



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA
DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

ANGELLO FRANCO TELLO MELÉNDEZ

ASESORA:

MSc. MAIRENA FOX PETRONILA LILIANA

LINEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA – PERÚ

2018

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don **TELLO MELENDEZ ANGELLO FRANCO** cuyo título es: **"OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL; 2018"**.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 17 (número) diecisiete (letras).

Los Olivos, 29 de noviembre de 2018



Dr. Teodoro Carranza Estela

PRESIDENTE



Dra. María Dolores Martínez Zavala

SECRETARIO



MSc. Petronila Liliana Mairena Fox

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

Es grato dirigir en primera instancia este trabajo a Dios, aquel cómplice de todas mis aventuras quien me ilumina y fortalece cada día. A mis padres, José Luis Tello Sánchez y Anita Janet Meléndez Díaz; por siempre haberme motivado a ser un profesional competitivo dándome fortaleza y el gran habito de esfuerzo, por la satisfacción de conocer su orgullo, incalculable amor y amistad, para mi hermano Daniel a quien quiero motivar a este gran reto y finalmente a Lucia mi gran apoyo y soporte personal y emocional.

Angello Tello M.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por bendecirme y guiarme en este camino tan largo lleno de aventuras y retos, por darme la oportunidad de cumplir mis objetivos.

Quiero expresar el agradecimiento a la renombrada Universidad Cesar Vallejo, así como a todos los profesionales que contribuyeron a que esto tenga un propósito e hicieron posible que se realice.

De igual manera agradezco a mis asesores, en especial a la MSC. Mairena Fox Petronila Liliana por su gran apoyo, orientación y paciencia en la culminación de la tesis, además a todos aquellos expertos de la ciencia que han contribuido de manera muy sólida para la elaboración de esta investigación.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Angelo Franco Tello Meléndez con DNI N° 76504858, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 29 de noviembre del 2018



Angelo Franco Tello Meléndez

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Outsourcing y Satisfacción Del Cliente En El Área De Negocios Hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración.

El presente trabajo de investigación es producto del esfuerzo al trabajo meticuloso que tiene como objetivo determinar la influencia del Outsourcing en la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Angello Franco Tello Meléndez

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLATORIA DE AUTENCIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xiv
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad problemática	1
1.1.1 En el contexto internacional	2
1.1.2 En el contexto nacional	4
1.1.3 En el contexto local	5
1.2 Trabajos previos	7
1.2.1 En el contexto internacional	7
1.2.2 En el contexto nacional	9
1.3 Teorías relacionadas al tema	11
1.3.1 Outsourcing	11
1.3.1.1 Teoría clásica de la administración de Henry Fayol	11
1.3.1.2 Definiciones del outsourcing	11
1.3.1.3 Dimensiones del outsourcing	12
1.3.2 Satisfacción del cliente	14
1.3.2.1 Teoría del modelo de satisfacción basado en necesidades de Schneider y Bowen	14
1.3.2.2 Definiciones de satisfacción del cliente	15
1.3.2.3 Dimensiones de satisfacción del cliente	15
1.4 Formulación del problema	17
1.4.1 Problema general	17
1.4.2 Problemas específicos	17
1.5 Justificación del problema	18
1.5.1 Justificación teórica	18
1.5.2 Justificación metodológica	18
1.5.3 Justificación práctica	18

1.6 Hipótesis	18
1.6.1 Hipótesis general	18
1.6.2 Hipótesis específicas	19
1.7 Objetivos	20
1.7.1 Objetivo general	20
1.7.2 Objetivos específicos	20

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación	21
2.1.1 Método	21
2.1.2 Nivel	21
2.1.3 Tipo	21
2.1.4 Diseño	22
2.2 Variables, operacionalización	22
2.2.1 Variables	22
2.2.2 Operacionalización	22
2.3 Población y muestra	24
2.3.1 Población	24
2.3.2 Muestra	24
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.4.1 Técnica de recolección de datos	24
2.4.2 Instrumento de recolección de datos	24
2.4.3 Validación del instrumento	25
2.4.4 Confiabilidad del instrumento	26
2.5 Métodos de análisis de datos	27
2.6 Aspectos éticos	27

III. RESULTADOS

3.1 Prueba de normalidad	29
3.2 Análisis de los resultados estadísticos	30
3.2.1 Resultados por dimensión	30
3.2.2 Resultados por variables	42

3.2.3 Resultados de las medidas descriptivas	44
3.2.4 Prueba de hipótesis	45
3.2.4.1 Prueba de hipótesis general	45
3.2.4.2 Prueba de hipótesis específicas	46
IV. DISCUSIÓN	49
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	53
VII. PROPUESTA	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67
ANEXOS	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.2.1.1	Variables de investigación	22
Tabla 2.2.2.1	Cuadro de operacionalización de variables	23
Tabla 2.4.2.1.	Estructura dimensional de las variables de estudio	25
Tabla 2.4.2.2.	Categorías en la escala de Likert	25
Tabla 2.4.3.1	Validación de expertos	26
Tabla 2.4.4.1.	Resumen de procesamiento de casos	26
Tabla 2.4.4.2.	Estadísticas de fiabilidad	26
Tabla 2.4.4.3	Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach	27
Tabla 2.6.1	Aspectos éticos del investigador	28
Tabla 3.1.1	Pruebas de normalidad de Shapiro - Wilk	29
Tabla 3.2.1.1.a	Nivel de proceso de servicio del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	30
Tabla 3.2.1.1.b	Interpretación de los componentes de la brecha del proceso de servicio	30
Tabla 3.2.1.1.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del proceso de servicio	31
Tabla 3.2.1.2.a	Nivel de reducción de costos del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	32
Tabla 3.2.1.2.b	Interpretación de los componentes de la brecha de costos	32
Tabla 3.2.1.2.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del costo	33
Tabla 3.2.1.3.a	Nivel de reducción de productividad del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	34
Tabla 3.2.1.3.b	Interpretación de los componentes de la brecha de productividad	34
Tabla 3.2.1.3.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del productividad	35
Tabla 3.2.1.4.a	Nivel de reducción de capacidad de respuesta del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	36
Tabla 3.2.1.4.b	Interpretación de los componentes de la brecha de capacidad de respuesta	36
Tabla 3.2.1.4.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del capacidad de respuesta	37
Tabla 3.2.1.5.a	Nivel de reducción de seguridad del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	38
Tabla 3.2.1.5.b	Interpretación de los componentes de la brecha de seguridad	38
Tabla 3.2.1.5.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del seguridad	39
Tabla 3.2.1.6.a	Nivel de reducción de empatía del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	40
Tabla 3.2.1.6.b	Interpretación de los componentes de la brecha de empatía	40

Tabla 3.2.1.6.c	Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del empatía	41
Tabla 3.2.1.7.a	Nivel de outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	42
Tabla 3.2.1.7.b	Nivel de satisfacción del cliente respecto al outsourcing del BCP, San Miguel, 2018	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.2.1.1	Nivel de proceso de servicio del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	30
Figura 3.2.1.2	Nivel de reducción de costos del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	32
Figura 3.2.1.3	Nivel de reducción de productividad del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	34
Figura 3.2.1.4	Nivel de reducción de capacidad de respuesta del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	36
Figura 3.2.1.5	Nivel de reducción de seguridad del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	38
Figura 3.2.1.6	Nivel de reducción de empatía del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	40
Figura 3.2.2.1	Nivel de outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.	42
Figura 3.2.2.2	Nivel de satisfacción del cliente respecto al outsourcing del BCP, San Miguel, 2018	43
		3
		3rtA

RESUMEN

Se realizó la investigación titulada “Outsourcing y satisfacción del cliente en el área de Negocios Hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018” cuyo objeto de estudio fue determinar la influencia del Outsourcing en la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios, esta investigación empleó como población en 45 personas.

La recolección de datos se obtuvo mediante la técnica de la encuesta teniendo como instrumento al cuestionario y está conformado por 19 preguntas en la escala de Likert. La validación del instrumento fue hecha por un comité de juicio de expertos y la fiabilidad del mismo fue calculada a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

Una vez obtenido los resultados se procesaron y analizaron a través del programa estadístico SPSS, teniendo como conclusión que existe una relación entre las variables a investigar.

Palabras clave: Outsourcing, satisfacción, fidelización de clientes, negocios, hipotecarios, relación, experiencia, influencia.

ABSTRACT

The research entitled "Outsourcing and customer satisfaction in the area of Mortgage Businesses - BCP, San Miguel, 2018" was carried out, whose object of study was to determine the influence of Outsourcing on the satisfaction of the client in the mortgage business area, this research employed as a population of 45 people.

The data collection was obtained through the survey technique using the questionnaire as an instrument and consists of 19 questions on the Likert scale. The validation of the instrument was made by an expert judgment committee and its reliability was calculated through the Cronbach's Alpha coefficient.

Once obtained the results were processed and analyzed through the statistical program SPSS, having as conclusion that

Keywords: Outsourcing, satisfaction, customer loyalty, business, mortgage, relationship, experience, influence.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El entorno actual de las organizaciones es altamente competitivo y a la vez también el aumento de consumidores exigentes, este mercado es dinámico por aquella razón los clientes son más meticulosos, es por ello que uno de los muchos problemas que existen en el rubro financiero es la atención y el tiempo de espera del proceso que se realiza al solicitar cualquier producto. Por lo tanto, existen entidades que se preocupan por la satisfacción del cliente final. En el 2017 el Servicio de Atención al Ciudadano (SAC) del Indecopi, indico que por cada 100 reclamos de atención 45 pertenecían a entidades financieras.

Son alarmantes los resultados que muestran los reclamos a entidades financieras, es por ello que numerosas entidades han decidido tomar acción implementando una de las herramientas más usadas de la administración moderna que facilita la gestión gerencial, esta es el Outsourcing también llamado tercerización, la cual ayudará afrontar los cambios en los procesos internos y a minimizar riesgos operativos que se realicen en la organización. El enfoque estratégico que presenta esta herramienta de gestión permitirá orientar y maximizar el desempeño de la organización.

En la última década, esta herramienta ha sido utilizada por diferentes empresas del sector financiero para distintas áreas del banco, este proyecto se basara en un área específica, el de negocios hipotecarios, teniendo como objetivo identificar problemas como son demora en la atención, en el proceso de desembolso y costos elevados que pueden producirse, por lo tanto, tiene como propósito nuevas expectativas minimizando los tiempos y costos de atención de este modo generar satisfacción a los clientes.

En la actualidad el mercado nacional se encuentra analizando las necesidades y expectativas de los deseos del cliente, estimando conseguir la satisfacción. Por lo cual se puede decir que lo que busca un cliente en el banco es que se interprete y entienda las necesidades financieras y en qué situación se encuentra para ofrecerle los mejores atractivos y/o productos que serían la necesidad que ellos buscan.

Concluido lo expuesto es de suma importancia desarrollar la investigación realizada al tema por lo que se ha tomado la decisión de investigar el Outsourcing y satisfacción del cliente en el Área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, mediante el cual se propondrá alternativas de solución a lo previamente detallado.

1.1.1. En el contexto Internacional

El diario El Espectador de Colombia (2018) con el artículo “¿Qué beneficios obtienen las compañías al implementar el Outsourcing?” debido al alto nivel de competencia que existe hoy en día en el sector empresarial y la evolución constante de la tecnología en los mercados, las organizaciones se han visto en la necesidad de tercerizar procesos que son manejados de manera interna por la empresa, este proceso conocido también como Outsourcing de procesos lo cual de manera más coloquial es la práctica de contratar a un proveedor para que desarrolle y ejecute una actividad o proceso fuera o dentro de la empresa buscando fortalecer los servicios y puedan ajustarse a la necesidad de los clientes. El objetivo principal es ser más eficientes las operaciones de la organización, generando mayor productividad y calidad máxima para ser competitivos, es por ello que Colombia es el país que más tendencia de Outsourcing emplea a fin minimizar y optimizar los resultados adaptando esta metodología.

El diario La Estrella de Panamá (2018) hace referencia en el artículo “Banco Azteca Panamá recibe 'Premio a la Satisfacción’” menciona que esta entidad financiera fue nombrado como uno de los bancos que obtuvo el menor puntaje de reclamos presentados por los clientes, son reconocidos por reportar la información de sus clientes de manera precisa, completa y actualizada. El director general quien hace mención al reconocimiento al esfuerzo que diariamente sus colaboradores realizan demostrando confiabilidad, el manejo correcto de la información y la calidad del servicio que brindan. La entidad bancaria apunta a seguir creciendo y a seguir consolidándose para llegar hacer el mejor banco enfocado en la atención de calidad al cliente.

El diario La Tercera de Chile (2018) argumenta mediante el artículo titulado “Bancos reportan menores restricciones para dar créditos hipotecarios y una mayor demanda”, nos habla sobre cómo se encuentra actualmente nuestro mercado inmobiliario dando como referencia que se encuentran dirigiéndose hacia un nuevo boom el cual el banco central revela que las restricciones de financiamiento para otorgar un crédito hipotecario son mucho más flexibles, esto dando un nivel de crecimiento en préstamos bancarios a un 8.3% a agosto del presente año. Al tener esta nueva situación económica la demanda de crédito es veloz aumentando en proporción trimestralmente las garantías hipotecarias a favor de los bancos financiadores, tiene como objeto conocer la percepción de los cambios de estándares de aprobación de nuevos créditos, el cual eso nos permite obtener información sobre el

comportamiento del crédito y comprender los factores económicos que explican su evolución.

El diario El Espectador de Colombia (2018) con el artículo “Mitos a derrumbar para fortalecer el Outsourcing en Colombia” en la columna de economía su redactor nos informa acerca de cómo esta herramienta administrativa y las empresas que la aplican continúan tomando posición en los sectores líderes para generar ingreso y empleo, el cual contribuye con la economía del país produciendo ingresos por alrededor de \$8,3 millones anuales, de acuerdo a la Asociación Colombiana de Contact Centers y Business Process Outsourcing, BPO, cabe destacar que es considerada una de las industrias que abarca gran parte del territorio nacional, teniendo como meta y aliado estratégico a las MYPES y PYMES.

Por otro lado Colombia cuenta con una cultura empresarial arraigada en la externalización de servicios de suministro de personal, entre otros procesos y lo que busca este servicio es afianzarse a todas aquellas pequeñas, medianas y grandes empresas para potenciar la productividad del país. Los economistas tienen claro que no todos los servicios y procesos pueden ser tercerizados ya que existe un gran riesgo para los clientes finales, pero las pequeñas y medianas empresas buscan ser grandes empresas es por ello que arriesgan optando por usar esta herramienta. Según Gustavo Higuera Director de Adecco Outsourcing indica que también promueven una cultura de generación de beneficios de valor y de mejora de procesos, ya que estos factores contribuirán a la empresas generar mayor productividad y eficiencia, es para esto que Outsourcing es una herramienta clave de desarrollo económico capaz de atender cualquier proceso susceptible de manera efectiva que permitirá a las organizaciones enfocarse en sus clientes y desarrollo de su negocio.

Sagrado (2018) hace referencia en el artículo “GSA, el futuro del Outsourcing a debate”, manifiesta que nos encontramos en la 4^o revolución industrial donde la experiencia de los profesionales, conocimientos y sus intereses alcanzan un mejor resultado aportando un conjunto de conocimientos en la materia de externalización en la evaluación tecnológica dando productividad al mercado laboral el cual le permite a cualquier organización enfrentarse ante cualquier evolución digital asumiendo nuevos retos.

Existe actualmente en el mercado internacional diferentes factores de evolución digital y cambios de procesos el cual permite establecer especializaciones y enfoques a una determinada tarea específica que nos ayuda a ver de forma más cerca la calidad de servicio a brindar.

Izquierdo (2018) a través del diario argentino La Nación en un artículo titulado “Es posible reducir el gasto público sin tocar los rubros socialmente sensibles” menciona que en América Latina el crecimiento de este rubro inmobiliario proviene de la reducción de gastos públicos y de financiamientos externos esto lleva a este país pasar por otro tipo de mercado temeroso e hipotecar a un futuro un gasto que según el per cápita delimita el nivel económico de muchos, es por ello que otra de las cosas llamativas son las transferencias familiares que se convierten en parte económica proporcional.

1.1.2. En el contexto nacional

Mesia (2018) vicepresidenta ejecutiva de Overall mediante la entrevista con el diario Gestión nos menciona que el 86% de empresas en el Perú actualmente tercerizan servicios a precios sumamente competitivos subcontratando a proveedores para dinamizar el proceso. Menciona que esto permite optimizar productividad, agilizar procesos, reducir costos y crear oportunidad de actualización para la organización. Podemos observar que gran parte de las empresas privadas se encuentran actualmente externalizados y buscan competir aplicando recursos necesarios de control de servicios, ayudando a impulsar actividades u operaciones complementarias.

