sí, en los productos y servicios que se ofrecen sino, principalmente, en la manera de hacerlos u ofrecerlos, es decir, en los procesos empresariales que los generan. De ello se deducía que la administración no se debía orientar a las funciones que desempeña la empresa en relación con sus clientes, sino que

debía centrar su atención en los procesos mediante los cuales esas funciones se realizan en el seno de la empresa.

La tercera consideración concernía a la necesidad de que la gerencia incluya en su agenda, como ítem prioritario, la puesta en práctica del mejoramiento continuo de los procedimientos de la empresa, pues esta era la única manera de lograr que la empresa se mantuviera competitiva en el mercado en el cual las variables que afectan esa misma competitividad cambian permanentemente.

A pesar de esta última consideración, el tiempo hizo evidente que la intensidad y el ritmo de la competencia que enfrentan las empresas eran tales que la práctica del mejoramiento continuo era insuficiente para mantenerlas competitivas. De este modo, surgió la reingeniería organizacional.

Quizá por su carácter radical, esta innovadora herramienta de gestión no ha sido implementada adecuadamente. Y es que por reingeniería organizacional no debe entenderse hacer mejor lo que ya se ha estado haciendo, ni reorganizar o redistribuir, automatizar o reestructurar funciones; ni, mucho menos, reducir o despedir personal. Se trata, por el contrario, de replantear completamente la forma en que se ha venido manejando la empresa.

- **Gestión de ventas**

Según Ingram, La Forge y Ávila (2009) “Administración de las funciones de la fuerza de ventas en una organización. Involucra los aspectos de estrategia (planificación) y las personas (implementación) de la fuerza de ventas, como también la evaluación y el control de las actividades de ésta.”

3.1.7 Eficiencia de las ventas

La eficiencia de las ventas es la óptima utilización de los recursos disponibles (tiempo, costo) para lograr un proceso optimizado de las ventas (captación, desarrollo de los clientes o fidelización).

3.1.8 Dimensiones de eficiencia de las ventas

Según Miralles (2012) indica que:

- **La Adecuación de la Fuerza de Ventas**

Es el nivel de adaptación y proposición del equipo comercial para innovar en soluciones entregadas a los clientes.

- **Gestión de Flujos de la Información de Clientes**

Capacidad que tiene la fuerza de ventas para recoger, almacenar y distribuir información. El origen de la información proviene de la fuerza de ventas.

- **Crecimiento de las ventas**

El crecimiento de las ventas es la preocupación de todas las empresas en la necesidad de que sus organizaciones alcancen un nivel de ventas óptimo. El incremento de las ventas es un proceso.

3.2 MARCO CONCEPTUAL

Venta

Según Palomino (2013) menciona que es la acción de vender algo mediante el cual se obtiene ingresos monetarios, como también es el dinero obtenido por productos.

“Es el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos (del vendedor y del comprador)”. (American Marketing Association)

Eficiencia

Según Andia (2015) indica que es realizar correctamente las labores otorgadas, constituye una de las bases para lograr la competitividad, también es hacer una tarea bien realizada.

Según Palomido (2013) menciona que es el nexo el cual relaciona los bienes, los medios usados para realizar apropiadamente las tareas designadas.

Competitividad

Según Andia (2015) la competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno.

CAPITULO IV

DIAGNÓSTICO

4.1 RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

En este capítulo se pudo diagnosticar a las diferentes empresas de Guayaramerín que utilizan el instrumento de outsourcing.

En el cual se aplicó la siguiente técnica:

- ✓ Encuesta

Empresas que utilizan el servicio de outsourcing.

- PRO MUJER
- BANCO UNION
- CRECER
- PRENDAMAS
- MUTUAL PAITITI
- ENTEL
- BANCO FIE
- BANCO SOL
- COOP. JESUS NAZARENO
- PRODEM
- TIGO

Las once empresas que se presentaron anteriormente utilizan el instrumento de outsourcing, mediante la cual les permite desarrollar mejor su actividad principal, por lo tanto se hará énfasis del estudio de los indicadores en estudio correspondiente a las dos variables (outsourcing y eficiencia de las ventas).

4.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

A continuación se presenta los resultados del diagnóstico realizado a las empresas que tercerizan algún servicio de acuerdo a sus necesidades en la ciudad de Guayaramerín, para este efecto se aplicó la encuesta a las diferentes empresas, en base a un cuestionario. (Ver anexo N°1).

- **Empresas que utilizan el Outsourcing**

Cuadro N° 4. 1

Empresas que utilizan el outsourcing en Guayaramerín, 2018

N°	Nombre de la empresa	Actividad	Seg.	Limp.	Caja	Atención al cliente	Distr.	Total
1	PRO MUJER	Financiera	√	√				1
2	BANCO UNIÓN	Financiera	√	√				2
3	CRECER	Financiera	√	√				2
4	PRENDAMAS	Financiera	√	√				2
5	MUTUAL PAITITÍ	Financiera	√					1
6	ENTEL	Telec.	√		√	√		3
7	BANCO FIE	Financiera	√					1
8	BANCO SOL	Financiera	√	√				2
9	COOP. JESÚS NAZARENO	Financiera	√	√				2
10	PRODEM	Financiera	√	√				2
11	TIGO	Telec.	√		√		√	3
Total			11	6	2	1	1	21
Promedio								2

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.1 Referente a la consulta de los diferentes servicios que tercerizan las empresas de Guayaramerín, las 11 empresas tercerizan seguridad lo cual es la actividad más demandada, además 6 de las mismas empresas también tercerizan limpieza de instalaciones. En promedio las empresas tercerizan 2 servicios secundarios para centrarse en la actividad principal.

