



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**El outsourcing y su influencia en la satisfacción de la demanda  
en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Maestra en Administración de Negocios – MBA**

**AUTOR:**

Urrutia Acuña, Karen Alejandra ([orcid.org/0009-0001-1624-4937](https://orcid.org/0009-0001-1624-4937))

**ASESORES:**

Mg. Alberca Teves, Gustavo Javier ([orcid.org/0000-0002-4872-6105](https://orcid.org/0000-0002-4872-6105))

Mg. Walter Sechuran, Fernando Arturo ([orcid.org/0000-0002-7233-4689](https://orcid.org/0000-0002-7233-4689))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo Económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la memoria de mi padre, Carlos Thompson Corzo quien es una referencia de sabiduría en mi vida.

A mi madre Anita Acuña Tirado quien es un ejemplo de esfuerzo y perseverancia día a día.

A mi esposo e hija quienes son el motor que me impulsa a salir adelante.

***Karen Alejandra Urrutia Acuña***

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, infinitamente gracias por guiarme y fortalecerme en cada paso de mi vida.

A los docentes de la maestría de Administración de Negocios de la Universidad César Vallejo, al Mg. Y Coasesor por su orientación en el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

A mi madre, quien fue mi apoyo incondicional en todo momento para culminar esta maestría.

A mi esposo por ser el compañero ideal y amigo que necesitaba día a día.

***Karen Alejandra Urrutia Acuña***



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, WALTER SECHURAN FERNANDO ARTURO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El outsourcing y su influencia en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023", cuyo autor es URRUTIA ACUÑA KAREN ALEJANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 04 de Agosto del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
WALTER SECHURAN FERNANDO ARTURO <b>DNI:</b> 10003475 <b>ORCID:</b> 0000-0002-7233-4689	Firmado electrónicamente por: FWALTERS el 13-08- 2023 11:50:30

Código documento Trilce: TRI - 0640897





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, URRUTIA ACUÑA KAREN ALEJANDRA estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO del programa de MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El outsourcing y su influencia en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda citatextual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro gradoacadémico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, nicopiados.

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

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
URRUTIA ACUÑA KAREN ALEJANDRA <b>DNI:</b> 46980246 <b>ORCID:</b> 0009-0001-1624-4937	Firmado electrónicamente por: KURRUTIAA el 09-01- 2024 12:00:37

Código documento Trilce: INV - 1243087



## ÍNDICE DE CONTENIDO

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Declaratoria de autenticidad del asesor	iv
Declaratoria de Originalidad del Autor	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	vii-viii
Índice de figuras	ix-x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos y análisis de datos	17
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	18
VI. DISCUSIÓN	45
VII. CONCLUSIONES	51
VIII. RECOMENDACIONES	52
REFERENCIAS	53
ANEXOS	59

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Frecuencia de la pregunta 01: La empresa cuenta con procesos establecidos	18
Tabla 2	Frecuencia de la pregunta 02: El negocio tiene una cultura organizacional	19
Tabla 3	Frecuencia de la pregunta 03: Cuentan con Tecnología de Información adecuada	19
Tabla 4	Frecuencia de la pregunta 04: Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos	20
Tabla 5	Frecuencia de la pregunta 05: La empresa requiere de servicios especializados	21
Tabla 6	Frecuencia de la pregunta 06: La gerencia analiza a los proveedores	22
Tabla 7	Frecuencia de la pregunta 07: La empresa analiza la relación de costo beneficio	23
Tabla 8	Frecuencia de la pregunta 08: La empresa maneja su economía a escala	24
Tabla 9	Frecuencia de la pregunta 09: El negocio tiene un adecuado control de sus costos	25
Tabla 10	Frecuencia de la pregunta 10: Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar	26
Tabla 11	Frecuencia de la pregunta 11: La empresa se enfoca en nuevos mercados	27
Tabla 1	Frecuencia de la pregunta 12: El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas	28
Tabla 13	Frecuencia de la pregunta 13: Cuentan con credibilidad y confianza del mercado	29
Tabla 14	Frecuencia de la pregunta 14: La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo	30
Tabla 15	Frecuencia de la pregunta 15: El gerente categoriza los riesgos de la empresa	31
Tabla 16	Frecuencia de la pregunta 16: La empresa emplea medidas de riesgo	32
Tabla 17	Frecuencia de la pregunta 01: ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?	33
Tabla 18	Frecuencia de la pregunta 02: ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda la empresa?	34

Tabla 19	Frecuencia de la pregunta 03: ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?	35
Tabla 20	Frecuencia de la pregunta 04: ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?	36
Tabla 21	Frecuencia de la pregunta 05: La empresa brinda productos de calidad	37
Tabla 22	Frecuencia de la pregunta 06: Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente	38
Tabla 23	Frecuencia de la pregunta 07: Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa	39
Tabla 24	Frecuencia de la pregunta 08: Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto	40
Tabla 25	Frecuencia de la pregunta 09: ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?	41
Tabla 26	Frecuencia de la pregunta 10: ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?	42
Tabla 27	Tabla pruebas de normalidad.	44
Tabla 28	Hipótesis entre las variables.	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Pregunta 01: La empresa cuenta con procesos establecidos	18
Figura 2	Pregunta 02: El negocio tiene una cultura organizacional	19
Figura 3	Pregunta 03: Cuentan con Tecnología de Información adecuad	20
Figura 4 recursos	Pregunta 04: Los trabajadores logran el uso adecuado de los	21
Figura 5	Pregunta 05: La empresa requiere de servicios especializados	22
Figura 6	Pregunta 06: La gerencia analiza a los proveedores	23
Figura 7	Pregunta 07: La empresa analiza la relación de costo beneficio	24
Figura 8	Pregunta 08: La empresa maneja su economía a escala	25
Figura 9	Pregunta 09: El negocio tiene un adecuado control de sus costos	26
Figura 10	Pregunta 10: Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar	27
Figura 11	Pregunta 11: La empresa se enfoca en nuevos mercados	28
Figura 12 áreas	Pregunta 12: El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las	29
Figura 13	Pregunta 13: Cuentan con credibilidad y confianza del mercado	30
Figura 14	Pregunta 14: La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo	31
Figura 15	Pregunta 15: El gerente categoriza los riesgos de la empresa	32
Figura 16	Pregunta 16: La empresa emplea medidas de riesgo	33
Figura 17	Pregunta 01: ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?	34
Figura 18	Pregunta 02: ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda la empresa?	35
Figura 19	Pregunta 03: ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?	36
Figura 20	Pregunta 04: ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?	37
Figura 21	Pregunta 05: La empresa brinda productos de calidad	38
Figura 22	Pregunta 06: Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente	39

Figura 23	Pregunta 07: Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa	40
Figura 24	Pregunta 08: Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto	41
Figura 25	Pregunta 09: ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?	42
Figura 26	Pregunta 10: ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?	43

## RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo principal determinar de qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. El estudio consideró como población a 50 trabajadores de las áreas de fabricación de una joyería y en la muestra se consideró a 45 trabajadores de las áreas de fabricación de la joyería. El estudio presenta un diseño no experimental, con un enfoque cuantitativo que relaciona las variables outsourcing y satisfacción de la demanda. Para este estudio se planteó como dimensiones los procesos, beneficios y desventajas del outsourcing y su relación con la satisfacción de la demanda, demostrándose la hipótesis propuesta en la investigación, además el estudio tuvo como resultado que el 57.8 % de los trabajadores de las áreas de fabricación de la joyería, indica que si habría beneficios hacer uso del outsourcing , asimismo, el outsourcing influye de manera directa en la satisfacción de la demanda, para ello se utilizó el análisis de correlación de Spearman y se validó el Alpha de Cronbach e instrumento mediante juicio de expertos.

**PALABRAS CLAVE:** supervisión, expectativa, confiabilidad

## **ABSTRACT**

The main objective of this study is to determine how outsourcing influences the satisfaction of demand in an artisan jewelry company, Lima, 2023. The study considered 50 workers in the manufacturing areas of a jewelry and in the sample included 45 workers from the jewelry manufacturing areas. The study presents a non-experimental design, with a quantitative approach that relates the variables outsourcing and demand satisfaction. For this study, the processes, benefits and disadvantages of outsourcing and its relationship with the satisfaction of the demand were considered as dimensions, demonstrating the hypothesis proposed in the investigation, in addition the study had as a result that 57.8% of the workers in the areas of jewelry manufacturing, indicates that if there would be benefits to make use of outsourcing, likewise, outsourcing directly influences the satisfaction of demand, for this Spearman's correlation analysis was used and Cronbach's Alpha and instrument were validated by expert judgement.

**KEYWORDS:** supervision, expectation, reliability

## **I. INTRODUCCIÓN**

Hoy en día, debido al contexto de globalización constante del mercado, la competencia entre las empresas se ha intensificado hasta el punto de que las que obtienen los mejores resultados del mercado comparten características comunes, ya que, entre ellas se encuentran el compromiso con la innovación, la minimización de costos y del tiempo dedicado a las actividades, y la retención de empleados que comparten los valores de la empresa, los cuales están dedicados a su propio crecimiento profesional y al éxito del negocio.

A nivel global la terciarización ha traído muchas ventajas a favor de la economía levantándose luego de la presencia de la COVID-19 colocando a más de 61 millones de personas en el mercado laboral en 40 países, siendo el 4.3% del PBI mundial en 2020, asimismo, los países que realizan mayores subcontrataciones desde distintas partes del mundo son EEUU (16 millones), China (11,7 millones), Japón (4,8 millones), México (4. 7 millones), y Brasil (33,5% de la subcontratación en América del Sur), trayendo consigo grandes beneficios para la economía. A nivel mundial, la externalización ha traído muchas ventajas a favor de la economía en alza tras la presencia de COVID-19 colocando a más de 61 millones de personas en el mercado laboral en 40 países, siendo el 4,3% del PIB mundial en 2020 (Borner, 2022).

Casi todos los países latinoamericanos recurren cada vez más a la externalización. Su uso se generalizó en Perú en la década de 1990, una vez que la economía se abrió y las empresas se volvieron más competitivas. En la actualidad, muchas empresas del país recurren a la externalización, lo que ha propiciado la expansión de empresas que se centran en tareas como: consultoría, asesoría jurídica, marketing, mantenimiento, fabricación, transporte, recursos humanos, informática, formación, seguridad, seguimiento, limpieza, etc., son algunos de los servicios más necesarios (Huarancca, 2022).

Por otro lado, el estudio más reciente de Global Research Marketing muestra que cerca del 90% de las empresas subcontratan sus operaciones, en su mayoría a pymes especializadas para aumentar su producción; además, las industrias que más subcontratan son la minería y el comercio minorista, con porcentajes respectivos del 50% y 30%; le siguen la construcción, la manufactura, la farmacia y

la banca, entre otras, con un 20%. Además, los trámites de contratación (33,5%), la gestión de comedores (29,5%), administración de nómina (28,9%), la operación y administración de almacenes (20,2%) y los servicios de marca registrada o BTL (15%) se encuentran entre los servicios más tercerizados. (Redacción Gestión, 2018).

Ante la problemática descrita anteriormente surge el siguiente problema de estudio: ¿De qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023? Asimismo, se tienen los siguientes problemas específicos: ¿De qué manera los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023? ¿De qué manera los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023? ¿De qué manera los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023?

Esto responde ante la necesidad de conocer la influencia del outsourcing en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, en la cual se detectó problemas en sus procesos de fabricación y acabados de sus productos, como por ejemplo: en el proceso de engastado de piedras naturales, proceso de vaciado en cera, grabación en láser y proceso de diamantado, ocasionando demora en la elaboración de las piezas y en las entregas de sus productos, stock mínimo y limitado, entre otras deficiencias que impactaban de manera directa en la demanda, provocando así insatisfacción de los clientes, demoras en las entregas, mermas de tiempo y pérdidas económicas. Motivo por el cual, la empresa considera implementar en su gestión y proceso de abastecimiento el outsourcing, medida que te permite tercerizar servicios de modo que libera tiempos y delega procesos de los cuales eran y son parte importante de su producción y que de implementar el outsourcing permitirá una mejora en sus tiempos y procesos. (Duque et-al; 2018).

Por otro lado, la presente investigación se justifica teóricamente ya que se buscará profundizar los conceptos de lo que es el outsourcing, así como sus beneficios, asimismo, la investigación servirá para lograr la satisfacción de la demanda y reducción de tiempos en la entrega de las piezas. Por otro lado, se justifica metodológicamente, ya que se emplearán a instrumentos ya validados en

otras investigaciones y así poder recolectar y analizar la información de manera más sólida de las variables de estudio. Finalmente, se justifica socialmente, ya que no solo beneficiará a la empresa en cuestión, sino también a los trabajadores y clientes ya que permitirá mejorar la gestión de los procesos de fabricación que traerán consigo un mejor servicio para la satisfacción del cliente y un incremento de ganancias por parte de la empresa.

El objetivo general de la investigación será: Determinar de qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. A su vez, tenemos los siguientes objetivos específicos que son: Determinar de qué manera los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. Determinar de qué manera los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. Determinar de qué manera los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023.

Finalmente se tiene la siguiente hipótesis en el estudio: El outsourcing influye en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. Así también tenemos a las siguientes hipótesis específicas: Los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. Los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023. Los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Las investigaciones previas que se habían realizado sobre el tema en cuestión nos servirán de referencia a la hora de organizar este trabajo. Estos estudios también ayudaran a establecer una comparación con los resultados obtenidos, lo que aumentó la profundidad general de la investigación.

En el ámbito internacional, en Colombia, Afanador & Ruíz (2022), su objetivo principal fue proponer un modo de gestión humana adecuado a las necesidades de las organizaciones de outsourcing. Con un enfoque cualitativo y revisión de documentos y entrevistas, se desarrolló un modelo que permite establecer procedimientos, herramientas y objetivos que deben ayudar al área de gestión humana a producir estrategias y acciones pertinentes y oportunas para las organizaciones en cuestión, con la conclusión de que las empresas deben identificar las competencias y habilidades de cada miembro para implementar el modelo propuesto.

En Argentina, Perassi (2021), sostiene que el objetivo era determinar si el proveedor elegido cumple los criterios para seguir adelante con un contrato de externalización y es capaz de abastecer a la zona de América Latina, en particular Bolivia, Colombia, Ecuador y Panamá. El producto escrito servirá de plan de negocio para que la empresa examine y determine si elige una opción de externalización en el extranjero para dar servicio a los mercados latinoamericanos. Para ello se utilizará la técnica cuantitativo-descriptiva, teniendo en cuenta además el carácter académico de la producción escrita y su combinación con la misma. Se determinó que el comercio entre las naciones miembros de la ALADI representa el 80% del total de las exportaciones intrarregionales de América Latina, lo que constituye una prueba real de que el comercio de productos y servicios entre los miembros del acuerdo es ventajoso debido a la disminución o eliminación de los aranceles de importación.

En México, Santiago (2019), plantea el fin de ganar relevancia y disminuir la rotación de personal, el objetivo de su investigación es crear y presentar una propuesta de plan de mejora para establecer un proyecto de carrera para los trabajadores del departamento de reclutamiento y selección del proveedor de servicios, siendo un tipo de estudio que utiliza una metodología cualitativa, práctica,

descriptiva y explicativa. Las numerosas matrices y técnicas utilizadas para implementar el plan de desarrollo en el departamento de reclutamiento y selección, lo que condujo a una disminución en la rotación de trabajadores y la formación de significación en la empresa con sede en Puebla que entrega servicios tercerizados, dan evidencia en apoyo a la premisa.

En México, Pedroza (2014), sostiene como objetivo principal en su estudio, crear un plan estratégico para que el Consorcio Fermat incluya servicios de externalización centrados en la gestión de recursos humanos para ampliar su ámbito de servicios, el proyecto se llevará a cabo utilizando el método del caso, además de entrevistas estructuradas no formales, análisis de documentación y observación, que ayudarán a proporcionar información pertinente sobre la situación actual de la empresa. Llegando a la conclusión de que el outsourcing no es una estrategia nueva para la corporación, ya que tiene una larga historia de uso de este tipo de estrategia en servicios bajo muchos nombres, y que a medida que ha pasado el tiempo se ha vuelto más frecuente en las empresas con el paso del tiempo. También se infiere que su evolución se ha confirmado porque con el tiempo se ha convertido en una de las tácticas más populares entre los futuros negocios del estado de Aguascalientes.

En México, Morales (2020), realizó su investigación con el objetivo de analizar de forma integral la aplicación de la subcontratación a través de los servicios de Outsourcing, con el fin de destacar los beneficios que traerá a la empresa denominada Distribuidora Automotriz, la investigación fue cualitativa de tipo descriptiva, se utilizó un proceso de recopilación bibliográfica y documental, así mismo, se hizo una investigación de campo. El instrumento utilizado fue la encuesta, la población fue de 20 trabajadores y la muestra fue el mismo. Como conclusión se determinó que se debe adoptar de forma adecuada y como estrategia el uso del outsourcing por medio de la subcontratación de personal especializado únicamente para actividades específicas y no para todo el personal que labora dentro de la misma empresa.

A nivel nacional, Del Águila (2023), sostiene como objetivo de su estudio, examinar el impacto de la externalización estratégica en la eficiencia y los costes de las actividades de distribución de la empresa, utilizando un enfoque cuantitativo, descriptivo y explicativo con un diseño no experimental, y una encuesta y un

cuestionario como métodos de recogida de datos. La regresión lineal arrojó un coeficiente de conexiones: 0,997 y de determinaciones: 0,995, todo lo cual indica que existe una fuerte conexión causal positiva entre las variables tercerización estratégica y productividad y costos. El coeficiente de Rho Spearman fue  $r = 0,993$  para  $p = 0,000$ , el índice de confiabilidad Alfa de Cronbach fue 0,82. Conclusiones: Dado que La hipótesis se considera verdadera y el problema de investigación se piensa resuelto debido a que los valores de las variables están linealmente relacionados, sustentando la interacción significativa entre las variables. La organización experimentará aumentos más significativos en la productividad y los gastos cuanto más estratégicamente se utilice la subcontratación.

En su proyecto de investigación los autores Castro & Hoyos (2018), tienen como objetivo determinar la relación existente entre el outsourcing y la productividad en una empresa financiera. Su investigación fue de tipo descriptivo correlacional, con diseño no experimental, teniendo como resultados que, en los aspectos de gestión humana, materiales, herramientas y equipos ha demostrado una mejora significativa. De manera concluyente de determina que los factores influyentes en la productividad del personal es la motivación ofrecida por parte de la empresa, así como la competencia de los trabajadores.