El diario El Comercio con su artículo titulado “¿Qué tan satisfecho está el consumidor peruano?” nos revela a través de una investigación realizada por la empresa prestigiosa ‘Arellano Marketing’ sobre la satisfacción del consumidor peruano el cual detalla que existe una gran oportunidad de mejorar la fidelidad de los clientes, teniendo como indicador a la expectativa, calidad y valor percibido a los sectores de cadenas de farmacias, clínicas privadas y cines quienes son los que lideran el ranking de satisfacción. Como dato adicional pudieron analizar también que actualmente el mercado peruano presenta como característica una demanda creciente, incrementando la demanda de competidores, esto llevándonos a un mercado más exigente.

El diario La República con su artículo titulado “Mercado de tercerización de servicios moverá más de U\$ 600 millones este año” nos informa que son solo 15 empresas que actualmente se dedican al rubro de Outsourcing y nos damos cuenta que es una herramienta estratégica que prefieren mantener las organizaciones, en nuestro país 8 de cada 10 empresas optan por subcontratar y al realizarlo analizan que el 90% de ellos se vuelven más productivos.

López (2018) en su artículo titulado “Estudios: Outsourcing permite ahorros de hasta un 20% en costos fijos” indica que la disminución de costos fijos y la flexibilidad interna para maximizar tiempos provienen de aplicar esta herramienta la cual ayuda a aumentar el 30% de productividad y disminuir el 20% de los gastos fijos. Las compañías buscan como beneficio en esta herramienta optimizar los recursos y procesos permitiendo agilizar la contratación situacional.

El Diario El Comercio con su artículo titulado “Ránking: Estas son las empresas con mejor reputación en el Perú del 2018” nos menciona que según las evaluaciones realizadas por el Monitor Empresarial de Reputación Cooperativa (MERCOC) este año los top 10 provienen del sector industrial, minero, educacional y servicios varios. El banco de crédito es quien actualmente lidera este ranking manteniéndose en primer lugar desde el 2017. Cabe analizar que desde que se inició este proceso de medición de ranking solo 8 de las empresas se han mantenido dentro de las top.

El Diario El Comercio este año quiso resaltar la evaluación y ranking de la empresa Paraíso quien se encuentra dominado como una de las 100 empresas con mejor reputación esto se debe a que en el transcurso de los años esta organización se enfocó en la satisfacción del cliente y su entorno online, ya que a lo largo de los 51 años de trayectoria que actualmente mantiene esta empresa peruana ha mantenido los estándares y la vanguardia de tecnología y la innovación para la constante mejora de sus productos finales, este esfuerzo se ha visto reflejado en las obtenciones de certificaciones e ISOS que actualmente posee por la calidad del servicio que brinda.

1.1.3. En el contexto local

En el ámbito local, la entidad bancaria donde se realizó la presente investigación subcontrata los servicios de una empresa tercera para desarrollar el proceso de desembolso de un crédito hipotecario para la compra de un inmueble dándole tareas y funciones específicas a desarrollar en toda la atención para el cliente.

Los ejecutivos de ventas captan actualmente a los clientes en los proyectos inmobiliarios y agencias financieras ofreciéndoles las mejores condiciones de financiamiento del mercado para que puedan realizar la compra de su vivienda para ellos les solicitan cierta documentación que ayude con la evaluación crediticia y sustente los ingresos para el pago de las cuotas finales esto ayudando a determinar el riesgo que existe en cada

persona y su cumplimiento de pago, seguido de ello es enviado al área de análisis crediticio quien determina el resultado de la evaluación crediticia dando como veredicto la probabilidad de viabilidad del financiamiento solicitado y los patrones de comportamiento dando un mejor escenario más certero. Por otro lado sabemos que conservar a nuestros clientes o ser recomendados nos permitirá poder tener captación de clientes ya que esto lo desarrolla el área de post venta desembolso, brindándonos una segunda opción de compra por la buena atención.

Cabe destacar que reducir la mano de obra para las empresas inmobiliarias nos ayuda a costear otras actividades dando oportunidades de mejora para la compañía reduciendo acciones de costo generando ventajas competitivas volviéndose vital para las diferencias de diferenciación.

Causando un desempeño sobresaliente sostenible antes los competidores permitiendo liquidez de la compañía brindando rentabilidad a la misma, El sector inmobiliario y los créditos hipotecarios han tenido una evolución muy rápida convirtiéndose en uno de los productos más importantes para las entidades financieras, El diario Gestión detalla que en estos 8 últimos meses del año se han podido otorgar 7,451 millones de soles esto comparado al lapso 2017 teniendo como aumento de demanda en un 41.52%.

Los créditos hipotecarios por entidades bancarias privadas totalizaron un total de 43,637 millones al cierre de agosto del presente año, teniendo como expansión un 9.25% a comparación del ejercicio pasado de acuerdo a la información extraída de la asociación de bancos (AsBanc). Por otro lado AsBanc analiza que esta demanda se debe por la mejora de condiciones económicas del país y a la reducción de tasas de interés que vienen manejando actualmente las entidades financieras, cabe resaltar que existe un alto nivel de competencia lo cual conlleva a una entidad bancaria a otra a dar la mejor condición crediticia para el cliente final.

Mencionamos que es de preferencia de los usuarios tomar créditos hipotecarios en soles dando como indicador de solarización al portafolio, AsBank reporta un aumento sostenible en los últimos años, evaluando dicho índice en un aumento del 2.76% a comparación del 2017.

El mercado Mi Vivienda entre los meses de enero y agosto colocaron 5,519 créditos hipotecarios esto logrando un crecimiento de 24.16% con referencia al cierre del 2017. Esto reflejando en desembolsos S/. 662,89 Millones habiendo superado un 19% con relación al 2017, es sorprendente como este producto a través del estado ayuda a muchas familias a poder

realizar el sueño de la casa propia. El fondo mi vivienda indico que en el mes de agosto coloco 810 créditos cifra record que no se registraba desde marzo 2017 experimentando un crecimiento de 28.3% con relación al mismo mes del 2017. Este reflejo se da por la mejora de condiciones del mercado, las tasas de interés que muestra la tendencia de baja y el crecimiento económico en colocaciones.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. En el contexto internacional

López y Morales (2016) En su investigación titulada “Outsourcing en una Empresa Maquiladora de Productos Eléctricos Industriales: Estudio de Caso”, realizada en San Luis Potosí, México, tuvo como propósito utilizar el Outsourcing para el reclutamiento del personal externo y así agilizan el proceso dentro del área de recursos humanos, Su objetivo fue identificar los factores que afectan al desempeño de una línea de producción para establecer propuestas que coadyuven a mejorar la situación que se presenta, Este trabajo de investigación se realizó con una escala tipo Likert conformada por un instrumento, el cual se hizo una muestra aleatoria simple de 65 trabajadores, usando la metodología de un estudio transversal dando como conclusión que la organización adopta la subcontratación, la cual ofrece ventajas importantes pero con la finalidad de estabilizar la situación existente, se sugiere conservar en el proceso productivo solo personal empleado, relocalizar y/o disolver al personal subcontratado y actualizarlos de manera que se contemplen mejores beneficios para el personal que se canaliza bajo ese esquema.

López (2015) En su investigación titulada “Desarrollo de una estrategia para la implementación de Outsourcing de talento humano en medianas industrias”, realizada en Ecuador. Tuvo objetivo fundamental desarrollar una estrategia de Outsourcing para el proceso de selección de personal basado en competencias de talento humano en medianas industrias para este estudio empleo un enfoque cualitativo, el cual no requiere implementación estadística ya que se realiza un análisis a través de la interpretación de datos observables, usando como técnica la recolección de información determinando la situación actual de la industria, dando como conclusión que subcontratando una empresa externa para la selección del personal tendría como resultado un aumento importante en la producción lo

que evidencia como mejoramiento de este proceso de la organización indispensable para el talento humano de la empresa.

Musalem (2015) En su investigación titulada “Gestión del servicio de Outsourcing de compras para la empresa Ariba Quadrem”, realizada en Santiago de Chile. Tuvo como objetivo principal medir el despliegue de recursos y maximizar a los ejecutivos las labores rutinarias enfocándose en el core de la empresa misma. La metodología que emplea el autor para desarrollar el proyecto a cabo es Ingeniería de Negocios propuesta por Barros (Barros O. 2009), la cual busca guiar a las organizaciones en el diseño, construcción e implementación de sus procesos. El estudio realizado fue de diseño de investigación no experimental y de corte transversal de tipo correlacional. Aplicándolo en 60 colaboradores mediante un instrumento, obteniendo como resultado que todas las necesidades estratégicas de integración de esta organización serán para administrar de forma efectiva y eficientemente su proceso de negocio y mantener competitividad con el entorno.

Droguett (2014) En su investigación titulada “Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que afectan la evaluación de los clientes”, realizada en Chile, tuvo como objetivo identificar cuáles son las principales causas de insatisfacción en la industria, qué sugerencias se puede hacer al respecto y ver las diferencias entre las 5 principales marcas del mercado de ventas automotriz. El autor resalta que es un elemento que juega un rol fundamental en la determinación de los consumidores en sus decisiones y la retención del mismo. El cual se basa en la percepción y la experiencia considerada como el factor del éxito. La metodología usada en la investigación es el estudio de regresión lineal múltiple, Para lo cual, se realizó una investigación de tipo no experimental transaccional con análisis correlacional. En una muestra de 45 trabajadores. Se aplicó el Cuestionario dando como conclusión que la satisfacción de los clientes en el proceso de servicio es de gran importancia pues impulsa a los clientes a regresar para sus próximas mantenciones, e incluso permite “olvidar” malas experiencias en el proceso de ventas llevando a los clientes a generar intención de volver a comprar otro vehículo de la misma marca.

Benavente y Figueroa (2013) En su investigación titulada “Medición del Grado de Satisfacción de los Clientes Bancarios de Puerto Montt Basada en la Escala Servqual” , realizada en Chile, tuvo como objetivo determinar el grado de satisfacción de los clientes bancarios el cual refleja la percepción que tiene el cliente con respecto al servicio brindado identificando brechas entre lo ideal y real. Los autores se basan en que la satisfacción de un

cliente es un tema importante en la actualidad con respecto al marketing. Y su medición con respecto a las entidades bancarias toma fuerza dado el alto índice de competencias dentro de estas entidades, El estudio realizado fue de diseño de investigación no experimental y de corte transversal de tipo correlacional. Aplicándolo en 80 clientes mediante un instrumento, teniendo como resultado favorable de determinar que los clientes no se encuentran lo bastante satisfechos con respecto al servicio entregado por su ejecutivo bancario, analizadas todas las dimensiones podemos afirmar y demostrar que existen diferencias entre bancos.

1.2.2. En el contexto nacional

Maguiña (2017) En su investigación titulada “Medición de los posibles efectos de la tercerización del proceso de reclutamiento y selección en una empresa retail durante el año 2016”. Realizada en Perú. Tuvo como objetivo determinar si existe un efecto positivo al tercerizar el área de reclutamiento y selección de una empresa Retail, midiendo la productividad y la eficiencia de los procesos de reclutamiento. La metodología que emplea el autor para desarrollar el proyecto es cuantitativo de tipo correlacional causal de diseño experimental. Aplicando como muestra a 385 personas mediante un instrumento. Teniendo como resultado que tercerizar el proceso de reclutamiento y selección de una empresa retail, no sería beneficiario para la propia empresa, debido a que se pudo constatar con los resultados negativos.

León y Valladares (2015) En su investigación titulada “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”. Realizada en Perú. Tuvo como objetivo determinar si el Outsourcing influye significativamente en calidad de servicio al cliente en la empresa VisaNet. Se usó el diseño no experimental y de corte transversal de tipo correlacional. Aplicándolo en una muestra de 404 clientes mediante un instrumento. Teniendo como resultado 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%.

Manchego (2014) En su investigación titulada “Gestión del Outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C.”. Realizada en Perú, la autora recalca que el Outsourcing establece modernidad y productividad en los procesos de las empresas dando nivel competitivo dentro de los mercados globales. El objetivo fue conocer en qué medida

la Gestión Empresarial influye en la Competitividad, Innovación, Calidad y en las Ventas de dichas unidades, usando la metodología de un estudio básico dando como conclusión que la confianza y la ética profesional son fundamentales en la relación entre socios estratégicos en la cual se basa el Outsourcing. La evolución de esta depende de la confianza entre organizaciones y la ética profesional de sus miembros.

Moreno (2013) En su investigación titulada. “Medición de la Satisfacción del Cliente en el Restaurante La Cabaña de Don Parce”, Realiza en Perú, el autor indica que se aborda el problema relacionado al desconocimiento existente acerca del grado de satisfacción de los clientes del restaurante. El objetivo fue conocer que le importa al cliente y poder corregir aquellos puntos que no son cubiertos además de reconocer la vital importancia de la satisfacción Identificando variables aplicando técnicas y sentando bases que lleven un control continuo a la satisfacción del cliente, usando la metodología de un estudio descriptivo dando como conclusión que los clientes del restaurante están satisfechos con el servicio recibido ya que mostraron conceptos de alta calidad.

Clemente (2013) con su tesis “Mejora en el Nivel de Atención a los Clientes de una Entidad Bancaria Usando Simulación”. Realizada en Perú, el autor indica que el éxito depende en gran medida de la percepción que tiene el cliente del producto y el servicio brindado. Como producto se tiene a los activos y pasivos que ofrece el banco. En lo referente al servicio, en especial a la atención en oficinas, el nivel de satisfacción del cliente se basa en la calidad de la atención recibida por el asesor pero además en el tiempo que debe esperar para ser atendido, cuyo objetivo fue demostrar que el banco quiere adquirir un Sistema Administrador de Colas (QSM) que además de administrar la cola de atención de clientes, mide la situación operativa de la oficina, obteniendo valiosa información estadística por arribos, tipo de cliente, tipo de día, productividad de operadores de atención al público, usando la metodología de un estudio transversal dando como conclusión que es posible mejorar el desempeño de una oficina bancaria en relación al nivel de servicio ofrecido al cliente solo con cambios en los esquemas y prioridades de atención, sin incurrir en gastos adicionales de personal o cambios de horarios.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Outsourcing

1.3.1.1. Teoría clásica de la administración de Henry Fayol

Quiñones (2015) manifiesta que la teoría clásica de la administración tiene el objetivo de generar mayor productividad en las organizaciones utilizando el mínimo recurso posible a través de los 14 principios de la administración, implementando mecanismo para producir en grandes cantidades, empleando pocos recursos y a costos bajos. Fayol menciona en una de sus principios administrativos la “división de trabajo” el cual permite a cada una de las áreas y colaboradores desarrollar diferentes actividades de la empresa para acumular experiencia y mejorar continuamente sus habilidades en cada uno de sus labores.

Esta herramienta es usada en el mundo empresarial con el fin de contribuir con la gestión de procesos y aplicar mejores estrategias, de tal manera reducir todo tipo de gasto y conseguir un mayor manejo de proyectos para la organización.

1.3.1.2. Definición de Outsourcing

Schneider (2014) El Outsourcing se da cuando una empresa transfiere funciones o procesos específicos a un tercero dándole responsabilidades, no se trata de un proceso automatizado ni mecánico, las instituciones determinan cuáles son sus actividades diarias y ellos las aplican, esta herramienta ayuda a potenciar diferentes ventajas del mercado. Implica un replanteamiento total de gestión en las organizaciones, convirtiéndose así en una de las piezas fundamentales del planeamiento estratégico de la empresa.

Barrar y Gervais (2015) La economía laboral ha cambiado a un estado dinámico, convirtiéndose en una necesidad, examinando los principales procesos organizativos y económicos. Es importante que el enfoque a la perspectiva de una organización sea principalmente al costo específico de gestión, es por ello que menciona situaciones potenciales, llamándose estas: complejidad del producto y especificidad de los activos. También menciona que el Outsourcing revela el proceso de restricción.

Fórneas (2016) Los principales factores de complejidad del Outsourcing están basados en la necesidad del cliente y en el servicio que se brinda, esta herramienta de gestión se encarga de medir escalas económicas, demoras de atención y agilizar el proceso del negocio. Teniendo en cuenta que externalizar un servicio ayudará a reducir costos,

concentrar actividades principales, mejorar la calidad del servicio, simplificar el proceso, reducir tiempos y finalmente reducir riesgos. También menciona que externalización no es lo mismo que subcontratación y todo lo que es llamado Outsourcing no es Outsourcing y que depende mucho de las funciones que se realicen.

Schneider (2014) Esta herramienta sirve para reducir malos hábitos y crea una reingeniería el cual beneficia al negocio, sugiere que una organización no debería desempeñar todas sus funciones ya que las diversifica y descuida el planteamiento estratégico complicando la estructura operativa. Menciona que deben enfocarse en core business y tomar importancia a actividades y procesos principales, para estos procesos es posible realizar la contratación de un proveedor de servicios especializados eficiente que se convierta en socio de negocios llamándolo a este Outsourcing.

