



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Ingeniería Industrial**

**Escuela Profesional de Ingeniería Industrial**

**Análisis del outsourcing en el desarrollo empresarial  
en Pymes de servicio de suministro vehicular de  
actividades extractivas y productivas de la ciudad de  
Huancayo**

**TESIS**

Para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial

**AUTOR**

Mireya Gabriela LARA CARHUANCHO

**ASESOR**

Willy Hugo CALSINA MIRAMIRA

Lima, Perú

2022



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Lara, M. (2022). *Análisis del outsourcing en el desarrollo empresarial en Pymes de servicio de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

### Metadatos complementarios

<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	Mireya Gabriela Lara Carhuancho
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71250278
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	Willy Hugo Calsina Miramira
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	09512630
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0001-6203-8344">https://orcid.org/0000-0001-6203-8344</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	Luis A. Evangelista Yzaguirre
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	10473466
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	Rosa Maria Tiburcio Alva
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	15610872
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	Oscar Abraham Morales Da Costa
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09599576
<b>Miembro del jurado 3</b>	
Nombres y apellidos	Willy Hugo Calsina Miramira
Tipo de documento	DNI

Número de documento de identidad	09512630
<b>Datos de investigación</b>	
Línea de investigación	Outsourcing y desarrollo empresarial
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: LimaProvincia: HuancayoDistrito: El - Tambo Dirección: Psj. Simona Montes N°205Latitud: - -12.042312 Longitud: - 77.082803
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2021-2022
URL de disciplinas OCDE	Ingeniería Industrial <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.11.04">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.11.04</a>



## ACTA DE SUSTENTACIÓN NO PRESENCIAL N°009-VDAP-FII-2022

### SUSTENTACIÓN DE TESIS NO PRESENCIAL (VIRTUAL) PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERA INDUSTRIAL

El Jurado designado por la Facultad de Ingeniería Industrial, reunidos de manera virtual a través de video conferencia, el día **jueves 24 de marzo de 2022**, a las 10:00 horas, se dará inicio a la sustentación de la tesis:

#### “ANÁLISIS DEL OUTSOURCING EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL EN PYMES DE SERVICIO DE SUMINISTRO VEHICULAR DE ACTIVIDADES EXTRACTIVAS Y PRODUCTIVAS DE LA CIUDAD DE HUANCAYO”

Que presenta la Bachiller:

**MIREYA GABRIELA LARA CARHUANCHO**

Para optar el Título Profesional de Ingeniera Industrial en la Modalidad:  
Ordinaria.

Luego de la exposición virtual, absueltas las preguntas del Jurado y siendo las **10:52** horas se procedió a la evaluación secreta, habiendo sido aprobada por **unanimidad** con la calificación promedio de **quince (15)**, lo cual se comunicó públicamente.

Lima, 24 de marzo del 2022

ING. LUIS ANTONIO EVANGELISTA YZAGUIRRE  
Presidente

ING. ROSA MARIA TIBURCIO ALVA  
Miembro

MG. OSCAR ABRAHAM MORALES DA COSTA  
Miembro

MG. WILLY HUGO CALSINA MIRAMIRA  
Asesor



Firmado digitalmente por RAEZ  
GUEVARA Luis Rolando FAU  
20148092282 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 25.03.2022 14:07:10 -05:00

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la influencia del outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicio de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo, para lo cual utilizaron las técnicas de recolección de datos encuesta, entrevista y cuestionarios como instrumentos, aplicados a 60 proveedores de pymes de servicio vehicular en la ciudad de Huancayo, los cuales permitieron obtener la información necesaria para realizar el análisis de influencia.

Concluyendo que: el outsourcing tácito y estratégico influyen directamente en el desarrollo empresarial basado en ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

Así mismo se concluye que, los indicadores más influyentes del outsourcing que vienen a ser: los contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor influyen directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo, cuando se emplea outsourcing tácito y estratégico.

**Palabras claves:** *Outsourcing tácito, outsourcing estratégico, desnaturalización*

## INDICE

RESUMEN .....	2
INTRODUCCION .....	13
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION .....	15
1.1 Descripción de la realidad del problema .....	15
1.2 Definición del problema.....	16
1.3 Justificación e importancia de la investigación.....	17
1.4 Objetivos de la investigación .....	18
2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 Antecedentes de la investigación .....	19
2.2 Bases teóricas .....	23
2.3 Marco conceptual .....	55
3 CAPÍTULO III: FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS.....	58
3.1 Hipótesis General .....	58
3.2 Hipótesis Específicas.....	58
3.3 Variables.....	58
4 CAPÍTULO IV: DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	60
4.1 Tipo de Investigación .....	60
4.2 Diseño de la Investigación .....	60

4.3	Población y Muestra.....	60
4.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	60
4.5	Técnicas de procesamiento y análisis de datos .....	61
5	CAPÍTULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.....	63
5.1	OUTSOURCING TÁCITO.....	63
5.2	OUTSOURCING ESTRATÉGICO .....	76
6	CÁPITULO VI: Contrastación de Hipótesis .....	89
6.1	Outsourcing tácito .....	89
6.2	Outsourcing estratégico.....	92
6.3	Contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor .....	95
6.4	Discusión de Resultados.....	110
6.5	Conclusiones y recomendaciones.....	113
7	BIBLIOGRAFÍA.....	115
8	ANEXOS.....	120

## INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Servicios prestados y precios estimados .....	51
Tabla 5.1 Distribución de frecuencias del uso de outsourcing tácito .....	63
Tabla 5.2 Influencia del outsourcing tácito en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo .....	64
Tabla 5.3 Influencia de los contratos tercerizados en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito .....	65
Tabla 5.4 Influencia del cumplimiento de pagos en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito	66
Tabla 5.5 Influencia del cambio de proveedor en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito ..	67
Tabla 5.6 Influencia del outsourcing tácito en el número de clientes.....	68
Tabla 5.7 Influencia de los contratos tercerizados en el número de clientes, cuando se usa outsourcing tácito.....	69
Tabla 5.8 Influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing tácito.....	70
Tabla 5.9 Influencia del cambio de proveedor en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing tácito.....	71
Tabla 5.10 Influencia del outsourcing tácito en el volumen de activos de la empresa.....	72

Tabla 5.11 Influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito.....	73
Tabla 5.12 Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito.....	74
Tabla 5.13 Influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito.....	75
Tabla 5.14 Distribución de frecuencias del uso de outsourcing estrategico .....	76
Tabla 5.15 Influencia del outsourcing estratégico en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	77
Tabla 5.16 Influencia de los contratos tercerizados en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	78
Tabla 5.17 Influencia del cumplimiento de pagos en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	79
Tabla 5.18 Influencia del cambio de proveedor en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	80
Tabla 5.19 Influencia del outsourcing estratégico en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	81
Tabla 5.20 Influencia de los contratos tercerizados en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	82
Tabla 5.21 Influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	83

Tabla 5.22 Influencia del cambio de proveedor en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	84
Tabla 5.23 Influencia del outsourcing estratégico en el volumen de activos .....	85
Tabla 5.24 Influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	86
Tabla 5.25 Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	87
Tabla 5.26 Influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	88
Tabla 6.1 Outsourcing tácito y su influencia en las ventas.....	89
Tabla 6.2 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de outsourcing y su influencia en las ventas .....	89
Tabla 6.3 Outsourcing tácito y su influencia en el número de clientes .....	90
Tabla 6.4 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de outsourcing y su influencia en el número de clientes .....	90
Tabla 6.5 Outsourcing tácito y su influencia en el volumen de activos .....	90
Tabla 6.6 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de outsourcing y su influencia en el número de clientes .....	91
Tabla 6.7 Outsourcing estratégico y su influencia en las ventas .....	92
Tabla 6.8 Prueba Chi-cuadrado de Pearson del outsourcing estratégico y su influencia en las ventas .....	92