Alonzo (2022), plantea como objetivo de este estudio, el “conocer la relación entre la calidad de vida y el ausentismo laboral en los trabajadores de MMG Outsourcing y Operaciones EIRL, Huamachuco, 2022” Fue una investigación aplicada con metodología cuantitativa y diseño correlacional, se utilizó una población de 7 trabajadores de esta empresa se les hizo la encuesta. Los resultados indican que el 57,1% de los encuestados tienen un grado de absentismo medio y el 71,4% una calidad de vida excelente. Además, ambas variables muestran una fuerte relación inversa ( $r = -0,764$ ,  $p$ -valor 0,05) a un nivel de significación del 5%; cuanto más fuerte es la relación, menor es el índice de absentismo ausentismo.

Chávez (2019), en su investigación plantea como objetivo de su estudio, conocer cómo la eficacia de los contratos de Outsourcing influye en el nivel de servicio prestado por la organización Cajeros Automáticos. Siendo una investigación aplicada y de nivel explicativo, con una población de 340 empleados de la empresa y como muestra 181 de ellos, a través de una encuesta de 15

preguntas, se encontró que la eficiencia de los contratos de outsourcing tuvo un gran impacto en la calidad de servicio de los cajeros automáticos de la empresa.

Ortiz et al. (2019), plantea como objetivo principal, “evaluar la viabilidad comercial, operativa y económica de un servicio de tercerización de almacenes para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) nacionales de la industria farmacéutica, cosmética y afines de la región Lima Metropolitana”. Esta investigación documental descriptiva llegó a la conclusión de que las importaciones son las principales responsables del crecimiento anual promedio del 6% en las industrias farmacéutica, cosmética y afines. La solidez de la economía peruana, la expansión de la población y el aumento de la esperanza de vida contribuyen a este incremento.

La primera variable con la que se iniciará las bases teóricas es el outsourcing, que se basa especialmente en subcontratar, tercerizar o externalizar un servicio que la misma empresa está interesada en desarrollar para mejorar sus procesos y operaciones. Esto ayuda a la organización a ahorrar dinero y tiempo (Tello, 2018).

El outsourcing ocurre cuando una empresa contrata a otra empresa para realizar tareas especializadas que generalmente no están relacionadas con el negocio principal del cliente para mejorar la producción y el servicio asociado con estas tareas (Moreno et al., 2019; Lee, 2017).

El outsourcing puede describirse como una estrategia en la cual una empresa contrata a entidades externas, ya sean organizaciones, grupos o individuos, para encargarse de ciertas áreas o servicios dentro de la empresa. Su propósito fundamental radica en permitir que la empresa se enfoque en su actividad principal y en la innovación, al tiempo que confía la gestión y operación de procesos o servicios a un proveedor externo (Avalos, 2019).

El método más aceptable del sector manufacturero actual consiste en externalizar parcialmente el servicio y el producto para mantener la competitividad del mercado, satisfacer la demanda de los clientes a tiempo y mejorar la reputación de la empresa (Ibrahim et al., 2022). Sobre los modelos, las decisiones de outsourcing de producción y transporte fueron tomadas en cuenta por Li et al. (2017). En el modelo, tomaron en cuenta las estrategias de carbono único y múltiple. Los contratos de outsourcing y las opciones de compra fueron tomados en

cuenta por Chen et al. (2019) en un modelo de cadena de suministro. Tomaron en cuenta la incertidumbre multidimensional en ese modelo. Para crear una red de cadena de suministro de varias etapas, Cortinhal et al. (2019) tuvo en cuenta tanto la fabricación interna como el outsourcing parcial de productos. (Kumar Bachar et al., 2022)

La externalización cuando una empresa contrata a un tercero para realizar tareas que no son esenciales para la función principal que la empresa está externalizando. Asimismo, mencionamos que a la mayoría de las empresas y organizaciones les resulta más sencillo emplear este procedimiento porque ayuda a mejorar y perfeccionar esos trabajos para que puedan concentrarse en cualquier otra cosa. Sin embargo, este instrumento es crucial para la empresa, ya que no sólo amplía la gama de servicios disponibles para los clientes, sino que también ayuda a avanzar en las tareas administrativas que se llevan a cabo en el interior (Tello, 2018).

La exigencia de la externalización en una empresa se deriva de sus características particulares, que, entre otras cosas, dictan las técnicas y tácticas de gestión imprescindibles y necesarias, adecuadas a sus necesidades. Avances tecnológicos, procedimientos corporativos complejos, fuerzas y opciones de mercado ferozmente competitivas, y el crecimiento del conocimiento y la gestión del conocimiento. (Iheriohanma y Austin-Egole, 2020; (Iheriohanma y Stella, 2021)

Cuando los fabricantes tienen problemas para observar y cuantificar el nivel de esfuerzo, la capacidad y los costos de calidad de los contratistas de servicios durante el proceso de outsourcing (Feng et al., 2019), esto puede resultar fácilmente en una falla en la subcontratación y en un conflicto de canales. Dado que los servicios de bajo valor agregado (como la entrada de datos, los centros de contacto, la logística y los procedimientos comerciales) pueden no mejorar significativamente el desempeño de la organización, la gobernanza contractual es crucial en la subcontratación de servicios. (Luo et al., 2022)

Asimismo para Cordero (2020), el outsourcing se considera una de las tendencias de gestión más modernas. Su principal objetivo es encomendar una tarea o servicio a un tercero que cuente con las capacidades y la experiencia necesarias para realizarlo. Debido a esto la mayoría de las empresas les resulta hoy más fácil y cómodo utilizar esta herramienta para mejorar la eficacia de sus

procesos y elevar al mismo tiempo su nivel de productividad. Además, es fundamental considerar lo crucial que es desde un punto de vista estratégico y lo peligroso o expuesto que sería hacerlo. De forma similar, hay varias medidas fundamentales que deben seguirse cuando la dirección de una empresa se plantea externalizar una función empresarial concreta:

Asimismo, tenemos las dimensiones de la variable como los procesos del outsourcing, donde a la hora de decidir si externalizar o no una función o proceso,

- Identificación de las competencias clave: se basan en un conjunto de competencias que la empresa desarrolla y que contribuyen a reforzar su ventaja competitiva al permitirle posicionarse en el mercado con mayor eficacia que sus rivales.
- Evaluación de oportunidades: Cuando los directivos se plantean si externalizar un proceso o función a un tercero, deben contrastar los costes y la calidad de los servicios internos con los de los proveedores que ofrecen los mismos procesos y/o funciones.
- Selección del modelo de outsourcing y de los proveedores: Dado que no todos los proveedores de servicios pueden cumplir las exigencias de cada modelo, es importante establecer la relación de externalización antes de decidirse por un proveedor. A continuación, es necesario obtener ofertas de aquellos que puedan hacerlo. (Mansilla & Ollais, 2020).

Por otro lado, también tenemos como dimensión a los beneficios del outsourcing. Existen varias teorías que intentan explicar los posibles beneficios del outsourcing, entre ellas destacan las que se centran en el ahorro de costes y las que se centran en el núcleo de la actividad empresarial, pero todos coinciden en que los beneficios de la externalización se mantienen a lo largo del tiempo, aunque cambie su orden de importancia. Ser eficaz y recortar gastos, que es un enfoque táctico, tiende a dejar paso a ser adaptable y capaz de cambiar con el mercado, que es una estrategia estratégica (León & Valladres, 2015).

Además, otras ventajas de la externalización son: Reducir los gastos, centrarse en las competencias básicas, tener fondos de capital disponibles, acelerar la obtención de beneficios, tener acceso a los recursos, mejorar los servicios y productos, compartir los riesgos y tener flexibilidad. (Flores, 2019).

El outsourcing surge como una respuesta a la globalización y los avances tecnológicos, ofreciendo respaldo para que una empresa crezca y sea eficiente. Al externalizar actividades especializadas, las organizaciones obtienen ventajas como una mayor eficacia en funciones, reducción de costos y eficacia en áreas en las que prefieren no involucrarse internamente debido a distracciones o altos costos de implementación. Esto hace que las empresas se centren en su negocio principal, aprovechen las economías de escala y accedan a expertos externos, logrando resultados de alta calidad y eficiencia. En resumen, el outsourcing promueve el crecimiento, la eficiencia y la rentabilidad al utilizar recursos especializados externos (Vásquez & Orozco, 2020).

Finalmente, tenemos a los riesgos del outsourcing, donde el riesgo se considera de gran importancia para las empresas, incluso cuando la dirección se esfuerza al máximo, puede resultar difícil encontrar y controlar los riesgos, esto se debe a que la mente humana tiende a centrarse en el pasado a la hora de averiguar de dónde proceden los riesgos y la probabilidad de que ocurran (Blas & Risco, 2022).

El outsourcing conlleva diversas desventajas que requieren ser consideradas. En primer lugar, existe el riesgo de no lograr los objetivos planteados debido a la falta de conocimiento y comprensión por parte del proveedor. Además, se puede experimentar una pérdida de control sobre el servicio y el conocimiento interno de las regulaciones asociadas a la externalización. La dependencia del proveedor puede generar dificultades para enfrentar situaciones imprevistas, dado que el contrato suele contemplar únicamente escenarios previsibles. También pueden surgir conflictos con el proveedor a lo largo de una relación prolongada, en los cuales los desacuerdos se abordan exclusivamente desde una perspectiva legal. Además, el outsourcing puede generar conflictos internos dentro de la organización, ya que algunos miembros pueden sentirse incómodos o incluso perjudicados debido a la adaptación a la nueva dinámica. Estas desventajas resaltan la importancia de evaluar minuciosamente los aspectos negativos antes de decidirse por el outsourcing (Carrera, 2018).

Los directivos buscan siempre estrategias novedosas para contrarrestar la externalización. Los peligros de la externalización pueden dividirse en cuatro

grupos, aunque cada contrato es diferente: pérdida de control, pérdida del potencial de innovación, pérdida de fe en la empresa y costes de transacción superiores a los previstos (Castro & Hoyos, 2018).

Como segunda variable de la investigación tenemos a la satisfacción de la demanda que puede definirse como el número de servicios y productos que los distintos agentes económicos, incluidas las familias, las empresas y el gobierno, están dispuestos y son capaces de adquirir a un precio determinado. Por otro lado, la satisfacción del cliente depende mucho del servicio ofrecido. Por ello, las empresas, deben trabajar para mejorar el servicio que ofrecen en todo momento, esto significa que la empresa debe contar con personal capacitado que pueda asesorar a sus clientes en todas las ofertas (Rodríguez, 2018).

La satisfacción del cliente se entiende en relación con la experiencia de un cliente en relación con sus expectativas con respecto al nivel de servicios logísticos a largo plazo, así como otros aspectos de la cooperación con los proveedores de servicios logísticos. La cooperación se produce en etapas posteriores, como el servicio previo a la transacción, cuando las empresas celebran un contrato y establecen reglas para la cooperación, el servicio de transacción, que se relaciona con la prestación de servicios logísticos a los clientes, y el servicio posterior a la transacción, que puede, por ejemplo, se relacionan con situaciones que implican la reparación de posibles errores de servicio. (Cichosz et al., 2017; and Świtała et al., 2018; Świtała et al., 2019)

La satisfacción al cliente se refiere a la sensación de placer o decepción que experimenta una persona al comparar sus expectativas previas con la experiencia real de un producto o servicio. Si las expectativas se cumplen o superan, el cliente queda satisfecho; si no se cumplen, queda insatisfecho (Rivera, 2018).

Asimismo, tenemos como dimensión a la calidad de servicio, La "actitud formada mediante una evaluación general a largo plazo del rendimiento de una empresa" es lo que queremos decir cuando hablamos de la calidad de nuestros servicios. El estándar de los bienes o servicios ofrecidos es una de los miramientos más importantes al optar a qué empresa comprar. Por ello, las empresas deben dar

prioridad a ofrecer a sus clientes productos y servicios personalizados que satisfagan sus necesidades específicas (Vasquez, 2022).

La calidad de servicio se puede definir como el conjunto de atributos y características que un producto o servicio posee, y que determinan su capacidad y así lograr las necesidades y expectativas de los clientes. Implica ofrecer un nivel de excelencia en la entrega de valor y en la experiencia que se brinda al cliente. Para lograr la calidad de servicio, es necesario proporcionar soluciones efectivas, superar las expectativas del cliente y asegurar un nivel de satisfacción que vaya más allá de lo que él espera y desea (Ureta & Salas, 2021).

La capacidad de la empresa para ofrecer servicios a los clientes es uno de los elementos que definen el éxito y la calidad de la organización. El éxito de la empresa se basa en su capacidad para brindar servicios de alta calidad a sus clientes, ganar grandes cuotas de mercado y aumentar las ganancias. La definición de calidad de servicio es la evaluación que hace el cliente de la absoluta superioridad o privilegio de un bien o servicio. (Dapas et al., 2019)

Como segunda dimensión tenemos a la lealtad del cliente, que se demuestra por un compromiso sentimental y comercial con el proveedor del servicio, que se puede lograr aplicando estrategias como: desarrollo de una perspectiva adecuada, mantenerse en contacto, ofrecer incentivos, generar confianza, flexibilidad y estar disponible cuando se lo necesite (Rodríguez, 2018).

La lealtad al cliente se refiere al grado en el que un cliente demuestra un patrón de compras recurrente con un proveedor de productos o servicios, al tiempo que mantiene una actitud positiva y favorable hacia dicho proveedor (Alvarez, 2019).

Finalmente, como última dimensión tenemos a expectativas del cliente. Cuando un usuario evalúa un servicio, el aspecto de la calidad que más le importa es la calidad global del mismo. Los resultados que obtiene al contrastar la calidad que ya ha obtenido con la que espera recibir son los componentes que conforman su calidad percibida, asimismo, un componente importante que contribuye al desarrollo de expectativas del usuario es su historial de interacción con los productos y servicios ofrecidos por otras empresas del sector. Si no tiene suficiente

experiencia, basa sus juicios en las opiniones de otros usuarios, en sus propios requisitos o en la comunicación ofrecida por el proveedor de servicios (Tarapués, 2015).

Las expectativas del cliente se refieren a las ideas y suposiciones que un cliente tiene acerca de lo que espera recibir en términos de producto, servicio o experiencia. Estas expectativas son moldeadas por experiencias previas, publicidad, recomendaciones y la reputación de la marca. Son de gran importancia para las empresas, ya que juegan un papel fundamental en la satisfacción y fidelidad del cliente hacia la empresa. La capacidad de cumplir o superar las expectativas del cliente puede tener un impacto significativo en su percepción y relación continua con la empresa (Herbozo & Flores, 2022).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

Se trata de una investigación aplicada con enfoque cuantitativo porque se realiza de acuerdo a la recolección de datos existentes utilizando herramientas creadas para este estudio, luego de lo cual la información es analizada y compilada en base a fuentes teóricas citadas, permitiendo encontrar una solución al problema planteado (Hernandez et al., 2018).

El diseño de investigación no experimental, por otro lado, analiza escenarios actuales más que una realidad que ha sido esquematizada por el investigador (Hernandez et al., 2018).

También es transversal porque la recogida de datos se realizó en un único momento, a diferencia de los diseños transversales, que son puramente descriptivos y recogen datos en un momento concreto y pretenden preguntarse cuáles son las modalidades y categorías en una población determinada. Debido a que tiene como objetivo determinar la fuerza de la conexión entre dos o más ideas o variables, la investigación descriptiva-correlacional (Otero, 2018).

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### **3.2.1. Outsourcing**

Según Tello (2018), se basa especialmente en subcontratar, externalizar o externalizar un servicio que la misma empresa está interesada en desarrollar para mejorar sus procesos y operaciones. Esto ayuda a la organización, a ahorrar dinero y tiempo.

##### **3.2.2 Satisfacción de la demanda**

Según Rodríguez (2018), puede definirse como la cantidad de productos y servicios que los distintos agentes económicos, incluidas las familias, las empresas y el gobierno, están dispuestos y son capaces de adquirir a un precio determinado.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **Población**

Hernandez et al. (2018), muestra que el conjunto completo de componentes que conforman la unidad de análisis son locales al lugar donde se realizará la investigación.

La población tomada para esta investigación está conformada por 50 trabajadores de los 03 locales con los que cuenta la joyería, específicamente de las áreas que forman parte del proceso de fabricación, de la pieza de joyería como son las áreas de fundido y preparación de los metales; área de elaboración (soldado y lijado), y el área de acabado (pulido y lustrado).

#### **Muestra**

(Rivera, 2020) indica que la muestra se refiere al subconjunto representativo de la población total que se investigará. Es una selección cuidadosa de individuos, casos o elementos que participarán en el estudio. La muestra debe ser representativa y reflejar las características de la población objetivo.

Para la muestra se realizó el siguiente cálculo respecto a los trabajadores de las áreas de proceso de fabricación de la joyería.

2

Donde:

n: Tamaño de la muestra = 45

N: Población = 50

Z: Nivel de confianza = 1.96

p: Variabilidad positiva = 0.5

q: Variabilidad negativa = 0.5

e: Precisión o el error = 0.05

$$n = \frac{50 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05 * \left( 50 - 1 \right) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 45$$

De acuerdo a los cálculos obtenidos, la muestra para esta investigación será de 45 trabajadores del área de procesos de fabricación de la joyería.

### **Muestreo**

El muestreo que se empleó fue probabilístico, el cual se basa en la idea de que cada componente de la población tiene la misma oportunidad de ser elegido (Hernandez et al., 2018).

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Como técnica de recopilación de datos, tenemos la **encuesta**, que consiste en preguntar a los sujetos directamente por teléfono, correo o entrevista en persona. Al igual que el cuestionario, que tiene una serie de preguntas sobre las cosas a evaluar, las variables utilizadas en este instrumento deben ser consistentes con el planteamiento del problema. (Sampieri, 2018).

Asimismo, en la encuesta se utilizará la escala de Likert, la cual estará compuesta por cinco categorías: Desacuerdo, algo desacuerdo, ni

de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo; las respuestas de los individuos se medirán con precisión utilizando esta escala.

En cambio, los instrumentos serán validados por expertos para asegurar su validez y transparencia. Con el fin de realizar una prueba piloto y comprobar la confiabilidad de los instrumentos, se utilizará el programa Excel – Complemento Megastad en conjunto con docentes experimentados de la escuela profesional de administración.