1.3.1.3. Dimensiones de Outsourcing

a. Procesos de Servicio

Méndez, Jaramillo y Serrano (2016) mencionan que cualquier organización que brinda un producto o servicio competitivo pueden diferenciar entre dar un servicio o crear un proceso de servicio, es por ello que determinan que las empresas que se enfocan en brindarlo realizan gestión de calidad, evaluando y analizando el comportamiento interno dejando claro que el servicio no es aquel que productor te brinda, sino aquella que se adecua las necesidades del mercado.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Evaluación Crediticia

Campo (2015) Menciona que es la cobertura contractual de diferentes activos bancarios que sirve para anular o condicionar las garantías crediticias y delimitar el riesgo de cumplimiento de la deuda bancaria.

2 Análisis Crediticio

Elizondo y Altman (2013) Mencionan que analizar el resultado permitirá calcular de forma explícita la probabilidad de incumplimiento y los patrones de comportamiento financiero detallando la magnitud del escenario en pérdida.

3 Post Venta

Chaclón (2013) Indica que es seguir vendiendo un producto o servicio después de la compra realizada indicando fundamental como estrategia de marketing, manifestando que una de las causas importantes de esta es conservar al cliente y proporcionar una segunda oportunidad de venta o recomendación

b. Reducción de Costos

Porter (2015) La reducción de costos es un criterio de diferenciación, el cual aminoran costos totales de actividades, presentando oportunidades de mejora, expone también que existen muchas formas de disminuir los gastos siempre y cuando la organización conozca bien como utilizan los clientes su producto.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Mano de Obra

Porter (2015) Define la mano de obra al capital humano de la organización que contribuye con la actividad diaria de producción y se encarga de reducir y disminuir acciones de costo de las actividades adicionales.

2 Costos

Porter (2015) Define como costo al gasto económico que produce un bien o servicio a desarrollar.

3 Rentabilidad

Porter (2015) Define como rentabilidad al beneficio que proporciona un esfuerzo o inversión que permite generar desempeño sobresaliente sostenible ante los competidores, mejorando la estructura y aumentando la liquidez de la compañía.

c. Productividad

Loayza (2016) La productividad no es solo el valor del producto por la unidad de insumo, sino consiste en cuatro componentes principales: (1) Innovación, crea nuevas tecnologías, productos y procesos. (2) Educación, fomenta la innovación desarrollando conocimiento y

habilidades. (3) Eficiencia, determina el uso y distribución de los recursos productivos de manera eficaz. (4) Infraestructura, donde se aprecia la representación de los factores.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Innovación

Pérez (2018) Menciona que es una herramienta de conocimiento para concebir un nuevo mercado diseñando nuevas oportunidades empleando creatividad e identificando un problema que se desea resolver.

2 Educación

Loayza (2016) Menciona que es el desarrollo de habilidades y conocimientos que tiene como objetivo fomentar nuevas técnicas para el incremento de actividades económicas.

3 Eficiencia

Loayza (2016) Menciona que tener un apropiado uso de los recursos, una distribución efectiva de capital y trabajo ayudan a renovar constantemente la empresa y los sectores productivos teniendo como clave el cambio, transformación y la flexibilidad del uso.

4 Infraestructura

Loayza (2016) Menciona que comprende aspectos materiales y aspectos intangibles que brindan un aporte económico y estabilidad para el desarrollo de una actividad o lugar que pueda ser utilizado.

1.3.2. Satisfacción del Clientes

1.3.2.1. Teoría del modelo de satisfacción basado en necesidades de Schneider y Bowen

Alcaide (2015) Manifiesta que el modelo de satisfacción basado en necesidades está dirigida al detalle de emociones que produce la necesidad de una persona al satisfacerse por la experiencia brindada, también indican que no rechazan el modelo tradicional centrados en expectativas, ya que prefieren evaluar las reacciones emocionales de los clientes y los atributos del servicio.

La satisfacción es una variable importante en este proyecto, ya que ayuda a conocer el nivel de bienestar en que se encuentra el cliente, es de suma importancia porque permitirá conocer que tan satisfecho se sienten con la atención brindada.

1.3.2.2. Definición de satisfacción de clientes.

Koontz, Weihrich & Cannice (2014) La Satisfacción del Cliente predomina con la teoría de necesidades de Maslow, el cual indican que las necesidades humanas tienen forma jerárquica de modo ascendente logrando así la satisfacción en cada uno, determinando también que cuando existe una serie de necesidades este cese y se convierta en algo sumamente motivador.

Kotler (2013) El nivel de satisfacción del cliente es el estado de ánimo de una persona el cual mide el producto o servicio bajo la expectativa del rendimiento.

Denove & James (2014) Los estudios mencionan que el cliente pasa por un estado psicológico terminante evaluando la sensación y su entorno describiéndose como satisfacción, por otro lado la expectativa de la experiencia de consumo es la probabilidad de fidelizar al cliente.

Kotler, P. y K. Keller (2015) La satisfacción del cliente se manifiesta a través de la percepción de un producto o servicio el cual cubra las expectativas o necesidades del consumidor, es relacionado también entre el grado de rendimiento y perspectiva, es por ello que manifiestan que si rendimiento del producto o servicio no cubre la perspectiva del consumidor, este quedará insatisfecho.

Schiffman & Kanuk (2015) Definen que la satisfacción del cliente se basa en la percepción sobre el desempeño y comportamiento del producto o servicio en relación a la expectativa activa, también podemos decir que la experiencia del producto nos ayuda a crear satisfacción fidelizando a nuestros clientes.

1.3.2.3. Dimensiones de satisfacción del cliente.

a. Capacidad de Respuesta

Arnoletto (2013) Define que es la capacidad media de producir frente a la demanda una respuesta de calidad aceptable brindando medidas de prioridad según la demanda establecida.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Tiempo de Servicio

Fessard (2015). Es el tiempo total que se ofrece ante un servicio.

2 Tiempo de Respuesta

Fessard (2015). Es el tiempo que le tomo a quien brinda el servicio dar una respuesta de atención.

3 Tiempo de Espera

Fessard (2015). Es el tiempo que espera un cliente para recibir el producto o servicio que solicito.

b. Seguridad

Solé (2015) La seguridad es reflejada a través de una actividad profesional dentro de un campo de proceso o de una especialización el cual demuestra la fiabilidad y la confianza del servicio o producto.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Confianza

Luhmann (2015) Es un factor de seguridad que muestra una persona especialmente al efectuar una acción difícil y se lo detalla a otra.

2 Confidencialidad

León (2013) Es cuando se garantiza mantener en reserva la información brindada, exigiendo no revelar la identidad del usuario.

3 Fiabilidad

Solé (2015) Es cuando existe la probabilidad que un sistema cumpla una determinada función durante un tiempo determinado siendo fiable.

c. Empatía

Breithaupt (2013) Es producida cuando existe comprensión entre una y otra personas u otros seres que sienten lo que uno percibe y pueden adivinar las intenciones pero cabe recalcar que esta situación no es tan sencilla y que suelen equivocarse, es por ellos cuestionarnos si es posible entendernos entre todos los seres.

Dentro de los indicadores de esta dimensión tenemos a:

1 Comunicación

Bello (2014) Es determinante ya que consiste en intercambiar información con el fin de transmitir o recibir un mensaje y creando entendimiento.

2 Accesibilidad

Avilés (2014) Es una condición que es incluíble en todos los derechos para derribar todo aquello que dificulte o impida plena participación al acceso de algún ámbito.

3 Comprensión al usuario

Malbos (2015) Es la facultad para percibir las cosas con mayor facilidad teniendo ideas claras y concisas favoreciendo el entendimiento al usuario.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo se relaciona el Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

- a.** ¿Cómo se relaciona el proceso del servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

- b. ¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?
- c. ¿Cómo estará estructurado un plan de estrategias orientadas al Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

Esta Investigación se realiza con el propósito de crear satisfacción en nuestros clientes a través de menores recursos utilizando la herramienta de tercerización generando menos gastos y minimizando los procesos.

1.5.2. Justificación metodológica

Para lograr los objetivos se siguió todos los procedimientos de investigación científica, se desarrolló a través de un instrumento para la medición de variables: Outsourcing y Satisfacción del cliente con el objeto de medir su relación. El cual se evaluó y validó por los expertos para luego medir la confiabilidad mediante el programa estadístico SPSS. El resultado de esta investigación logrará resolver el retraso de atención, el proceso de desembolso y la satisfacción del cliente por la atención brindada.

1.5.3. Justificación práctica

El estudio a realizar logrará tener un impacto positivo en el ámbito social porque mejorará condiciones laborales buscando métodos de trabajo optimizando procesos y creando beneficio en la empresa para reducir y minimizar procesos y costos. Por otro lado, se mejorará el enfoque al cliente, logrando tener consumidores satisfechos aplicándose como guía de mejora para otras entidades u organizaciones.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

HG: Existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área

de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: Si existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

1.6.2. Hipótesis específicas

HE1: Existe relación significativa en el proceso de servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación significativa en el proceso de servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: SI existe relación significativa en el proceso de servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₂: Existe cambios en la organización mediante un plan de estrategias orientadas al proceso de servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

HE2: Existe relación significativa en la capacidad de respuesta con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación significativa en la capacidad de respuesta con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: SI existe relación significativa en la capacidad de respuesta con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₂: Existe cambios en la organización mediante un plan de estrategias orientadas a la necesidad del consumidor con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

OG: Determinar la relación del Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

1.7.2. Problemas específicos

OE₁: Determinar la relación del proceso del servicio y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

OE₂: Determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

OE₃: Evaluar un plan de estrategia orientadas Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 Método de investigación

La investigación se desarrolló con el método hipotético deductivo donde se realizaron observaciones y se formularon hipótesis para ser evaluadas y puedan determinar si son verdaderas o falsas y en consecuencia culminar con las conclusiones respectivas.

Sánchez (2013) El método de investigación que se utilizará es hipotético deductivo, es decir que consiste en emitir hipótesis acerca de la posible solución de los problemas planteados buscando una solución comprobando con los datos disponibles si están de acuerdo con estas:

2.1.2 Nivel de investigación

La investigación aplico el estudio descriptivo, con la finalidad de analizar cómo se desempeña cada variable y sus componentes, se recoge la información y se describe la situación que identifica cada elemento de estudio.

Peinado (2015). Menciona que se establece una investigación descriptiva cuando a través de una medición precisa una o varias variables en una población o muestra.

Esta investigación es correlacional, ya que mediremos la relación que existe entre dos o más conceptos o variables de una muestra o contexto particular.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) Definen correlacional como el estudio de grado de asociación o relación que tiene los conceptos, categorías o variables de un contexto particular.

2.1.3 Tipo de investigación

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) Esta investigación es de tipo aplicada, es decir que daremos soluciones a los problemas que se ha identificado, también recibe el nombre de investigación practica o empírica, caracterizada en la aplicación y utilización de conocimientos que sean adquiribles, también es vinculada con la investigación básica que

demuestra el marco teórico en la investigación interesando al investigador con las consecuencias prácticas.

2.1.4 Diseño de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2014) El diseño metodológico que empleará esta investigación es no experimental de corte transversal, es decir puede ser cualquiera en donde no se realiza la manipulación de variables.

2.2 Variables, operacionalización

2.2.1 Variables

A continuación, se presenta en la Tabla 2.2.1.1 las variables a investigar en la presente investigación:

Tabla 2.2.1.1

Variables de investigación

VARIABLES	
Variable 1	Outsourcing
Variable 2	Satisfacción del cliente

Fuente: Elaboración propia

2.2.2 Operacionalización de variables

A continuación se presenta en la Tabla 2.2.2.1 la matriz de operacionalización de las variables de estudio

Tabla 2.2.2.1

Cuadro de operacionalización de variables

	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles	Escala de medición
OUTSOURCING	<p>Según Schneider (2014) El Outsourcing se da cuando una empresa transfiere funciones o procesos específicos a un tercero dándole responsabilidades, no se trata de un proceso automatizado ni mecánico, las instituciones determinan cuáles son sus actividades diarias y ellos las aplican, esta herramienta ayuda a potenciar diferentes ventajas del mercado. Implica un replanteamiento total de gestión en las organizaciones, convirtiéndose así en una de las piezas fundamentales del planeamiento estratégico de la empresa.</p>	<p>La variable 1 se mediran mediante las dimensiones de Proceso de Servicio, Reduccion de Costos y Productividad a través de un cuestionario mediante 10 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización del instrumento.</p>	Proceso de Servicio	Evaluación Crediticia	1	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo	Ordinal
				Análisis Crediticio	2		
				Postventa	3		
				Mano de Obra	4		
			Reducción de Costos	Costos	5		
				Rentabilidad	6		
				Innovación	7		
				Educación	8		
				Eficiencia	9		
				Infraestructura	10		
SATISFACION DEL CLIENTE	<p>Según Kotler, P. y K. Keller (2015) La satisfacción del cliente se manifiesta a través de la percepción de un producto o servicio el cual cubra las expectativas o necesidades del consumidor, es relacionado también entre el grado de rendimiento y perspectiva, es por ello que manifiestan que si rendimiento del producto o servicio no cubre la perspectiva del consumidor, este quedara insatisfecho.</p>	<p>La variable 2 se mediran mediante las dimensiones de Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía a través de un cuestionario mediante 9 ítems, donde se tienen en cuenta los indicadores para la realización del instrumento.</p>	Capacidad de respuesta	Tiempo de Servicio	1	(1) Totalmente en Desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Indiferente (4) De acuerdo (5) Totalmente de Acuerdo	Ordinal
				Tiempo de Respuesta	2		
				Tiempo de espera	3		
				Confianza	4		
			Seguridad	Confidencialidad	5		
				Fiabilidad	6		
				Comunicación	7		
				Accesibilidad	8		
				Comprensión al Usuario	9		

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

La población es infinita conformada por los clientes del Banco de Crédito los cuales fueron atendidos bajo el proceso de crédito hipotecario.

Carrasco (2013) Nos dice que todo el conjunto de elementos que forman parte de la unidad de análisis pertenecen al ámbito espacial en donde se desarrollará el trabajo de investigación.

2.3.2 Muestra

El presente trabajo de investigación considerará como muestra 45 clientes puesto que será determinada de la población total.

Galindo (2015) Una muestra es un conjunto de personas, elementos o eventos de una población total. Indica también que para representar a la población la muestra debe ser recogida al azar, debe ser suficientemente grande y veraz.

2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica de recolección de datos

La técnica que se utilizará para esta investigación será la encuesta.

Alzina (2013) indica que la encuesta es el recojo de la información de los sujetos a través de una entrevista personal, por correo o por teléfono.

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

Esta investigación uso como instrumento el cuestionario que serán respondidas en base a la escala de tipo Likert para realizar la medición respectiva, el cual contiene 19 preguntas, comprendido por ambas variables y 6 dimensiones que se realizará de manera transparente, confidencial e individual de ser el caso.

Hernández (2014) nos detalla que el conjunto de preguntas sobre los objetos a medir las variables deben ser congruentes con el planeamiento del problema e hipótesis.

A continuación, se muestra en la Tabla 2.4.2.1 la estructura dimensional de las variables de estudio:

Tabla 2.4.2.1.*Estructura dimensional de las variables de estudio*

Variable	Dimensión	Ítem
Outsourcing	Proceso de Servicio	1- 3
	Reducción de Costos	4-6
	Productividad	7-10
Satisfacción del cliente	Capacidad de Respuesta	11-13
	Seguridad	14-16
	Empatía	17-19

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, la encuesta utilizó la escala de Likert, la cual estuvo compuesta por cinco categorías: Totalmente en Desacuerdo, En desacuerdo, Indiferente, De acuerdo, Totalmente de acuerdo; esta escala permitió de forma veraz medir las reacciones de los sujetos, en Tabla 2.4.2.2 se muestra de forma muy organizada:

Tabla 2.4.2.2.*Categorías en la escala de Likert*

Puntuación	Denominación	Inicial
1	Totalmente en desacuerdo	TD
2	En desacuerdo	D
3	Indiferente	I
4	De acuerdo	A
5	Totalmente de acuerdo	TA

Fuente: Elaboración propia.

2.4.3. Validez del instrumento

El instrumento de recolección ha sido validado por juicio de expertos, para que pueda tener validez y transparencia es por ello que esta instancia recurrió a docentes de la Escuela Profesional de Administración con alta experiencia en el tema.

A continuación, la Tabla 2.4.3.1 muestra de forma detallada a los responsables que revisaron y calificaron el instrumento de la investigación:

Tabla 2.4.3.1*Validación de expertos*

Nº	Experto	Calificación instrumento	Especialidad
Experto 1	Martínez Zavala María Dolores	Aplicable	Investigador
Experto 2	Dávila Arenaza Víctor Demetrio	Aplicable	Investigador
Experto 3	Mairena Fox Petronila Liliana	Aplicable	Investigador

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Confiabilidad del instrumento

A continuación, se muestra en la Tabla 2.4.4.1 el resumen de procesamiento de casos, el cual son los resultados del SPSS que se realizaron a una prueba piloto compuesta de 45 encuestados.

Tabla 2.4.4.1.*Resumen de procesamiento de casos*

		N	%
Casos	Válido	45	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	45	100,0

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS 22.