Tabla 6.9 Outsourcing estratégico y su influencia en el número de clientes .....	93
Tabla 6.10 Prueba Chi-cuadrado de Pearson del outsourcing estratégico y su influencia en el número de clientes .....	93
Tabla 6.11 Outsourcing estratégico y su influencia en el volumen de activos .....	93
Tabla 6.12 Prueba Chi-cuadrado de Pearson del outsourcing estratégico y su influencia en el número de clientes .....	94
Tabla 6.13 Influencia de los contratos tercerizados en las ventas .....	95
Tabla 6.14 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia de los contratos tercerizados en las ventas .....	96
Tabla 6.15 Influencia de los contratos tercerizados en el número de clientes .....	97
Tabla 6.16 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia de los contratos tercerizados en el número de clientes .....	97
Tabla 6.17 Influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos .....	99
Tabla 6.18 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos .....	99
Tabla 6.19 Influencia del cumplimiento de pagos en las ventas.....	100
Tabla 6.20 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cumplimiento de pagos en las ventas .....	101
Tabla 6.21 Influencia del cumplimiento de pagos en las el número de clientes.....	102

Tabla 6.22 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes .....	102
Tabla 6.23 Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos .....	104
Tabla 6.24 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos .....	104
Tabla 6.25 Influencia del cambio de proveedor en las ventas .....	105
Tabla 6.26 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cambio de proveedor en las ventas .....	106
Tabla 6.27 Influencia del cambio de proveedor en el número de clientes.....	107
Tabla 6.28 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cambio de proveedor en el número de clientes.....	107
Tabla 6.29 Influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos.....	109
Tabla 6.30 Prueba Chi-cuadrado de Pearson de la influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos .....	109

## INDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Evolución del outsourcing.....	24
Figura 2.2 Ciclo de vida del outsourcing.....	30
Figura 2.3 Funcionamiento de una empresa.....	36
Figura 2.4 Organización de una empresa.....	40
Figura 2.5 Ciclo de vida de una empresa.....	44
Figura 2.6 Ubicación de las empresas de servicio vehicular en estudio.....	48
Figura 2.7 Diagrama de proceso de atención.....	54
Figura 2.8 Organización de empresas de servicio vehicular.....	55
Figura 5.1 Gráfico de barras del uso del outsourcing tácito en las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	63
Figura 5.2 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing tácito en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	64
Figura 5.3 Gráfico de barras de la influencia de los contratos tercerizados en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito.....	65
Figura 5.4 Gráfico de barras de la influencia del cumplimiento de pagos en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito.....	66
Figura 5.5 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en las ventas, cuando se usa outsourcing tácito.....	67

Figura 5.6 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing tácito en el número de clientes ....	68
Figura 5.7 Gráfico de barras de la influencia de los contratos tercerizados en las el número de clientes, cuando se usa outsourcing tácito .....	69
Figura 5.8 Gráfico de barras de la influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing tácito .....	70
Figura 5.9 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing tácito .....	71
Figura 5.10 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing tácito en el volumen de activos de la empresa .....	72
Figura 5.11 Gráfica de barras de la influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito .....	73
Figura 5.12 Gráfica de barras de la influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito .....	74
Figura 5.13 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing tácito .....	75
Figura 5.14 Gráfico de barras del uso del outsourcing estrategico en las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	76
Figura 5.15 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing estratégico en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo.....	77
Figura 5.16 Gráfico de barras de la influencia de los contratos tercerizados en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	78

Figura 5.17 Gráfico de barras de la influencia del cumplimiento de pagos en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico.....	79
Figura 5.18 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en las ventas, cuando se emplea outsourcing estratégico.....	80
Figura 5.19 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing estratégico en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo .....	81
Figura 5.20 Gráfico de barras de la influencia de los contratos tercerizados en las el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico.....	82
Figura 5.21 Gráfico de barras de la influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	83
Figura 5.22 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en el número de clientes, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	84
Figura 5.23 Gráfico de barras de la influencia del outsourcing estratégico en el volumen de activos .....	85
Figura 5.24 Influencia de los contratos tercerizados en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	86
Figura 5.25 Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	87
Figura 5.26 Gráfico de barras de la influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos, cuando se emplea outsourcing estratégico .....	88

## INTRODUCCION

Actualmente la modalidad de outsourcing, se viene utilizando en gran escala, en Huancayo, el Perú y el mundo, generando gran cantidad de empleos principalmente apoyando a pymes, sin embargo, también existen aspectos negativos, tales como la desnaturalización de los diferentes factores que permiten dicha modalidad, tales como el incumplimiento de los contratos, el no cumplimiento de pagos y tercerizaciones subdivididas.

El desarrollo empresarial depende del outsourcing, influyendo directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos, factores que son indicadores del desarrollo, tal como manifiesta Jauregui Acevedo & Medina Arellano (2019), quién expresa que, buscar servicios tercerizadores por parte de una empresa, y a su vez desnaturalizar el contrato laboral de tercerización tiene un efecto negativo de gran impacto en los principios de economía y celeridad, careciendo de veracidad en el cumplimiento del trabajo. Así mismo el cambio de proveedor, cumplimiento de pagos y los contratos tercerizados influyen en las ventas, volumen de activos y número de clientes tal como concluye Arribasplata Solano, Núñez Guzmán, & Tapia Cabrera (2019), quien en su investigación expresa que, la gestión de las ventas influye de forma directa en el desarrollo económico y empresarial, en el distrito de Lince, Lima y así mismo determina que la relación cliente empresa, se relaciona directamente con el desarrollo económico.

Para la investigación se estableció el problema de investigación: ¿De qué manera influye el outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?, y partiendo de ello

se planteó la hipótesis: El outsourcing tácito y estratégico influyen directamente en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo, planteándose el objetivo principal de analizar la influencia del outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

La presente investigación pretende establecer cuáles son los principales criterios que afectan el desempeño del outsourcing que un inicio se implementa con el objetivo de ofrecer los mejores productos al mercado, pero en algunos casos como el de Huancayo no se logra el desarrollo esperado en las pymes de la ciudad, pudiendo identificar así los puntos débiles de esta modalidad de negocio para poder lograr el desarrollo empresarial esperado, así mismo la investigación nos permitirá dar a conocer a todo el Perú y el mundo los factores que afectan y se puedan tener en cuenta en el momento de ingresar a una nueva modalidad de trabajo.

# CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

## 1.1 Descripción de la realidad del problema

El outsourcing es una modalidad aplicada a nivel mundial, la cual tiende a ser muy beneficiosa para grandes y pequeñas empresas, quienes pueden llegar a generar un promedio de 60 y 70% de empleo gracias a este tipo de trabajo, considerándose así una parte primordial de la economía mundial (ONU, 2018). En América Latina, con el outsourcing según análisis de estimación de mercado se puede llegar a alcanzar ingresos por unos 8 300 millones de dólares, de los cuales América Central es productora de la mitad (Torres Rojas, 2016), así mismo señala que Brasil es el país con más tercerización a nivel regional, seguido de Colombia, Argentina, y en cuarto lugar Perú con un 5,1%, posicionándose en un puesto superior a otros países vecinos (Gestión, 2017). En Perú el 90% de empresas trabaja bajo la modalidad del outsourcing, subcontratando proveedores, principalmente pymes especialistas en el tema. (Gestión, 2018). Sin embargo, esta modalidad de trabajo tiene aspectos negativos al momento de ejecutarlo, tales como incumplimiento de contratos, pagos, cambio de proveedor sin previo aviso, lo cual genera que la empresa proveedora genere un ambiente de inestabilidad laboral, afectando principalmente al proveedor, en su mayoría pequeñas y microempresas que ofrecen sus servicios a empresas más grandes.