### **3.5. Procedimientos**

Para poder realizar el presente trabajo, iniciamos con la introducción, posterior a eso mencionamos trabajos nacionales e internacionales, luego hacemos un resumen de la teoría, definiciones, y definición de cada variable. Luego se plantea el problema general y específico, la hipótesis general y específico. Seguimos con la investigación y el método utilizado usa categorías de investigación y diseño, seguidas de la descripción de cada variable.

Posteriormente, se determinó la población y muestra, luego se utilizaron dos cuestionarios, para revisar las variables identificadas, para la validación de los datos se usó el coeficiente de Cronbach.

Finalmente llegamos a los resultados obtenidos de la investigación, la discusión, las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos del trabajo.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Uno de los programas utilizados para la investigación y el análisis estadístico es el complemento de Megastat del programa Excel. El método de análisis que se utilizará en este estudio fue compilado utilizando el software Microsoft Excel y luego ingresado en ello. Este software, que fue creado por IBM, proporciona una amplia variedad de capacidades que le permiten estudiar la investigación más a fondo, para finalmente representarlas mediante gráficos y cuadros para su posterior interpretación.

### **3.7. Aspectos éticos**

El presente trabajo de investigación se comprometerá a no promover o revelar datos o información obtenida para diferentes fines a la investigación, de la misma manera a no identificar a los trabajadores, manteniendo su identidad en el anonimato. Asimismo, se seguirá las normativas APA-7 para la redacción del documento, y el correcto uso de las citas y referencia.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Análisis descriptivos

#### 4.1.1. Variable 1: Outsourcing

##### Dimensión: Procesos

Tabla 2

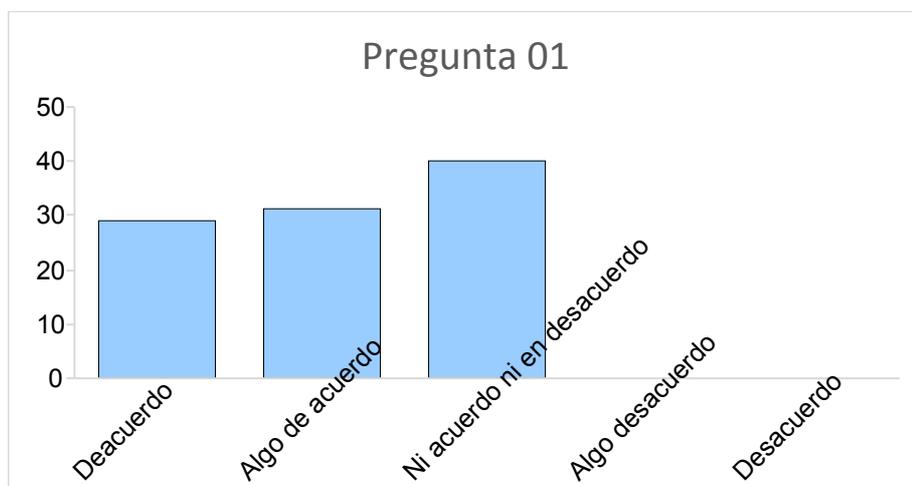
*Frecuencia de la pregunta 01: La empresa cuenta con procesos establecidos*

<b>PREGUNTA 1</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	13	28.9
Algo de acuerdo	14	31.1
Ni acuerdo ni en desacuerdo	18	40.0
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

Figura 1

*Pregunta 01: La empresa cuenta con procesos establecidos*



*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 01 y figura 01, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 40% (18) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que la empresa cuenta con procesos establecidos, el 31.10% (14) está algo de acuerdo, mientras que el 28.90% (13) está de acuerdo.

**Tabla 2**

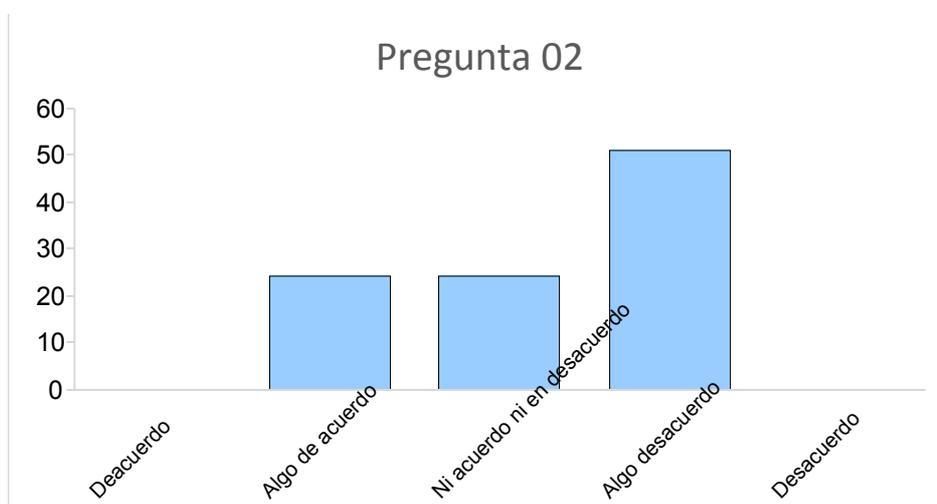
*Frecuencia de la pregunta 02: El negocio tiene una cultura organizacional*

<b>PREGUNTA 2</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	11	24.4
Ni acuerdo ni en desacuerdo	11	24.4
Algo desacuerdo	23	51.1
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Figura 2**

*Pregunta 02: El negocio tiene una cultura organizacional*



*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 02 y figura 02, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 51.1% (23) están en desacuerdo respecto a que el negocio tiene cultura organizacional, el 24.40%(11) no esta de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el otro 24.40%(11) está algo de acuerdo.

**Tabla 3**

*Frecuencia de la pregunta 03: Cuentan con Tecnología de Información adecuada*

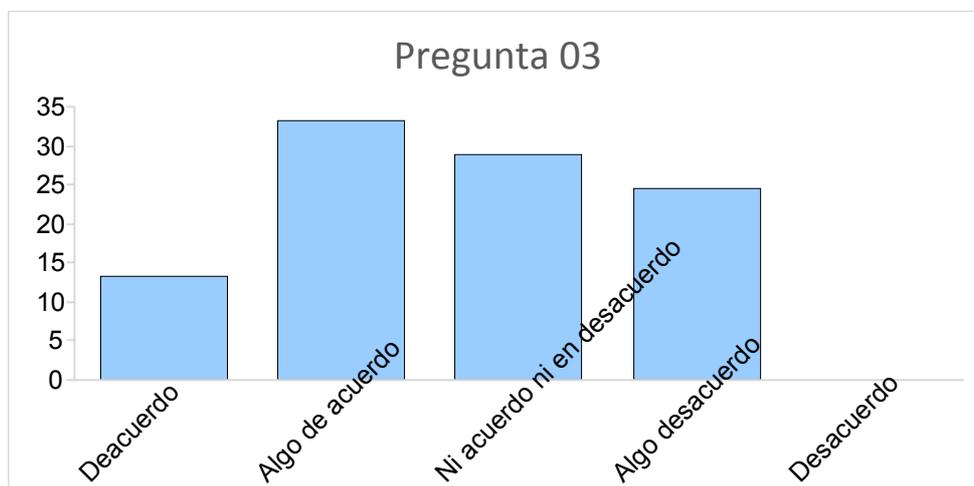
<b>PREGUNTA 3</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	6	13.3
Algo de acuerdo	15	33.3
Ni acuerdo ni en desacuerdo	13	28.9

Algo desacuerdo	11	24.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 3:**

*Pregunta 03: Cuentan con Tecnología de Información adecuada*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 03 y figura 03, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 33.30%(15) están algo de acuerdo respecto a que el negocio cuenta con Tecnología de Información adecuada, el 28.90%(13) no está de acuerdo ni desacuerdo, el 24.40%(11) está en desacuerdo y solo el 13.30%(6) está de acuerdo.

**Tabla 4**

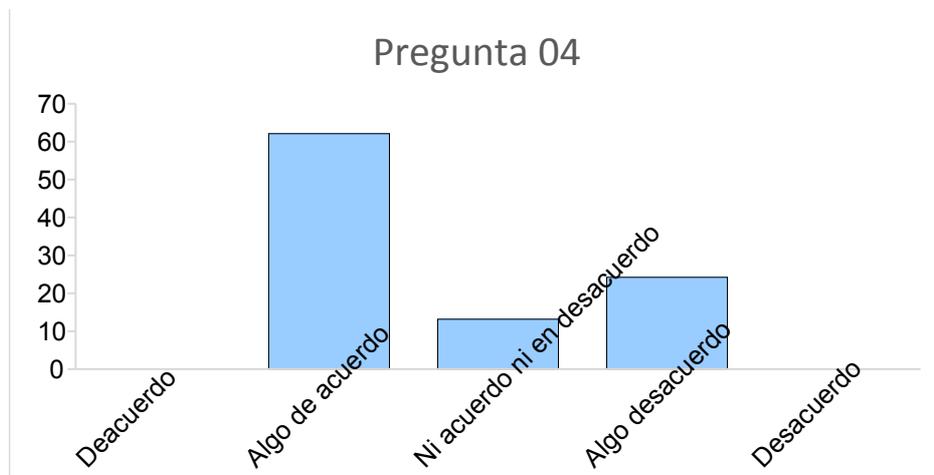
*Frecuencia de la pregunta 04: Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos*

<b>PREGUNTA 4</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	28	62.2
Ni acuerdo ni en desacuerdo	6	13.3
Algo desacuerdo	11	24.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 4**

*Pregunta 04: Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos*



*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 04 y figura 04, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 62.20% (28), están algo de acuerdo respecto a que los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos, el 24.40% (11) está algo, y el 13.3(6) no está de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 5**

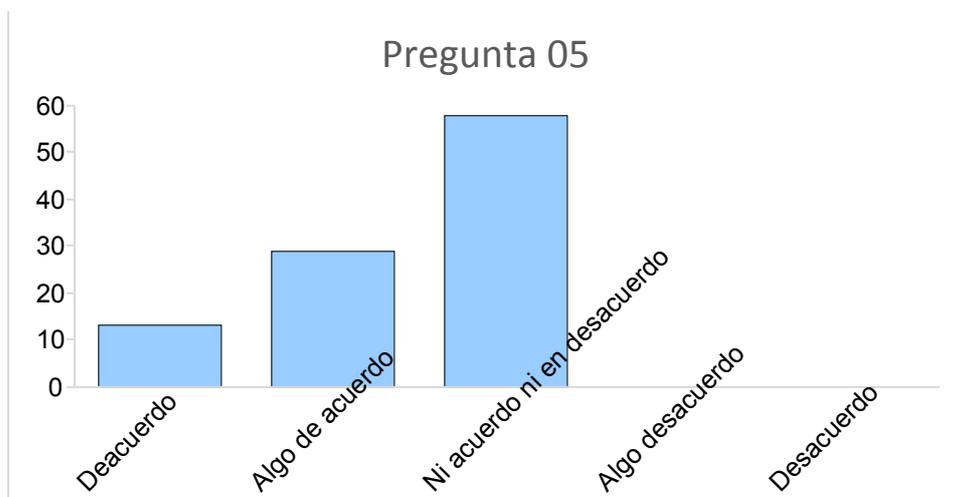
*Frecuencia de la pregunta 05: La empresa requiere de servicios especializados*

<b>PREGUNTA 5</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	6	13.3
Algo de acuerdo	13	28.9
Ni acuerdo ni en desacuerdo	26	57.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Figura 5**

*Pregunta 05: La empresa requiere de servicios especializados*



*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 05 y figura 05, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que la empresa requiere de servicios especializados, mientras que el 28.90% (13) está algo de acuerdo y el 13.3 % (6) está de acuerdo.

**Tabla 6**

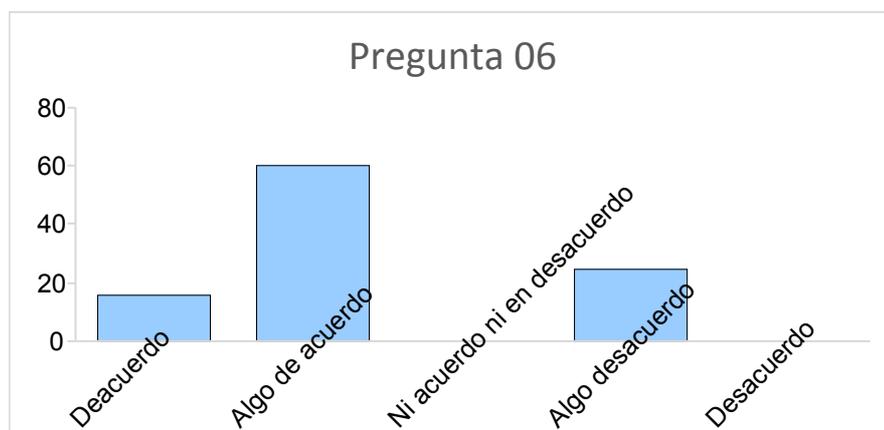
*Frecuencia de la pregunta 06: La gerencia analiza a los proveedores*

<b>PREGUNTA 6</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	7	15.6
Algo de acuerdo	27	60.0
Ni acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0
Algo desacuerdo	11	24.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

## Figura 6

Pregunta 06: La gerencia analiza a los proveedores



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 06 y figura 06, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 60% (27) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que la gerencia analiza a los proveedores, mientras que el 24.40% (11) está algo desacuerdo y el 15.6 % (7) está de acuerdo.

## Dimensión: Beneficios del Outsourcing

### Tabla 7

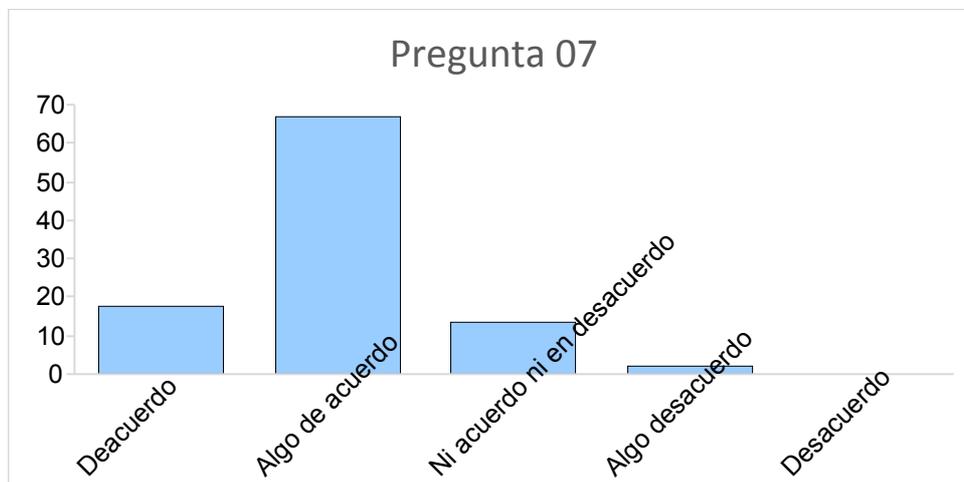
Frecuencia de la pregunta 07: La empresa analiza la relación de costo beneficio

<b>PREGUNTA 7</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	8	17.8
Algo de acuerdo	30	66.7
Ni acuerdo ni en desacuerdo	6	13.3
Algo desacuerdo	1	2.2
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 7**

*Pregunta 07: La empresa analiza la relación de costo beneficio*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 07 y figura 07, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 66.70% (30) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que la empresa analiza la relación costo beneficio, mientras que el 17.80% (08) está de acuerdo y el 2.2 % (01) está algo desacuerdo.

**Tabla 8**

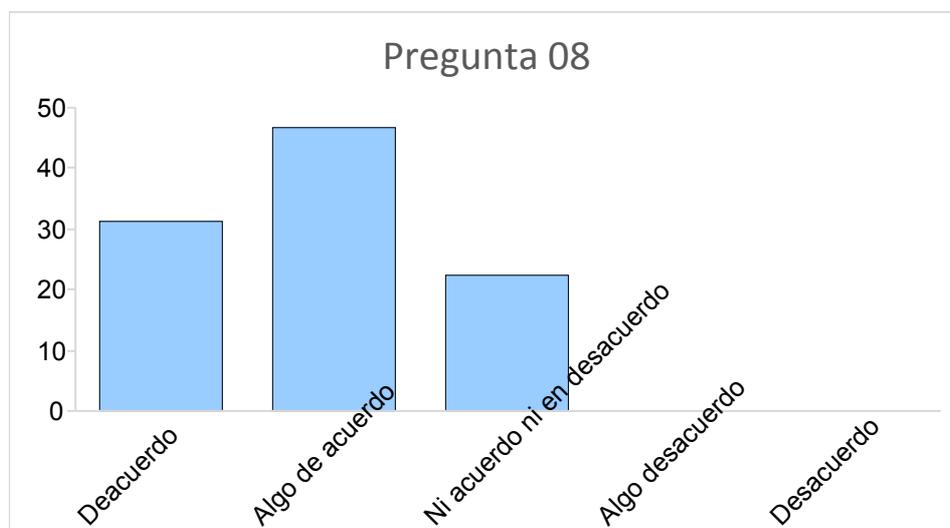
*Frecuencia de la pregunta 08: La empresa maneja su economía a escala*

<b>PREGUNTA 8</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
Deacuerdo	14	31.1
Algo de acuerdo	21	46.7
Ni acuerdo ni en desacuerdo	10	22.2
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 8**

*Pregunta 08: La empresa maneja su economía a escala*



*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 08 y figura 08, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 46.70% (21) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que la empresa maneja su economía a escala, mientras que el 31.10% (14) está de acuerdo y el 22.22 % (10) están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 09**

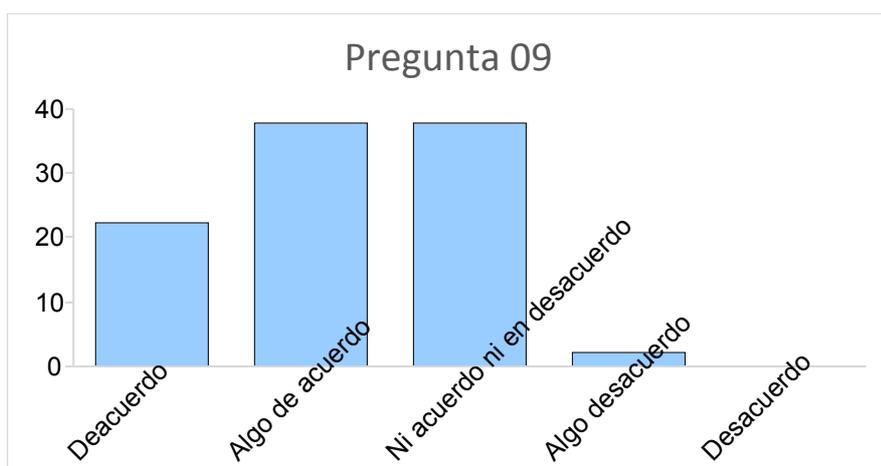
*Frecuencia de la pregunta 09: El negocio tiene un adecuado control de sus costos*

<b>PREGUNTA 9</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	10	22.2
Algo de acuerdo	17	37.8
Ni acuerdo ni en desacuerdo	17	37.8
Algo desacuerdo	1	2.2
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

**Figura 09**

**Pregunta 09: El negocio tiene un adecuado control de sus costos**



*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 09 y figura 09, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 37.80% (17) están algo de acuerdo respecto a que el negocio tiene un adecuado control de sus costos, al igual que otro 37.80% (17) no están de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 2.2% (1) están algo en desacuerdo.