Asimismo, a continuación, se presentan la Tabla 2.4.4.2 el cual muestra el estadístico de fiabilidad y la Tabla 2.4.4.3 detalla la escala de medidas para evaluar el coeficiente de alfa de Cronbach:

Tabla 2.4.4.2.*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
,784	19

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

Tabla 2.4.4.3*Escala de medidas para evaluar el Coeficiente alfa de Cronbach*

Valor	Nivel
<0,5	No aceptable
0,5 a 0,6	Pobre
0,6 a 0,7	Débil
0,7 a 0,8	Aceptable
0,8 a 0,9	Bueno
>0,9	Excelente

Fuente: Elaborado en base a Arcos y Castro (2009).

Analizando los resultados obtenidos se observa que el Alfa de Cronbach tiene una fiabilidad de 0.784 y de acuerdo a la propuesta de Arcos y Castro, dicho resultado se ubica en los intervalos 0,7 a 0,8 señalando un nivel aceptable, por lo tanto, el instrumento es fiable.

2.5. Métodos de análisis de datos

El método de análisis que se utilizó en la investigación de la información recopilada fue a través del software Statistical Package for the Social Sciences o Estadístico para las Ciencias Sociales (IBM® SPSS) en su versión N° 24. Es uno de los programas que se usan para la investigación y análisis estadístico. Este programa fue diseñado por IBM cuenta con una alta gama de herramientas que permite analizar la investigación de manera más precisa.

2.6. Aspectos éticos

Afirmamos que los datos a obtener en esta investigación serán verídicos y válidos, los cuales darán confiabilidad a la información que dará como resultado la presente investigación. Se realizará dentro del marco legal correspondiente. Se respetaran las propiedades de los autores consultados utilizando el estilo APA, el cual será corroborado por la herramienta de TURNITIN.

Tabla 2.6.1*Crterios éticos de la investigación*

CRITERIOS	CARACTERISTICAS ETICAS DEL CRITERIO
Consentimiento informado	Los participantes estuvieron de acuerdo con proporcionar información personal y contemplaron la responsabilidad de los datos brindados.
Confidencialidad	Se informó a los participantes que la privacidad de la información será confidencial y se tendrá en cuenta en esta investigación la veracidad de los resultados obtenidos.
Observación participante	El autor de la investigación ejecuto con reserva el desarrollo de recopilación de datos dando como pauta el compromiso de ética establecida en el estudio.

Fuente: Elaboración propia

III. RESULTADOS

3.1 Prueba de normalidad

Si $N \leq 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk.

H_0 : Los datos tienen distribución normal (datos paramétricos).

H_1 : Los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos)

Regla de decisión

Si el valor de Sig. $< 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0)

Si el valor de Sig. $> 0,05$, se acepta la hipótesis nula (H_1)

Se realizó el análisis de los datos con el software estadístico SSPS 24, con una muestra de 45 encuestados el cual presentó el siguiente resultado como se muestra en la tabla 3.1.1:

Tabla 3.1.1.

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
V1_OUTSOURCING	,951	45	,048
V2_SATISFACCIÓN_CLIENTE	,960	45	,118

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Software estadístico SSPS 22

Interpretación

Variable1: Outsourcing

El siguiente cuadro presenta un SIG de 0,048, siendo menor al 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula H_0 (hipótesis nula) aceptando la H_1 (hipótesis alterna), por su distribución que es normal, considerando la prueba paramétrica (Pearson).

Variable2: Satisfacción del Cliente

El siguiente cuadro presenta un SIG de 0,118, siendo mayor al 0,05; por lo tanto, se acepta la H_0 (hipótesis nula) rechazando la H_1 (hipótesis alterna), por su distribución que es normal, considerando la prueba paramétrica (Pearson).

3.2 Análisis de los resultados estadísticos

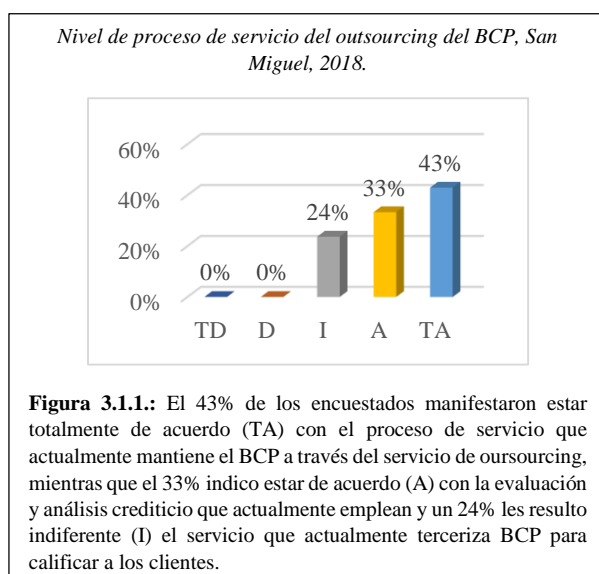
3.2.1. Resultados por dimensión

Tabla 3.2.1.a

Nivel de proceso de servicio del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
PROCESO DE SERVICIO	0	0	32	45	58	135
	0%	0%	24%	33%	43%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 76% de los clientes del área de negocios hipotecarios del BCP les agrada el servicio que brinda actualmente la empresa, Méndez, Jaramillo y Serrano (2016) mencionan que cualquier organización que brinda un producto o servicio competitivo pueden diferenciar entre dar un servicio o crear un proceso de servicio, es por ello que determinan que las empresas

que se enfocan en brindarlo realizan gestión de calidad, evaluando y analizando el comportamiento interno dejando claro que el servicio no es aquel que productor te brinda, sino aquella que se adecua las necesidades del mercado. Implica un replanteamiento total de gestión en las organizaciones. Si la empresa BCP cuenta con un proceso de servicio calificado para satisfacer a los clientes; entonces, el servicio que la empresa Outsourcing brinda es eficiente y de calidad, permitiendo que nivel del proceso de servicio aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 24% de los encuestados manifestó como resultado indiferente (I) y se acogerán a las estrategias propuestas;

Tabla 3.2.1.b

Interpretación de los componentes de la brecha del proceso de servicio

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)	EVENTO ESPERADO
24%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	24%	REGULAR ESFUERZO
				0,24

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.1.c*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través del proceso de servicio*

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Méndez, Jaramillo y Serrano (2016) mencionan que cualquier organización que brinda un producto o servicio competitivo pueden diferenciar entre dar un servicio o crear un proceso de servicio, es por ello que determinan que las empresas que se enfocan en brindarlo realizan gestión de calidad, evaluando y analizando el comportamiento interno dejando claro que el servicio no es aquel que productor te brinda, sino aquella que se adecua las necesidades del mercado.	
	ESTABLECER UN PROCESO DE ATENCION BASANDO EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE Y EFICIENCIA DEL SERVICIO	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
24%	1. Generar contacto con el cliente brindando una impresión positiva y creando disposición de atención	Llamada telefónica y cita con el cliente.
INDIFERENTE	2. Obtener información conociendo y comprendiendo las necesidades del cliente.	Reunión de condiciones con el cliente
	3. Escuchar activamente y demostrar interés por su solicitud a fin de transmitir la satisfacción del cliente	
	4. Asegurar que la necesidad haya sido resuelta, creando una sensación final positiva a su solicitud de crédito hipotecario.	Fotos y Firmas de solicitud
76 % ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

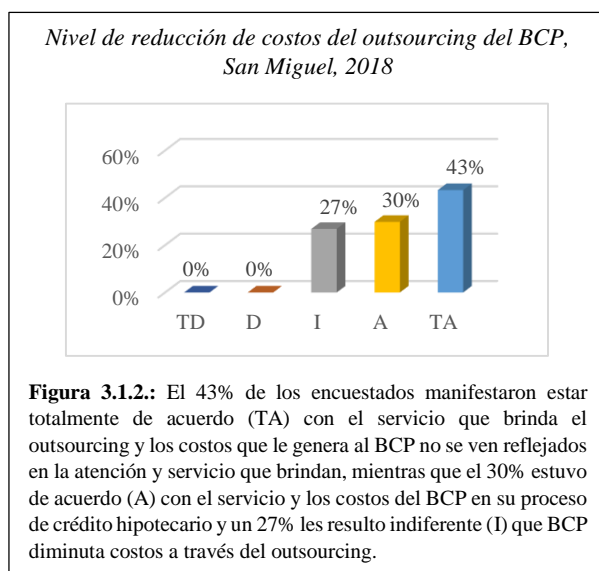
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.2.a

Nivel de reducción de costos del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	0	0	36	40	58	134
REDUCCION DE COSTOS	0%	0%	27%	30%	43%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 73% de los clientes del área de negocios hipotecarios indican que el servicio que actualmente reciben por la empresa outsourcing no se ven reflejados en los costos que le genera al BCP manteniendo un servicio eficiente, Porter (2015) menciona que la reducción de costos es un criterio de diferenciación, el cual aminoran costos totales de actividades, presentando

oportunidades de mejora, expone también que existen muchas formas de disminuir los gastos siempre y cuando la organización conozca bien como utilizan los clientes su producto. Si la empresa BCP contratando al outsourcing reduce los costos de su proceso brindando un servicio calificado para satisfacer a los clientes; entonces, el servicio que la empresa contratada brinda cumple con el fin de disminuir costos de procesos, permitiendo que nivel de reducción de costos aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 27% de los encuestados manifestó como resultado indiferente (I) y se acogerán a las estrategias propuestas.

Tabla 3.2.2.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la reducción de costo

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)	EVENTO ESPERADO
27%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	27%	REGULAR ESFUERZO
				0,27

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.2.c*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través de la reducción de costos*

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Porter (2015) menciona que la reducción de costos es un criterio de diferenciación, el cual aminoran costos totales de actividades, presentando oportunidades de mejora, expone también que existen muchas formas de disminuir los gastos siempre y cuando la organización conozca bien como utilizan los clientes su producto	
	OPTIMIZAR Y MEJORAR LOS COSTOS ESPECIFICOS PARA GENERAR RENTABILIDAD SIN AFECTAR EL PROCESO DE ATENCION EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
27% INDIFERENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de la situación actual frente al mercado sobre los costos generados por el proceso de desembolso de los clientes. 2. Análisis de oportunidades y desarrollo de planes de mejoramiento disminuyendo costos y generando el mismo servicio para nuestros clientes. 3. Coordinación con proveedores para la negociación del servicio y comparación con el mercado. (Toma de decisiones) 4. Asegurar que los servicio a adquirir sean al 100% de calidad y eficiencia a fin de que nuestro cliente final no se vea enterado de la gestión interna para su crédito hipotecario. 	<p>Planteamiento de mejora y reducción de costos.(Oficina)</p> <p>Revisión y conformidad de Gerencias. (Oficina)</p> <p>Adquisición de supervisión del servicio contratado. (Oficina)</p>
73 % ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

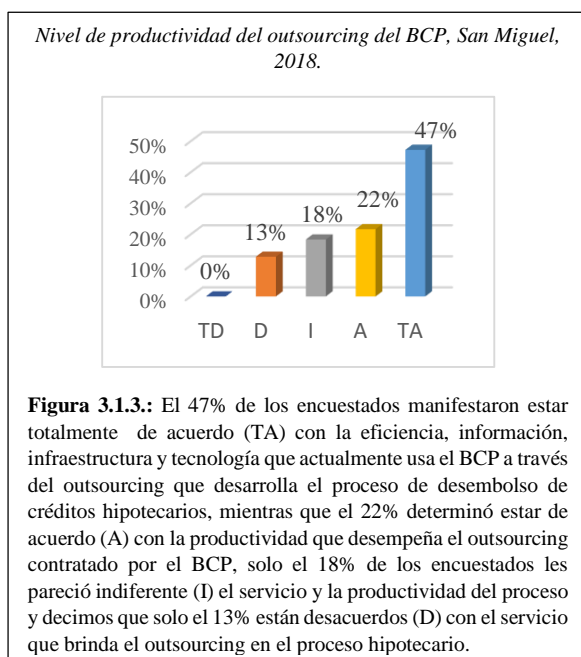
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.3.a

Nivel de productividad del outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	0	23	33	39	85	180
PRODUCTIVIDAD	0%	13%	18%	22%	47%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 69% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifiestan que la información, tecnología, comunicación e infraestructura que actualmente usa BCP a través del servicio contratado para su proceso de desembolso es de calidad. Loayza (2016) La productividad no es solo el valor del producto por la unidad de insumo, sino consiste en cuatro componentes principales: Innovación,

crea nuevas tecnologías, productos y procesos. Educación, fomenta la innovación desarrollando conocimiento y habilidades. Eficiencia, determina el uso y distribución de los recursos productivos de manera eficaz. Infraestructura, donde se aprecia la representación de los factores. Si la empresa BCP cuenta con productividad a través de la contratación de la empresa que le brinda servicios para satisfacer a los clientes; entonces, tendremos clientes satisfechos e informados permitiendo esto darle un mejor seguimiento al servicio que contratamos para el proceso de crédito hipotecario, permitiendo que nivel de productividad aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 18% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 13% de encuestados determinaron en desacuerdo (D), lo harán en el largo plazo.

Tabla 3.2.3.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la productividad

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
18%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	18%	REGULAR ESFUERZO	0,18
13%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	13%	MAYOR ESFUERZO	0,13

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.3.c*Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar el outsourcing a través de la productividad*

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Loayza (2016) La productividad no es solo el valor del producto por la unidad de insumo, sino consiste en cuatro componentes principales: Innovación, crea nuevas tecnologías, productos y procesos. Educación, fomenta la innovación desarrollando conocimiento y habilidades. Eficiencia, determina el uso y distribución de los recursos productivos de manera eficaz. Infraestructura, donde se aprecia la representación de los factores	
	GENERAR UN LENGUAJE DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN SIMPLE PARA EL ENTENDIMIENTO DE LOS CLIENTES	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
18% INDIFERENTE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar boletines de información donde nos manifestemos en un lenguaje apropiado y simple para los clientes, expresando beneficios e interés en sus necesidades. 2. Informar e incentivar al personal para que brinde esta información cuando atienda a sus clientes. 3. Participar con nuestros clientes en el ABC de la banca, campaña que motiva e informa. 	<p>Volantes de información Fotos</p> <p>Fotos y grabaciones</p> <p>Campaña</p>
	DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE PARTICIPACION UTILIZANDO LOS RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA, EDUCACION, INNOVACION Y COMUNICACIÓN CON LOS COLABORADORES	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
13% DESACUERDO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Medir el nivel de productividad a través del cliente incognito. 2. Elegir al cliente incognito para cumplir el papel. 3. Evaluar el grado de satisfacción y la calidad del servicio de los colaboradores. 4. Evaluar el comportamiento de los colaboradores. 	<p>Fotos</p> <p>Fotos</p> <p>Fotos y grabaciones</p> <p>Cuestionario</p>
69 % ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

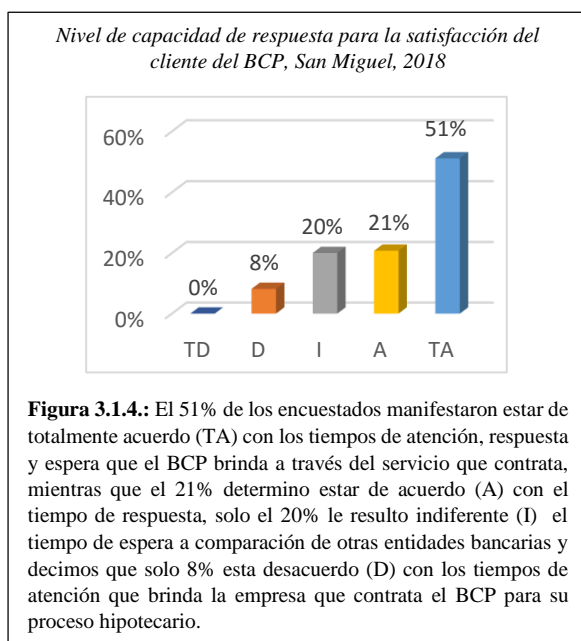
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.4.a

Nivel de capacidad de respuesta para la satisfacción del cliente del BCP, San Miguel, 2018

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	0	11	27	28	69	135
CAPACIDAD DE RESPUESTA	0%	8%	20%	21%	51%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 72% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifiestan que la capacidad de respuesta de los tiempos de atención que actualmente usa BCP a través del servicio contratado para su proceso de desembolso es ágil y rápido. Arnoletto (2013) Define que es la capacidad media de producir frente a la demanda una respuesta de calidad aceptable brindando medidas de prioridad según la demanda

establecida. Si la empresa BCP cuenta con una capacidad de respuesta rápida y eficiente a través de la contratación de la empresa que le brinda servicios para satisfacer a los clientes; entonces, tendremos clientes contentos y dispuestos a recomendar nuestro servicio como el mejor para este proceso de crédito hipotecario, permitiendo que nivel de capacidad de respuesta aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 20% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 8% de encuestados determinaron en desacuerdo (D), lo harán en el largo plazo.