Dimensión: Planeamiento estratégico

- **Pregunta 1**

Cuadro N° 4. 2

¿En qué grado influye el outsourcing dentro de sus objetivos estratégico?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		4,00	80,00

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.2 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en los objetivos estratégicos**, el mismo indica que influye en un 80 % (4.0 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa útil para la planificación hacia el logro de los objetivos, por lo que son considerados en la planeación estratégica institucional.

- **Pregunta 2**

Cuadro N° 4.3

¿En qué grado considera que el outsourcing afecta en la elaboración del plan de trabajo?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	5	100.00
6	ENTEL	1	20.00
7	BANCO FIE	5	100.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		3,55	70,91

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.3, se presenta resultados referentes al grado de influencia del **outsourcing en la elaboración del plan de trabajo**, el cual indica que afecta en un promedio de 70,91% (3,55 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta necesaria para la elaboración del plan de trabajo, el cual permite concretar de manera efectiva los objetivos.

- **Pregunta 3**

Cuadro N° 4. 4

¿En qué grado influyen las recomendaciones para implementar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	5	100.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		3,55	70,91

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.4 se presenta resultados referente al grado de influencia de las **recomendaciones para implementar el instrumento de outsourcing**, el mismo indica que influye en un 70.91% (3,55 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman tomar en cuenta las recomendaciones y experiencia de la empresa que ofrece el servicio de outsourcing para tener una mayor confianza.

- **Pregunta 4**

Cuadro N° 4. 5

¿En qué grado se toma en cuenta el instrumento de outsourcing dentro de la orientación estratégica?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		3,73	74,55

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.5 se aprecia los resultados referentes al grado de influencia del **outsourcing dentro de la orientación estratégica**, el cual indica que influye en un 74,55% (3.73 puntos).

Es evidente que las empresas consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta útil para el desarrollo de la orientación estratégica, la cual permite a la empresa adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado competitivo.

Dimensión: Gestión de ventas

- **Pregunta 5**

Cuadro N° 4. 6

¿Grado en que la fuerza de ventas gestiona eficientemente los recursos de que dispone la empresa para lograr adecuada interacción con el cliente?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		4,00	80,00

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.6 se presenta resultados referentes al grado de influencia de **la fuerza de ventas con los recursos que dispone de la empresa**, el mismo indica que influye en un 80% (4 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que tienen confianza en la fuerza de ventas, para que ellos dispongan de los recursos necesarios para la elaboración de su trabajo.

- **Pregunta 6**

Cuadro N° 4. 7

¿En qué grado la fuerza de ventas tendrá la capacidad para recoger, almacenar información?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	1	20.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	3	60.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,27	65,45

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.7 se presenta resultados referente al grado de **capacidad que tiene la fuerza de ventas de recoger, almacenar información**, el mismo indica que influye en un 65,45 % (3.27 puntos).

Es evidente que los ejecutivos en su mayoría confían en su personal de ventas, lo cual les permite a los mismos desarrollar su trabajo de manera efectiva.

- **Pregunta 7**

Cuadro N° 4. 8

¿En qué grado mejoran las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	1	20.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,18	63,64

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.8 se presentan resultados referente a la influencia del **outsourcing en relación a las ventas**, el mismo indica que influye en un 63,64% (3.18 puntos).

Es claro que las empresas han dado su puntaje de acuerdo al tipo de servicios que tercerizan, es por ello que en algunas empresas tiene un mayor impacto.

- **Pregunta 8**

Cuadro N° 4.9

¿En qué grado incrementó la utilidad sobre las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	1	20.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	3	60.00
7	BANCO FIE	2	40.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,09	61,82

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.9 se presentan resultados referentes al nivel de influencia del **outsourcing en relación a la utilidad de las ventas**, el mismo indica que influye en un 61,82% (3,09 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el nivel de incremento en referencia a la utilidad sobre las ventas es moderado.

- **Pregunta 9**

Cuadro N° 4. 10

¿Cuál es el grado de mejora de las ventas diarias al utilizar el outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	1	20.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	2	40.00
6	ENTEL	3	60.00
7	BANCO FIE	1	20.00
8	BANCO SOL	1	20.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		2,73	54,55

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.10 se presenta resultados referentes al grado de influencia del **outsourcing en el aumento de las ventas**, el mismo indica que influye en un 54,55% (2,73 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las empresas consultadas afirman que el outsourcing con referencia a las ventas no aumentaron en gran cantidad.

- **Pregunta 10**

Cuadro N° 4. 11

¿En que grado incrementaron los costos al utilizar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	3	60.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITI	2	40.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	5	100.00
Promedio		3,45	69,09

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.11 se presentan resultados referentes al grado de influencia de los **costos de implementación del outsourcing**, el mismo que influye en un 69,09% (3,45 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que la implementación del outsourcing genera un incremento regular, sin embargo lo consideran como una herramienta necesaria.

- **Pregunta 11**

Cuadro N° 4. 12

¿En qué grado mejoraron sus ventas mensuales al utilizar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	3	60.00
7	BANCO FIE	1	20.00
8	BANCO SOL	1	20.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		2,91	58,18

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.12 se presenta referente al grado de influencia del **outsourcing en el nivel de ventas mensuales**, en el cual influye en un 58,18% (2,91 puntos).

Los ejecutivos de las empresas consultadas afirman que el outsourcing es útil para mejorar el servicio, sin embargo no tiene un incremento relevante en las ventas mensuales.