**Tabla 10**

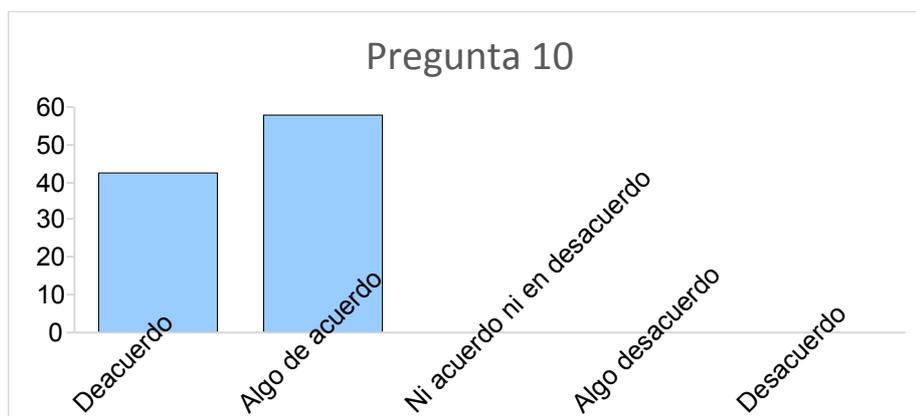
*Frecuencia de la pregunta 10: Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar*

<b>PREGUNTA 10</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	19	42.2
Algo de acuerdo	26	57.8
Ni acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

### Figura 10

Pregunta 10: Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 10 y figura 10, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que la empresa conoce los beneficios al tercerizar, mientras que el 42.2% (19) están de acuerdo.

### Tabla 11

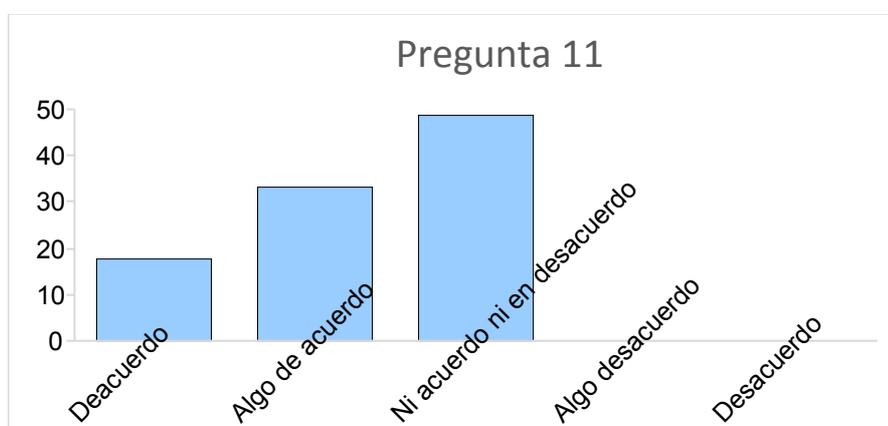
Frecuencia de la pregunta 11: La empresa se enfoca en nuevos mercados

<b>PREGUNTA 11</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	8	17.8
Algo de acuerdo	15	33.3
Ni acuerdo ni en desacuerdo	22	48.9
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

## Figura 11

*Pregunta 11: La empresa se enfoca en nuevos mercados*



*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 11 y figura 11, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 48.90% (22) no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que la empresa se enfoca en nuevos mercados, mientras que el 33.3% (15) están algo de acuerdo. y solo el 17.80% (8) están de acuerdo.

## Dimensión: Riesgos del Outsourcing

### Tabla 12

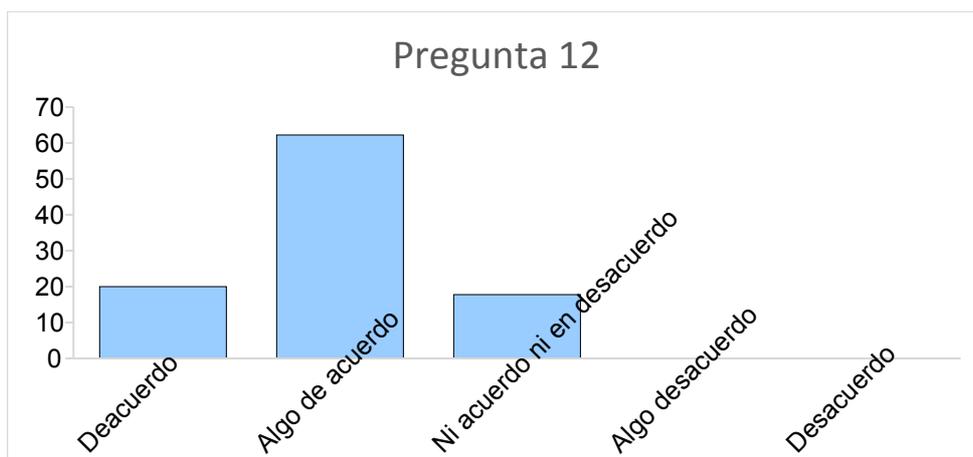
*Frecuencia de la pregunta 12: El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas*

<b>PREGUNTA 12</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	9	20.0
Algo de acuerdo	28	62.2
Ni acuerdo ni en desacuerdo	8	17.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

*Fuente:* Elaboración por el propio investigador

## Figura 12

**Pregunta 12: El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas**



*Fuente: Elaboración por el propio investigador*

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 12 y figura 12, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 62.2% (28) están algo de acuerdo respecto a que el gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas, mientras que el 20% (09) están de acuerdo y el 17.8 % (08) están ni de acuerdo ni desacuerdo.

**Tabla 13**

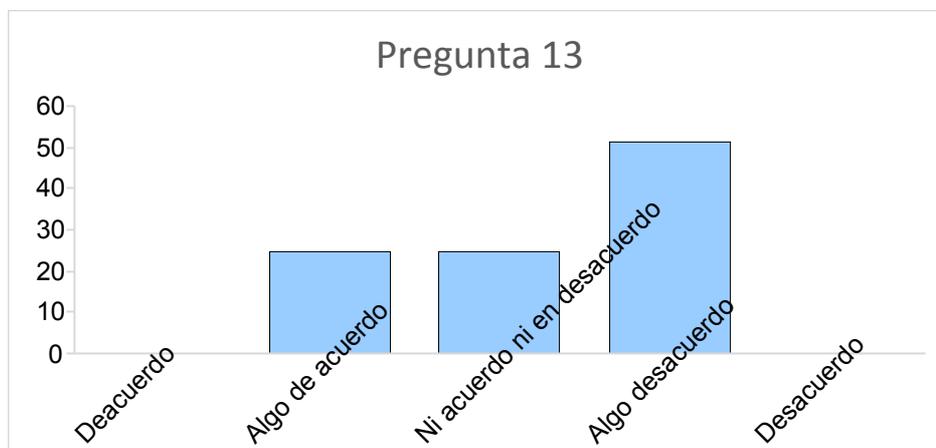
*Frecuencia de la pregunta 13: Cuentan con credibilidad y confianza del mercado*

<b>PREGUNTA 13</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	11	24.4
Ni acuerdo ni en desacuerdo	11	24.4
Algo desacuerdo	23	51.1
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 13**

*Pregunta 13: Cuentan con credibilidad y confianza del mercado*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 13 y figura 13, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 51.10% (23) de las personas encuestadas están algo en desacuerdo respecto a que en la empresa cuentan con credibilidad y confianza del mercado, mientras que el 24.40%(11) están ni de acuerdo ni desacuerdo y 24.4 % (11) están algo de acuerdo.

**Tabla 14**

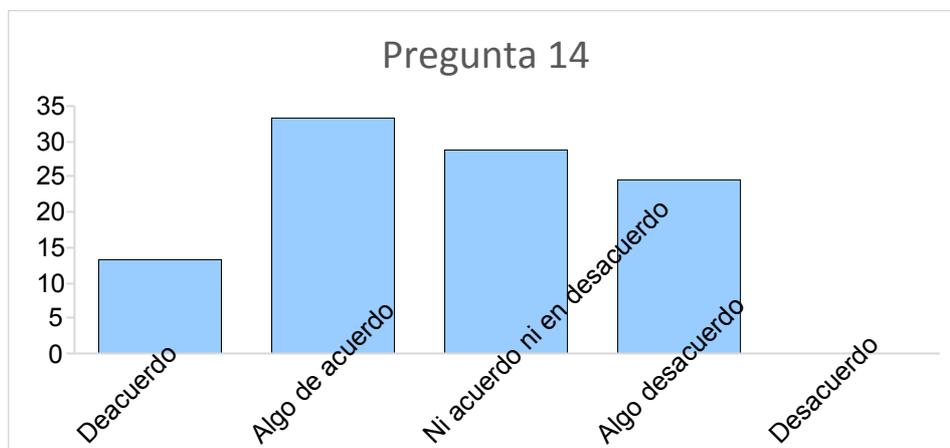
*Frecuencia de la pregunta 14: La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo*

<b>PREGUNTA 14</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	6	13.3
Algo de acuerdo	15	33.3
Ni acuerdo ni en desacuerdo	13	28.9
Algo desacuerdo	11	24.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

### Figura 14

Pregunta 14: La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 14 y figura 14, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 33.30% (15) de las personas encuestadas están algo en de acuerdo respecto a que en la empresa La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo, solo el 13.30% (06) están de acuerdo. Mientras que el 28.90% (13) no están de acuerdo ni en desacuerdo.

### Tabla 15

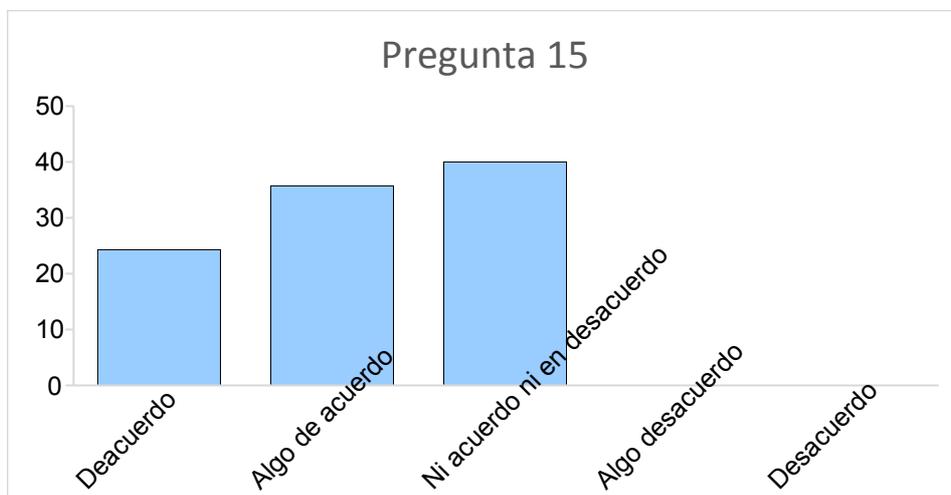
Frecuencia de la pregunta 15: El gerente categoriza los riesgos de la empresa

<b>PREGUNTA 15</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	11	24.4
Algo de acuerdo	16	35.6
Ni acuerdo ni en desacuerdo	18	40.0
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 15**

*Pregunta 15: El gerente categoriza los riesgos de la empresa*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 15 y figura 15, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 40% (18) de las personas encuestadas están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que El gerente categoriza los riesgos de la empresa, el 35.60%(16) están algo de acuerdo, mientras que el 24.40%(11) están algo de acuerdo.

**Tabla 16**

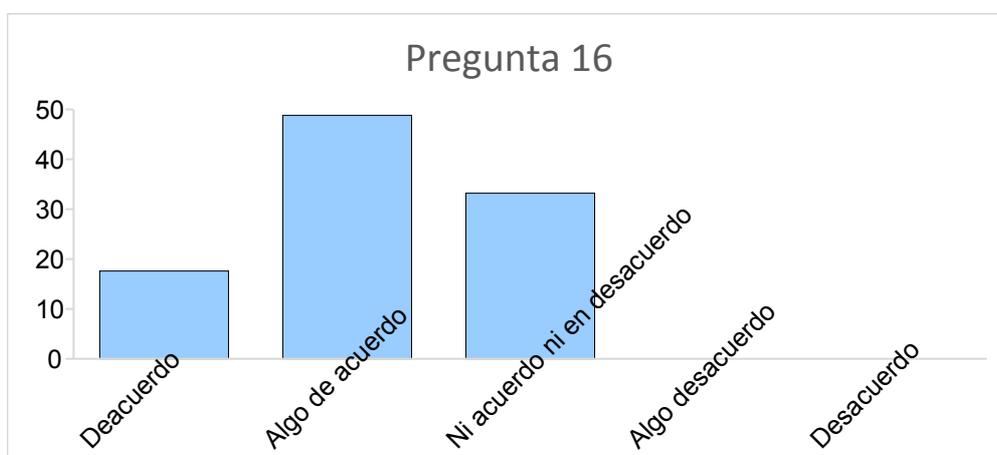
*Frecuencia de la pregunta 16: La empresa emplea medidas de riesgo*

<b>PREGUNTA 16</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	8	17.8
Algo de acuerdo	22	48.9
Ni acuerdo ni en desacuerdo	15	33.3
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

### Figura 16

Pregunta 16: La empresa emplea medidas de riesgo



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 16 y figura 16, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 48.90% (22) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que La empresa emplea medidas de riesgo, el 33.30% (15) no de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que el 17.80% (08) están de acuerdo.

#### 4.1.2 Satisfacción de la Demanda

##### Dimensión: Calidad del servicio

Tabla 17

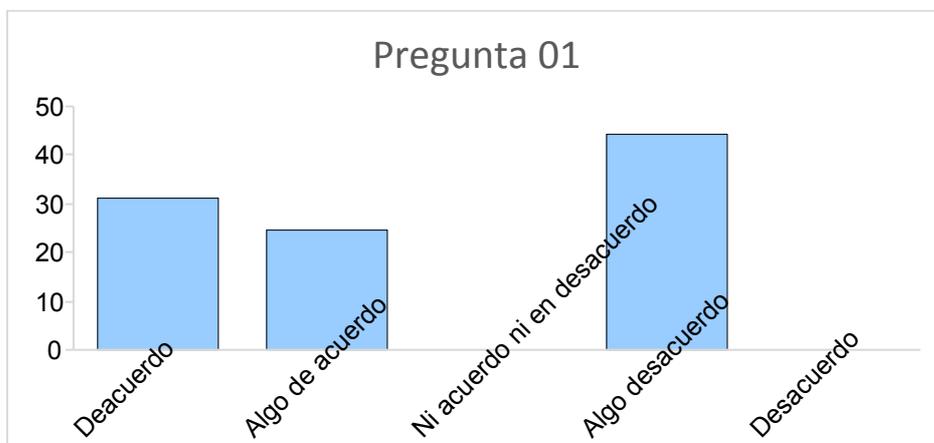
Frecuencia de la pregunta 01: ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?

PREGUNTA 1		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	14	31.1
Algo de acuerdo	11	24.4
Ni acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0
Algo desacuerdo	20	44.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 17**

Pregunta 01: ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 17 y figura 17, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 44.40% (20) de las personas encuestadas están algo desacuerdo respecto a que satisfaga adecuadamente las necesidades de los clientes, el 24.40% (11) esta algo, mientras que el 31.10% (14) están de acuerdo.

**Tabla 18**

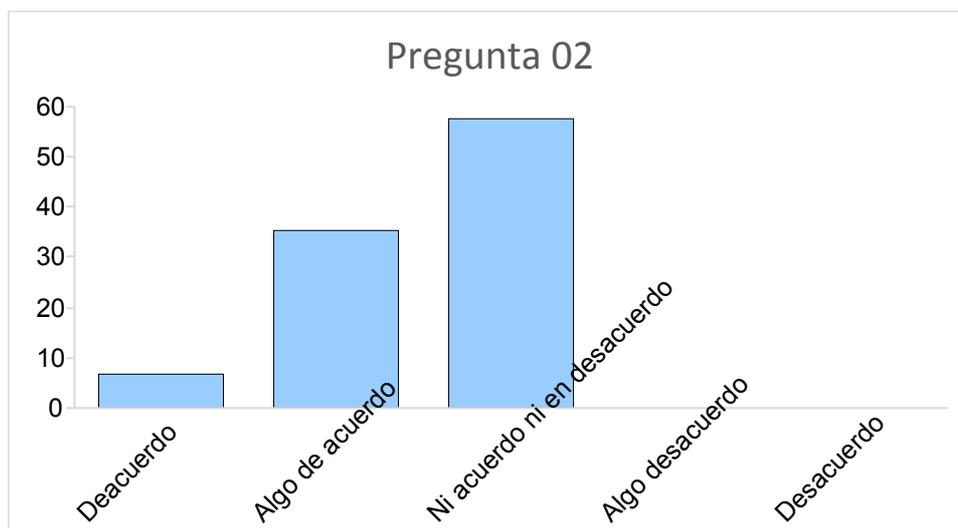
Frecuencia de la pregunta 02: ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda la empresa?

<b>PREGUNTA 2</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	3	6.7
Algo de acuerdo	16	35.6
Ni acuerdo ni en desacuerdo	26	57.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 18**

*Pregunta 02: ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda la empresa?*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 18 y figura 18, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) de las personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que se sientan confiado(a) con el servicio que brindan, mientras que el 35.60% (16) están algo de acuerdo y el 6.7 % (3) están de acuerdo.