Por otra parte, el Perú se ha incluido y con gran acogida el servicio de alquiler de vehículos livianos, el cual viene creciendo a pasos agigantados (Bacigalupo, 2019).

En la ciudad de Huancayo se viene desarrollando con gran rapidez el incremento de pymes, que brindan servicios de alquiler de vehículos livianos, por lo que existe un potencial mercado y muchos proveedores hacen uso de outsourcing, sin embargo, se ha presenciado que en este lugar

se ha generado una desnaturalización del mismo; en Huancayo se viene utilizando dos tipos de outsourcing, el tácito y el estratégico, quienes están basados en un contrato a corto plazo y a largo plazo respectivamente, siendo el incumplimiento de estos contratos, el cambio de proveedor y el incumplimiento de pagos los que han venido causando una serie de inconvenientes al no cumplir con los criterios establecidos por parte de las empresas, provocando un estancamiento económico en las ventas, afectación en el número de clientes y volumen de activos, de las empresas proveedoras de servicio de alquiler vehicular, mismo que acarrear subproblemas tales como la no renovación de sus vehículos por los bajos ingresos, inestabilidad laboral para los trabajadores, pérdida de oportunidades de inversión, aumento de endeudamiento, llegando así a un fracaso asegurado, y afectando considerablemente al desarrollo empresarial.

## **1.2 Definición del problema**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera influye el outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?

### **1.2.2 Problemas Específicos**

- ¿De qué manera el outsourcing tácito influye en las ventas, número de clientes y volumen de activos en pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?
- ¿De qué manera el outsourcing estratégico influye en las ventas, número de clientes y volumen de activos en pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?

- ¿Cómo influyen los contratos tercerizados, el cumplimiento de pagos y el cambio de proveedor en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?

### **1.3 Justificación e importancia de la investigación**

#### **1.3.1 Justificación Teórica**

La presente investigación, nace de la búsqueda de entablar una relación con el desarrollo empresarial y el outsourcing, para fines positivos en las empresas de alquiler de vehículos en Huancayo y para todo el mundo, en base a la siguiente investigación se podrán aportar conocimientos descubiertos del análisis del mercado, teniendo en cuenta la finalidad y características del outsourcing que podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporado como conocimiento a la gestión empresarial, y evaluar en qué grado y cuanto riesgo representa trabajar mediante el outsourcing, así se podrán reconocer cuales son los aspectos que afectan directamente en el desarrollo empresarial desde el punto de vista de proveedor, para poder identificarlos y brindar soluciones inmediatas para mejorar y tener un desarrollo positivo como empresa pymes.

#### **1.3.2 Justificación Práctica**

Con la presente investigación se podrán tomar acciones prácticas de la gestión administrativa y económica -financiera en base a las problemáticas encontradas en el desarrollo del outsourcing, y dar soluciones inmediatas a esta nueva modalidad, en aspectos como , estimar sus tiempos de cobranza, integren y controlen en forma eficiente y efectiva sus procesos de contratación y de cobranza con ello incrementar sus ventas, número de clientes, y su volumen de

activos para así ir gradualmente favoreciendo al desarrollo empresarial en Huancayo, nivel nacional y mundial.

### **1.3.3 Justificación metodológica**

Según la investigación se podrá establecer cuál es la influencia del outsourcing en el desarrollo empresarial, y si existen problemáticas, evaluarlas si son factibles solucionarlas o si simplemente la metodología no es adecuada para desarrollar como empresa, y si es factible la modalidad del outsourcing que pautas seguir y que metodología utilizar, lo cual servirá como herramienta de buen empleo del outsourcing.

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo General**

Analizar la influencia del outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar la influencia del outsourcing tácito en las ventas, número de clientes, volumen de activos en las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.
- Analizar la influencia del outsourcing estratégico en las ventas, número de clientes, volumen de activos en las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

- Analizar la influencia de contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor, en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

## 2 CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1 Antecedentes Nacionales

**Jauregui Acevedo & Medina Arellano (2019)**, Concluye que, buscar servicios tercerizados por parte de una empresa, y a su vez desnaturalizar el contrato laboral de tercerización tiene un efecto negativo de gran impacto en los principios de economía y celeridad, careciendo de veracidad en el cumplimiento del trabajo, produciendo demoras. Así mismo en base a estos hechos negativos se tiende a realizar demandas por la violación del cumplimiento de cláusulas, influyendo de forma negativa en el desarrollo de la empresa. Volviéndose así que tercerizar en algunas veces sea más que ingreso un egreso ya que cuando no se realiza de forma adecuada se podrían generar gastos tanto económicos como pérdidas en el tiempo como demandas, tiempos en audiencias, mobiliarios, luz eléctrica, afectando los fines de la reforma laboral.

**Quiroz Moncada (2021)** concluye que, su investigación realizada, en base a entrevistas y análisis documentales aplicados al tema de tercerizar, afecta de manera negativa en la aplicación de la Ley N° 29245, ley que regula los servicios de tercerización y su reglamento, por motivo que se terceriza lo tercerizado, si en una primera instancia se vuelve aportante porque se genera más empleo, pero vulnera derechos laborales de los que laboran, así mismo el reglamento no es tan puntual en ese aspecto de no establecer cuáles son los pasos y criterios exactos a seguir para un

buen desarrollo de la tercerización, se desnaturaliza y se vuelve precaria el papel de ayuda y trabajo de los que laboran en esa modalidad.

**Santisteban Huancas (2019)** expresa que, luego de evaluar los aspectos negativos que permiten la desnaturalización del outsourcing, se concluye que se viene operando en base a una mala concepción de lo que es tercerizar, misma que debería ser un apoyo al encargo inicial sin afectar a la empresa que contrata, teniendo en cuenta lo establecido en el reglamento se puede apreciar que por parte del reglamento se da una contradicción muy evidente donde no hay algo netamente establecido en esencia a la tercerización, principalmente en no establecer un límite que pueda no salirse de lo positivo y no afecte los derechos de las personas que trabajan de esta manera.

**Torres Pinón (2018)** Concluye que, las Mypes aún no han implementado políticas de calidad, objetivos o procedimientos en un 29%, además no planifican de manera estratégica en un 71%, no se desarrolla evaluaciones de desempeño laboral en un 36%, se reconoce también que en un 86% el sector construcción como el que terceriza mas, concluyendo que el equipamiento que genera más ingresos es el volquete, además se evaluó que el 86% está de acuerdo en implementar actividades para la mejora continua.

**Arribasplata Solano, Núñez Guzmán, & Tapia Cabrera (2019)**, concluyen en su investigación que, la gestión de las ventas influye de forma directa en el desarrollo económico y empresarial, en el distrito de Lince, Lima. Así mismo se estableció que la relación cliente empresa, se relaciona directamente con el desarrollo económico y empresarial. El equipo de ventas pudo influenciar de manera positiva en el desarrollo empresarial, ya que se llegó a la conclusión que son una parte importante en la empresa para el buen desarrollo de los productos a ofrecer y gracias al

trabajo que se puede llegar a ofrecer por ciertas áreas de la empresa se puede asegurar el desarrollo empresarial.