- **Pregunta 12**

Cuadro N° 4. 13

¿Cuál fue el nivel de relación comercial con la empresa proveedora de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	5	100.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,91	78,18

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.13 presenta referente al nivel de **relación comercial con la empresa proveedora del servicio de outsourcing**, el cual influye en un 78,18% (3,91 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las empresas consultadas tienen una buena relación comercial.

- **Pregunta 13**

Cuadro N° 4. 14

¿Cuál fue el nivel de relación civil con la empresa proveedora de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	3	60.00
7	BANCO FIE	3	60.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
11	PRODEM	3	60.00
12	TIGO	3	60.00
Promedio		3,55	70,91

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.14 se presenta referente al nivel de **relación civil con la empresa proveedora del outsourcing**, el mismo que influye en un 70,91% (3,55 puntos)

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman tener una buena relación con el personal de la empresa proveedora del servicio.

Dimensión: Competitividad Empresarial

- **Pregunta 14**

Cuadro N° 4. 15

¿Qué grado de eficiencia percibe su empresa al utilizar el instrumento de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	3	60.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,91	78,18

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.15 se presenta el grado de **eficiencia que percibe la empresa al utilizar el servicio de outsourcing**, el cual influye en 78,18% (3,91 puntos).

Es claro que las empresas consultadas aseguran que el outsourcing genera resultados a largo plazo, por lo que son considerados importantes para mejorar la competitividad empresarial.

- **Pregunta 15**

Cuadro N° 4. 16

¿En qué grado influye la ventaja competitiva en el mercado al emplear el outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	3	60.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	1	20.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	5	100.00
Promedio		3,55	70,91

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4.16 se presenta referente al grado de la influencia de **la ventaja competitiva en el mercado al implementar el outsourcing**, el cual influye en un 70,91% (3,55 puntos).

Las empresas consultadas aseguran que el outsourcing es una ventaja competitiva, lo cual permite diferenciar a las empresas.

- **Pregunta 16**

Cuadro N° 4. 17

¿Qué nivel de integración percibe la empresa al utilizar el outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	5	100.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	2	40.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	4	80.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,45	69,09

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.17 se presenta referente al **nivel de integración que percibe la empresa al implementar el servicio de outsourcing**, el cual influye en un 69,09% (3,45 puntos).

Las empresas consultadas afirman que existe un buen grado de integración vertical.

- **Pregunta 17**

Cuadro N° 4. 18

¿En qué grado el costo beneficio del outsourcing genera rendimiento?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	5	100.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	3	60.00
6	ENTEL	2	40.00
7	BANCO FIE	1	20.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,45	69,09

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°4,18 se presenta referente al grado de influencia **del outsourcing en cuanto al costo del servicio**, el mismo que influye en un 69,09% (3,45 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es beneficioso a largo plazo, tomando en cuenta el tipo de servicio que requiere.

Dimensión: Gestión de flujos de la información de los clientes

- **Pregunta 18**

Cuadro N° 4. 19

¿En qué medida el outsourcing permite alcanzar los objetivos de los clientes?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	5	100.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	4	80.00
10	PRODEM	5	100.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		4,18	83,64

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro 4.19 se presenta referente al grado de influencia del **outsourcing en el logro de los objetivos de los clientes**, el mismo que influye un 83,64% (4,18 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las diferentes instituciones afirman que el outsourcing apoya en dar una mejor imagen y logra un mejor servicio de parte de la empresa.

- **Pregunta 19**

Cuadro N° 4. 20

¿En qué medida mejoró la eficiencia de las ventas al utilizar el outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	2	40.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	3	60.00
8	BANCO SOL	4	80.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,91	78,18

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.20 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en la eficiencia de las ventas**, el mismo indica que influye en un 78,18% (3,91 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que la tercerización es una herramienta administrativa útil para mejorar la eficiencia en las ventas apoyando así el logro de los objetivos.

- **Pregunta 20**

Cuadro N° 4. 21

¿En qué medida ayuda el outsourcing en la relación con los clientes?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	3	60.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	5	100.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	5	100.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		4,00	80,00

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.21 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en la relación con los clientes**, el mismo indica que influye en un 80 % (4.0 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa que apoya en diferentes aspectos, como ser confianza, imagen y otros.

- **Pregunta 21**

Cuadro N° 4. 22

¿En qué medida el outsourcing apoya en el flujo de información de los clientes?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	5	100.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	3	60.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	4	80.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	2	40.00
10	PRODEM	5	100.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,82	76,36

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.22 se presentan resultados referentes al grado de influencia del **outsourcing y el flujo de información de los clientes**, el mismo indica que influye en un 76,36 % (3,82 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las empresas consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa que ayuda de manera moderada a facilitar el flujo de información de los clientes.

- **Pregunta 22**

Cuadro N° 4. 23

¿En qué grado es beneficioso el outsourcing de servicio para generar los flujos de información?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	2	40.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	2	40.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	2	40.00
8	BANCO SOL	4	80.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	2	40.00
11	TIGO	3	60.00
Promedio		3,09	61,82

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.23 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing y la generación del flujo de información**, el mismo indica que influye en un 61,82 % (3,09 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa que apoya de cierta manera a la obtención de flujo de información.