Tabla 3.2.4.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la capacidad de respuesta

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
20%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	20%	REGULAR ESFUERZO	0,20
8%	DESACUERDO	LARGO PLAZO	8%	MAYOR ESFUERZO	0,08

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.4.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar la satisfacción del cliente a través de la capacidad de respuesta.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Arnoletto (2013) Define que es la capacidad media de producir frente a la demanda una respuesta de calidad aceptable brindando medidas de prioridad según la demanda establecida.	
EVALUAR A LOS CLIENTES SOBRE LA ATENCION Y TIEMPO DE ESPERA, SABER QUE TAN SATIFECHO SE ENCUENTRA CON EL SERVICIO BRINDADO		
ACTIVIDADES		
MEDIOS DE VERIFICACION		
20% INDIFERENTE	1. Elaborar encuestas para medir la atención que brindan los colaboradores y analizar el tiempo de atención.	Elaboración de plan y análisis
	2. Ejecutar los resultados y aplicarlos en los colaboradores para medir mediante un roleplay.	Ejecución de dinámica en grupo
	3. Aplicarlo en clientes para mejorar los tiempos de respuesta y atención.	Medición en campo
CREAR UN SISTEMA DE MEDICION DE TIEMPOS DE ESPERA; ATENCION Y RESPUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL SERVICIO		
ACTIVIDADES		
MEDIOS DE VERIFICACION		
8% DESACUERDO	1. Medir Tiempo de Espera, Tiempo de llegada y Tiempo de Atención.	Análisis
	2. Evaluar proceso de gestión.	Evaluación
	3. Evaluar Proceso de evaluación y desembolso.	Ratios
	4. Medir el tiempo total del proceso.	
72 % ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

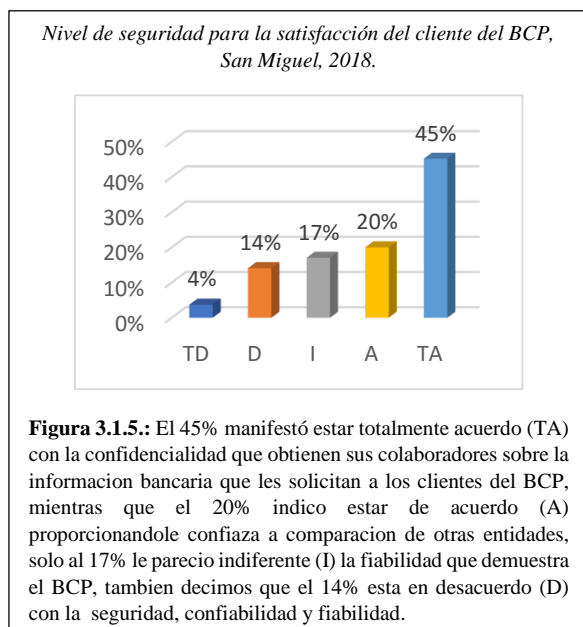
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.5.a

Nivel de seguridad para la satisfacción del cliente del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	5	19	23	27	61	135
SEGURIDAD	4%	14%	17%	20%	45%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 65% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifiestan que la seguridad de la atención que actualmente usa BCP a través del servicio contratado para su proceso de desembolso es confiable y segura. Solé (2015) La seguridad es reflejada a través de una actividad profesional dentro de un campo de proceso o de una especialización el cual demuestra la fiabilidad y la confianza del

servicio o producto. Si la empresa BCP cuenta con la seguridad del proceso y transmite confianza a través de la contratación de la empresa que le brinda servicios para satisfacer a los clientes; entonces, tendremos clientes seguros y dispuestos a recomendar nuestro servicio de crédito hipotecario, permitiendo que nivel de capacidad de respuesta aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 17% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 18% de encuestados determinaron en desacuerdo (D) y total desacuerdo (TD), lo harán en el largo plazo.

Tabla 3.2.5.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la seguridad

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
17%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	17%	REGULAR ESFUERZO	0,17
18%	DESACUERDO Y TOTAL DESACUERDO	LARGO PLAZO	18%	MAYOR ESFUERZO	0,18

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.5.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar la satisfacción del cliente a través de la seguridad.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Solé (2015) La seguridad es reflejada a través de una actividad profesional dentro de un campo de proceso o de una especialización el cual demuestra la fiabilidad y la confianza del servicio o producto.	
	DESARROLLAR PRÁCTICAS SOBRE LA INFORMACIÓN QUE AYUDARA A PROTEGER LOS DATOS DE LOS CLIENTES Y BRINDARA SEGURIDAD DE HACER NEGOCIOS CON NOSOTROS	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
17% INDIFERENTE	1. Aplicar política de seguridad de la información.	Aplicado
	2. Reservar información confidencial y proteger la información que nuestros clientes te brindan.	Función
	3. Demuestra tu compromiso de seguridad.	Rol
	IDENTIFICAR Y PREVENIR MEDIANTE MEDIDAS DE SEGURIDAD DE LA INFORMACION DE LOS CLIENTES BASADO EN LOS PARAMETROS DEL SSI	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
14% + 4% DESACUERDO + TOTAL DESACUERDO	1. Aprender a reconocer la suplantación y personas que aprovechan descuidos para sacar información.	Aplicado
	2. Conocer a nuestros clientes y aplicar medidas de reconocimiento de la información.	Evaluación
	3. Evitar exposición y cualquier tipo de vínculo que afecten la seguridad de nuestros clientes	
65% ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

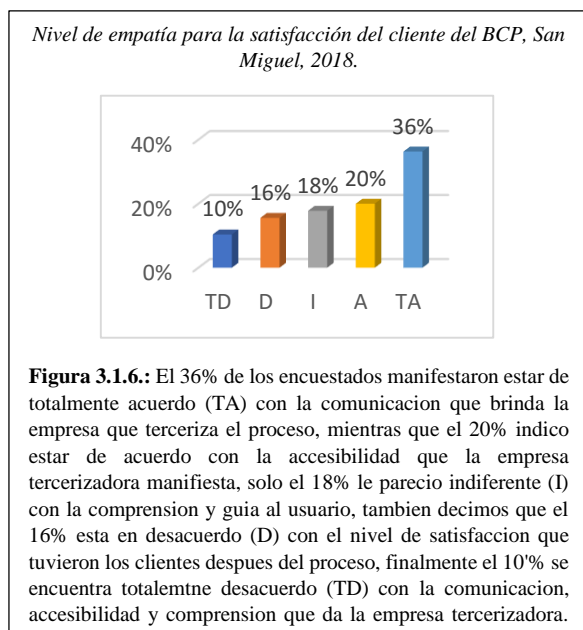
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.6.a

Nivel de empatía para la satisfacción del cliente del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	14	21	24	27	49	135
EMPATIA	10%	16%	18%	20%	36%	100%

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta



Análisis

Se determina que el 56% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifiestan que la empatía de los ejecutivos que brindan el servicio en el BCP a través del servicio contratado para su proceso de desembolso amigable. Breithaupt (2013) Es producida cuando existe comprensión entre una y otra personas u otros seres que sienten lo que uno percibe y pueden adivinar las intenciones pero cabe recalcar que esta

situación no es tan sencilla y que suelen equivocarse, es por ellos cuestionarnos si es posible entendernos entre todos los seres. Si los colaboradores de la empresa BCP cuenta con la empatía y el servicio amigable a través de la contratación de la empresa que le brinda servicios para satisfacer a los clientes; entonces, tendremos clientes contentos y satisfechos dispuestos a recomendar nuestro servicio de crédito hipotecario, permitiendo que nivel de capacidad de respuesta aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 18% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 26% de encuestados determinaron en desacuerdo (D) y total desacuerdo (TD), lo harán en el largo plazo.

Tabla 3.2.6.b

Interpretación de los componentes de la brecha de la empatía

PORCENTAJE	CRITERIO	OBJETIVO	NIVEL DE ESFUERZO PARA CUBRIR BRECHAS (metas)		EVENTO ESPERADO
18%	INDIFERENTE	MEDIANO PLAZO	18%	REGULAR ESFUERZO	0,18
26%	DESACUERDO Y TOTAL DESACUERDO	LARGO PLAZO	26%	MAYOR ESFUERZO	0,26

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

Tabla 3.2.6.c

Elaboración de objetivos y estrategias / actividades para mejorar la satisfacción del cliente a través de la empatía.

PORCENTAJE	TEORIA	
100%	Breithaupt (2013) Es producida cuando existe comprensión entre una y otra personas u otros seres que sienten lo que uno percibe y pueden adivinar las intenciones pero cabe recalcar que esta situación no es tan sencilla y que suelen equivocarse, es por ellos cuestionarnos si es posible entendernos entre todos los seres.	
	CAPACITAR A LOS COLABORADORES PARA DESAROLLAR UN ESQUEMA DE SERVICIO AMIGABLE	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
18% INDIFERENTE	1. Capacitación de cultura organizacional	Capacitación
	2. Taller de valores y principios.	Aplicado
	3. Análisis de estrategia de don de servicio.	Rol
	IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA ATENCION Y SATISFACCION DEL SERVICIO	
	ACTIVIDADES	MEDIOS DE VERIFICACION
16% + 10% DESACUERDO + TOTAL DESACUERDO	1. Recolectar datos de deficiencia de la atención.	Evaluación
	2. Análisis de proceso de mejora para la atención.	Análisis
	3. Aplicación de estrategia organizacional para el método de la atención.	Aplicado
56% ACUERDO Y TOTAL ACUERDO	ALIADOS	

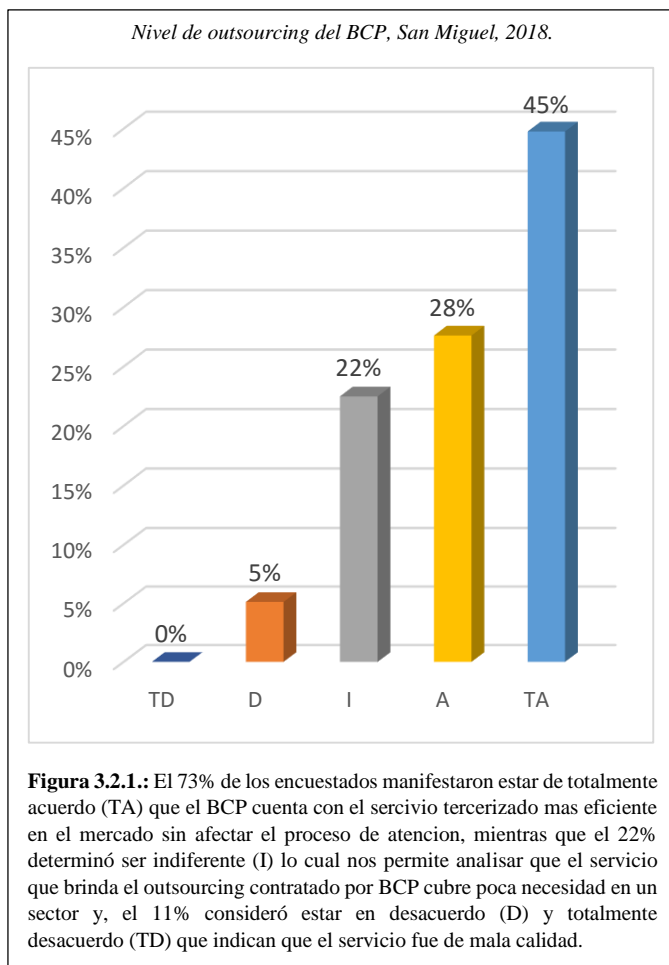
Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta.

3.2.2. Resultados por variables

Tabla 3.2.1.a

Nivel de outsourcing del BCP, San Miguel, 2018.

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	0	23	101	124	201	449
OUTSOURCING	0%	5%	22%	28%	45%	100%



Análisis

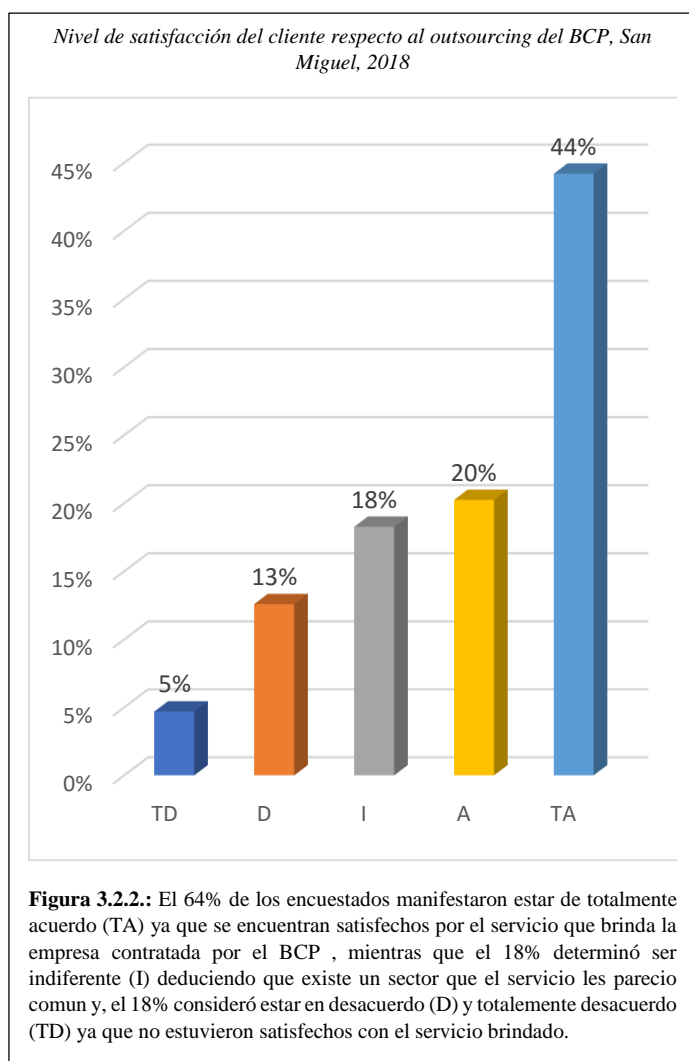
Se determina que el 73% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifiestan que el outsourcing del BCP cumple con los requisitos de servicio eficiente. Schneider (2014) El Outsourcing se da cuando una empresa transfiere funciones o procesos específicos a un tercero dándole responsabilidades, no se trata de un proceso automatizado ni mecánico, las instituciones determinan cuáles son sus actividades diarias y ellos las aplican, esta herramienta ayuda a potenciar diferentes ventajas del mercado. Si el servicio contratado

que brinda actualmente el BCP satisface las necesidades de los clientes; entonces, tendremos mayor cantidad de captación de clientes y dispuestos a recomendar nuestro servicio de crédito hipotecario, permitiendo que nivel de capacidad de respuesta aumente hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 22% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 5% de encuestados determinaron en desacuerdo (D) lo harán en el largo plazo.

Tabla 3.2.2.a

Nivel de satisfacción del cliente respecto al outsourcing del BCP, San Miguel, 2018

ITEMS	TD	D	I	A	TA	TOTAL
	19	51	74	82	179	405
SATISFACCION DEL CLIENTE	5%	13%	18%	20%	44%	100%



Análisis

Se determina que el 64% de los clientes del área de negocios hipotecarios manifestaron sentir satisfacción por el servicio que actualmente brinda los ejecutivos contratados por el BCP a través del outsourcing para su proceso de desembolso. Koontz, Weihrich & Cannice (2014) La Satisfacción del Cliente predomina con la teoría de necesidades de Maslow, el cual indican que las necesidades humanas tienen forma jerárquica de modo ascendente logrando así la satisfacción en cada uno, determinando también que cuando existe una serie de necesidades este cese y se

convierta en algo sumamente motivador. Si los clientes atendidos por los colaboradores de la empresa contratada por el BCP se encuentran satisfechos por el servicio; entonces, la subcontratación de la empresa que se encarga del proceso de desembolso de crédito hipotecario es eficiente, permitiendo que nivel de aumento hasta llegar al 100%. En el mediano plazo, el 18% que manifestó que le es indiferente (I) se acogerán a las estrategias propuestas; mientras que el 18% de encuestados determinaron en desacuerdo (D) y total desacuerdo (TD), lo harán en el largo plazo.