### **2.1.2 Antecedentes Internacionales**

**Vega Saldaña (2020)**, establece en su investigación que en México más de 3 millones de personas se dedican a ejercer bajo modalidad outsourcing, así mismo concluye que trabajar de esta manera produce incertidumbre, y puede ser malo porque perjudica derechos laborales, por lo que se deberá mejorar las leyes que den alcances de tercerización para tener algo establecido con respecto a esta modalidad, y evitar malas prácticas de empresas que acuden al outsourcing muchas veces para evadir responsabilidades.

**López Iglesias (2018)**, expresa que, las ventajas más sobresalientes del outsourcing, son que ayuda a la empresa principal en no tener que invertir directamente, pudiendo así tener para invertir en otras actividades de carácter principal, así mismo se reduce los costos, convirtiéndolos en variables, obteniendo así flexibilidad, respuesta rápida. Los inconvenientes principales y son motivo de incertidumbre para las empresas principales son que las empresas tercerizadoras se conviertan en competencia directa, y estas se queden con los clientes porque contaban desde un inicio con el trato directo, incumplimiento de plazos, mala selección de proveedores. Aun así, se ha visto a esta modalidad de trabajo muy aportante, ampliando la vista en diferentes sectores comerciales, así mismo dentro de los puntos negativos muchas veces es la falta de comunicación o atención por parte de las empresas que prestan servicios de tercerización, dificultando realizar ventas de manera inmediata, o muchas veces pérdida del cliente.

**Arce Soto, Chacón León, & España Chavarría (2017)**, concluyen que, el outsourcing genera tensión en las persona que quieren tercerizar, dependiendo de las responsabilidades que se

puedan requerir, así mismo se concluye que el outsourcing genera inconvenientes al momento de laborar en forma conjunta, la desnaturalización por omisión de los términos de negociación, no cumplimiento de cláusulas que un momento se establecieron para ser cumplidas por ambas partes, quedando claro que el outsourcing debe desarrollarse de forma conjunta entre proveedor y empresa principal, dos empresas aliadas con diferentes objetivos pero que se han hecho equipo para ser uno solo con el único objetivo de desarrollar el crecimiento empresarial.

**Hernández Miranda (2020)**, expresa que, el outsourcing produce desnaturalización del contrato para prestación de servicios, debido al desarrollo de la actividad laboral, se da por medio de la configuración de los elementos de la naturaleza de una relación laboral, dependencia del proveedor, expresando así que no siempre las actividades se realizan conforme lo establecido un contrato o de forma verbal, siempre hay cambios o faltas al contrato establecido, de esa forma generando estabilidad laboral y desnaturalizando totalmente el objetivo de tercerizar, fallando a diferentes aspectos de lo establecido inicialmente.

**Baracaldo Rincón (2018)**, concluye que, el outsourcing es una manera común de subcontratación, sin embargo, se debe establecer que genera muchas desventajas al momento de laborar, así mismo las reglas deben estar esclarecidas de forma puntual para tener en cuenta los aspectos de intermediación para establecer puntos fuertes a lo largo de la cooperación laboral. A fin de que se generen nuevas oportunidades para laborar, que garantice derechos laborales, así mismo evaluando mejorar la desnaturalización de la tercerización. Se concluye también que se tendrá que analizar las áreas que se dedican a externalizar con el fin de un equilibrio, alcances, carrera administrativa, teniendo en cuenta que los empleos externalizados son asistenciales, pero aun así estos se podrían incluir al sector público, para mejorar condiciones laborales.

## **2.2 Bases teóricas**

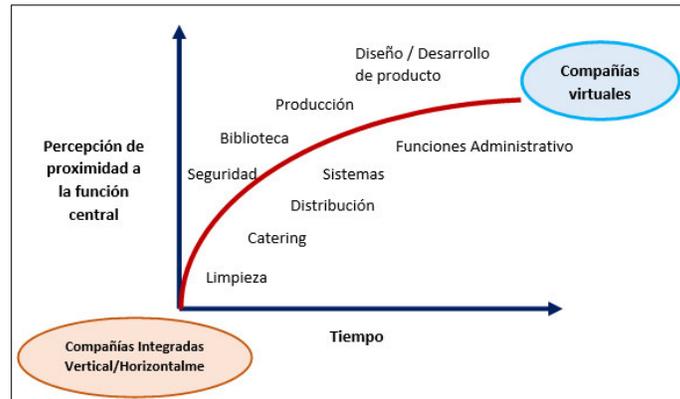
### **2.2.1 Outsourcing**

#### **2.2.1.1 Historia del outsourcing**

Surge en el siglo XX, convirtiéndose en una herramienta de gran uso en el mundo de las empresas. (Algarñaz Martínez & Paco Hilari, 2020)

El outsourcing viene a ser el trabajo realizado por otras empresas o personas, cumpliendo actividades y funciones que en un inicio lo realizaba una empresa principal, es dar la opción a un tercero de poder realizar las actividades de producción y tener control de ellas. (Santisteban Huancas, 2019). Las empresas actuales, cuentan con varias actividades tercerizadas, permitiendo así que otras empresas se hagan cargo de ello. El outsourcing es aplicado a muchas industrias como ropa, zapatería, automotriz, software, electricidad, entre muchas otras. (Luque Malat, Marín Narváez, & Salcedo Toro, 2015). El creciente desarrollo tecnológico, ha logrado que el término outsourcing, llegue a mas sectores y áreas en la industria, este tipo de actividades de tercerización empezó en Estados Unidos, al iniciar los años 70, empezando por tercerizar servicios de consultoría electrónica. (Luque Malat, Marín Narváez, & Salcedo Toro, 2015)

**FIGURA 2.1 EVOLUCIÓN DEL OUTSOURCING**



Fuente: Representación de la evolución del outsourcing, tomado de (Luque Malat, Marín Narváez, & Salcedo Toro, 2015, pág. 22)

### 2.2.1.2 Clasificación del outsourcing

Actualmente el outsourcing se divide en muchas variedades, dependiendo al objetivo en que se desea ejercer, a continuación, se presenta algunos tipos:

#### a) De acuerdo a la finalidad:

- **Tercerización táctica:**

Este tipo de outsourcing se da cuando se desea tercerizar un servicio que no es primordial, pero se subcontrata por la disminución de costos, se caracteriza también por ser una tercerización a corto plazo. (López Iglesias, 2018)

- **Tercerización Estratégica:**

Esta tercerización se considera de mayor escala, ya que la empresa que busca el outsourcing busca establecer una relación con la persona que prestará sus servicios a un largo plazo, buscando alianzas para bien de la empresa, el objetivo principal de

este tipo de outsourcing, es producir servicios de calidad con el fin de generar más venta y un mejor desarrollo empresarial. (López Iglesias, 2018)

**b) Según ubicación de la prestadora de servicio**

• **Off shore**

El off shore es la exportación de servicios, significa ofrecer servicios a otros países que no sean el de residencia, este es un tipo de outsourcing que ciertamente trae ventajas al ahorrar costos y a su vez obtener servicios de extranjeros pudiendo ser más innovadores o incluir otras cosas. ( Ramos Geldres, 2020)

• **Nears shore**

El Nears Shore, es un tipo de outsourcing en donde las empresas buscan subcontratar a otras personas o empresas que estén cercanas a su centro de trabajo, elijen este tipo de outsourcing generalmente por los costos menores, cultura, y generación de confianza. ( Ramos Geldres, 2020).