Dimensión: La adecuación de la fuerza de ventas

• **Pregunta 23**

Cuadro N° 4. 24

¿En qué medida el instrumento de outsourcing apoya a la fuerza de ventas?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	2	40.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	3	60.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	3	60.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,45	69,09

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.24 se presentan resultados referentes al grado de influencia que el **outsourcing apoya a la fuerza de ventas**, el mismo indica que influye en un 69,09% (3,45 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa que apoya de manera regular o moderada a los ejecutivos de ventas.

- **Pregunta 24**

Cuadro N° 4. 25

¿Cuál fue el grado de adecuación de los ejecutivos de ventas al implementar el servicio de outsourcing?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	5	100.00
3	CRECER	3	60.00
4	PRENDAMAS	5	100.00
5	MUTUAL PAITITÍ	4	80.00
6	ENTEL	5	100.00
7	BANCO FIE	4	80.00
8	BANCO SOL	3	60.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		4,00	80,00

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.25 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en la adecuación de los ejecutivos de ventas**, el mismo indica que influye en un 80 % (4.0 puntos).

Es evidente que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing es una herramienta administrativa que tiene un buen grado de adaptación con los encargados de ventas.

- **Pregunta 25**

Cuadro N° 4. 26

¿En qué medida considera que el outsourcing afecta al área de ventas?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	4	80.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	5	100.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	2	40.00
8	BANCO SOL	4	80.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	5	100.00
11	TIGO	5	100.00
Promedio		3,73	74,55

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.26 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en el área de ventas**, el mismo indica que influye en un 74,55% (3,76 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el outsourcing como herramienta administrativa tiene un efecto moderado en el área de ventas.

Dimensión: Crecimiento de las ventas

- **Pregunta 26**

Cuadro N° 4. 27

¿En qué medida ayuda el outsourcing para mejorar en los tiempos de ventas?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	3	60.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	3	60.00
8	BANCO SOL	4	80.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	5	100.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,45	69,09

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.27 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en los tiempos de ventas**, el mismo indica que influye en un 69,09 % (3,45 puntos).

Los ejecutivos de las instituciones consultadas afirman que el instrumento de outsourcing favorece en un promedio moderado en los tiempos de ventas.

- **Pregunta 27**

Cuadro N° 4. 28

¿En qué medida ha mejorado el crecimiento de sus ventas?

N°	Empresa	Valoración	%
1	PRO MUJER	3	60.00
2	BANCO UNIÓN	4	80.00
3	CRECER	4	80.00
4	PRENDAMAS	4	80.00
5	MUTUAL PAITITÍ	1	20.00
6	ENTEL	4	80.00
7	BANCO FIE	2	40.00
8	BANCO SOL	2	40.00
9	COOP. JESÚS NAZARENO	3	60.00
10	PRODEM	4	80.00
11	TIGO	4	80.00
Promedio		3,18	63,64

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 4.28 se presentan resultados referentes al grado de influencia **del outsourcing en el crecimiento de las ventas**, el mismo indica que influye en un 63,64% (3,18 puntos).

Es claro que los ejecutivos de las diferentes empresas afirman que el instrumento de outsourcing operativo mejora las ventas de manera moderada.

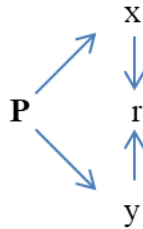
* El empleo del outsourcing contribuyó en más del 70% en el plan de trabajo y orientación estratégica de las empresas, por lo que es útil para la planificación de los objetivos. También colaboró en mejorar las ventas en más del 60%, por lo que dejan claro que es fundamental una correcta adecuación al utilizar el instrumento de outsourcing.

CAPITULO V

VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Para la presente investigación se planteó la hipótesis elaborada a partir de un conjunto de investigaciones empíricas y teóricas que permitieron concluir que hay una relación directa entre el outsourcing y la eficiencia de las ventas.

La investigación es de tipo correlacional cuyo esquema es el siguiente:



Dónde:

P: Representa a la población (Empresas que utilizan la herramienta de outsourcing)

X: Outsourcing

Y: Eficiencia de las ventas

Valoración

Se presentan la valoración que se utilizó en la encuesta realizada a las empresas que utilizan el instrumento de outsourcing en la ciudad de Guayaramerín, a los cuales se aplicó una valoración del 1 al 5, cuyo cuadro es el siguiente:

Cuadro N° 5. 1

Valoración de datos

Criterio	Valoración
Nada	1
Poco	2
Regular	3
Mucho	4
Totalmente	5

Fuente: Elaboración propia

5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

- **Outsourcing**

Se refiere a la percepción que tienen los gerentes de las empresas consultadas referente a la herramienta administrativa de outsourcing, la cual utilizan actualmente.

X1=Planeamiento estratégico

Se refiere a la percepción que tienen los ejecutivos de las diferentes empresas, al utilizar la herramienta administrativa dentro de la planeación estratégica institucional.

X2=Gestión de ventas

Se refiere a la percepción de los gerentes de las diferentes empresas en cuanto al proceso de ventas y el apoyo del outsourcing.

X3=Competitividad empresarial

Se refiere a la percepción que tienen los ejecutivos de las empresas acerca de la herramienta de tercerización y las ventajas competitivas que brinda.

Cuadro N° 5. 2

Dimensiones de la variable independiente X outsourcing y principales estadígrafos descriptivos

Variables y dimensiones	Xi	Promedio	Desviación estándar	Coefficiente de Variación
Outsourcing	X	3,48	0,79	22,82
Planeamiento estratégico	x ₁	3,70	0,85	23,14
Gestión de ventas	x ₂	3,34	0,95	28,45
Competitividad empresarial	x ₃	3,59	0,97	27,19

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N°5.2 se presentan los promedios donde las variables de las dimensiones X₁ (3,70), X₃ (3,59), presenta el promedio más alto que tuvieron los encuestados, seguido de X₂ (3,34) tiene el promedio más bajo.