3.2.3. Resultado de las medidas descriptivas

A continuación, en la tabla 3.2.3.1 se determinan los promedios de las variables independiente y dependiente por dimensiones respectivamente

Tabla 3.2.3.1

Promedios por cada dimensión del test de las variables de investigación

VARIABLE	DIMENSION	Desviación estándar	Promedio	Coefficiente Variabilidad
Outsourcing	Proceso de Servicio	0.79	4.19	0.19
	Reducción de Costos	0.83	4.15	0.20
	Productividad	1.09	4.03	0.27
Satisfacción del cliente	Capacidad de respuesta	1.00	4.15	0.24
	Seguridad	1.22	3.89	0.32
	Empatía	1.39	3.56	0.39

Fuente: Elaboración propia en base al procedimiento de la encuesta

3.2.4. Prueba de hipótesis

3.2.4.1. Prueba de hipótesis general

H_G: Existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: Sí existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Tabla 3.2.4.1.1.*Cuadro de coeficientes de correlación de Rho de Pearson*

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: Martínez, 2009

Prueba de hipótesis**H0:** R=0; V1 no está relacionada con la V2**H1:** R>0; V1 está relacionada con la V2**Significancia de tabla = 0.05; nivel de aceptación = 95%****Significancia y decisión**a) Si la Sig.E < Sig.T, entonces se rechaza H₀b) Si la Sig.E > Sig.T, entonces se acepta H₀**Tabla 3.2.4.1.2.***Correlación de variables*

		Outsourcing	Satisfacción del cliente
Rho de Pearson	Outsourcing	Correlación de Pearson	1
		Sig. (bilateral)	,288
		N	,043
	Satisfacción del Cliente	Correlación de Pearson	45
		Sig. (bilateral)	45
		N	,288
			,043
			45

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la tabla 3.2.4.1.2 del coeficiente de correlación de variables, se observa el valor de 0,288, asumiendo el significado de positiva baja entre la variable outsourcing y la variable satisfacción del cliente de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Pearson de la tabla 3.2.4.1.1. La significancia asumida es de 0.043 (0.05 de acuerdo a la hipótesis del trabajo) teniendo como resultado el rechazo de la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1) como verdadera; por lo tanto, la hipótesis general de trabajo ha quedado demostrada.

3.2.4.2. Prueba de hipótesis específica 1

H_{E1}: Existe relación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: Si existe relación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Tabla 3.2.4.2.1.

Correlación de variables y dimensión 1

		V1_Outsourcing	V2_D1_Capacidad de Respuesta
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	,466
	Sig. (bilateral)		,042
	N	45	45
Capacidad de Respuesta	Correlación de Pearson	,466	1
	Sig. (bilateral)	,042	
	N	45	45

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: en la tabla 3.2.4.1.2 se observa que existe una correlación de un 0.466 de correlación de Rho de Pearson entre la variable outsourcing y la capacidad de respuesta. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva moderada. La significancia asumida es de 0.042 muestra que es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

3.2.4.3. Prueba de hipótesis específica 2

H_{E1}: Existe relación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: Si existe relación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Tabla 3.2.4.2.3.

Correlación de variables y dimensión 2

		V1_Outourcing	V2_D1_Seguridad
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	,139
	Sig. (bilateral)		,361
	N	45	45
Seguridad	Correlación de Pearson	,139	1
	Sig. (bilateral)	,361	
	N	45	45

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 3.2.4.1.3 se observa que existe una correlación de un 0.139 de correlación de Rho de Pearson entre la variable outsourcing y la seguridad. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva muy baja. La significancia asumida es de 0.361 muestra que es mayor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

3.2.4.4. Prueba de hipótesis específica 3

H_{E1}: Existe relación entre el outsourcing y empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₀: No existe relación entre el outsourcing y la empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

H₁: Si existe relación entre el outsourcing y la empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Tabla 3.2.4.2.3.

Correlación de variables y dimensión 3

		V1_Outsourcing	V2_D3_Empatia
Outsourcing	Correlación de Pearson	1	,422
	Sig. (bilateral)		,048
	N	45	45
Empatía	Correlación de Pearson	,422	1
	Sig. (bilateral)	,048	
	N	45	45

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 3.2.4.1.3 se observa que existe una correlación de un 0.422 de correlación de Rho de Pearson entre la variable outsourcing y la capacidad de respuesta. Este grado de correlación indica que la relación entre las variables es positiva moderada. La significancia asumida es de 0.048 muestra que es menor al 0.05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Se concluye que existe relación entre el outsourcing y la empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

IV. DISCUSION

Primera, Se tuvo como hipótesis y objetivo general, determinar la relación entre del Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Mediante la prueba Rho de Pearson se determinó y comprobó que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir <0.05 , por lo tanto, se rechazó la hipótesis nula. También, decimos que ambas variables poseen una correlación de 0.288, lo cual indica que es una relación positiva baja. Por lo consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación teniendo como resultado que existe relación positiva baja entre Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018, por lo tanto, afirmamos que el objetivo general queda demostrado. López y Morales (2016) En su investigación titulada “Outsourcing en una Empresa Maquiladora de Productos Eléctricos Industriales: Estudio de Caso”, realizada en San Luis Potosí, México, tuvo como propósito utilizar el Outsourcing para el reclutamiento del personal externo y así agilizan el proceso dentro del área de recursos humanos, Su objetivo fue identificar los factores que afectan al desempeño de una línea de producción para establecer propuestas que coadyuven a mejorar la situación que se presenta, Este trabajo de investigación se realizó con una escala tipo Likert conformada por un instrumento, el cual se hizo una muestra aleatoria simple de 65 trabajadores, usando la metodología de un estudio transversal dando como conclusión que la organización adopta la subcontratación, la cual ofrece ventajas importantes pero con la finalidad de estabilizar la situación existente, se sugiere conservar en el proceso productivo solo personal empleado, relocalizar y/o disolver al personal subcontratado y actualizarlos de manera que se contemplen mejores beneficios para el personal que se canaliza bajo ese esquema. Se coincide con conclusión del artículo de López y Morales, lo cual se determina que la subcontratación para efectuar tu un proceso o responsabilidad especifica en la organización contribuye con la productividad y brinda beneficios de mejora para la empresa.

Segunda, se obtuvo como hipótesis y objetivo específico, determinar la relación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Mediante la prueba Rho de Pearson se determinó y comprobó que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir <0.05 , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. También, decimos que ambas variables poseen una correlación

de 0.466, lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo consiguiente, se acepta la hipótesis de la investigación entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Por lo tanto el objetivo general queda demostrado. López (2015) En su investigación titulada “Desarrollo de una estrategia para la implementación de Outsourcing de talento humano en medianas industrias”, realizada en Ecuador. Tuvo objetivo fundamental desarrollar una estrategia de Outsourcing para el proceso de selección de personal basado en competencias de talento humano en medianas industrias para este estudio empleo un enfoque cualitativo, el cual no requiere implementación estadística ya que se realiza un análisis a través de la interpretación de datos observables, usando como técnica la recolección de información determinando la situación actual de la industria, dando como conclusión que subcontratando una empresa externa para la selección del personal tendría como resultado un aumento importante en la producción lo que evidencia como mejoramiento de este proceso de la organización indispensable para el talento humano de la empresa. Se coincide con la conclusión del artículo de López en considerar obtener un recurso adicional mediante la contratación de un servicio para una tarea específica el proceso de la empresa para generar un importante aumento en la producción.

Tercera, se obtuvo como hipótesis y objetivo específico, determinar la relación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Mediante la prueba Rho de Pearson se determinó y comprobó que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir <0.05 , por lo tanto, se acepta la hipótesis nula. También, decimos que ambas variables poseen una correlación de 0.139, lo cual indica que es una relación positiva muy baja. Por lo consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Por lo tanto el objetivo general queda demostrado. Musalem (2015) En su investigación titulada “Gestión del servicio de Outsourcing de compras para la empresa Ariba Quadrem”, realizada en Santiago de Chile. Tuvo como objetivo principal medir el despliegue de recursos y maximizar a los ejecutivos las labores rutinarias enfocándose en el core de la empresa misma. La metodología que emplea el autor para desarrollar el proyecto a cabo es Ingeniería de Negocios propuesta por Barros (Barros O. 2009), la cual busca guiar a las organizaciones en el diseño, construcción e implementación de sus procesos. El estudio realizado fue de diseño de investigación no experimental y de corte transversal de tipo correlacional. Aplicándolo en 60

colaboradores mediante un instrumento, obteniendo como resultado que todas las necesidades estratégicas de integración de esta organización serán para administrar de forma efectiva y eficientemente su proceso de negocio y mantener competitividad con el entorno. Se coincide con la conclusión del artículo de Musalem ya que adquirir las compras para la organización es parte de uno de los procesos y nos ayudara a optimizar gastos que cubre el outsourcing con el servicio que le brinda.

Cuarta, se obtuvo como hipótesis y objetivo específico, determinar la relación entre el outsourcing y empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Mediante la prueba Rho de Pearson se determinó y comprobó que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir <0.05 , por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula. También, decimos que ambas variables poseen una correlación de 0.422, lo cual indica que es una relación positiva moderada. Por lo consiguiente, se acepta la hipótesis de investigación entre el outsourcing y la empatía en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018. Por lo tanto el objetivo general queda demostrado. Manchego (2014) En su investigación titulada “Gestión del Outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C.”. Realizada en Perú, la autora recalca que el Outsourcing establece modernidad y productividad en los procesos de las empresas dando nivel competitivo dentro de los mercados globales. El objetivo fue conocer en qué medida la Gestión Empresarial influye en la Competitividad, Innovación, Calidad y en las Ventas de dichas unidades, usando la metodología de un estudio básico dando como conclusión que la confianza y la ética profesional son fundamentales en la relación entre socios estratégicos en la cual se basa el Outsourcing. La evolución de esta depende de la confianza entre organizaciones y la ética profesional de sus miembros. Se coincide con la conclusión del artículo de Manchego donde menciona la importancia de la empatía entre socios comerciales donde debe existir la confianza y la ética profesional para desarrollar estrategias de mejora y así mantener un vínculo evolutivo.

V. CONCLUSIONES

Los objetivos y la contratación de las hipótesis llegaron a las siguientes conclusiones:

Primera, se concluye que existe una relación de 0,288 que representa una relación positiva baja entre el outsourcing y la satisfacción del cliente del área de negocios hipotecarios del BCP de San Miguel; debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna porque la significancia encontrada es de 0.043 es menor a la significancia del trabajo de 0.05; también se determinó mediante la prueba de Rho de Pearson un coeficiente de 0,288 donde existe relación positiva baja entre las variables.

Segundo, se concluye que existe una relación de 0,466 que representa una relación positiva moderada entre el outsourcing y la capacidad de respuesta en el área de negocios hipotecarios del BCP de San Miguel, debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna porque la significancia encontrada es de 0.042 es menor a la significancia del trabajo de 0.05; también se determinó mediante la prueba de Rho de Pearson un coeficiente de 0,466 donde existe relación positiva moderada entre las variables.

Tercero, se concluye que existe una relación de 0,139 que representa una relación positiva muy baja entre el outsourcing y la seguridad en el área de negocios hipotecarios del BCP de San Miguel, debido a la regla de decisión donde se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna porque la significancia encontrada es de 0,361 es mayor a la significancia del trabajo de 0.05; también se determinó mediante la prueba de Rho de Pearson un coeficiente de 0,139 donde existe relación positiva muy baja entre las variables.

Cuarto, se concluye que existe una relación de 0,422 que representa una relación positiva moderada entre el outsourcing y la empatía en el área de negocios hipotecarios del BCP de San Miguel, debido a la regla de decisión donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna porque la significancia encontrada es de 0.042 es menor a la significancia del trabajo de 0.05; también se determinó mediante la prueba de Rho de Pearson un coeficiente de 0,466 donde existe relación positiva moderada entre las variables.

VI. RECOMENDACIONES

Primera, se recomienda a los enviar las encuestas de atención después del proceso de desembolso para identificar el nivel de satisfacción del servicio que les brinda el outsourcing a través del BCP, asimismo hacernos llegar cualquier tipo de inconveniente a nuestras sugerencias por nuestra página web o algún punto de vista de mejora.

Segunda, se recomienda implementar al proceso de desembolso días de atención y comunicación sobre todo el proceso, a fin de evitar molestias o inconvenientes para poder medir el tiempo de atención que existe entre cada crédito a desembolsar para así seguir brindando un mejor servicio.

Tercera, se recomienda realizar charlas de inducción a los colaboradores de la empresa de outsourcing a fin de mantener un margen de seguridad de la información de todos nuestros clientes, ya que es información confidencial del banco y secreto bancario. Asimismo realizar la consulta a nuestros clientes acerca de alguna inquietud o implicancia sobre la seguridad de su información.

Cuarta, se recomienda mantener la cultura y calidad de servicio ante las necesidades de nuestros clientes a fin de satisfacer con la atención y seguir siendo recomendados para adquirir un crédito hipotecario a través de nuestro financiamiento.

VII. PROPUESTA DE INVESTIGACION

La propuesta tiene como finalidad desarrollar componentes de mejora detallando las características a implementar al plan de estrategias elaborado y la descripción de la aplicación de la metodología para su desarrollo.

PLAN DE ESTRATEGIAS ORIENTADO A MEJORAR EL OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS BCP SAN MIGUEL



Autor:

Tello Meléndez Angello Franco

Asesora:

MSc. Mairena Fox Petronila Liliana

LIMA-PERU

2018 – II

Introducción

La propuesta a continuación del plan de estrategias orientado a mejorar el outsourcing y satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios BCP, San Miguel. Es diseñada para concientizar a los colaboradores que actualmente brindan el servicio de atención, aprobación y desembolso a los clientes que desean adquirir un crédito hipotecario para la compra de una vivienda. Para ello se han desarrollado estrategias que se aplicaran a fin de cumplir con los objetivos propuestos, también permitirá que el gerente de la empresa pueda contar con herramientas que permita utilizarlas para lograr una mejor percepción en sus clientes y así incrementar su participación dentro del mercado.

El plan nos ayudara a proporcionar al gerente de la empresa, las mejoras ante las deficiencias que existen actualmente, identificar y desarrollar planes de contingencia ante alguna problemática actual, desarrollar los conocimientos y superar los objetivos que se deben cumplir.

La propuesta es presentada por medio de un cuadro donde se podrá identificar las dimensiones con sus estrategias y sus objetivos que deberán realizar a través de actividades y medios de verificación que describirán como desarrollar el plan estratégico y como reforzar al outsourcing para la satisfacción de los clientes e incrementar así la fidelización y captación de más clientes, también contiene explicaciones sobre las dimensiones que influyen significativamente en la mejora de las herramientas. Finalmente, servirá para que la empresa pueda mejorar sus técnicas de atención y calidad de servicio y compararlas con las del mercado actual.



7.1 Objetivos de la propuesta

- a. Proporcionar al gerente de la empresa un plan de estrategias orientado a mejorar el outsourcing para la satisfacción del cliente del área de negocios hipotecarios.
- b. Lograr que los colaboradores que intervienen en el servicio a brindar internalicen la visión y el objetivo de la empresa.
- c. Contribuir con la mejora de procesos y facilitar procedimientos de atención.
- d. Desarrollar un cronograma estructurado al proceso de desembolso a fin de cumplir con los tiempos de atención.
- e. Incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.
- f. Desarrollar un nivel alto de referral marketing.
- g. Mejorar procesos establecidos optimizando recursos y reemplazando actividades.
- h. Cumplir con las expectativas de los clientes y ofrecer un servicio ágil, amigable y sencillo.



7.2 Estructura de la propuesta del plan de estrategias orientado a mejorar el outsourcing y satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios bcp san miguel

Se presenta un cuadro que refleja el desarrollo de las dimensiones la cuales involucran estrategias con sus objetivos y cada uno de ellos con sus respectivas actividades, las cuales contienen cuatro columnas que se describen a continuación:

1. La columna de las dimensiones hace referencia al desarrollo de marco teórico de las variables en estudio: Outsourcing (variable 1) y Satisfacción del Cliente (Variable 2).
2. La Columna de estrategia – teórica, representa al asunto de nuestra investigación, es el sustento del desarrollo de la investigación.
3. La columna de los objetivos - actividades se refiere a las acciones directas que se van a ejecutar y desarrollar.
4. La columna de los medios de verificación es la evidencia que se obtiene después de ejecutar cada uno de los objetivos a cada actividad realizada y como se medirán.