**c) Según su profundidad**

• **Business process outsourcing (BPO).**

Este tipo de outsourcing está relacionado con los procesos que generen valor a una empresa, consistiendo en asignación de servicios a un tercero de cierta área que laboraba en la empresa, Consiste en la asignación a terceros de una actividad que se realizaba por un área de la empresa. ( Rodriguez Sanchez, 2018)

- **Business transformation outsourcing (BTO)**

( Rodríguez Sanchez, 2018) señala que, este tipo de outsourcing es la ampliación del business process outsourcing, aquí se genera una asociación entre proveedor y cliente, este paso es el estratégico en el outsourcing ya que este es en donde el proveedor asume la administración, y trabaja en conjunto con la empresa para llegar a una producción deseada, este outsourcing es el que está más cerca de ser el núcleo del proceso.

**d) En función a la exclusividad**

- **Outsourcing exclusivo:**

En este tipo de outsourcing se habla de exclusividad, ya que la empresa que presta servicios trabaja para única empresa, generando autenticidad para la que contrata sus servicios.

- **Outsourcing compartido:**

Este tipo de outsourcing la empresa que presta servicios ofrece sus servicios a varias empresas.

### **2.2.1.3 Factores del outsourcing**

**a) La actividad**

- **Manufactura:**

Uno de los factores del outsourcing es la manufactura porque es el objetivo principal de la modalidad, producir productos de calidad basándose en los servicios de terceros. (López Iglesias, 2018)

- **Servicio**

Según López Iglesias (2018), el outsourcing está basado en un sinnúmero de servicios a diferentes industrias, áreas, los cuales deberán realizarse con responsabilidad para bien de las empresas involucradas.

**b) La relación**

- **Soporte**

López (2018) expresa que la relación empresa proveedor dará el soporte necesario para establecer un mercado potencial, y establecerse en el mercado.

- **Confiabilidad**

Entre las empresas tendrá que establecerse una relación de confiabilidad en donde la empresa que terceriza, tenga la confianza de dejar en manos de un tercero la producción de sus servicios o productos. (López Iglesias, 2018).

- **Alineación**

Entre proveedor y empresa tiene que existir una relación de alineamiento con un único objetivo, la producción. (López Iglesias, 2018)

- **Alianza**

Según López Iglesias (2018), la alianza es clave, gracias a eso se fortalecerán lazos de trabajo, bajo valores de responsabilidad, puntualidad, compromiso.

#### **2.2.1.4 Etapas del outsourcing**

El outsourcing se desarrolla bajo las siguientes etapas:

**a) Externalizar:**

- **Identificación de la oportunidad**

Algarañaz y Paco (2020) expresa que el outsourcing parte de una nueva oportunidad de negocio, identificando que servicios se pueden trabajar bajo esta modalidad, concretando la idea se podrá establecer condiciones de inicio.

**b) Evaluación del potencial inicial:**

Algarañaz y Paco (2020) Esta etapa tiene como objetivo hacer un estudio de mercado para establecer un proyecto futuro y tener una valoración positiva o negativa del mismo. (p.37)

- **Firma y definición:**

Esta etapa consistirá en detallar lo que se va a realizar y definir con las partes involucradas lo que se va a lograr y a realizar, establecer el proveedor que ha cumplido con las expectativas y dar inicio firmando un contrato de prestación de servicio. (Algarañaz y Paco, 2020)

- **Puesta en marcha**

Algarañaz y Paco, (2020), aquí se podrá establecer los servicios ofrecidos, y se estabilizará o modificará aspectos de trabajo, según los requerimientos del mercado y exigencias de la empresa.

**c) Estandarizar y revisar contrato**

• **Revisión del modelo de outsourcing y del contrato:**

Algarañaz y Paco, (2020), luego de la puesta en marcha, se podrá estandarizar los puntos negativos y positivos de la nueva modalidad, y se podrá establecer nuevos aspectos en el contrato o mejoras. (p.38)

• **Transición:**

En la transición se podrán ver que, si después de un determinado tiempo se puede trabajar con el mismo proveedor, si ha cumplido con las expectativas, según contrato se podrá pedirle que ya no se desea sus servicios o seguir contratándolo. (Algarañaz y Paco, 2020, pág. 38)

**d) Retorno de actividades externalizadas:**

• **Definición y evaluación:**

Esta etapa va a comprender el análisis desde el inicio de la puesta en marcha de la tercerización evaluación en bases a las áreas involucradas de la empresa para llegar a un acuerdo de si es viable o no seguir con el proveedor o servicio. (p.39)

• **Implantación de actividades:**

Algarañaz y Paco, (2020), según el modelo establecido, se llevará de ser externo a internalizarlo, los análisis evaluados se coordinarán para establecerlos como finales, establecer el equipo de trabajo, brindar las capacitaciones necesarias, y realizar la puesta en marcha. (p.40)

### e) Ciclo de vida del outsourcing

El ciclo de vida va a empezar desde la creación del servicio o outsourcing y terminará en la estandarización del mismo, tal cual se muestra en la siguiente figura.

(Acevedo Garnica, 2016)

**FIGURA 2.2 CICLO DE VIDA DEL OUTSOURCING**



Fuente: Representación por etapas del ciclo de vida del outsourcing, por (Acevedo Garnica, 2016, pág. 22)

## 2.2.2 Beneficios y riesgos del outsourcing

### 2.2.2.1 Beneficios:

#### a) Reducción de costos:

La reducción de costos es uno de los beneficios más importantes de la modalidad outsourcing, porque la empresa al tercerizar en algunas ocasiones le tiende a salir más económico el servicio o producto gracias a que las otras empresas ya están establecidas y

ofrecen a más bajo costo del que uno como empresa los puede producir. ( Rodríguez Sanchez, 2018)

Cuando las empresas hacen un estudio de mercado pueden darse con la sorpresa de que un proveedor tercero ofrece lo mismo a menos costo, es por ello que la opción de preferirlo se vuelve más potencial. (Bedoya Gomez, 2018)

#### **b) Experiencia del proveedor**

Rodríguez Sanchez, (2018), expresa que la experiencia del proveedor es un punto importante en la tercerización, ya que de él depende la aceptación del cliente y de la empresa que lo contrata, normalmente un proveedor ofrece servicios que son más innovadores y potencializados al que uno como empresa ofrece es por ello que la empresa decide que es mejor la subcontratación, sumado a esto los proveedores cuentan con más incorporación de sub servicios que puedan ofrecer para dar la seguridad a los involucrados.

#### **c) Establecerse como competencias**

Rodríguez Sanchez (2018), ofrecer productos que tengan un valor agregado al mercado, lo que les permite establecerse en el mercado, con nuevas e innovadoras propuestas de servicio, lo que al cliente impresionará en primera instancia y decidirá contratar sus servicios, frente a un mercado competitivo.

Así mismo permitirá concentrarse en la mejora continua del producto o servicio que se está ofreciendo, definiendo diseños estratégicos, invirtiendo en innovación para crecer y establecer una ventaja sobre la competencia. (Bedoya Gomez, 2018)

#### **d) Disponibilidad de fondos de capital**

Gracias a que los servicios lo realizan otras empresas o prestadores de servicios, la empresa que contrata dispondrá de espacio, fondos que no ha invertido en desarrollar el servicio. (Bedoya Gomez, 2018)

#### **e) Aceleración de la obtención de beneficios**

El tiempo es muy importante en la entrega de servicios, es por ello que las organizaciones se deciden por contratar empresas que brinden esas facilidades de tiempo, y calidad. ( Rodriguez Sanchez, 2018)

#### **f) Acceso a capacidades y soluciones innovadoras**

Uno de los beneficios del outsourcing es que los proveedores pueden ofrecerte un servicio aun mayor al que esperabas, von nuevas ideas, nuevos servicios incluidos que puedan abarcar más mercado, como, estrategias, metodología, tecnologías. ( Rodriguez Sanchez, 2018)

### **2.2.2.2 Riesgos:**

#### **a) Pérdida de control:**

Rodriguez (2018), cuando se terceriza lo tercerizado, dando de un proveedor a otro, ocurren perdidas de control en el manejo del servicio, produciendo un sinfín de aspectos negativos, ya que ese no es el servicio o producto que se deseó como empresa, produciendo rechazo, baja en las ventas, entre otras.