5.2 VARIABLE DEPENDIENTE

- **Eficiencia de las ventas**

Se refiere a la percepción que tienen los gerentes de las diferentes empresas acerca de la tercerización y el efecto en el proceso de las ventas.

Y1=gestión de flujos de la información de los clientes

Se refiere a la percepción de los ejecutivos de las instituciones en cuanto a la tercerización y efecto en los clientes.

Y2=La adecuación de la fuerza de ventas

Se refiere a la percepción de los ejecutivos de las instituciones acerca de la terciarización y la adaptación del personal de la empresa.

Y3=Crecimiento de las ventas

Se refiere a la percepción de los ejecutivos de las instituciones acerca del crecimiento que han tenido las ventas, al utilizar la herramienta de Outsourcing.

Cuadro N° 5. 3

Dimensiones de la variable dependiente Y eficiencia de las ventas y principales estadígrafos descriptivos

Variables y dimensiones	Yi	Promedio	Desviación estándar	Coefficiente de Variación
Eficiencia de las ventas	Y	3,69	0,56	15,25
Gestión de flujo de información de los clientes	y ₁	3,80	0,48	12,67
Adaptación de la fuerza de ventas	y ₂	3,67	0,81	22,26
Crecimiento de las ventas	y ₃	3,45	0,68	19,90

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro N° 5.3 se presenta los promedios donde las variables de las dimensiones Y₁ (3,80), Y₂ (3,67), presenta el promedio de valoración más alto que hicieron los encuestados, seguido de Y₃ (3,45) tiene el promedio más bajo.

5.3 VALIDACIÓN DE HIPÓTESIS

Para el análisis del resultado de las encuestas se utilizó el programa SPSS22, este programa es una herramienta de análisis estadístico en los cuales se realizó la tabulación de datos, llegando a percibir los resultados de los criterios que dieron los ejecutivos de las instituciones acerca de la herramienta de outsourcing.

5.3.1 Validación de información

El instrumento utilizado para la validación de datos es el análisis de alfa de Cronbach. Seguidamente se puede apreciar el cuadro validación y el de fiabilidad:

Cuadro N° 5. 4
Proceso de datos

		N	%
Casos	Válido	11	100.0
	Excluido ^a	0	.0
	Total	11	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N°5.4 se presenta el análisis de fiabilidad donde nos aparece que fueron procesados 11 casos para este análisis, los cuales son el número de empresas encuestadas.

Cuadro N° 5.5

Resultado estadístico de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.845	6

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N°5.5 se presenta el resultado estadístico de fiabilidad en el cual se aprecia el grado de confiabilidad alfa de Cronbach que es de 0,845, tomando en cuenta 6 elementos (dimensiones) de estudio. Lo cual el resultado es aceptable porque está muy cerca de 1.

5.3.2 Hipótesis general

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín no es positiva y significativa

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín es positiva y significativa.

A través de esta prueba se mide el grado de asociación entre las variables X (Outsourcing) Y (Eficiencia de las ventas).

El análisis del coeficiente de correlación lineal se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 5.6

Resultado de correlación entre la variable de outsourcing y la eficiencia de las ventas

		Outsourcing	Ef. Ventas
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	.658*
	Sig. (bilateral)		.028
	N	11	11
Ef. Ventas	Correlación de Pearson	.658*	1
	Sig. (bilateral)	.028	
	N	11	11

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.6 se presenta resultados del análisis de correlación lineal con el propósito de establecer el grado de relación de la variable outsourcing y la variable eficiencia de las ventas. En el cual se puede apreciar que el coeficiente de correlación tiene un valor de $r = 0,658^*$, lo cual significa que existe relación entre las variables estudiadas debido a que $p_{cal} = 0.028 < p_{teor} = 0,05$ por lo que se acepta la hipótesis alterna.

Cuadro N° 5.7

Resultado de regresión lineal de las variables de outsourcing y la eficiencia de ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.658 ^a	.433	.370	.44673

a. Predictores: (Constante), Outsourcing

Coefficientes^a

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	T	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	2.067	.633		3.264	.010
1	Outsourcing	.466	.178	.658	2.623	.028

a. Variable dependiente: Ef. Ventas

Fuente: Elaboración propia

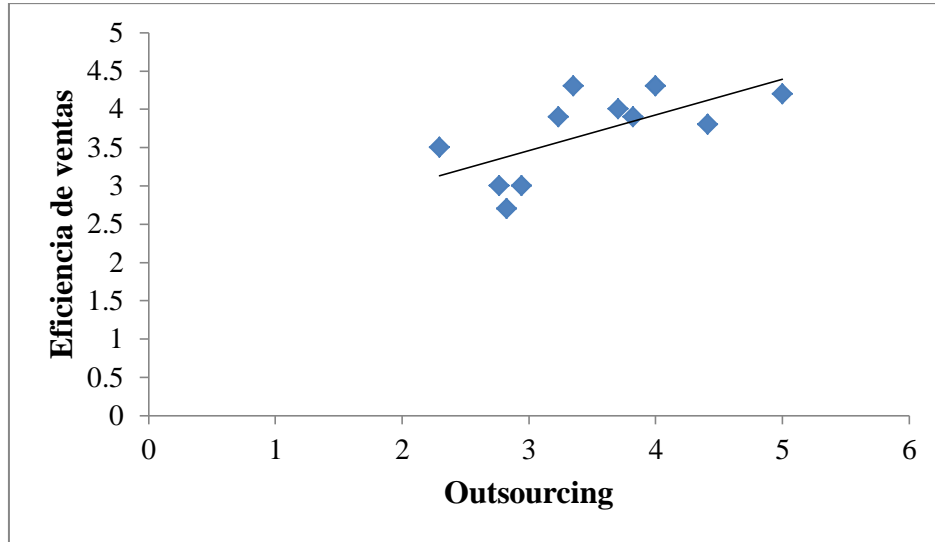
Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.7 Se presenta resultados del análisis de regresión lineal con el fin de establecer el grado de relación de las variables. En el cual se puede apreciar el coeficiente de determinación R^2 indica que el 43,3% de los cambios que suceden en la percepción actual de las variables X (Outsourcing) Y (eficiencia de las ventas).