Tabla 7.2.1

Estructura de la Propuesta

Variable	Dimensiones	Teoría	Objetivos Estratégicos	Objetivos Operativos / Actividades	Medios de Verificación
OUTSOURCING	Proceso de Servicio	Arnoletto (2013) Define que es la capacidad media de producir frente a la demanda una respuesta de calidad aceptable brindando medidas de prioridad según la demanda establecida.	EVALUAR A LOS CLIENTES SOBRE LA ATENCION Y TIEMPO DE ESPERA, SABER QUE TAN SATISFECHO SE ENCUENTRA CON EL SERVICIO BRINDADO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar contacto con el cliente brindando una impresión positiva y creando disposición de atención. 2. Obtener información conociendo y comprendiendo las necesidades del cliente. 3. Escuchar activamente y demostrar interés por su solicitud a fin de transmitir la satisfacción del cliente. 4. Asegurar que la necesidad haya sido resuelta, creando una sensación final positiva a su solicitud de crédito hipotecario. 	<p>Llamada telefónica y cita con el cliente.</p> <p>Reunión de condiciones con el cliente.</p> <p>Fotos y Firmas de solicitud</p>
	Reducción de Costos	Porter (2015) menciona que la reducción de costos es un criterio de diferenciación, el cual aminoran costos totales de actividades, presentando oportunidades de mejora, expone también que existen muchas formas de disminuir los gastos siempre y cuando la organización conozca bien como utilizan los clientes su producto	OPTIMIZAR Y MEJORAR LOS COSTOS ESPECIFICOS PARA GENERAR RENTABILIDAD SIN AFECTAR EL PROCESO DE ATENCION EN LA SATISFACCION	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión de la situación actual frente al mercado sobre los costos generados por el proceso de desembolso de los clientes. 2. Análisis de oportunidades y desarrollo de planes de mejoramiento disminuyendo costos y generando el mismo servicio para nuestros clientes. 3. Coordinación con proveedores para la negociación del servicio y comparación con el mercado. (Toma de decisiones) 4. Asegurar que los servicio a adquirir sean al 100% de calidad y eficiencia a fin de que nuestro cliente final no se vea enterado de la gestión interna para su crédito hipotecario. 	<p>Planteamiento de mejora y reducción de costos.(Oficina)</p> <p>Revisión y conformidad de Gerencias. (Oficina)</p> <p>Adquisición de supervisión del servicio contratado. (Oficina)</p>
	Productividad	Loayza (2016) La productividad no es solo el valor del producto por la unidad de insumo, sino consiste en cuatro componentes principales: Innovación, crea nuevas tecnologías, productos y procesos. Educación, fomenta la innovación desarrollando conocimiento y habilidades. Eficiencia, determina el uso y distribución de los recursos productivos de manera eficaz. Infraestructura, donde se aprecia la representación de los factores.	<p>GENERAR UN LENGUAJE DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN SIMPLE PARA EL ENTENDIMIENTO DE LOS CLIENTES.</p> <p>DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE PARTICIPACION UTILIZANDO LOS RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA, EDUCACION, INNOVACION Y COMUNICACIÓN CON LOS COLABORADORES</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar boletines de información donde nos manifestemos en un lenguaje apropiado y simple para los clientes, expresando beneficios e interés en sus necesidades. 2. Informar e incentivar al personal para que brinde esta información cuando atienda a sus clientes. 3. Participar con nuestros clientes en el ABC de la banca, campaña que motiva e informa. 	<p>Volantes de información. Fotos. Fotos y grabaciones. Campaña.</p> <p>Fotos. Fotos y grabaciones. Cuestionario</p>

Tabla 7.2.1

Estructura de la Propuesta

Variable	Dimensiones	Teoría	Objetivos Estratégicos	Objetivos Operativos / Actividades	Medios de Verificación
SATISFACCION DEL CLIENTE	Capacidad de Respuesta	Méndez, Jaramillo y Serrano (2016) mencionan que cualquier organización que brinda un producto o servicio competitivo pueden diferenciar entre dar un servicio o crear un proceso de servicio, es por ello que determinan que las empresas que se enfocan en brindarlo realizan gestión de calidad, evaluando y analizando el comportamiento interno dejando claro que el servicio no es aquel que productor te brinda, sino aquella que se adecua las necesidades del mercado.	EVALUAR A LOS CLIENTES SOBRE LA ATENCION Y TIEMPO DE ESPERA, SABER QUE TAN SATIFECHO SE ENCUESTAS CON EL SERVICIO BRINDADO CREAR UN SISTEMA DE MEDICION DE TIEMPOS DE ESPERA; ATENCION Y RESPUESTA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL SERVICIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaborar encuestas para medir la atención que brindan los colaboradores y analizar el tiempo de atención. 2. Ejecutar los resultados y aplicarlos en los colaboradores para medir mediante un roleplay. 3. Aplicarlo en clientes para mejorar los tiempos de respuesta y atención. <ol style="list-style-type: none"> 1. Medir Tiempo de Espera, Tiempo de Llegada y Tiempo de Atención. 2. Evaluar proceso de gestión. 3. Evaluar Proceso de evaluación y desembolso. 4. Medir el tiempo total del proceso. 	<p>Elaboración de plan y análisis Ejecución de dinámica en grupo Medición en campo</p> <p>Análisis Evaluación Ratios</p>
	Seguridad	Solé (2015) La seguridad es reflejada a través de una actividad profesional dentro de un campo de proceso o de una especialización el cual demuestra la fiabilidad y la confianza del servicio o producto.	DESARROLLAR PRÁCTICAS SOBRE LA INFORMACIÓN QUE AYUDARA A PROTEGER LOS DATOS DE LOS CLIENTES Y BRINDARA SEGURIDAD DE HACER NEGOCIOS CON NOSOTROS IDENTIFICAR Y PREVENIR MEDIANTE MEDIDAS DE SEGURIDAD DE LA INFORMACION DE LOS CLIENTES BASADO EN LOS PARAMETROS DEL SSI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar política de seguridad de la información. 2. Reservar información confidencial y proteger la información que nuestros clientes te brindan. 3. Demuestra tu compromiso de seguridad. <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprender a reconocer la suplantación y personas que aprovechan descuidos para sacar información. 2. Conocer a nuestros clientes y aplicar medidas de reconocimiento de la información. 3. Evitar exposición y cualquier tipo de vínculo que afecten la seguridad de nuestros clientes 	<p>Planteamiento de mejora y reducción de costos.(Oficina) Revisión y conformidad de Gerencias. (Oficina) Adquisición de supervisión del servicio contratado. (Oficina)</p> <p>Aplicado Evaluación</p>
	Empatía	Breithaupt (2013) Es producida cuando existe comprensión entre una y otra personas u otros seres que sienten lo que uno percibe y pueden adivinar las intenciones pero cabe recalcar que esta situación no es tan sencilla y que suelen equivocarse, es por ellos cuestionarnos si es posible entendernos entre todos los seres.	CAPACITAR A LOS COLABORADORES PARA DESARROLLAR UN ESQUEMA DE SERVICIO AMIGABLE IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS DE CULTURA ORGANIZACIONAL PARA LA ATENCION Y SATISFACCION DEL SERVICIO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacitación de cultura organizacional 2. Taller de valores y principios. 3. Análisis de estrategia de don de servicio. <ol style="list-style-type: none"> 1. Recolectar datos de deficiencia de la atención. 2. Análisis de proceso de mejora para la atención. 3. Aplicación de estrategia organizacional para el método de la atención. 	<p>Capacitación Aplicado Rol</p> <p>Evaluación Análisis Aplicado</p>

7.3 Actividades desarrolladas para el cambio

Outsourcing

Programa N° 01

I. Datos informativos

1.1. Empresa: Banco de Crédito - BCP

1.2. Área: Negocios Hipotecarios

1.3. Ejecutores: Empresa

II. Datos de la actividad

2.1. Actividad:

Evaluar a los clientes sobre la atención y tiempo de espera, saber que tan satisfecho se encuentra con el servicio brindado.

2.2. Objetivos:

1. Generar contacto con el cliente brindando una impresión positiva y creando disposición de atención.
2. Obtener información conociendo y comprendiendo las necesidades del cliente.
3. Escuchar activamente y demostrar interés por su solicitud a fin de transmitir la satisfacción del cliente.
4. Asegurar que la necesidad haya sido resuelta, creando una sensación final positiva a su solicitud de crédito hipotecario.

III. Procesos de la actividad

1. Generar contacto con el cliente brindando una impresión positiva y creando disposición de atención.

- ❖ Llamar al cliente presentarse e indicarle que eres su ejecutivo asignado y comentarle que estas a plena disposición y lo orientaras en su proceso de crédito hipotecario.
 - ❖ Coordinar una citar con el cliente mediante un correo corporativo con lenguaje simple y amable.
2. Obtener información conociendo y comprendiendo las necesidades del cliente.
- ❖ Conocer al cliente estableciendo una conversación de su situación económica y familiar.
 - ❖ Solicitar documentación de sustento de ingreso.
 - ❖ Validar documentos y evaluar al cliente.
 - ❖ Ofrecer las mejores condiciones y asesorar según su capacidad de pago.
3. Escuchar activamente y demostrar interés por su solicitud a fin de transmitir la satisfacción del cliente.
- ❖ Atender a las dudas y consultas del cliente.
 - ❖ Aclarar y asesorar la mejor opción de financiamiento.
 - ❖ Generar confianza y dar seguridad al cliente sobre la solicitud de su crédito.
4. Asegurar que la necesidad haya sido resuelta, creando una sensación final positiva a su solicitud de crédito hipotecario.
- ❖ Consultar al cliente que toda la información brindada y detallada a las condiciones del crédito se han las acordadas.
 - ❖ Tomar firmas a su solicitud e ingresar para iniciar proceso de desembolso.

IV. Medios y materiales

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. Solicitud de crédito | 5. Computadora |
| 2. Copias | 6. Lapiceros |
| 3. Impresiones | 7. Celular |
| 4. Hojas | 8. Sueldo de Ejecutivo |

Tabla 7.3.1: Elaboración cronograma de actividades outsourcing

Estrategia			
Evaluar a los clientes sobre la atención y tiempo de espera, saber que tan satisfecho se encuentra con el servicio brindado.			
Objetivo			
Mejorar la atención y diseñar una estrategia para disminuir el tiempo de espera.			
Justificación			
Por medio de la elaboración de este proceso de atención lograremos disminuir el tiempo de espera y mejorar el servicio, ayudándonos a identificar un plan de contingencia para la satisfacción de nuestros clientes.			
Actividades	Cronograma de ejecución		
	Semana 1	Semana 2	Semana 3
1. Generar contacto con el cliente brindando una impresión positiva y creando disposición de atención.	X		
2. Obtener información conociendo y comprendiendo las necesidades del cliente.	X		
3. Escuchar activamente y demostrar interés por su solicitud a fin de transmitir la satisfacción del cliente.		X	
4. Asegurar que la necesidad haya sido resuelta, creando una sensación final positiva a su solicitud de crédito hipotecario.			X

Tabla 7.3.2: Elaboración de presupuesto de actividades outsourcing

Presupuesto			
Materiales	Cantidad	Valor S/.	Total S/.
Solicitud de crédito	1.00	S/.2.00	S/.2.00
Copias	10.00	S/.0.20	S/.2.00
Impresiones	15.00	S/.0.50	S/.7.50
Hojas	25.00	S/.0.30	S/.7.50
Computadora	1.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Lapiceros	1.00	S/.5.00	S/.5.00
Celular	1.00	S/.450.00	S/.450.00
Sueldo Ejecutivo	1.00	S/.1,500.00	S/.1,500.00
		SUBTOTAL	S/.3,158.00
		TOTAL	S/.3,174.00

Satisfacción del Cliente

Programa N° 02

I. Datos informativos

1.1. Empresa: Banco de Crédito - BCP

1.2. Área: Negocios Hipotecarios

1.3. Ejecutores: Empresa

II. Datos de la actividad

2.1. Actividad:

Evaluar a los clientes sobre la atención y tiempo de espera, saber que tan satisfecho se encuentra con el servicio brindado

2.2. Objetivos:

1. Elaborar encuestas para medir la atención que brindan los colaboradores y analizar el tiempo de atención.
2. Ejecutar los resultados y aplicarlos en los colaboradores para medir mediante un roleplay.
3. Aplicarlo en clientes para mejorar los tiempos de respuesta y atención.

III. Procesos de la actividad

1. Elaborar encuestas para medir la atención que brindan los colaboradores y analizar el tiempo de atención.
 - ❖ Elaborar una encuesta modelo para medir la satisfacción de los clientes.
 - ❖ Después de cada atención dar encuesta para obtener resultados.

2. Ejecutar los resultados y aplicarlos en los colaboradores para medir mediante un roleplay.

- ❖ Ejecutar los resultados y sacar el punto de declive en la atención
- ❖ Plantear un plan de mejora para darle solución a ese ítem de atención.
- ❖ Elaborar un roleplay a los colaboradores para evaluar el ítem en proceso de mejora.

3. Aplicarlo en clientes para mejorar los tiempos de respuesta y atención.

- ❖ Aplicar la atención desarrollada y evaluar con encuesta el resultado de la mejora.

IV. Medios y materiales

1. Elaboración de encuesta
2. Copias
3. Impresiones
4. Hojas
5. Computadora
6. Lapiceros
7. Celular
8. Sueldo de Ejecutivo

Tabla 7.3.3: Elaboración Cronograma de actividades satisfacción del cliente

Estrategia
Evaluar a los clientes sobre la atención y tiempo de espera, saber que tan satisfecho se encuentra con el servicio brindado.
Objetivo
Medir el tiempo de atención y espera que tienen los clientes al solicitar un crédito hipotecario y desarrollar un plan de mejora de las recomendaciones.
Justificación
Por medio de la elaboración de esta actividad lograremos mejorar la satisfacción de nuestros clientes y desarrollar planes de acción para mejorar nuestro servicio a través de nuestros colaboradores.

Actividades	Cronograma de ejecución		
	Semana	Semana	Semana
	1	2	3
1. Elaborar encuestas para medir la atención que brindan los colaboradores y analizar el tiempo de atención.	X		
2. Ejecutar los resultados y aplicarlos en los colaboradores para medir mediante un roleplay.		X	
3. Aplicarlo en clientes para mejorar los tiempos de respuesta y atención.		X	X

Tabla 7.3.4: Elaboración de presupuesto de actividades satisfacción del cliente

Presupuesto			
Materiales	Cantidad	Valor S/.	Total S/.
Elaboración de Encuesta	1.00	S/.10.00	S/.10.00
Copias	10.00	S/.0.20	S/.2.00
Impresiones	15.00	S/.0.50	S/.7.50
Hojas	25.00	S/.0.30	S/.7.50
Computadora	1.00	S/.1,200.00	S/.1,200.00
Lapiceros	1.00	S/.5.00	S/.5.00
Celular	1.00	S/.450.00	S/.450.00
Sueldo Ejecutivo	1.00	S/.1,500.00	S/.1,500.00
		SUBTOTAL	S/.3,166.00
		TOTAL	S/.3,182.00

VIII. REFERENCIAS

Alcaide, J. C. (2015). Fidelización de clientes 2ª. Esic Editorial.

Alzina, R. B. (2013). Metodología de la investigación educativa (Vol. 2). Editorial La Muralla.

Angeles, M., & Francesca, S. (2017). Medición de los posibles efectos de la tercerización del proceso de reclutamiento y selección en una empresa retail durante el año 2016.

Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. 5ta. Fidas G. Arias Odón.

Arnoletto, E. J. (2013). Curso de teoría política. Juan Carlos Martínez Coll.

Baptista, P., Fernández, C., & Hernández, R. (2010). Metodología de la investigación. México DF: McGraw–Hill.

Barrar, P., & Gervais, R. (Eds.). (2015). Estrategias globales de " Outsourcing". Aenor ediciones.

Benavente B. Figueroa T. Medición del grado de satisfacción de los clientes bancarios de Puerto Montt basada en la escala servqual. [tesis]. Universidad Austral de Chile. 2013.
Disponible en:
<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2012/bpmfeb456m/doc/bpmfeb456m.pdf>

Breithaupt, F. (2013). Culturas de la empatía. Katz Editores.

Deming, W. E. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos.

Denove, C., & James IV, D. (2014). Power IV. Satisfaction. Diamondsya, Tokyo.

Diario El Comercio (13 de octubre del 2018). “Ránking: Estas son las empresas con mejor reputación en el Perú del 2018”. NEGOCIOS. Recuperado de <https://elcomercio.pe/publirreportaje/paraiso-100-empresas-mejor-reputacion-peru-noticia-569142>

Diario El Comercio (18 de octubre del 2018). “Paraíso es una de las 100 empresas con mejor reputación del Perú”. NEGOCIOS. Recuperado de <https://elcomercio.pe/publirreportaje/paraiso-100-empresas-mejor-reputacion-peru-noticia-569142>

Diario El Espectador de Colombia. (06 de octubre del 2018). “Mitos a derrumbar para fortalecer el Outsourcing en Colombia” ECONOMIA. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/mitos-derrumbar-para-fortalecer-el-outsourcing-en-colombia-articulo-816318>

Diario El Espectador de Colombia. (20 de mayo del 2018). “¿Qué beneficios obtienen las compañías al implementar el Outsourcing?” EMPRESAS. Recuperado de <https://www.elespectador.com/economia/que-beneficios-obtienen-las-companias-al-implementar-el-outsourcing-articulo-789322>

Diario Gestión (02 de septiembre del 2018). “Mi vivienda crece 24.16% en colocaciones hipotecarias entre enero y agosto”. INMOBILIARIAS. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/mivivienda-crece-24-16-colocaciones-hipotecarias-enero-agosto-243310>

Diario Gestión (26 de septiembre del 2018). “Sube demanda de préstamos hipotecarios en soles en los primeros ocho meses del año. VIVIENDA. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/creditos-hipotecarios-sube-demanda-prestamos-soles-primeros-ocho-meses-ano-245387>

Diario La Estrella de Panamá. (01 de febrero del 2018). “Banco Azteca Panamá recibe 'Premio a la Satisfacción’”. ECONOMIA. Recuperado de:

<http://laestrella.com.pa/economia/banco-azteca-panama-recibe-premio-satisfaccion/24046389>

Diario La República (18 de junio del 2018). “Mercado de tercerización de servicios moverá más de U\$ 600 millones este año”. EMPRESA. Recuperado de <https://larepublica.pe/empresa/1263093-mercado-tercerizacion-servicios-movera-u-600-millones-ano>

Droguett F. Calidad y Satisfacción en el Servicio a Clientes de la Industria Automotriz: Análisis de Principales Factores que Afectan la Evaluación de los Clientes. [tesis]. Universidad de Chile. 2014. Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/108111/Droguett%20Jorquera%2c%20F..pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Fessard, J. L. (2015). El tiempo del servicio: el reto del tiempo en las actividades de servicio (Vol. 13). Marcombo.