**Tabla 19**

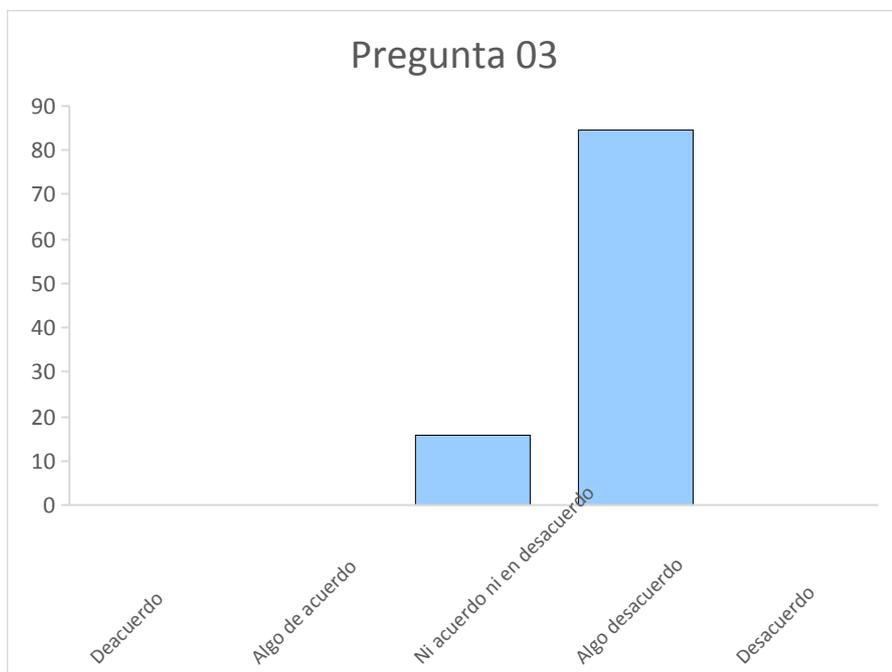
*Frecuencia de la pregunta 03: ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?*

<b>PREGUNTA 3</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	0	0.0
Ni acuerdo ni en desacuerdo	7	15.6
Algo desacuerdo	38	84.4
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 19**

*Pregunta 03: ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 19 y figura 19, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 84.40% (38) están algo en desacuerdo respecto a que se capacita regularmente para brindar un mejor servicio, mientras que De acuerdo a la tabla 16 y figura 16, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados el 15.60% (7) no están de acuerdo ni en desacuerdo.

### Dimensión: Lealtad del cliente

**Tabla 20**

*Frecuencia de la pregunta 04: ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?*

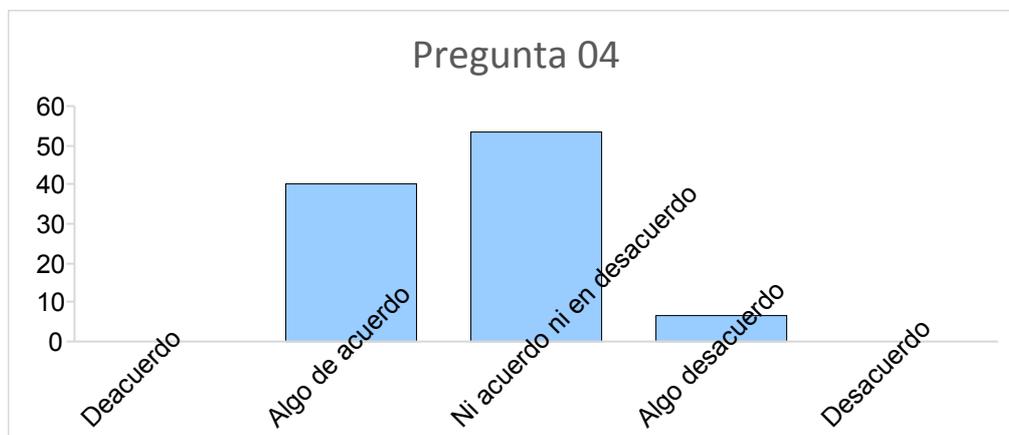
<b>PREGUNTA 4</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	18	40.0
Ni acuerdo ni en desacuerdo	24	53.3

Algo desacuerdo	3	6.7
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

### Figura 20

Pregunta 04: ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 20 y figura 20, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 53.30% (24) de las personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente, mientras que el 40% (18) están algo de acuerdo y el 6.7 % (03) está algo desacuerdo.

### Tabla 21

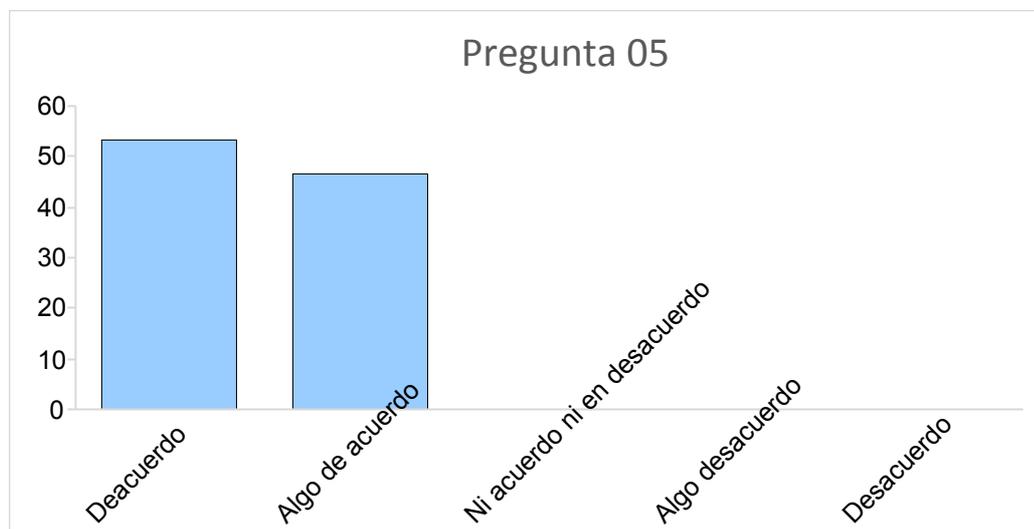
Frecuencia de la pregunta 05: La empresa brinda productos de calidad

<b>PREGUNTA 5</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	24	53.3
Algo de acuerdo	21	46.7
Ni acuerdo ni en desacuerdo	0	0.0
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 21:**

*Pregunta 05: La empresa brinda productos de calidad*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 21 y figura 21, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 53.30% (24) de las personas encuestadas están de acuerdo respecto a que la empresa brinda productos de calidad, mientras que el 46.70% (21) están algo de acuerdo.

**Tabla 22**

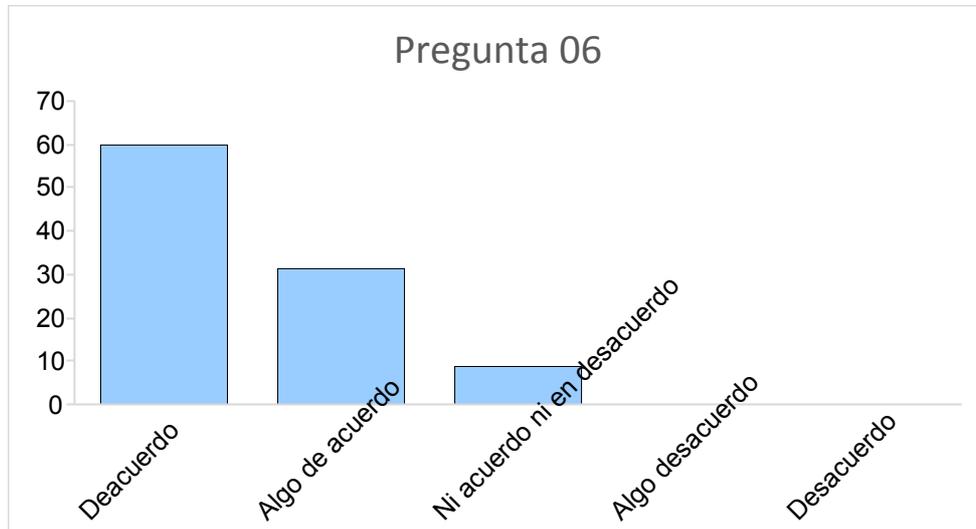
*Frecuencia de la pregunta 06: Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente*

<b>PREGUNTA 6</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	27	60.0
Algo de acuerdo	14	31.1
Ni acuerdo ni en desacuerdo	4	8.9
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 22**

*Pregunta 06: Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 22 y figura 22, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 60%(27) de las personas encuestadas están de acuerdo respecto a que se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente, mientras que el 31.10%(14) están algo de acuerdo.

**Tabla 23**

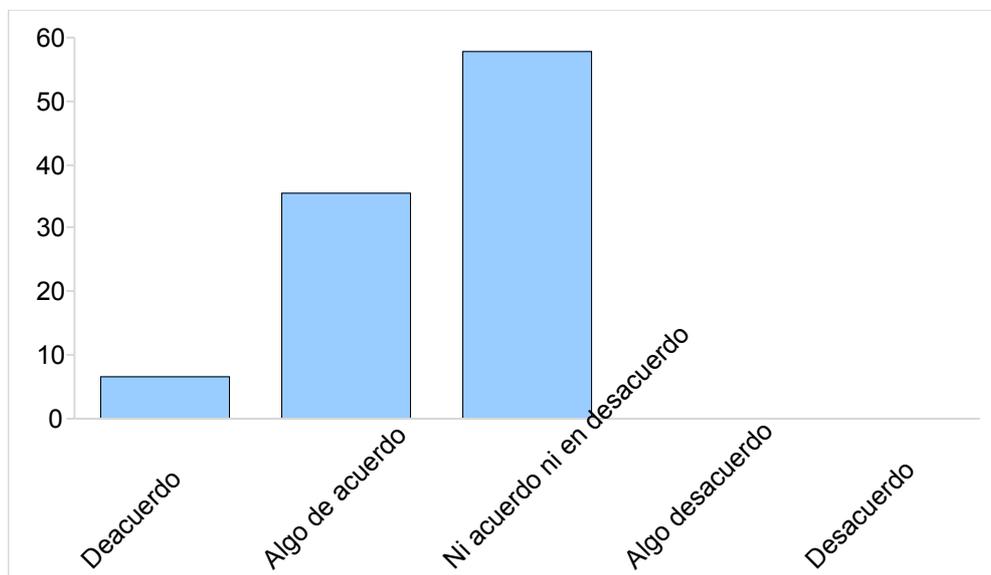
*Frecuencia de la pregunta 07: Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa*

<b>PREGUNTA 7</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	3	6.7
Algo de acuerdo	16	35.6
Ni acuerdo ni en desacuerdo	26	57.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 23**

Pregunta 07: Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 23 y figura 23, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) de las personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa, mientras que el 35.60% (16) están algo de acuerdo y el 6.7 % (03) están de acuerdo.

**Tabla 24**

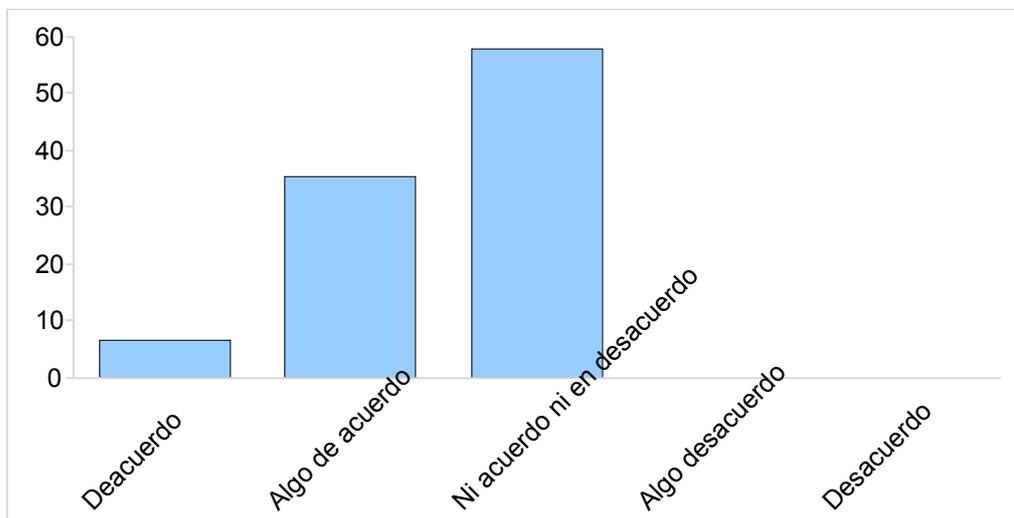
Frecuencia de la pregunta 08: Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto

<b>PREGUNTA 8</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	3	6.7
Algo de acuerdo	16	35.6
Ni acuerdo ni en desacuerdo	26	57.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Figura 24**

*Pregunta 08: Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto*



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 24 y figura 24, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) de las personas encuestadas no están de acuerdo ni en desacuerdo respecto a que los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto, mientras que el 35.60% (16) están algo de acuerdo y el 6.7 % (3) está de acuerdo.

### Dimensión: Expectativa del cliente

**Tabla 25**

*Frecuencia de la pregunta 09: ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?*

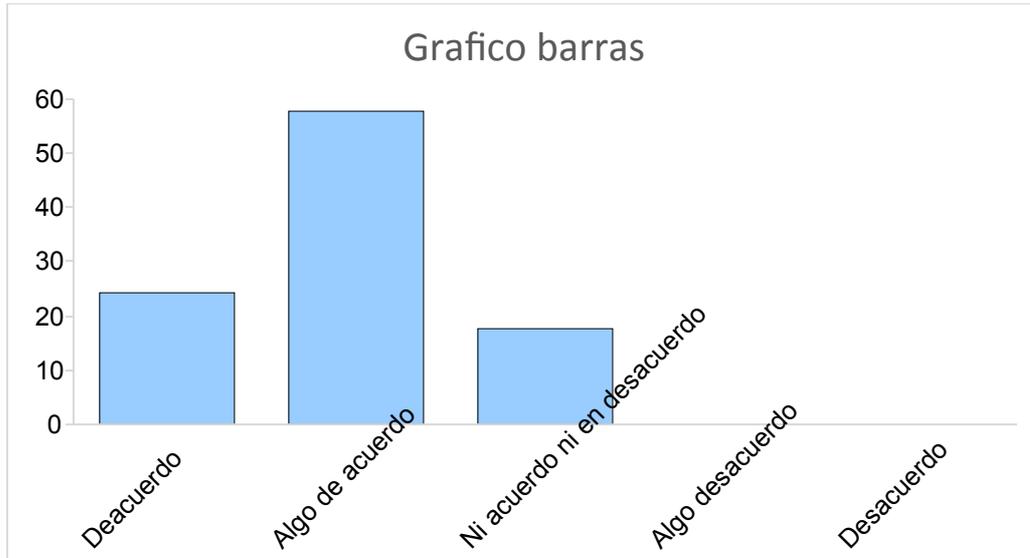
<b>PREGUNTA 9</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
De acuerdo	11	24.4
Algo de acuerdo	26	57.8

Ni acuerdo ni en desacuerdo	8	17.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0
	45	100.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

### Figura 25

Pregunta 09: ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 25 y figura 25, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 57.80% (26) de las personas encuestadas están algo desacuerdo respecto a que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa, mientras que el 24.40% (11) están de acuerdo y el 17.8 % (8) están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

### Tabla 26

Frecuencia de la pregunta 10: ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?

<b>PREGUNTA 10</b>		
	<i>frequency</i>	<i>percent</i>
Deacuerdo	0	0.0
Algo de acuerdo	28	62.2
Ni acuerdo ni en desacuerdo	17	37.8
Algo desacuerdo	0	0.0
Desacuerdo	0	0.0

Fuente: Elaboración por el propio investigador

### Figura 26

Pregunta 10: ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?



Fuente: Elaboración por el propio investigador

**Interpretación:** De acuerdo a la tabla 26 y figura 26, se encuentra como resultado que del 100% (45) de los trabajadores encuestados, el 62.20% (28) de las personas encuestadas están algo de acuerdo respecto a que Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes, mientras que el 37.80% (17) están de acuerdo ni en desacuerdo.

### 5.3. Prueba de Normalidad

**Tabla 27***Tabla pruebas de normalidad.*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1_Outourcing	0.121	45	<b>0.096</b>	0.918	45	<b>0.004</b>
V2_Satisfaccion_de_la_demanda	0.153	45	<b>0.010</b>	0.951	45	<b>0.054</b>

*Fuente: Elaboración propia*

**Interpretación:** Ambos se visualizan en la prueba Shapiro-Wilk porque la muestra es inferior a 50, de la misma forma, tanto la variable outsourcing como la satisfacción de la demanda no poseen una distribución normal, por lo que se concluye que para hallar la correlación se debe utilizar una prueba no paramétrica como la de Rho de Spearman.

#### 5.4. Comprobación de Hipótesis

##### 5.4.1. Hipótesis General: El outsourcing influye en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023

**Tabla 28***Hipótesis entre las variables.*

		V1_Outourcing	V2_Satisfaccion_de_la_demanda
Rho de Spearman	V1_Outourcing	1.000	<b>0.917</b>
			<b>0.000</b>
		45	45
Rho de Spearman	V2_Satisfaccion_de_la_demanda	0.971	1.000
		0.000	
		45	45

*Fuente: Elaboración propia*

**Interpretación:** Se puede visualizar que, existe una correlación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda. La hipótesis es confirmada por la prueba de Rho de Spearman, que señala que tiene una correlación positiva significativa de 0.917.

## V. DISCUSIÓN

Acerca de determinar de qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda se halló que existe una correlación entre las variables. Esto se descubrió utilizando la prueba Rho de Spearman, que a un nivel de significación bilateral de 1.00 muestra una correlación positiva de 0.917. Cordero (2020) indica que Outsourcing, se entiende como un servicio contable especializado que brindará el soporte necesario a la estrategia comercial de la empresa; crecimiento, el principio de negocio en marcha y otros se citan como evidencia de que el outsourcing contable y la estrategia empresarial son compatibles de acuerdo a la toma de decisiones gerenciales.

Chávez (2019) demostró que, la calidad de servicio en la empresa ATM se ve sustancialmente impactada por la eficiencia de los contratos de Outsourcing, según lo determine el cumplimiento del plazo del contrato. Coronel (2022), halló que, a pesar de encontrar una correlación positiva débil entre la mejora continua y un servicio de calidad, se demuestra que la implementación de metodologías de mejora continua puede mejorar la calidad de los servicios contables, subcontratación, investigación; este campo está muy poco estudiado y tiene pocos precedentes; por lo tanto, este aporte puede motivar a las empresas del rubro a implementarlas, permitiéndoles maximizar la calidad de sus servicios y distinguirse por brindar un servicio con altos estándares de calidad.