#### **b) Convertir en competidor al proveedor**

Este es uno de los riesgos más potenciales, ya que el proveedor puede convertirse en competencia, dependerá del impacto y cuan desarrollada es la empresa al punto de que

el proveedor no pueda competir con ella, así mismo el riesgo puede ocurrir cuando el proveedor tiene contacto directo con el mercado, y aprovechándose de la información de la empresa abastezca de forma directa, aquí pone en juego la cláusulas de contrato establecidas en el tiempo de trabajo. (Bedoya Gomez, 2018)

**c) Pérdida de conocimiento y habilidades**

Bedoya (2018), cuando el producto pasa a manos de un proveedor diferente, puede que el producto no llegue a la calidad inicial esperada y surja rechazo por parte de los clientes, ya que no se llega a lo que se producía en un inicio, será de gran importancia evaluar al proveedor y ver sus potenciales para que pueda ofrecer un producto garantizado. (p.107)

**d) Dependier del proveedor**

Depender del proveedor es un punto negativo ya que la dependencia hará que la empresa no se desarrolle con nuevos productos o el proveedor pueda establecer cláusulas que no están establecidas y sean aceptadas por las organizaciones para no dañar la empresa, así mismo el cambiar de proveedor también puede ser un riesgo ya que los productos pueden diferir en muchos aspectos generando incomodidad en el mercado. (Bedoya Gomez, 2018)

**e) Incremento de los costos de puesta en marcha**

Bedoya Gomez (2018), estos costos pueden ser un punto en contra, ya que será un aporte adicional que saldrá de la empresa, para llegar a ofrecer un producto final, las reuniones, es por ello que se tendrá contratar proveedores que sean capaces de cumplir con todas las expectativas y que los costos de puesta en marcha no sean en vano.

**f) Afectación del clima laboral**

El clima laboral tiende a afectar de manera negativa cuando no es bueno, las despedidas, el trato hacia el proveedor, incentivos, son factores que van a ser reflejados en la producción de las personas que ofrecen servicios, se corre el riesgo de que el rendimiento baje, tenga incertidumbre por si sean despedidos (Bedoya Gomez, 2018, pág. 108)

**g) Incumplimientos de calidad y tiempos de entrega**

Bedoya (2018), cuando el proveedor no cumple con lo establecido y no da el servicio esperado, no cumple con la calidad a la que se estaba acostumbrado, y agregado a eso no entrega el producto en el plazo establecido genera pérdidas importantes.

**2.2.2.3 Ley N° 29245 de tercerización en el Perú**

La Ley N° 29245, fue promulgada el 24 de junio del 2008, ley que en sus artículos establecen: objeto de la ley, definición, casos que constituyen tercerización de servicios, desplazamiento de personal a la empresa principal, desnaturalización, derecho, garantía, registro de las empresas tercerizadoras de derechos laborales a información, responsabilidad, así mismo, define la tercerización como:

**Artículo N° 2:**

Se entiende por tercerizar, la contrata de empresas que realicen servicios que la empresa que los contrata no puede realizar, empresas que cuenten con financiamiento propio en el desarrollo del producto o servicio final, con la finalidad de que lo puedan

ofrecer listo para el consumo, se responsabilicen por los resultados de su trabajo y sus trabajadores (Ley N° 29245. Ley que regula los servicios de tercerización, 2008)

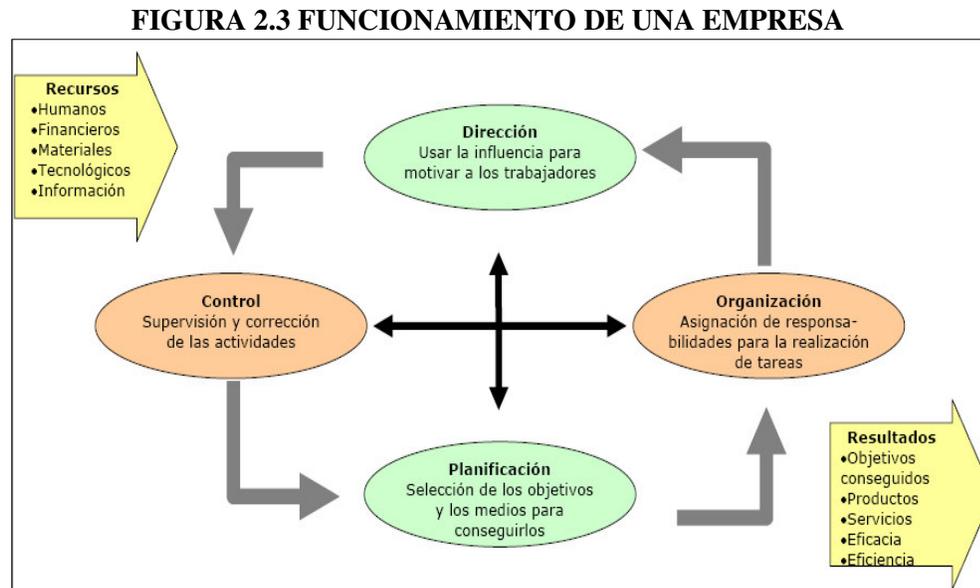
El outsourcing que se viene aplicando en las pymes de servicio de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo, cierta parte de sus modalidades de trabajos se encuentran enmarcados dentro de la presente ley ; puesto que no en todos los servicios de suministro vehicular que prestan las pymes del presente estudio cumplen con que sus servicios brindados corren por su cuenta y riesgo ; puesto que cuando entran a trabajar con empresas de gran magnitud, estas prefieren solo adquirir el servicio del suministro vehicular asumiendo ellos los costos y riesgos en los que ellos puedan incurrir al operar los suministros vehiculares, que según lo investigado el tipo de contrato para estos tipos de trabajos estaría regulado dentro de los contratos modernos normado por el código civil.

### **2.2.3 Desarrollo empresarial**

El desarrollo empresarial viene a ser los diferentes elementos que una persona utiliza para establecer una organización y dirigirlo hacia un objetivo. En base a una cultura empresarial, gestión, innovación, compromiso, crecimiento económico, generando impactos en el mercado que permitan solucionar sus expectativas. La creación de nuevas empresas se ha establecido como de gran importancia para el desarrollo a nivel mundial económicamente, desarrollando nuevos servicios y productos para ofrecer y facilitar la vida a las personas, por ello que es de vital importancia para el empresario buscar aspectos que favorezcan a cumplir expectativas y objetivos positivos que desarrollen su capital económico y humano. ( Delfín Pozos, 2016)

### 2.2.3.1 Empresa

Unidad económica y social, conformada por elementos materiales, humanos, técnicos, cuyo único objetivo es ofrecer servicios o productos para satisfacción de un mercado, haciendo uso de un capital. Unidad que se dedica a actividades mercantiles, industriales, prestación de servicio con fines de lucro. Los objetivos principales de una empresa serán rentabilidad, crecimiento y supervivencia. ( Pinto et al, 2018).