Fórneas, J. (2016). Outsourcing saque el máximo partido de sus proveedores. Netbiblo. España.

Galindo Cáceres, J. (2015). Filosofía y Comunicología. Exploración general para un programa posible de estudios. Razón y palabra, 13(64).

Gestión. Indecopi: 45 de cada 100 reclamos son contra entidades financieras. [nota de prensa en internet]. [citado 2017]. Disponible en: <https://gestion.pe/tu-dinero/indecopi-45-100-reclamos-son-entidades-financieras-134556>

Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas.

Gutiérrez, M. (1989). Administrar para la calidad: conceptos administrativos del control total de calidad. Editorial Limusa.

Izquierdo, A. (30 de septiembre del 2018) “Es posible reducir el gasto público sin tocar los rubros socialmente sensibles”. Diario La Nacion de Argentina. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2176708-alejandro-izquierdo-es-posible-reducir-gasto-publico>

Koontz, H., & Weihrich, C. A. (2014). una perspectiva global y empresarial Ed.

Kotler, P & Keller, K. (2015). Dirección de marketing. (12ª edición). Pearson: Madrid.

Kotler, P., Cámara, D., & Bilbao, S. (2013). Los 80 conceptos esenciales de Marketing de la A a la Z.

León Gordillo, A. A., & Valladares Blas, E. A. (2015). Cón de la influencia del OUTSOURCING en la calidad de servicio al cliente de la empresa VISANET–Perú sucursal Trujillo en el periodo 2015-2016.

Loayza, N. (2016). La productividad como clave del crecimiento y el desarrollo en el Perú y el mundo. Revista Estudios Económicos, 31, p9-28.

López A. Morales I. Outsourcing en una Empresa Maquiladora de Productos Eléctricos Industriales: Estudio de Caso. [tesis]. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. 2016. Disponible en: <http://ninive.uaslp.mx/jspui/bitstream/i/4157/1/ESTUDIO%20DE%20CASO%20OUTSOURCING%202016>

López Lalaleo, J. I. (2015). Desarrollo de una estrategia para la implementación de outsourcing de talento humano en medianas industrias (Master's thesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato).

López, M. (22 de febrero del 2018). ”Estudios: Outsourcing permite ahorros de hasta un 20% en costos fijos”. Rescatado de <https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-outsourcing-permite-ahorros-de-hasta-un-20-en-costos-fijos/>

- Manchego S. Gestión del Outsourcing y su impacto en la rentabilidad: caso Sara Morello S.A.C. [tesis]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. 2014. Disponible en: <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3956>
- Martínez O. Programa AGAPD-01: Outsourcing. [internet] . 2012. Disponible en: <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Outsourcing/%5BPD%5D%20Documentos%20-%20Outsourcing.pdf>
- Méndez, J. C., Jaramillo, D., & Serrano, I. (2016). Gestión de la calidad en procesos de servicios y productivos. Mexico: Printed.
- Mesia, M. (27 de abril del 2018) “Outsourcing: 86% de empresas en Perú tercerizan servicios”. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/outsourcing-86-empresas-peru-tercerizan-servicios-232422>
- Moreno J. Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante la cabaña de Don Parce. [tesis]. Repositorio Institucional Pirhua. Universidad de Piura. 2012. Disponible en: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf
- Musalem, S. E. (2015). Gestión del servicio de Outsourcing de compras para la empresa Ariba Quadrem.
- Nogales, D. (16 de octubre del 2018). “Bancos reportan menores restricciones para dar créditos hipotecarios y una mayor demanda”. Diario La Tercera de Chile. Recuperado de <https://www.latercera.com/pulso/noticia/bancos-reportan-menores-restricciones-dar-creditos-hipotecarios-mayor-demanda/362276/>
- Peinado, J. I. (2015). Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación criminológica. Editorial Dikynson.

- Porter, M. E. (2015). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. Grupo Editorial Patria
- Quiñones, M. E. V., & de Vega, L. A. (2015). Calidad y servicio: conceptos y herramientas. Ecoe Ediciones.
- Sagrado, M. (05 de octubre del 2018) “GSA, el futuro del Outsourcing a debate”. MCPRO. Recuperado de <https://www.muycomputerpro.com/2018/10/05/gsa-el-futuro-del-outsourcing-a-debate>
- Sánchez, J. C. (2013). Los métodos de investigación. Ediciones Díaz de Santos.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). Comportamiento del consumidor. Pearson Educación.
- Schneider, B. (2014). Outsourcing: La herramienta de gestión que revoluciona el mundo de los negocios. Grupo Editorial Norma.
- Solé, A. C. (2015). Fiabilidad y seguridad: su aplicación en procesos industriales. Marcombo.

ANEXO A

Consentimiento Informado para la Investigación

El autor: Angello Franco Tello Meléndez, de la Universidad Cesar Vallejo; cuyo objetivo de estudio es: Determinar la relación del Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Me presento y solicito mediante este documento, pueda darme el acceso para que puedan participar los clientes del área de negocios hipotecario del Banco de Crédito. para este estudio, el cual me permite encuestarlos, de modo que pueda obtener información directa. La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Las respuestas al cuestionario serán codificadas sin ningún tipo de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las encuestas, los medios que contienen información se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento. Igualmente, puede rechazar el proyecto sin que lo perjudique en ninguna forma.

Desde ya le agradecemos su participación en esta investigación que tiene como objetivo generar un aporte a la sociedad.

Yo Leila Injante Muñoz , con DNI N° 45497713 acepto voluntariamente la investigación.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a Angello Franco Tello Meléndez cuyo teléfono es: 946155231.

Firma del Participante

Fecha

ANEXO B

Validación del instrumento

Lima, 07 de junio del 2018

Estimado(a):

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”**. Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumento de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems del instrumento de medición e indicar si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradeceríamos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted.

Atentamente,

Angello Franco Tello Meléndez

ANEXO B

Validación del Instrumento

“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema general.

¿Cómo se relaciona el Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

Problema específico.

¿Cómo se relaciona el proceso del servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

¿Cómo se relaciona la capacidad de respuesta con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?

HIPÓTESIS

Hipótesis General

Existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

OBJETIVO

Objetivo General

Determinar la relación del Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Objetivo Especifico

Determinar la relación del proceso del servicio y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

Determinar la relación de la capacidad de respuesta y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.

**CUESTIONARIO PARA ENCUESTAR A LOS CLIENTES DEL AREA DE NEGOCIOS
HIPOTECARIOS DEL BANCO DE CREDITO**

Instrumento de Medición

Mis saludos cordiales estimado Cliente, el presente cuestionario servirá para elaborar una tesis acerca del **“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”**.

Quisiera pedirle de manera especial su colaboración para que resuelva el siguiente cuestionario, cabe precisar que sus respuestas serán confidenciales. Las opiniones de todos los encuestados serán el sustento de la tesis para optar el Título de Licenciado en administración, pero nunca se comunicarán datos individuales.

Le pido que conteste con la mayor claridad posible respecto al tema, colocando un aspa (x) en el espacio respectivo, cabe precisar que no hay respuesta correcta ni incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.

VARIABLES, DIMENSIONES E ITEMS	1	2	3	4	5
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
VARIABLE I: OUTSOURCING					
DIMENSION: PROCESO DE SERVICIO					
La institución bancaria conto con el tiempo necesario para evaluar su crédito hipotecario					
La institución bancaria dio a conocer el análisis de su evaluación para justificar la aprobación de crédito hipotecario					
La institución bancaria considero después otorgarle su crédito hipotecario otra opción de compra o de recomendación sobre su proceso.					
DIMENSION: REDUCCIÓN DE COSTOS					
La institución bancaria le ofreció una persona específica para que atienda su proceso de crédito hipotecario					
La institución bancaria utilizo estrategias de reducción de gastos en el proceso de su crédito hipotecario					
La institución bancaria en su proceso de crédito hipotecario genero una mejora sobresaliente en su estructura o liquidez					
DIMENSION: PRODUCTIVIDAD					
Considera Ud. que la institución bancaria utiliza diseños de oportunidad, creatividad generando innovar en su proceso de crédito					

Considera Ud. que la institución bancaria informa y educa a sus clientes sobre el proceso de crédito hipotecario					
Considera Ud. que la institución bancaria utilizo los recursos necesarios y propuso el cambio en su proceso de crédito					
La institución bancaria brinda un lugar con la infraestructura necesaria para la atención del crédito hipotecario					
VARIABLES, DIMENSIONES E ITEMS	1	2	3	4	5
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De Acuerdo	Totalmente Acuerdo
VARIABLE II: SATISFACCION DEL CLIENTE					
DIMENSION: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
Considera Ud. que el BCP ofrece los mejores tiempos de servicio en el proceso de créditos hipotecarios					
Considera Ud. que el BCP ofrece el mejor tiempo de respuesta en el proceso de créditos hipotecario					
Considera Ud. que le ofrecieron el mejor tiempo de espera en tu proceso de crédito hipotecario					
DIMENSION: SEGURIDAD					
La institución bancaria inspira seguridad a través de sus empleados en su proceso de crédito hipotecario					
Considera Ud. que la institución bancaria mantiene la información brindada por cada uno de sus clientes					
Recomendaría a otras personas ser atendido mediante el proceso de crédito hipotecario					
DIMENSION: EMPATIA					
Considera Ud. que la institución bancaria transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito hipotecario					
Sientes que las personas que te atendieron fueron idóneas durante su proceso de crédito hipotecario					
Considera Ud. que la institución bancaria prioriza y favorece al cliente ante toda situación en su proceso hipotecario					

Fuente: El investigador

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:		“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”					
Apellidos y nombres del investigador:		TELLO MELENDEZ ANGELLO FRANCO					
Apellidos y nombres del experto:							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
OUTSOURCING	Proceso de Servicio	Evaluación Crediticia	La institución bancaria conto con el tiempo necesario para evaluar su crédito hipotecario	1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indiferente 4 = De Acuerdo 5 = Totalmente Acuerdo			
		Análisis Crediticio	La institución bancaria dio a conocer el análisis de su evaluación para justificar la aprobación de crédito hipotecario				
		PostVenta	La institución bancaria considero después otorgarle su crédito hipotecario otra opción de compra o de recomendación sobre su proceso.				
	Reducción de Costos	Mano de Obra	La institución bancaria le ofreció una persona específica para que atienda su proceso de crédito hipotecario				
		Costos	La institución bancaria utilizo estrategias de reducción de gastos en el proceso de su crédito hipotecario				
		Rentabilidad	La institución bancaria en su proceso de crédito hipotecario genero una mejora sobresaliente en su estructura o liquidez				
	Productividad	Innovación	Considera Ud. que la institución bancaria utiliza diseños de oportunidad, creatividad generando innovar en su proceso de crédito				
		Educación	Considera Ud. que la institución bancaria informa y educa a sus clientes sobre el proceso de crédito hipotecario				
		Eficiencia	Considera Ud. que la institución bancaria utilizo los recursos necesarios y propuso el cambio en su proceso de crédito				
		Infraestructura	La institución bancaria brinda un lugar con la infraestructura necesaria para la atención del crédito hipotecario				

SATISFACION DEL CLIENTE	Capacidad de respuesta	Tiempo de Servicio	Considera Ud. que el BCP ofrece los mejores tiempos de servicio en el proceso de créditos hipotecarios	1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Indiferente 4 = De Acuerdo 5 = Totalmente Acuerdo			
		Tiempo de Respuesta	Considera Ud. que el BCP ofrece el mejor tiempo de respuesta en el proceso de créditos hipotecario				
		Tiempo de espera	Considera Ud. que le ofrecieron el mejor tiempo de espera en tu proceso de crédito hipotecario				
	Seguridad	Confianza	La institución bancaria inspira seguridad a través de sus empleados en su proceso de crédito hipotecario				
		Confidencialidad	Considera Ud. que la institución bancaria mantiene la información brindada por cada uno de sus clientes				
		Fiabilidad	Recomendaría a otras personas ser atendido mediante el proceso de crédito hipotecario				
	Empatía	Comunicación	Considera Ud. que la institución bancaria transmitió la información transparente y clara para su proceso de crédito hipotecario				
		Accesibilidad	Sientes que las personas que te atendieron fueron idóneas durante su proceso de crédito hipotecario				
		Comprensión al Usuario	Considera Ud. que la institución bancaria prioriza y favorece al cliente ante toda situación en su proceso hipotecario				
Firma del experto			Fecha: / /				

ANEXO C

Matriz de consistencia

“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018”							
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODO	POBLACION Y MUESTRA	
GENERAL	GENERAL	GENERAL	VARIABLE 1		La investigación es hipotético - deductivo	Población: 45 clientes de Créditos Hipotecarios	
¿Cómo se relaciona el Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?	Determinar la relación del Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.	Existe relación significativa del Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área	Outsourcing	Proceso de Servicio			TIPO
				Reducción de Costos	Aplicada		
				Productividad			
ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	ESPECIFICOS	VARIABLE 2		NIVEL	Encuesta con escala tipo Likert	
¿Cómo se relaciona el proceso del servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?	Determinar la relación del proceso del servicio y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.	Existe relación significativa en el proceso de servicio con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.	Satisfacción del Cliente	Capacidad de Respuesta	Descriptivo - correlacional		
¿Cómo se relaciona la necesidad del consumidor con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?	Determinar la relación de la necesidad del consumidor y la satisfacción de los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.	Existe relación significativa en la necesidad del consumidor con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.		Seguridad	DISEÑO		INSTRUMENTO
¿Cómo estará estructurado un plan de estrategias orientadas al Outsourcing con la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018?	Evaluar un plan de estrategia orientadas Outsourcing y la satisfacción del cliente en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.	Existe cambios en la organización mediante un plan de estrategias orientadas a la necesidad del consumidor con la satisfacción a los clientes en el área de negocios hipotecarios – BCP, San Miguel, 2018.		Empatía	No experimental y de corte transversal		Cuestionario de 19 ítems

Yo, **MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad César Vallejo Filial - Lima Los Olivos, revisora de la tesis titulada:

“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018” de la estudiante **ANGELLO FRANCO TELLO MELÉNDEZ**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.



Los Olivos, 29 de noviembre de 2018



MSc. PETRONILA LILIANA MAIRENA FOX

DNI: 16631152

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 04-07-2018
Página : 1 de 1

Feedback Studio - Mozilla Firefox

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?lang=es&s=1&u=1055284503&o=1047457680

feedback studio

ANGELLO_FRANCO_TELLO_MEL_NDEZ.docx

/0

26 de 28



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP. SAN MIGUEL, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:
ANGELLO FRANCO TELLO MELENDEZ
ASINORA:
MSC. MARCELA ROSA FLORES LALLANA

LINEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

TITMA - PERÚ
2018



Resumen de coincidencias

28 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 **repositorio.ucv.edu.pe** 11 % >
Fuente de Internet
- 2 **Entregado a Universida...** 7 % >
Trabajo del estudiante
- 3 **Entregado a Universida...** 3 % >
Trabajo del estudiante
- 4 **Entregado a Universida...** 1 % >
Trabajo del estudiante
- 5 **Entregado a Universida...** 1 % >
Trabajo del estudiante

m tesis.pucp.edu.pe 1 % >

Página: 1 de 92

Número de palabras: 21204

representante de la Dirección / VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN Y CALIDAD

Elaboró

Dirección de Investigación

Revisó

Investigación y Calidad

Aprobó

Rectorado

Activado

Text-only Report

High Resolution



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, **ANGELLO FRANCO TELLO MELÉNDEZ**, identificado con DNI N° **76504858**, egresado de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN** de la Universidad César Vallejo, autorizo () No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL, 2018"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....




ANGELLO FRANCO TELLO MELENDEZ
DNI: **76504858**

FECHA: 29 de noviembre de 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“CALIDAD DE SERVICIO EN LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE
EN LA EMPRESA IMPORTACIONES DMZ S.A.C,
INDEPENDENCIA, 2018.”**

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



AUTORA

BURGA VALIENTE ESTEFANY

ASESOR

Dr. ARCE ÁLVAREZ, EDWIN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA-PERÚ

2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

TELLO MELENDEZ; ANGELLO FRANCO

INFORME TÍTULADO:

“OUTSOURCING Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL ÁREA DE NEGOCIOS HIPOTECARIOS – BCP, SAN MIGUEL; 2018”.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN LA FECHA: 29 DE NOVIEMBRE DEL 2018

NOTA O MENCIÓN: 17




IVAN ORLANDO TANTALEAN TAPIA

COORD: DEL AREA DE INVESTIGACION DE LA EP DE ADMINISTRACION