Se determinó de qué manera los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda y se halló que no existe una correlación entre ellos. La prueba Rho de Spearman muestra una asociación negativa nula de -0,001 a un nivel de significación bilateral de 0,995. Ortiz (2019), indica que la demanda prospectiva de servicios de externalización de almacenamiento es proporcional al estrato empresarial de las empresas solicitantes, siendo las medianas empresas las que externalizan el mayor número de ubicaciones o tarimas. Cumplimiento de BPA, precios competitivos, calidad de servicio y flexibilidad operativa son las características que buscan las empresas de esta industria al seleccionar un socio de subcontratación. El liderazgo en costos fue identificado como la estrategia principal para seguir adelante con el plan de negocios sugerido porque ayudará a

establecer precios competitivos para servicios de alta calidad mientras mantenemos nuestras operaciones flexibles. A través de la tecnología de la información, emplearemos indicadores de desempeño y control presupuestario para monitorear esta estrategia de acuerdo con la demanda presentada.

En su proyecto de investigación los autores Castro & Hoyos (2018), tienen como objetivo determinar la relación existente entre el outsourcing y la productividad en una empresa financiera. Su investigación fue de tipo descriptivo correlacional, con diseño no experimental, teniendo como resultados que, en los aspectos de gestión humana, materiales, herramientas y equipos ha demostrado una mejora significativa. De manera concluyente se determina que los factores influyentes en la productividad del personal es la motivación ofrecida por parte de la empresa, así como la competencia de los trabajadores.

Se determinó la relación entre los beneficios del outsourcing y la satisfacción de la demanda y se halló que existe una correlación entre ellos. Esto está garantizado por la prueba Rho de Spearman, que a un nivel de significancia bilateral de 0,373 muestra una relación negativa nula de -0,136. Ortiz (2019), indicó que un plan estratégico tiene en cuenta los primeros pasos de la organización con una perspectiva comercial, la identificación del cliente, la contratación del mercado de asesores comerciales, campañas de distribución de servicios, visibilidad en medios y participación en ferias del sector son necesarios para su ejecución, del mismo modo que la selección de sus socios estratégicos, proveedores que cumplan con las expectativas y el plan elaborado. La estrategia operativa garantizará el buen funcionamiento de la empresa a través de procedimientos claramente definidos creados de acuerdo con las GAP y programas de capacitación anuales adaptados a las demandas de cada departamento. Es necesario definir las actividades que se delegarán que no son centrales para el negocio. Además de establecer indicadores de desempeño que permitan el perfeccionamiento de procesos, la reducción de costos y la mejora de la satisfacción del cliente.

Se determinó la relación entre los riesgos del outsourcing y la satisfacción de la demanda halló que no existe una correlación entre ellos. Los resultados de la prueba Rho de Spearman, que muestran una correlación positiva nula de 0,003 con

un nivel de significancia de dos colas de 0,986, respaldaron esto. Ortiz (2019) determinó que los inversores pueden conceptualizar y evaluar los peligros y posibilidades del modelo de negocio antes de implementarlo con la ayuda de un plan de riesgo. Es fundamental considerar los factores de riesgo de alto impacto, los cuales pueden ser evitados mediante la aplicación de responsabilidades de gestión de proyectos y la formulación de un seguimiento adecuado de las actividades que garantice precio, calidad y plazos. Las políticas para la retención de empleados que apoyan el empoderamiento de los empleados y fomentan un sentimiento de orgullo en la organización son otros componentes del plan de respuesta a riesgos a tener en cuenta. Se creía que esto daría como resultado un servicio al cliente y, en consecuencia, aumentaría la rentabilidad.

Podemos inferir acerca de los estudios anteriores que, el outsourcing impacta de manera positiva en la satisfacción de la demanda, así como en distintos niveles operativos y de gestión. Una cuestión importante es considerar a los estudios antecesores como puntos de partida en el contexto en el que se desarrollan, ya que los mismos han detectado un nivel de control acerca del outsourcing, ya que este modelo de tercerización y delegación de operaciones por medio de proveedores, en base a tratos directos, contratos, etc. Escapan de ciertos controles, ya que los mismos proveedores no podrían tener las misma características y protocolos al momento de operar y ejecutar ciertas actividades, lo cual no podría garantizar una adecuada gestión y ejecución del trabajo. (Castro & Hoyos, 2018).

Como se evidencia en trabajos revisados se puede aseverar que el outsourcing se ha convertido en la gestión aliada de muchas organizaciones, reduciendo costos, tiempos y ciertas responsabilidades humanas, tributarias, legales y de otros índoles. Conociendo así los límites de la misma, buscando formas de mejora y abriendo paso a futuras investigaciones que profundicen estos aspectos demasiado importantes, ya que, al conocer los aspectos que impactan en la aplicación del modelo outsourcing, es tener un panorama completo y claro, pudiendo así plantear modelos de gestión más adecuado y eficientes, con el fin de lograr los objetivos y metas que se trazan a nivel de tiempos establecidos y

marcando una tendencia de conocimiento y crecimiento del mismo. (Ruiz & Afanador, 2022).

Por consiguiente, pasamos a analizar los resultados los cuales arrojaron datos importantes para determinar y comprobar la hipótesis planteada de que el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda, comprobando así que esta gestión aporta de manera directa a satisfacer y cumplir con la demanda programada, teniendo en cuenta aspectos de la cadena de suministros de las cuales se deben programar en base a distintos métodos, como pueden ser un plan maestro de producción, una determinación de stocks, determinación de la demanda y pronósticos de ventas, mejora en los procesos de fabricación.

Respecto a los procesos, es importante conocer y tener un panorama claro de donde se está y hacia donde se dirige la organización, en todos los niveles. Desde la gerencia hasta los puestos de limpieza y mantenimiento deben tener en claro la política y cultura organizacional de la empresa, con lo cual refleja las bases de su estructura como tal, de modo que, un modelo de tercerización deberá complementar sus actividades y aportar una máxima eficiencia en tiempos y costos, además de lo mencionado líneas arriba, acerca de las responsabilidades limitadas respecto a lo humano, legal, tributarias, entre otras. Lo cual debe permitir a la empresa redirigir sus energías, herramientas y demás fortalezas en actividades que sean el resultado de gestionar la tercerización.

Los beneficios como tal deben verse reflejado en números, sea en el contexto económico, humano y de gestión. Siendo el outsourcing la puerta hacia otros modelos de gestión que sean complementarios o un segundo paso a la mejora de sus operaciones y actividades, con lo cual mostrara una evolución en todos los niveles de la organización, sumando así socios estratégicos, ampliando su red de contactos, satisfaciendo su demanda, satisfaciendo a sus clientes, adaptándose a los nuevos cambios, elevando su postura ante la competitividad y siendo estratégico en un mercado tan voluble y que está en constante cambio y lucha por la superposición de marcas, productos y fidelización de sus clientes.

Por tanto, la empresa tiene oportunidades a nivel de su organización y en lo estratégico que deberá experimentar al ejecutar un cambio o implementar el

outsourcing en su modelo económico, por lo cual debe estar preparado y consciente de sus limitaciones, así como de sus ventajas y desventajas.

Respecto a los riesgos del outsourcing, como se menciona líneas arriba, existen factores que por su naturaleza escaparían del control de la empresa, ya que, si bien es cierto que, la joyería tiene estandarizados sus procesos y actividades, no podemos garantizar que los terceros tengan los mismos estándares, ya sea de procesos y de control de calidad. De igual modo, otro factor importante son los tiempos de entrega y las calibraciones de equipos utilizados, los cuales pueden garantizar la calidad de acabo de los trabajos. Respecto a la satisfacción de la demanda, esta tendrá como resultante la satisfacción del cliente, su fidelización y su posicionamiento en el mercado. Esto como consecuencia de una buena organización de tiempos, delegación de funciones, tercerización de operaciones, y un adecuado control integral de cada una de sus partes como empresas, sus operaciones y las incidencias de los mismos en toda la organización y sus actividades, complementando sus políticas de trabajo, sus metas a través del tiempo y su horizonte a futuro en el mercado y su participación, logrando su misión y visión como tipo de organización comercial.

Respecto a la satisfacción de la demanda, esta tendrá como resultante la satisfacción del cliente, su fidelización y su posicionamiento en el mercado. Esto como consecuencia de una buena organización de tiempos, delegación de funciones, tercerización de operaciones, y un adecuado control integral de cada una de sus partes como empresas, sus operaciones y las incidencias de los mismos en toda la organización y sus actividades, complementando sus políticas de trabajo, sus metas a través del tiempo y su horizonte a futuro en el mercado y su participación, logrando su misión y visión como tipo de organización comercial. (Miranda, et-al. 2021).

Como tal, una empresa de joyería necesita de la tercerización, organizándose en base a la demanda del mercado y lo logrado gracias a su trabajo como tal. De modo que, determina y escoge las operaciones específicas que dirigirá por medio del outsourcing, conociendo a su aliado estratégico y anticipándose a sucesos imprevistos. Reflejando esta gestión en una dimensión como la calidad de

servicio, la cual se manifiesta en el cumplimiento de las expectativas de los clientes, ya sea en tiempos de entrega, de servicio post venta, calidad de los trabajos entregados, fidelización de las muestras por catálogo o muestras físicas, entre otros factores.

Como consecuencia, se logra una lealtad del cliente, una dimensión más de estudio que se ve influenciada de manera directa con la herramienta del outsourcing, ya que, al cumplir con sus expectativas y hacer de su compra una experiencia totalmente placentera, se logra la satisfacción del cliente y como tal su lealtad, ya que, el cliente conoce la calidad de trabajo y su experiencia fue en todos los aspectos, positiva. (Miranda, et-al. 2021).

Respecto a las expectativas del cliente, como detallamos líneas arriba, estas se cumplen en su totalidad, siendo las expectativas el primer estándar que se debe cumplir para poder cumplir los objetivos como tal de la organización. Así que, marca la primera pauta para tomar decisiones y poder organizar y planificar las actividades a realizar. Tal como lo tuvo como objetivo Pedroza (2014) de elaborar un plan estratégico para el Consorcio Fermat, el cual incluya servicios de externalización centrados en la gestión del talento humano con el propósito de ampliar su ámbito de servicios, por lo cual, coincidimos con esta perspectiva de planificar las herramientas de tercerización.

Entonces resumimos que, una herramienta como outsourcing, es una herramienta que complementa un plan estratégico para cumplir y superar las expectativas de los clientes, satisfacer sus necesidades y logrando su fidelización con nuestros servicios y productos.

## VI. CONCLUSIONES

**Primera:** Después de determinar de qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda de la joyería, Lima, 2023. Se concluyó con un 95% de confiabilidad que existe una correlación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda. Esto se confirmó mediante la prueba de Rho de Spearman. Por lo tanto se demuestra que el Outsourcing influye de manera directa en la satisfacción de la demanda, logrando así los objetivos respecto a la satisfacción del cliente.

**Segunda:** Se concluye que se acepta la hipótesis nula de acuerdo al análisis de correlación realizado por medio de análisis estadístico. De esta manera, las dimensiones del outsourcing impactan de manera directa a la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal en Lima, ya que se optimizará los tiempos en los procesos de fabricación y se reducirá los tiempos de entrega de las piezas de joyería.

**Tercera:** El presente trabajo concluye que, el outsourcing, es una herramienta eficaz que cumple con su propósito de mejorar tiempos de fabricación, reducir costos y de garantizar la satisfacción de los clientes. Por consiguiente, los resultados obtenidos nos muestran el paradigma que tiene la empresa y sus colaboradores, reafirmando un conocimiento general del estatus de la organización y sus fortalezas, debilidades y oportunidades, de las cuales marcan una pauta para sumar mejoras dentro de la empresa, teniendo en cuenta el mercado en donde compiten y se desarrollan.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Según los resultados es factible para la empresa de joyería artesanal considerar los criterios de contratación y elección de socio por el cual se tercerizará el trabajo de acuerdo a sus intereses, dichos criterios pueden ser: tiempo en el mercado, tiempo de creación del proveedor, lista de clientes, estatus en el sistema financiero, ubicación geográfica respecto a la distancia y tiempo; y su estatus en sus obligaciones tributarias.

De acuerdo a los resultados obtenidos, y a pesar de que el outsourcing es un servicio específico, se recomienda una auditoría externa para aumentar la flexibilidad y transparencia de la información ya que se requiere una supervisión continua del proveedor externo que se contrate, para poder conocer los implementos que usa y la calidad de sus acabados, asimismo, se recomienda que esa auditoría se realice una vez al año.

Se recomienda que el área de logística se cuente con 2 o más proveedores para cada operación o actividad de los procesos de fabricación que se desee realizar, esto con la finalidad de tener opciones cuando alguno de ellos este indisponible o no cumple con las exigencias del momento.

Finalmente, se recomienda y es importante buscar afianzar la confianza con nuestros proveedores que nos brinden los servicios en el proceso de engastado de piedras naturales, proceso de vaciado en cera, grabación en láser y proceso de diamantado, lo cual establecerá un orden y un mejor control en la joyería artesanal.

## VII. REFERENCIAS

- Afanador, F., & Ruíz, H. (2022). Modelo de gestión humana para empresas outsourcing en Colombia.
- Alonzo, N. (2022). Calidad de vida y Ausentismo laboral en los trabajadores de la Empresa MMG Outsourcing y Operaciones EIRL, Huamachuco, 2022.
- Alvarez, P. (2019). Calidad de servicio y su incidencia en la lealtad del Cliente de la empresa grupo Multiservis S.R.L de la Ciudad de Cajamarca.  
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24303/Alvarez%20Cabrera%2c%20Paola%20Consuelo.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Avalos, J. (2019). El outsourcing y la gestión de obras públicas en la Municipalidad de Asia.2019.  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/856?show=full>
- Blas, G., & Risco, B. (2022). Estudio de la percepción de las dimensiones del clima organizacional basadas en el modelo de Koys y DeCottis en una empresa outsourcing de cobranzas, Lima 2021.
- Borner. (2022). Top 5 de Países en el mundo que se dedican a tercerizar sus operaciones. Borner.  
<https://borner.global/co/top-5-paises-mundo-tercearizan-operaciones/>
- Cabrera, O. (2022). Transición del Outsourcing en el año 2021: Garantía de relaciones empresariales y laborales en México.  
<https://repositorioinstitucional.uaslp.mx/xmlui/bitstream/handle/i/7664/TesisM.FCA.2022.Transici%C3%B3n.Cabrera.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrera, M. (2018). Propuesta de plan de mejora de procesos en la etapa de implementación del servicio de Outsourcing contable prestado

por la empresa Rosero carrera & asociados cia. Ltda.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17877/TESIS%20MAR%C3%8DA%20SOLEDAD%20CARRERA%20SOTOMAYOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castro, J., & Hoyos, A. (2018). OUTSOURCING Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA CRÉDITO Y COBRANZAS SAC – CHICLAYO.

Chen, K., Zhao, H., & Xiao, T. (2019). Outsourcing contracts and ordering decisions of a supply chain under multi-dimensional uncertainties. *Computers & Industrial Engineering*, 130, 127–141. <https://doi.org/10.1016/J.CIE.2019.02.010>

Cichosz M., Goldsby T.J., Knemeyer A.M., Taylor D.F., (2018). Innovation in logistics outsourcing relationship – in the search of customer satisfaction. *LogForum* 13 (2), 209-219. <http://doi.org/10.17270/J.LOG.2017.2.8>

Chávez, C. (2019). EFICACIA DE LOS CONTRATOS DE OUTSOURCING Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DE CAJEROS AUTOMÁTICOS.

Cordero, L. (2020). “El Outsourcing contable y su incidencia en la Toma de Decisiones Gerenciales de la empresa FORCECLOSE S.A.C. Magdalena, 2019.”

Cortinhal, M. J., Lopes, M. J., & Melo, M. T. (2019). A multi-stage supply chain network design problem with in-house production and partial product outsourcing. *Applied Mathematical Modelling*, 70, 572–594. <https://doi.org/10.1016/J.APM.2019.01.046>

Dapas, C., Siturus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. (2019). The effect of service quality and website quality of zalora.Com on purchase decision as mediated by purchase intention. *Quality Management*, 20(169). <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/#iema>

- Del aguila, W. (2023). Influencia del outsourcing estratégico en productividad y costos en las actividades de distribución eléctrica en Electro Oriente SA- 2022.
- Feng, T., Ren, Z. J., & Zhang, F. (2019). Service Outsourcing: Capacity, Quality and Correlated Costs. *Production and Operations Management*, 28(3), 682–699. <https://doi.org/10.1111/POMS.12949>
- Flores, R. (2019). “DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE OUTSOURCING DE REGISTROS CONTABLES PARA EMPRESAS TRASNACIONALES.”
- Herbozo, L. & Florez, P. (2022). Relación entre la calidad en el servicio y la Satisfacción del cliente de las empresas prestadoras de servicios de hardware y Software en Lima, año 2020. [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10541/herbozo\\_cle-fl%C3%B3rez\\_chpi.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/10541/herbozo_cle-fl%C3%B3rez_chpi.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2018). Metodología de la Investigación (M. G. Hill, Ed.; 7°).
- Huarancca, E. (2022). Outsourcing y calidad de servicios en las agencias de viajes y turismo minoristas del centro histórico del Cusco, periodo 2021.
- Ibrahim, R., Aljuhmani, H., & Hamdan, S. (2022). Examining the Relationships Between Frontline Bank Employees’ Job Demands and Job Satisfaction: A Mediated Moderation Model. Sage, 1–19. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/21582440221079880>
- Iheriohanma, E. B. J. and Austin-Egole, I. S. (2020). Outsourcing and employment trends: An exploratory discourse, *Issues in Business*

Management and Economics, 8(3): 48 – 56.  
<https://www.journalissues.org/IBME/>;  
<https://doi.org/10.15739/IBME.20.005>.