Se acepta la hipótesis alterna, por lo que existe relación del instrumento de outsourcing y la eficiencia de las ventas en las empresas de Guayaramerín es positiva y significativa.

Gráfico N° 5. 1

Correlación entre la variable outsourcing y la eficiencia de las ventas



Como se puede apreciar en el gráfico N° 5.3 el valor de la variable Y “eficiencia de las ventas” (eje vertical) tiende a aumentar cuando aumenta el valor de la variable X “outsourcing” (eje horizontal), observando que los puntos están agrupados, por lo que se concluye que existe una correlación positiva significativa entre ambas variables.

Estas variables se presentan asociadas de la siguiente manera:

$$Y = 2,067 + 0,466 X$$

5.3.3 Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y la gestión de flujos de información de los clientes no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la gestión de flujos de información de los clientes es positiva y significativa.

Se realizó el análisis correlacional lineal simple porque analiza la relación entre la variable X (Outsourcing) y una dimensión de Y₁ (eficiencia de las ventas) y se muestra los siguientes cuadros:

Cuadro N° 5. 8

Correlación del outsourcing y la percepción de gestión de flujos de información de los clientes

	Outsourcing	Inf. clientes
Outsourcing		
Correlación de Pearson	1	.549
Sig. (bilateral)		.080
N	11	11
Inf. Clientes		
Correlación de Pearson	.549	1
Sig. (bilateral)	.080	
N	11	11

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.8 se presenta el análisis de correlación lineal con el propósito de establecer el grado de relación del outsourcing y la percepción de gestión de flujos de información. En el cual se puede apreciar que el coeficiente de correlación tiene un valor de $r=0,549$, lo cual significa que existe relación entre las variables estudiadas

Cuadro N° 5. 9

Regresión lineal del outsourcing y la percepción de gestión de flujos de información de los clientes

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.582 ^a	.338	.055	.46833

a. Predictores: (Constante), Competitividad, P. Estratégico, G. ventas

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.9 Se presenta resultados del análisis de regresión lineal con el fin de establecer el grado de relación de las variables. En el cual se puede apreciar el coeficiente de determinación R^2 indica que el 5,5% de los cambios que suceden en la percepción actual de gestión de flujos de información de los clientes (Y_1) se debe a los cambios de percepción actual de las dimensiones de outsourcing (X_1, X_2, X_3)

Por tanto en base a los resultados se determina que: “el instrumento de outsourcing y la percepción de gestión flujo de información de los clientes es positiva pero no es significativa”, por lo que se acepta la hipótesis nula.

Estas variables se presentan asociadas de la siguiente manera:

$$Y = 2,750 + (-0,14)X_1 + (0,162)X_2 + (0,156)X_3$$

Hipótesis específica 2

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y la adaptación de la fuerza de ventas no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y la adaptación de la fuerza de ventas es positiva y significativa.

Se realizó el análisis correlacional lineal simple porque analiza la relación entre la variable X (Outsourcing) y una dimensión Y_1 (percepción de la adecuación de la fuerza de ventas) y se muestra los siguientes cuadros:

Cuadro N° 5. 10

Correlación del outsourcing y la adecuación de fuerza de ventas

		Outsourcing	F.ventas
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	.619*
	Sig. (bilateral)		.042
	N	11	11
F.ventas	Correlación de Pearson	.619*	1
	Sig. (bilateral)	.042	
	N	11	11

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.10 se presenta el análisis de correlación lineal con el propósito de establecer el grado de relación del outsourcing y la percepción de adaptación de las fuerza de ventas. En el cual se puede apreciar que el coeficiente de correlación tiene un valor de $r=0,619$, lo cual significa que existe relación entre las variables estudiadas

Cuadro N° 5. 11

Resultados de regresión del outsourcing y la percepción de adaptación de la fuerza de ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.809 ^a	.655	.507	.57334

a. Predictores: (Constante), Competitividad, P. Estratégico, G. ventas

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.11 Se presenta resultados del análisis de regresión lineal con el fin de establecer el grado de relación de las variables. En el cual se puede apreciar el coeficiente de determinación R^2 indica que el 50,7% de los cambios que suceden en la

percepción actual de adaptación de la fuerza de ventas (Y_2) se debe a los cambios de percepción actual de las dimensiones de Outsourcing (X_1, X_2, X_3).

Por tanto en base a los resultados se determina que: “el instrumento de Outsourcing y la percepción de adaptación de la fuerza de ventas es significativa y positiva”, por lo que se acepta la hipótesis alterna.

Estas variables se presentan asociadas de la siguiente manera:

$$Y = 2,386 + (-0,394)X_1 + (0,623)X_2 + (0,183)X_3$$

Hipótesis específica 3

H₀: La relación entre el instrumento de outsourcing y el crecimiento de las ventas no es positiva y significativa.