Fuente:Funcionamiento de una empresa, recursos y resultados, por Renau Piqueras (2012)

#### a) Constitución de una empresa

Una empresa está constituida por elementos, necesarios para llegar a su objetivo.

##### • Elementos humanos:

**Trabajadores.**

La mano de obra es uno de los elementos más importantes, ya que en base al trabajo que los trabajadores realicen la empresa se va a garantizar por sí sola, y se ganaran un mercado. (Fundación-BCSD, 2012)

### **Empresario**

Fundación-BCSD (2012), el empresario, cumple la función de líder, es quien se encarga de organizar cada proceso en la empresa, con el objetivo de producir y apuntar al desarrollo empresarial, además es quien tiene la responsabilidad de sacar a flote a la empresa en caso se presenten tiempos difíciles.

- **Elementos materiales:**

#### **Recursos naturales**

Son las materias primas utilizadas para elaborar los productos o servicios.

#### **Capital físico**

Bienes físicos que pueden ser la base de la construcción de la empresa, este capital es obtenido por las personas. (p.30)

### **b) Entorno**

- **Macroentorno**

El macroentorno, vienen a ser los factores externos a la empresa, que influyen de una u otra manera, pero la empresa no influye en ellos. ( Pinto et al, 2018).

- **Político**

Pinto et al (2018), el macroentorno político incluye las leyes, y sus aplicativos, la estabilidad que genere un país o región para los que deseen invertir, fijación de un salario mínimo. (p.6)

- **Económico:**

El factor económico tiene mucho que ver con la estabilidad monetaria en un país, la inflación, tipos de cambio, los cuales no dan seguridad a los inversionistas. (p.6)

- **Social:**

El entorno social puede ser de gran impacto, como por ejemplo las migraciones, ideologías, culturas, religiones. (p.6)

- **Tecnológico:**

La tecnología en la actualidad es una herramienta de gran ayuda, por lo tanto, será un elemento muy importante en la producción y crecimiento empresarial. (p.6)

- **Microentorno:**

Es el entorno que se relaciona con la empresa, pero aun así son factores externos:

- **Proveedores:**

Pinto et al (2018), aquellas personas que abastecen a la empresa para que pueda producir sus productos o servicios.

**Clientes:**

Pinto et al (2018), sostiene que, los clientes son las personas que satisfacen sus necesidades consumiendo productos de la empresa, ellos son parte importante, ya que de ellos depende el crecimiento e ingresos monetarios.

**Competidores:**

Empresas u organizaciones que se dedican a ofrecer los mismos productos, y se disputan los clientes, es importante tener una esencia propia en diferentes aspectos de lo que se ofrece para poder asegurar un mercado. (Pinto et al, 2018, p.8)

- **Empresa:**

**Gerentes:**

Son los que llevan la responsabilidad de toda la empresa, dirigen, planifica, rectifican, organiza, toman decisiones en cada paso que da a empresa.

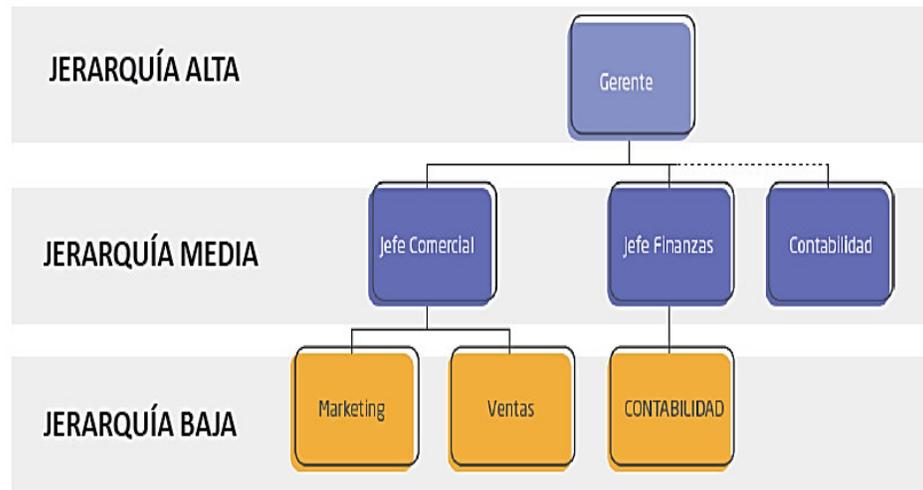
**Jefes:**

Los que se encargan de cada área que presenta la empresa, están a cargo del gerente.

**Colaboradores:**

Son la mano de obra o recursos humanos que presenta la empresa, están dirigidos por los jefes, son ellos quienes pueden realizan el producto o servicio que ofrece una empresa.

**FIGURA 2.4 ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA**



Fuente: Organización estructural de una empresa y sus niveles, por (Pinto et al, 2018)

### c) Clasificación

- **Según su constitución jurídica.**

#### **EIRL:**

Pinto et al (2018) expresa que EIRL es una empresa individual, de responsabilidad limitada, establecidas por una persona natural, con capital propio, realizan actividades comerciales.

#### **Sociedad de responsabilidad limitada:**

Empresas donde hay socios, los cuales han participado de la conformación de la empresa aportando en capital. (p.9)

#### **Sociedad anónima abierta:**

Son una sociedad de socios que permiten conformar la empresa, con ahorros públicos, financiamientos públicos.

**Sociedad anónima cerrada:**

Empresas que pueden estar conformadas por 2 personas o más, pero que no transan públicamente. (p.10)

**Sociedad cooperativa:**

Conformación de personas que cooperan conjuntamente su trabajo.

- **según el origen del capital.**

**Empresas públicas:**

Empresas pertenecientes al estado, donde el estado es el único dueño, estuvo conformada por capital del mismo.

**Empresas privadas:**

Empresas conformadas por personas particulares mas no por el estado.

**Empresas mixtas:**

Empresas que están conformadas por capitales particulares y del estado.

- **Según tamaño o magnitud**

**Microempresa:**

Aquellas empresas conformadas por una a cinco trabajadores, y su venta anual es de 0 a 2.400 UF anuales. ( Pinto Merino, Rebolledo, Oróstica,

& Cifuentes, 2018). Estas microempresas nacen de la iniciativa de personas que en muchas ocasiones se quedan sin empleo y desean producir, normalmente esas mismas personas se encargan de todo lo correspondiente a la empresa. ( Vargas Camberos, 2014)

### **Pequeña empresa:**

Vargas (2014), las pequeñas empresas tienen entre 6 y 50 trabajadores vender anualmente entre 2.401 y 25.000 UF. Las pequeñas empresas establecen funciones entre el propietario y trabajadores, los pagos a los trabajadores se realizan por el cargo que desempeñan, son dirigidas por sus propietarios y generan empleos.

### **Mediana empresa:**

Vargas (2014), indica que son aquellas empresas tienen de 50 a 400 personas que laboran, y sus ventas anuales oscilan entre 25.001 y 100.000 UF. Se caracterizan por tener una administración independiente, el capital puede ser brindado por una o varias personas que establecen la empresa, abastecen a un mercado más amplio y se adaptan mejor a las exigencias del mercado. (p.46)

### **Gran empresa:**

Estas empresas poseen centenar de trabajadores, y sus ventas anuales superan las 100.001 UF. Estas empresas tienen jerarquías en su empresa, colocan a su servicio a gerentes, subgerentes, jefes, colaboradores. El capital

normalmente es aportado por varios socios, forman parte de consorcios grandes que tienden a monopolizar. (p.47)

- **Según su actividad o giro.**

**Empresas industriales:**

Empresas que se dedican a la producción industrial, transformando materias primas.