Iheriohanma, E., & Stella, I. (2021). Outsourcing as a Leveraging Strategy for Organizational Productivity in Covid-19 Era. *European Journal of Business and Management*, 13(6).  
<https://doi.org/10.7176/EJBM/13-6-14>

Kumar Bachar, R., Bhuniya, S., Ghosh, S. K., Alarjani, A., Attia, E., & Sarkar, B. (2022). Product outsourcing policy for a sustainable flexible manufacturing system with reworking and green investment. *Mathematical Biosciences and Engineering*, 20(1), 1376–1401. <https://doi.org/10.3934/mbe.2023062>

Lee, J. (2017). Strategic risk analysis for information technology outsourcing in hospitals. *Information & Management*, 54(8), 1049-1058. doi: 10.1016/j.im.2017.02.010

León, A., & Valladres, E. (2015). 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.

Li, J., Su, Q., & Ma, L. (2017). Production and transportation outsourcing decisions in the supply chain under single and multiple carbon policies. *Journal of Cleaner Production*, 141, 1109–1122. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2016.09.157>

Lopez, L.; Maesaka, L. & Paredes, J. (2022). El outsourcing como estrategia para la disminución de costos de las empresas. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/26662/25037/>

Luo, J., Yang, Z., Zhang, Q., & Pan, R. (2022). Service outsourcing strategy decision for value creation in manufacturing firms. *Journal of Management Science and Engineering*, 7(2), 365–386. <https://doi.org/10.1016/J.JMSE.2021.09.007>

- Mansilla, O., & Ollais, N. (2020). "El Outsourcing y su influencia en las estrategias de Marketing de las PyMes para llegar a la internacionalización."
- Moreno, V., Coelho, M., & Pitassi, C. (2019). Outsourcing of IT and Absorptive Capacity: A Multiple Case Study in the Brazilian Insurance Sector. *BBR - Brazilian Business Review*, 17(1), 97–113. <https://www.redalyc.org/journal/1230/123062398005/>
- Ortiz, J., Osorio, O., & Salazar, E. (2019). Plan de Negocios para la Implementación de un Outsourcing de Almacenamiento para Productos Farmacéuticos, Cosméticos y Afines en el Sur de Lima.
- Otero, A. (2018). Enfoques de la investigación.
- Pedroza, L. (2014). Diseño del plan estratégico para que una empresa de consultoría ofrezca el servicio de outsourcing con enfoque a la gestión de recursos humanos.
- Perassi, M. (2021). Propuesta de outsourcing regional en América Latina para una empresa Multinacional.
- Redacción Gestión. (2018). Outsourcing: 86% de empresas en Perú tercerizan servicios. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/outsourcing-86-empresas-peru-tercerizan-servicios-232422-noticia/>
- Rivera, J. (2018). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa Consorcio Fredy. <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/826/Rivera%20Garcia%2c%20Jenny%20Jhoselyn.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rivera, O. (2020). Toma de decisiones y resolución de conflictos en la administración de la Región de Educación – Pasco, 2017. [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1899/1/T026\\_04044010\\_.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1899/1/T026_04044010_.pdf)
- Rodriguez, G. (2018a). "GESTIÓN DEL OUTSOURCING Y LA COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA MUEBLES MALDONADO

S.A.C DEL PARQUE INDUSTRIAL DE VILLA EL SALVADOR  
2017.”

Sampieri, H. (2018). Metodología de la investigación científica (McGRAW-HIL).

Santiago, J. (2019). “PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA EN EL DEPARTAMENTO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL EN UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS OUTSOURCING EN LA CIUDAD DE PUEBLA.”

Świtała M., Cichosz M., Trzęsiok J., 2019. How to achieve customer satisfaction? Perspective of logistics outsourcing performance. LogForum 15 (1), 39-51, <http://doi.org/10.17270/J.LOG.2019.316>

Świtała M., Niestrój K., Hanus P., 2018. Examining how logistics service providers' adaptability impacts logistics outsourcing performance, customers' satisfaction and loyalty, LogForum, 14 (4), 449-465, <http://doi.org/10.17270/J.LOG.2018.298>

Tarapués, Á. (2015). “GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING EN LAS EMPRESAS PROVEEDORAS DE INTERNET INALÁMBRICO; Y LA SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI.”

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

Ureta, G. & Salas, H. (2021). Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Willmax SAC, Comas, 2020. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27419/Salas%20Calle%2c%20Hilary%20Anushk-Ureta%20Cortez%2c%20Gloria%20Maria.pdf?sequence=11&isAllowed=y>

Vasquez, L. (2022). Outsourcing como herramienta para mejorar la productividad en una empresa de Chiclayo.

Vásquez, B. & Orozco, J. (2020). El outsourcing como estrategia organizacional para la competitividad. Red Internacional de investigadores en Competitividad.

## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
El outsourcing y su influencia en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023	<b>Problema General</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>Variable Independiente</b>	Procesos	<b>Tipo:</b> Aplicada
	¿De qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda de una joyería artesanal, Lima, 2023?	Determinar de qué manera el outsourcing influye en la satisfacción de la demanda de una joyería artesanal, Lima, 2023	El outsourcing influye en la satisfacción de la demanda de una joyería, Lima, 2023	<b>Outsourcing</b>	Beneficios	<b>Método:</b> Hipotético-deductivo
	<b>Problema Secundarios</b>	<b>Objetivos Especificos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	<b>Variable Dependiente</b>	Desventaja	<b>Nivel:</b> correlacional <b>Diseño:</b> no experimental <b>Corte:</b> transversal
	¿De qué manera los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023?	Determinar de qué manera los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal Lima, 2023	Los procesos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023	<b>Satisfacción de la demanda</b>	Calidad del servicio	<b>Población y muestra:</b> La población está dada por 50 trabajadores del área comercial de la joyería, de esta se tomará 45 trabajadores para la muestra.
	¿De qué manera los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023?	Determinar de qué manera los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023	Los beneficios del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023		Lealtad del cliente	<b>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</b> La técnica utilizada será la encuesta y su instrumento, el cuestionario.
					Expectativa del cliente	

¿De qué manera los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda joyería, Lima, 2023?

Determinar de qué manera los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda de una joyería, Lima, 2023

Los riesgos del outsourcing influyen en la satisfacción de la demanda de una joyería, Lima, 2023.

**Método de análisis de investigación:**  
Cuantitativo

---

## **Anexo 2: Matriz de Operacionalización**

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	ESCALA DE DIMENSION
<b>OUTSOURCING</b>	Según Tello (2018), se basa especialmente en subcontratar, externalizar o externalizar un servicio que la misma empresa está interesada en desarrollar para mejorar sus procesos y operaciones. Esto ayuda a la organización a ahorrar dinero y tiempo	Consiste en la contratación de terciarios encargados de mejorar los procesos de la joyería. para ahorrar dinero y tiempo.	<b>Procesos</b>	Estructura de la empresa Actividades o desarrollo Proveedores	Del 1 al 6	Cuestionario	ORDINAL INTERVALICA
			<b>Beneficios</b>	Reducción de los costos Obtención de beneficios Centrarse en las competencias clave	Del 7 al 11		
			<b>Desventaja</b>	Pérdida de control Pérdida de confianza en la organización Distribución de riesgo	Del 12 a 16		
<b>SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA</b>	Según Rodríguez (2018), puede definirse como la cantidad de productos y servicios que los distintos agentes económicos, incluidas las familias, las empresas y el gobierno, están dispuestos y son capaces de adquirir a un precio determinado.	Se define como la cantidad de servicios que necesita el cliente para poder satisfacer sus necesidades, el cual la joyería. tiene que cubrir y brindar la mejor experiencia al consumidor.	<b>Calidad del servicio</b>	Mejora del servicio	Del 1 al 3	Cuestionario	ORDINAL INTERVALICA
			<b>Lealtad del cliente</b>	Atención	Del 4 al 9		
			<b>Expectativas del cliente</b>	Solución de Problemas	Del 10 al 13		



### Anexo 03: Cuestionario Outsourcing

1. DESACUERDO	2. ALGO DESACUERDO	3. NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	4. ALGO DE ACUERDO	5. DEACUERDO
---------------	--------------------	-----------------------------------	--------------------	--------------

OUTSOURCING						
ÍTEMS		VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>Procesos del outsourcing</b>						
1	La empresa cuenta con procesos establecidos					
2	El negocio tiene una cultura organizacional					
3	Cuentan con tecnología de información adecuada					
4	Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos					
5	La empresa requiere de servicios especializados					
6	La gerencia analiza a los proveedores					
<b>Beneficios del outsourcing</b>						
7	La empresa analiza la relación de costo beneficio					
8	La empresa maneja su economía a escala					
9	El negocio tiene un adecuado control de sus costos					
10	Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar					
11	La empresa se enfoca en nuevos mercados					
<b>Riesgos Psicosociales</b>						
12	El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas					
13	Cuentan con credibilidad y confianza del mercado					
14	La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo					
15	El gerente categoriza los riesgos de la empresa					
16	La empresa emplea medidas de riesgo					

**Donde:**

- 1 Desacuerdo
- 2 Algo desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 Algo de acuerdo
- 5 De acuerdo

#### Anexo 04: Cuestionario Satisfacción de la demanda

Satisfacción de la demanda						
ÍTEMS		VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
<b>Calidad del servicio</b>						
1	¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?					
2	¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda?					
3	¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?					
4	¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?					
<b>Lealtad del cliente</b>						
5	La empresa brinda productos de calidad					
6	Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente					
7	Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa					
8	Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto					
<b>Expectativa del cliente</b>						
9	¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?					
10	¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?					

**Donde:**

- 1 Desacuerdo
- 2 Algo desacuerdo
- 3 Ni de acuerdo ni desacuerdo
- 4 Algo de acuerdo
- 5 De acuerdo

## Anexo 05: Vaceado de respuestas de Encuestas

### Variable Outsourcing

	5. DEACUERDO 4. ALGO DEACUERDO 3. NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO 2. ALGO DESACUERDO 1. DESACUERDO															
Item	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	PREGUNTA 11	PREGUNTA 12	PREGUNTA 13	PREGUNTA 14	PREGUNTA 15	PREGUNTA 16
1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
2	3	2	2	2	2	3	2	4	5	4	4	4	2	2	5	4
3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	2	3	5	3
4	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	5
6	4	2	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	2	4	4	4
7	3	2	2	2	3	2	4	2	4	5	3	3	2	2	3	5
8	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	3
9	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	4
10	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4
11	3	2	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	2	3	3	3
12	3	2	2	2	3	2	5	3	5	4	3	4	2	2	3	3
13	4	3	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	3	5	4
14	4	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	3	5	4
15	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
16	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4
17	3	2	2	2	3	2	5	3	4	3	4	5	2	4	4	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4
19	4	3	4	3	3	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	5
20	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	4	5	3	3
21	3	2	2	2	3	2	5	3	2	4	4	4	2	4	4	4
22	3	2	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	2	3	3	4
23	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	5	3
24	3	2	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	2	3	5	3
25	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	3	5	4	3	5	3
26	3	2	2	2	3	2	3	4	3	5	3	4	2	2	5	3
27	4	2	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	4	4
28	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	5
29	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4
30	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	2	4	3	5
31	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3
32	3	2	2	2	3	2	4	5	2	5	3	4	2	2	3	4
33	3	2	3	4	3	4	4	4	5	4	3	5	2	3	4	4
34	3	2	2	2	3	2	4	5	2	4	3	4	2	2	3	3
35	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3
36	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	5	4
37	3	2	2	2	3	2	4	4	3	5	4	3	2	2	5	4
38	5	2	4	3	5	4	3	4	5	5	3	4	2	4	4	3
39	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4
40	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	3	4	4	5
41	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	2	4	3	4
42	3	2	2	2	3	2	4	4	3	4	4	3	2	2	4	5
43	5	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	3	5	3	3
44	5	2	5	4	3	4	2	3	4	4	3	3	2	5	4	4
45	3	2	2	2	3	2	3	4	3	5	3	4	2	2	3	4

## Variable Satisfacción de la demanda

	5. DEACUERDO	4. ALGO DEACUERDO	3. NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO	2. ALGO DESACUERDO	1. DESACUERDO						
Item	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3	PREGUNTA 4	PREGUNTA 5	PREGUNTA 6	PREGUNTA 7	PREGUNTA 8	PREGUNTA 9	PREGUNTA 10	
1	2	3	2	3	4	4	3	3	5	4	
2	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	
3	2	3	2	3	4	5	3	3	5	4	
4	5	4	3	2	4	4	4	4	5	3	
5	5	4	2	4	4	5	4	4	3	4	
6	2	3	2	3	5	3	3	3	4	3	
7	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	
8	5	3	2	3	5	4	3	3	4	4	
9	4	5	2	4	4	5	5	5	4	4	
10	2	3	2	3	5	4	3	3	3	4	
11	2	3	2	3	5	5	3	3	4	4	
12	2	3	2	3	5	5	3	3	4	4	
13	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	
14	4	3	2	4	5	4	3	3	4	4	
15	2	3	2	3	4	5	3	3	5	3	
16	5	4	3	2	4	5	4	4	5	4	
17	5	3	2	4	4	4	3	3	3	4	
18	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	
19	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	
20	2	3	2	3	5	5	3	3	4	3	
21	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	
22	5	3	3	4	5	5	3	3	3	4	
23	2	3	2	3	5	4	3	3	4	4	
24	4	3	2	3	5	5	3	3	4	4	
25	5	4	3	4	5	5	4	4	5	3	
26	4	4	2	4	4	5	4	4	5	3	
27	2	3	2	3	4	4	3	3	3	3	
28	5	4	2	2	4	5	4	4	4	4	
29	2	3	2	3	5	5	3	3	4	4	
30	5	5	2	4	4	4	5	5	4	4	
31	2	3	2	3	5	5	3	3	4	4	
32	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	
33	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	
34	2	3	2	3	5	5	3	3	4	3	
35	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	
36	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	
37	4	3	2	4	4	5	3	3	5	4	
38	5	4	2	3	4	3	4	4	5	3	
39	2	3	2	3	4	5	3	3	3	3	
40	2	3	2	3	5	4	3	3	4	3	
41	2	3	2	3	4	5	3	3	4	4	
42	2	3	2	3	5	4	3	3	4	4	
43	4	5	2	3	4	5	5	5	4	4	
44	5	4	2	4	5	5	4	4	3	3	
45	2	3	2	3	5	5	3	3	4	3	

## Anexo 06: Certificado de Concytec

4/7/23, 0:48

CRI: Reporte de Actividad (grade)



**KAREN ALEJANDRA URRUTIA  
ACUÑA**

[Área personal](#) / [Calificaciones](#) / [CRI](#) / [Usuario](#)

Ítem de calificación	Peso calculado	Calificación	Rango	Porcentaje	Retroalimentación	Apor al to del curs
<b>■ Conducta Responsable en Investigación</b>						
Evaluación Integral	100,00 %	19,75	0–20	98,75 %		98,75 %
<b>Σ Total del curso</b>	-	19,75	0–20	98,75 %		-

**Anexo 07: Validez de instrumento – Validador 01**

<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: procesos, beneficios y riesgos

- **Primera dimensión: Procesos**
- **Objetivos de la Dimensión:** Medir los procesos del outsourcing para la identificación de las competencias clave y evaluación de oportunidades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura de la empresa	1. La empresa cuenta con procesos establecidos	+	+	+	
	2. El negocio tiene una cultura organizacional	+	+	+	
Actividades o desarrollo	3. Cuentan con tecnología de información adecuada	+	+	+	
	4. Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos	+	+	+	
Proveedores	5. La empresa requiere de servicios especializados	+	+	+	

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
	6. La gerencia analiza a los proveedores	+	+	+	

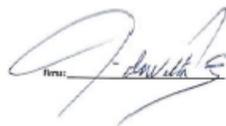
- **Segunda dimensión: Beneficios**  
Objetivos de la Dimensión: Medir los beneficios del outsourcing para reducir los gastos, centrarse en las competencias básicas, tener fondos de capital disponibles, acelerar la obtención de beneficios, tener acceso a los recursos, mejorar los servicios y productos, compartir los riesgos y tener flexibilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de los costos	7. La empresa analiza la relación de costo beneficio	+	+	+	
	8. La empresa maneja su economía a escala	+	+	+	
Obtención de beneficios	9. El negocio tiene un adecuado control de sus costos	+	+	+	
Centrarse en las competencias clave	10. Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar	+	+	+	
	11. La empresa se enfoca en nuevos mercados	+	+	+	

- **Tercera dimensión: Riesgos**  
Objetivos de la Dimensión: Medir los riesgos del outsourcing para saber de dónde proceden y la probabilidad de que ocurran

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pérdida de control	12. El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas	+	+	+	
Pérdida de confianza en la organización	13. Cuentan con credibilidad y confianza del mercado	+	+	+	

	14. La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo	+	+	+	
Distribución de riesgo	15. El gerente categoriza los riesgos de la empresa	+	+	+	
	16. La empresa emplea medidas de riesgo	+	+	+	



Firma del evaluador  
DNI 10003475

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para la medición de la relación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 6. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Walter Sechuran Fernando Arturo		
Grado profesional:	Maestría ( X )	Doctor ( )	
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social ( )	
	Educativa ( X )	Organizacional ( )	
Áreas de experiencia profesional:	Contabilidad, Costos, Presupuestos y Finanzas para la Gestión.		
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( X )	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	Maestría en Administración Estratégica de Empresas		

### 7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 8. Datos de la escala (Cuestionario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para la medición de la satisfacción de la demanda
Autora:	Urrutia Acuña Karen Alejandra
Procedencia:	Lima
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos

Ámbito de aplicación:	45 trabajadores del área comercial de la joyería
Significación:	El instrumento medirá la variable Satisfacción de la demanda a través de un cuestionario, el cual comprende a sus 3 dimensiones en un total de 13 ítems que serán medidos en la escala tipo Likert de la siguiente manera: Desacuerdo, algo de desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo

### 9. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción de la demanda	Calidad de servicio	El estándar de los bienes o servicios ofrecidos es una de los miramientos más importantes al optar a qué empresa comprar. Debido a esto, las empresas deben dar prioridad a proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas (Vasquez, 2022).
	Lealtad del cliente	Se demuestra por un compromiso sentimental y comercial con el proveedor del servicio, que se puede lograr aplicando estrategias como: desarrollo de una perspectiva adecuada, mantenerse en contacto, ofrecer incentivos, generar confianza, flexibilidad y estar disponible cuando se lo necesite (Rodríguez, 2018).
	Expectativa del cliente	Los resultados que obtiene al contrastar la calidad que ya ha obtenido con la que espera recibir son los componentes que conforman su calidad percibida, asimismo, un componente importante que contribuye al desarrollo de expectativas del usuario es su historial de interacción con los productos y servicios ofrecidos por otras empresas del sector. (Tarapué, 2015).