H_A: La relación entre el instrumento de outsourcing y el del crecimiento de las ventas es positiva y significativa.

Se realizó el análisis correlación lineal simple porque analiza la relación entre la variable X (Outsourcing) y una dimensión Y_1 (Crecimiento de las ventas) y se muestra los siguientes cuadros:

Cuadro N° 5. 12

Correlación de outsourcing y crecimiento de las ventas

		Outsourcing	C. ventas
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	.630*
	Sig. (bilateral)		.038
	N	11	11
C. ventas	Correlación de Pearson	.630*	1
	Sig. (bilateral)	.038	
	N	11	11

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.12 se presenta el análisis de correlación lineal con el propósito de establecer el grado de relación del outsourcing y la percepción de crecimiento de las ventas. En el cual se puede apreciar que el coeficiente de correlación tiene un valor de $r=0,630$, lo cual significa que existe relación entre las variables estudiadas.

Cuadro N° 5. 13

Resultados correlación del outsourcing y la percepción del crecimiento de ventas

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	.787 ^a	.620	.457	.50648

a. Predictores: (Constante), Competitividad, P. Estratégico, G. ventas

Fuente: Elaboración propia

Elaborado: programa estadístico SPSS

En el cuadro N° 5.13 Se presenta resultados del análisis de regresión lineal con el fin de establecer el grado de relación de las variables. En el cual se puede apreciar el coeficiente de determinación R^2 indica que el 45,7% de los cambios que suceden en la percepción actual de adaptación de la fuerza de ventas (Y_3) se debe a los cambios de percepción actual de las dimensiones de Outsourcing (X_1, X_2, X_3)

Por tanto en base a los resultados se determina que: “el instrumento de outsourcing y la percepción de crecimiento de las ventas es positiva y significativa”, por lo que se acepta la hipótesis alterna.

Estas variables se presentan asociadas de la siguiente manera:

$$Y = 2,373 + (-0,263)X_1 + (0,688)X_2 + (-0,068)X_3$$

CONCLUSIONES

Se presenta las conclusiones de la investigación **“Instrumento de outsourcing y eficiencia de las ventas en empresas de Guayaramerín, 2018”** de acuerdo al análisis de los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

- Se determinó que la relación del outsourcing y la eficiencia de las ventas es positiva y significativa estadísticamente dado un nivel de significancia de 0.95, lo que permite conocer que el uso de servicios tercerizados por empresas externas, en 11 empresas estudiadas de la ciudad de Guayaramerín se relacionan directamente en su capacidad de concretar las ventas. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna propuesta.
- Se determinó que la relación del outsourcing y la gestión de flujo de información de los clientes de las empresas estudiadas es positiva pero no es significativa estadísticamente dado un nivel de significancia de 0.95, lo que permite conocer que el uso de servicios tercerizados en 11 empresas estudiadas, existe relación entre las variables pero no de manera significativa en la correcta fluidez de información a los clientes.
- Se determinó que la relación del outsourcing y adaptación de la fuerza de ventas en las empresas estudiadas es positiva y significativa estadísticamente dado un nivel de significancia de 0.95, lo que permite conocer que el uso de servicios tercerizados en 11 empresas estudiadas tiene un efecto en los encargados de las ventas.
- Se determinó que la relación del outsourcing y el crecimiento de las ventas en las empresas estudiadas es positiva y significativa estadísticamente dado un nivel de significancia de 0.95, lo que permite conocer que el uso de servicios tercerizados en 11 empresas estudiadas afecta la efectividad del proceso de ventas.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a las empresas que se implemente el instrumento de outsourcing como estrategia empresarial obteniendo beneficios como la reducción de costos y mejorar la competitividad.
- Se recomienda a las empresas apoyarse en el outsourcing porque le permite la reducción de gastos lo cual a largo plazo generaría más ingresos que gastos.
- Se recomienda a los gerentes y ejecutivos que se informen mejor por los beneficios y ventajas competitivas que da el instrumento de outsourcing.

BIBLIOGRAFIA

1. ANDIA, W. 2015. Diccionario de Administración. Lima: Ediciones Arte y pluma.
2. CASTRO et al. 2010. El Outsourcing como herramienta administrativa para aumentar el nivel de las ventas en las empresas industriales dedicadas a la fabricación de confite en el municipio de San Salvador. Caso ilustrativo (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador).
3. BISQUERRA, R 2014. Metodología de la investigación. Edit. La Muralla, Madrid: Trilla, pág. 212
4. HERNANDEZ S. PALAFOX R. 2012. Administración: Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad. 3^{ra} ed., Edit. McGraw Hill, D. F. México. Pág. 23.
5. KOONTZ H, WEIHRICH H, 2013, Elementos de la administración, 8^{va} ed., Edit. McGraw-Hill Interamericana, D.F. México, Pág. 7
6. MANCHEGO, S. 2012. Gestion del outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A. C. (Tesis de Magister). Disponible: https://cybertesis.unmsm.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/cybertesis/3956/Manchego_os.pdf?sequence=1
7. MUNCH, L. 2010. Administración: Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos. 1^{ra} ed. Edit. Person. Juarez México. Pág. 4.
8. MCLVOR, R. 2010. Global Services Outsourcing. Cambridge University. Nueva York. Pág. 45-78
9. HERNANDEZ, et al. 2014. Metodología de la investigación. 5ta ed. Edit. Mc Graw-Hill, México.
10. SANCHEZ, M. 2015. Administración 1. 2da ed. Edit. Patria, México, Pág. 103.

11. <http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/08/herramientas-administracion-moderna.html>
12. Ponce, A. (2012). Gestión Empresarial, 2^{da} ed., Edit. Interamericana. D.F. México, pág. 240.

Anexo N° 1



ENCUESTA A EMPRESAS QUE HAN TERCERIZADO

FECHA:.....

N°

Instrucciones:

La presente técnica de encuesta, busca recoger información relacionada con el trabajo de investigación titulado “INSTRUMENTO DE OUTSOURCING Y LA EFICIENCIA DE LAS VENTAS EN LAS EMPRESAS DE GUAYARAMERÍN” sobre este particular; se le solicita que en las preguntas que a continuación se presenta, marque la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin, esta técnica es anónima, se le agradece su colaboración.

Criterio	Valoración
Nada	1
Poco	2
Regular	3
Mucho	4
Totalmente	5

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
1	¿En qué grado influye el outsourcing dentro de sus objetivos estratégico?					
2	¿En qué grado considera que el outsourcing afecta en la elaboración del plan de trabajo?					
3	¿En qué grado influyen las recomendaciones para implementar el instrumento de outsourcing?					
4	¿En qué grado se toma en cuenta el instrumento de outsourcing dentro de la orientación estratégica?					
5	¿Grado en que la fuerza de ventas gestiona eficientemente los recursos de que dispone la empresa para lograr adecuada interacción con el cliente?					
6	¿En qué grado la fuerza de ventas tendrá la capacidad para recoger, almacenar información?					

7	¿En qué grado mejoran las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing?					
8	¿En qué grado incrementó la utilidad sobre las ventas al utilizar el instrumento de outsourcing?					
9	¿Cuál es grado de mejora de las ventas diarias al utilizar el outsourcing?					
10	¿En que grado incrementaron los costos al utilizar el instrumento de outsourcing?					
11	¿En qué grado mejoraron sus ventas mensuales al utilizar el instrumento de outsourcing?					
12	¿Cuál fue el nivel de relación comercial con la empresa proveedora de outsourcing?					
13	¿Cuál fue el nivel de relación civil con la empresa proveedora de outsourcing?					
14	¿Qué grado de eficiencia percibe su empresa al utilizar el instrumento de outsourcing?					
15	¿En qué grado influye la ventaja competitiva en el mercado al emplear el outsourcing?					
16	¿Qué nivel de integración percibe la empresa al utilizar el outsourcing?					
17	¿En qué grado el costo beneficio del outsourcing genera rendimiento?					
18	¿En qué medida el outsourcing permite alcanzar los objetivos de los clientes?					
19	¿En qué medida mejoró la eficiencia de las ventas al utilizar el outsourcing?					
20	¿En qué medida ayuda el outsourcing en la relación con los clientes?					
21	¿En qué medida el outsourcing apoya en el flujo de información de los clientes?					
22	¿En qué grado es beneficioso el outsourcing de servicio para generar los flujos de información?					
23	¿En qué medida el instrumento de outsourcing apoya a la fuerza de ventas?					
24	¿Cuál fue el grado de adecuación de los ejecutivos de ventas al implementar el servicio de outsourcing?					
25	¿En qué medida considera que el outsourcing afecta al área de ventas?					

26	¿En qué medida ayuda el outsourcing para mejorar en los tiempos de ventas?					
27	¿En qué medida ha mejorado el crecimiento de sus ventas?					

Anexo N° 2

Base de datos de los indicadores de Outsourcing

Outsourcing																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
N°	X1	X1	X1	X1	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X3	X3	X3	X3
1	4	4	3	3	4	1	4	1	1	3	3	3	3	4	4	5	5
2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5
3	3	3	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	1	1	1	2	2	1	4	4	4	3	1	3
6	5	1	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2
7	4	5	5	4	4	3	1	2	1	4	1	5	3	4	1	2	1
8	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	3	3	3	2	2	3
9	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3
10	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3
11	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 3

Base de datos de los indicadores de eficiencia de las ventas

Eficiencia de las ventas

	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
N°	Y1	Y1	Y1	Y1	Y1	Y2	Y2	Y2	Y3	Y3
1	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
2	4	5	5	4	2	4	3	4	3	4
3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	2	3	3	2	2	2	3	3	2
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	4	4	2	3	3	2	3	2
8	3	4	5	4	4	2	3	4	4	2
9	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
10	5	4	5	5	2	3	5	5	5	4
11	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 4

Base de datos por dimensiones y variables

X1	X2	X3
3.50	2.56	4.50
4.50	4.22	4.75
3.25	4.33	4.00
5.00	5.00	5.00
4.25	2.22	2.75
4.00	3.78	3.25
4.50	2.67	2.00
2.25	2.22	2.50
2.50	2.67	3.25
3.75	3.22	3.25
3.25	3.89	4.25

Y1	Y2	Y3
4.20	4.00	3.00
4.00	3.67	3.50
4.00	5.00	4.00
4.40	4.00	4.00
3.00	2.33	2.50
4.00	4.00	4.00
3.40	2.67	2.50
4.00	3.00	3.00
3.00	3.00	3.00
4.20	4.33	4.50
3.60	4.33	4.00

X	Y
3.24	3.90
4.41	3.80
4.00	4.30
5.00	4.20
2.82	2.70
3.71	4.00
2.94	3.00
2.29	3.50
2.76	3.00
3.35	4.30
3.82	3.90