### 10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para la medición de la satisfacción del cliente, elaborado por Karen Alejandra Urrutia Acuña en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por el orden de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: Calidad de servicio, lealtad del cliente y expectativa del cliente

- **Primera dimensión: Calidad de servicio**  
Objetivos de la Dimensión: Medir la calidad de servicio para proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promociones	17. ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?				
	18. ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda?				
	19. ¿Se le capacita				

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
	regulamente para brindar un mejor servicio?				
	20. ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?				

- **Segunda dimensión: Lealtad del cliente**  
Objetivos de la Dimensión: Medir la lealtad del cliente para medir la satisfacción de la demanda de la empresa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención	21. La empresa brinda productos de calidad				
	22. Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente				
	23. Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa				
	24. Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto				

- **Tercera dimensión: Expectativa del cliente**  
Objetivos de la Dimensión: Medir la expectativa del cliente para determinar la satisfacción del mismo y poder mejorar el servicio que se ofrece

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	25. ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una				

	compra en la empresa?				
	28. ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?				

\_\_\_\_\_  
Firma del evaluador  
DNI

estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una

## Validez de instrumento – Validador 02

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para la medición de la relación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Campomanes Olórtgui Sheshira		
Grado profesional:	Maestría ( X )	Doctor ( )	
Área de formación académica:	Clínica ( )	Social ( X )	
	Educativa ( )	Organizacional ( )	
Áreas de experiencia profesional:	Gestión Pública		
Institución donde labora:	Municipalidad de Lima		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( X )	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	-		

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Cuestionario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para la medición del outsourcing
Autora:	Umutia Acuña Karen Alejandra
Procedencia:	Lima
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos

Ámbito de aplicación:	45 trabajadores del área comercial de la joyería.
Significación:	El instrumento medirá la variable Outsourcing a través de un cuestionario, el cual comprende a sus 3 dimensiones en 6 y 5 ítems dando un total de 16 ítems que serán medidos es la escala tipo Likert de la siguiente manera: Desacuerdo, algo desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Outsourcing	Procesos	Los procesos abarcan la identificación de las competencias clave, evaluación de oportunidades, selección del modelo de outsourcing y de los proveedores (Mansilla & Ollais, 2020).
	Beneficios	Destacan las que se centran en el ahorro de costes y las que se centran en el núcleo de la actividad empresarial, pero todos coinciden en que los beneficios de la externalización se mantienen a lo largo del tiempo, aunque cambie su orden de importancia. (León & Valladres, 2015)
	Riesgos	El riesgo se considera de gran importancia para las empresas, incluso cuando la dirección se esfuerza al máximo, puede resultar difícil encontrar y controlar los riesgos, esto se debe a que la mente humana tiende a centrarse en el pasado a la hora de averiguar de dónde proceden los riesgos y la probabilidad de que ocurran (Blas & Risco, 2022).

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para la medición del Outsourcing, elaborado por Karen Alejandra Urrutia Acuña en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: procesos, beneficios y riesgos

- Primera dimensión: Procesos**

Objetivos de la Dimensión: Medir los procesos del outsourcing para la identificación de las competencias clave y evaluación de oportunidades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura de la empresa	1. La empresa cuenta con procesos establecidos	+	+	+	
	2. El negocio tiene una cultura organizacional	+	+	+	

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Actividades o desarrollo	3. Cuentan con tecnología de información adecuada	+	+	+	
	4. Los trabajadores logran el uso adecuado de los recursos	+	+	+	
Proveedores	5. La empresa requiere de servicios especializados	+	+	+	
	6. La gerencia analiza a los proveedores	+	+	+	

- Segunda dimensión: Beneficios**

Objetivos de la Dimensión: Medir los beneficios del outsourcing para reducir los gastos, centrarse en las competencias básicas, tener fondos de capital disponibles, acelerar la obtención de beneficios, tener acceso a los recursos, mejorar los servicios y productos, compartir los riesgos y tener flexibilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de los costos	7. La empresa analiza la relación de costo beneficio	+	+	+	
	8. La empresa maneja su economía a escala	+	+	+	
Obtención de beneficios	9. El negocio tiene un adecuado control de sus costos	+	+	+	
Centrarse en las competencias clave	10. Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar	+	+	+	
	11. La empresa se enfoca en nuevos mercados	+	+	+	

- Tercera dimensión: Riesgos**

Objetivos de la Dimensión: Medir los riesgos del outsourcing para saber de dónde proceden y la probabilidad de que ocurran

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pérdida de control	12. El gerente mantiene control sobre el desarrollo de las áreas	+	-	+	
Pérdida de confianza en la organización	13. Cuentan con credibilidad y confianza del mercado	+	+	+	
	14. La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo	+	+	+	
Distribución de riesgo	15. El gerente categoriza los riesgos de la empresa	+	+	+	
	16. La empresa emplea medidas de riesgo	+	-	+	



Firma del evaluador  
DNI 47942154

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para la medición de la relación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 6. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Campomanes Olortegui Sheshira		
Grado profesional:	Maestría ( X )	Doctor ( )	
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social ( X )	
	Educativa ( )	Organizacional ( )	
Áreas de experiencia profesional:	Gestión Pública		
Institución donde labora:	Municipalidad de Lima		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ( )	Más de 5 años ( X )	
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	-		

### 7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 8. Datos de la escala (Cuestionario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para la medición de la satisfacción de la demanda
Autora:	Urrutia Acuña Karen Alejandra
Procedencia:	Lima
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos

Ámbito de aplicación:	45 trabajadores del área comercial de la joyería
Significación:	El instrumento medirá la variable Satisfacción de la demanda a través de un cuestionario, el cual comprende a sus 3 dimensiones en un total de 13 ítems que serán medidos en la escala tipo Likert de la siguiente manera: Desacuerdo, algo desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo

### 9. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción de la demanda	Calidad de servicio	El estándar de los bienes o servicios ofrecidos es una de los miramientos más importantes al optar a qué empresa comprar. Debido a esto, las empresas deben dar prioridad a proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas (Vasquez, 2022).
	Lealtad del cliente	Se demuestra por un compromiso sentimental y comercial con el proveedor del servicio, que se puede lograr aplicando estrategias como: desarrollo de una perspectiva adecuada, mantenerse en contacto, ofrecer incentivos, generar confianza, flexibilidad y estar disponible cuando se lo necesite (Rodríguez, 2018).
	Expectativa del cliente	Los resultados que obtiene al contrastar la calidad que ya ha obtenido con la que espera recibir son los componentes que conforman su calidad percibida, asimismo, un componente importante que contribuye al desarrollo de expectativas del usuario es su historial de interacción con los productos y servicios ofrecidos por otras empresas del sector. (Tarapués, 2015).

### 10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para la medición de la satisfacción de la demanda, elaborado por Karen Alejandra Urrutia Acuña en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por el orden de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.

adecuadas.	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que se está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Calidad de servicio, lealtad del cliente y expectativa del cliente

- **Primera dimensión:** Calidad de servicio  
Objetivos de la Dimensión: Medir la calidad de servicio para proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promociones	17. ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?				

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
	18. ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda?				
	19. ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor servicio?				
	20. ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?				

- **Segunda dimensión:** Lealtad del cliente  
Objetivos de la Dimensión: Medir la lealtad del cliente para medir la satisfacción de la demanda de la empresa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
	21. La empresa brinda productos de calidad				
	22. Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente				
Atención	23. Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa				
	24. Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto				

- **Tercera dimensión:** Expectativa del cliente  
Objetivos de la Dimensión: Medir la expectativa del cliente para determinar la satisfacción del mismo y poder mejorar el servicio que se ofrece

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	25. ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una compra en la empresa?				
	26. ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?				



Firma del evaluador  
DNI 47942154

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Validez de instrumento – Validador 02

### Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para la medición de la relación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

#### 1. Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Soto Rios Ivette Stephany		
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor	( )
Área de formación académica:	Clinica ( )	Social	(X)
	Educativa ( )	Organizacional	( )
Áreas de experiencia profesional:	Gestión Pública		
Institución donde labora:	Municipalidad de Lima		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (X)	Más de 5 años	( )
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	-		

#### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

#### 3. Datos de la escala (Cuestionario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para la medición del outsourcing
Autora:	Urrutia Acuña Karen Alejandra
Procedencia:	Lima
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos
Ámbito de aplicación:	45 trabajadores del área comercial de la joyería.

Significación:	El instrumento medirá la variable Outsourcing a través de un cuestionario, el cual comprende a sus 3 dimensiones en 6 y 5 ítems dando un total de 16 ítems que serán medidos es la escala tipo Likert de la siguiente manera: Desacuerdo, algo desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo
----------------	---

#### 4. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Outsourcing	Procesos	Los procesos abarcan la identificación de las competencias clave, evaluación de oportunidades, selección del modelo de outsourcing y de los proveedores (Mansilla & Ollais, 2020).
	Beneficios	Destacan las que se centran en el ahorro de costes y las que se centran en el núcleo de la actividad empresarial, pero todos coinciden en que los beneficios de la externalización se mantienen a lo largo del tiempo, aunque cambie su orden de importancia. (León & Valladares, 2015)
	Riesgos	El riesgo se considera de gran importancia para las empresas, incluso cuando la dirección se esfuerza al máximo, puede resultar difícil encontrar y controlar los riesgos, esto se debe a que la mente humana tiende a centrarse en el pasado a la hora de averiguar de dónde proceden los riesgos y la probabilidad de que ocurran (Blas & Risco, 2022).

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para la medición del Outsourcing, elaborado por Karen Alejandra Urrutia Acuña en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por el orden de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.

relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos bríndes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Dimensiones del instrumento: procesos, beneficios y riesgos

- Primera dimensión: Procesos**

Objetivos de la Dimensión: Medir los procesos del outsourcing para la identificación de las competencias clave y evaluación de oportunidades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Estructura de la empresa	1. La empresa cuenta con procesos establecidos	+	+	+	
	2. El negocio tiene una cultura organizacional	+	+	+	
Actividades o desarrollo	3. Cuentan con tecnología de información adecuada	+	+	+	
	4. Los trabajadores logran el uso	+	+	+	

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Proveedores	adecuado de los recursos				
	5. La empresa requiere de servicios especializados	+	+	+	
	6. La gerencia analiza a los proveedores	+	+	+	

- Segunda dimensión: Beneficios**

Objetivos de la Dimensión: Medir los beneficios del outsourcing para reducir los gastos, centrarse en las competencias básicas, tener fondos de capital disponibles, acelerar la obtención de beneficios, tener acceso a los recursos, mejorar los servicios y productos, compartir los riesgos y tener flexibilidad.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Reducción de los costos	7. La empresa analiza la relación de costo beneficio	+	+	+	
	8. La empresa maneja su economía a escala	+	+	+	
Obtención de beneficios	9. El negocio tiene un adecuado control de sus costos	+	+	+	
Centrarse en las competencias clave	10. Conoce los beneficios de la empresa al tercerizar	+	+	+	
	11. La empresa se enfoca en nuevos mercados	+	+	+	

- Tercera dimensión: Riesgos**

Objetivos de la Dimensión: Medir los riesgos del outsourcing para saber de dónde proceden y la probabilidad de que ocurran

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Pérdida de control	12. El gerente mantiene control sobre el	+	+	+	

	desarrollo de las áreas				
Pérdida de confianza en la organización	13. Cuentan con credibilidad y confianza del mercado				
	14. La empresa confía en la sostenibilidad a largo plazo				
Distribución de riesgo	15. El gerente categoriza los riesgos de la empresa				
	16. La empresa emplea medidas de riesgo				



Firma del evaluador  
DNI 76508362

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para la medición de la relación entre el outsourcing y la satisfacción de la demanda". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### Datos generales del juez:

Nombre del juez:	Soto Rios Ivette Stephany	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ( )
Área de formación académica:	Clínica ( )	Social (X)
	Educativa ( )	Organizacional ( )
Áreas de experiencia profesional:	Gestión Pública	
Institución donde labora:	Municipalidad de Lima	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años (X)	Más de 5 años ( )
Experiencia en Investigación Psicométrica: (si corresponde)	-	

### 7. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 8. Datos de la escala (Cuestionario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para la medición de la satisfacción de la demanda
Autora:	Urrutia Acuña Karen Alejandra
Procedencia:	Lima
Administración:	Individual
Tiempo de aplicación:	20 minutos
Ámbito de aplicación:	45 trabajadores del área comercial de la joyería

Significación:	El instrumento medirá la variable Satisfacción de la demanda a través de un cuestionario, el cual comprende a sus 3 dimensiones en un total de 13 ítems que serán medidos es la escala tipo Likert de la siguiente manera: Desacuerdo, algo desacuerdo, ni de acuerdo ni desacuerdo, algo de acuerdo, de acuerdo
----------------	--

### 9. Soporte teórico

Escala/ÁREA	Subescala (dimensiones)	Definición
Satisfacción de la demanda	Calidad de servicio	El estándar de los bienes o servicios ofrecidos es una de los miramientos más importantes al optar a qué empresa comprar. Debido a esto, las empresas deben dar prioridad a proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas (Vasquez, 2022).
	Lealtad del cliente	Se demuestra por un compromiso sentimental y comercial con el proveedor del servicio, que se puede lograr aplicando estrategias como: desarrollo de una perspectiva adecuada, mantenerse en contacto, ofrecer incentivos, generar confianza, flexibilidad y estar disponible cuando se lo necesite (Rodríguez, 2018).
	Expectativa del cliente	Los resultados que obtiene al contrastar la calidad que ya ha obtenido con la que espera recibir son los componentes que conforman su calidad percibida, asimismo, un componente importante que contribuye al desarrollo de expectativas del usuario es su historial de interacción con los productos y servicios ofrecidos por otras empresas del sector. (Tarapué, 2015).

### 10. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el Cuestionario para la medición de la satisfacción de la demanda, elaborado por Karen Alejandra Urrutia Acuña en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por el orden de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
	1. totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.

<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brindes sus observaciones que considere pertinente

1 No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Dimensiones del instrumento:** Calidad de servicio, lealtad del cliente y expectativa del cliente

- **Primera dimensión:** Calidad de servicio  
Objetivos de la Dimensión: Medir la calidad de servicio para proporcionar a sus clientes bienes y servicios especializados que aborden sus demandas únicas.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promociones	17. ¿Cree satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes?	+	+	+	
	18. ¿Se siente confiado(a) con el servicio que brinda?	+	+	+	
	19. ¿Se le capacita regularmente para brindar un mejor	+	+	+	

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
	servicio?				
	20. ¿Las muestras se encuentran ubicadas estratégicamente?	+	+	+	

- **Segunda dimensión:** Lealtad del cliente  
Objetivos de la Dimensión: Medir la lealtad del cliente para medir la satisfacción de la demanda de la empresa

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención	21. La empresa brinda productos de calidad	+	+	+	
	22. Se le brinda una buena comunicación e información de los productos al cliente	+	+	+	
	23. Hay un buen nivel de postventa hacia los clientes que adquieren algún producto de la empresa	+	+	+	
	24. Los clientes aceptan los precios establecidos por la empresa de cada producto	+	+	+	

- **Tercera dimensión:** Expectativa del cliente  
Objetivos de la Dimensión: Medir la expectativa del cliente para determinar la satisfacción del mismo y poder mejorar el servicio que se ofrece

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Solución de problemas	25. ¿Siente que el cliente se retira satisfecho luego de realizar una	+	+	+	

	compra en la empresa?				
	26. ¿Se le ofrecen diferentes descuentos y facilidades de pago a los clientes?				



Firma del evaluador  
DNI 76509362

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Anexo 08: Porcentaje Turnitin

Parte 1

Título	Fecha de inicio	Fecha Esperada	Fecha de publicación	Puntos disponibles
 TURNITIN PARA LA TESIS FINAL - Parte 1	3 jul 2023 - 21:40	10 jul 2023 - 23:59	10 jul 2023 - 23:59	100
<p>Resumen:</p> <p>Estimados Alumnos</p> <p>En este enlace del Turnitin pasar la Tesis Final y tomar una captura de pantalla del porcentaje de similitud y agregarlo en los anexo de la tesis final. Gracias</p> <p>Día: Viernes 07 de julio (hasta las 23:59)</p>				
				 Refrescar Envíos
 Título del Envío 	Identificador del trabajo de Turnitin 	Enviado 	Similitud 	Calificación 
 Ver Recibo Digital	<a href="#">Tesis Karen Urrutia Acuña</a>	2127578059 7/07/2023 23:19	19% 	-- Entregar Trabajo  --

## Anexo 09: Certificado de Inglés



CID-CDN-2023-01-LN-9279

### CONSTANCIA

El Centro de Idiomas de la Universidad César Vallejo hace constar que **URRUTIA ACUÑA, KAREN ALEJANDRA**, con código N.º 7002826313, ha realizado estudios de **INGLÉS POSGRADO EXTRACURRICULAR**, equivalente a un total de **200 horas**; obteniendo los siguientes resultados:

CURSO	PROMEDIO FINAL	MES	AÑO	PROGRAMA
INGLES I	17 (diecisiete)	Abril	2023	(Matricula Regular)
INGLES II	18 (dieciocho)	Junio	2023	(Matricula Regular)
INGLES III	18 (dieciocho)	Julio	2023	(Matricula Regular)

\*La nota mínima aprobatoria es 14/20.

Se expide la presente constancia a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

Los Olivos, 25 de julio de 2023.



Firmado digitalmente por: ERICA MERCEDES DE PAZ BERROSPI (DNI: 39631501 RUC: 20164113632)  
Motivo: Responsabilidad de la firma  
Fecha y Hora: 25/07/2023 00:36:34

**Dra. Erica Mercedes De Paz Berrospi**  
**Jefe Nacional del Centro de Idiomas**



Esta constancia puede ser verificada utilizando lectores de códigos o teléfono celular enfocando al código QR. Documento electrónico emitido en el marco de la Ley N° Ley N° 27269 – Ley de Firmas y Certificados Digitales, y su Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 052-2008-PCM.



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, WALTER SECHURAN FERNANDO ARTURO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "El outsourcing y su influencia en la satisfacción de la demanda en una empresa de joyería artesanal, Lima, 2023", cuyo autor es URRUTIA ACUÑA KAREN ALEJANDRA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 04 de Agosto del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
WALTER SECHURAN FERNANDO ARTURO <b>DNI:</b> 10003475 <b>ORCID:</b> 0000-0002-7233-4689	Firmado electrónicamente por: FWALTERS el 13-08- 2023 11:50:30

Código documento Trilce: TRI - 0640897