**Empresas comerciales:**

Empresas que se dedica a comercializar productos ya hechos, compra y venta de todo tipo de productos, bienes, servicios. ( Vargas Camberos, 2014)

**Empresas de servicios:**

Empresas que se dedican a ofrecer todo tipo de servicios únicamente.

**Empresas financieras:**

Empresas que se dedican a todo tipo de servicios financieros, y mercado del dinero. ( Vargas Camberos, 2014)

**d) Ciclo de una empresa**

El ciclo de vida de una empresa empezará en el nacimiento de una idea de negocio, y personas que quieran realizarlo, fundando una empresa individual o conjunta que se enfoque en el crecimiento, esperando llegar a un estado de madurez donde el mercado esté definido.

**FIGURA 2.5 CICLO DE VIDA DE UNA EMPRESA**



Fuente:Ciclo de una empresa, por ( Delfín Pozos, 2016)

## 2.2.4 Elementos influyentes en el desarrollo empresarial

### 2.2.4.1 Ventas

La gestión de las ventas viene a ser un elemento muy importante en el desarrollo empresarial, donde el comprador elige tantas veces para satisfacer alguna necesidad, es por ello que las empresas tienen gran atención en el desarrollo adecuado del marketing, a más ingresos realizados por la venta mayor crecimiento se verá reflejado. Las ventas estarán definidas por elementos que contribuyen a que el cliente siga eligiendo el producto, tales como precios accesibles, buena presentación, calidad, buen trato, rapidez de entrega.(Arribasplata Solano, Núñez Guzmán, & Tapia Cabrera, 2019)

#### **2.2.4.2 Número de clientes**

Arribasplata Solano, Núñez Guzmán y Tapia Cabrera (2019), los lazos que buscan establecer con los clientes, son de gran aporte en el crecimiento y desarrollo empresarial, pudiendo obtener un mercado más amplio, y un mayor número de clientes, el número de clientes estará definido por la aceptación que se tenga al producto que se ofrece. Los clientes son un factor muy importante, debido a que, si se llega a establecer un ambiente de cordialidad, ellos generan una especie de fidelidad, comprando únicamente de ciertos lugares y además recomendando a más personas que puedan acceder al producto, así mismo se tendrá que ser agradable con el cliente darle incentivos, mejorando el trato, generar un ambiente de confianza, realizando siempre encuestas sobre el buen desempeño en la empresa para buscar mejorar en las debilidades.

#### **2.2.4.3 Activos**

Los activos son todos los bienes que una empresa posee, recursos que sirven para poder desarrollar las actividades a las que destina la empresa, con fines de lucro. Los activos son clara representación del desarrollo de una empresa, ya que son los recursos que se tienen y se puedan incrementar con el crecimiento de la empresa, pueden ser infraestructura, maquinaria, equipos de tecnología, sistemas. ( Pérez, 2018). Los activos pueden no tener aumentos inmediatos, pero son parte patrimonial en explotación, sin embargo, no todos los activos tienden a tener la misma importancia, rendimiento y la viabilidad. ( Pérez, 2018)

Criterios que permiten valorizar un activo:

**a) Coste histórico:**

Los costes históricos, se establecen para los bienes que tienen que ver por la marca, la tradición a lo largo del tiempo, la identificación que tiene un cliente con la marca. ( Pérez, 2018)

**b) Coste de venta:**

Pérez (2018), es el precio o costo de un bien con el que sale al mercado, este valor lo obtendrá la empresa, tras haber diseñado, fabricado disco producto.

**c) Valor neto:**

Valor único que se le da a un bien, sin incluir otros descuentos de impuestos, u otros asociados. ( Pérez, 2018)

## **2.2.5 Criterios para un buen desarrollo empresarial**

### **2.2.5.1 La evaluación interna**

La evaluación interna permitirá establecer e identificar las debilidades y así mismo fortalezas de la organización, se debe identificar:

**a) Las capacidades directivas:**

La capacidad directiva juega un papel muy importante ya que dependerá de ello el buen desarrollo de la empresa, la toma de decisiones, coordinación.

**b) Las capacidades competitivas**

La competitividad será un aspecto sinónimo de crecimiento, ya que, si se incluye un producto que ofrezca calidad y sea competitivo, exclusivo, el cliente querrá quedarse para seguir consumiendo, generando lealtad, publicidad, entre otros.

**c) Las capacidades financieras:**

Son las capacidades de manejo en los costos, financiamientos, deudas, se tendrá que tener un buen manejo de rentabilidad, inventarios, egresos e ingresos para poder llevar una contabilidad que permita llevar un manejo adecuado de la empresa.

**d) Las capacidades de talento humano:**

Del talento humano va a depender el desarrollo empresarial, si existe un buen capital humano que permite crecer con los productos que brinda el existo estará asegurado, el nivel académico, experiencia, juegan un papel primordial.

**2.2.5.2 Fuerzas externas clave**

**a) Fuerzas económicas:**

Las fuerzas externas económicas están enfocadas en el impacto que genere el gobierno sobre las empresas, las variantes económicas, pueden generar incertidumbre en los productores, provocando impactos fuertes.

**b) Fuerzas tecnológicas:**

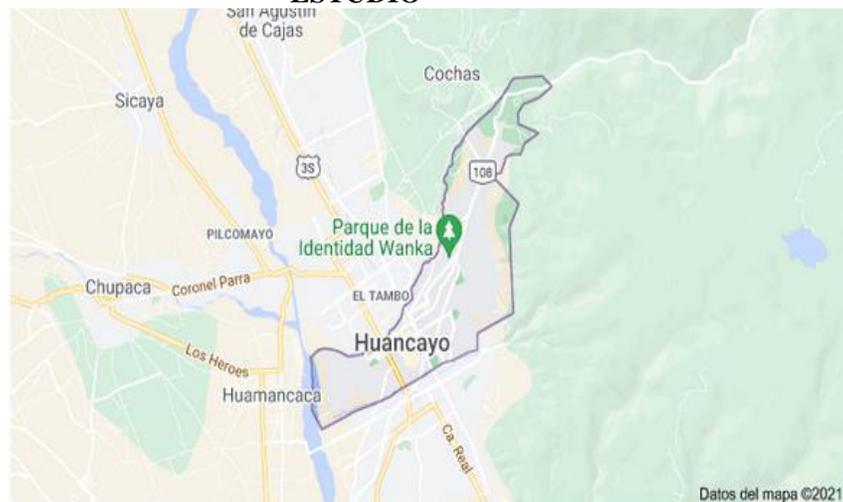
Los adelantos en la tecnología que se desarrolla de manera continua, puede poner en alerta a las empresas que, si no innovan o desarrollan con implementos, nuevos productos o agregados, puede ser una amenaza, o puede ser la empresa misma la que innova y genera competitividad frente a un mercado exigente.

## 2.2.6 Análisis situacional de las empresas de servicio vehicular en Huancayo

### 2.2.6.1 Ubicación

Las empresas de servicio vehicular estudiadas se encuentran en la ciudad de Huancayo, tal como se muestra la ubicación de google maps mostrada a continuación.

**FIGURA 2.6 UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE SERVICIO VEHICULAR EN ESTUDIO**



Fuente: Google maps

### 2.2.6.2 Análisis del macro entorno

#### a) Fuerza política, gubernamental y legal (P)

Las empresas dedicadas a brindar servicio vehicular, estarán sujetos a las políticas del Perú, así mismo la economía peruana creció en torno a 2,5 % en 2019, factores externos, menor inversión privada, incertidumbre política y una creciente migración venezolana (Segura Alonso, 2019).

#### b) Fuerza económica y financiera (E)

El crecimiento económico se aceleró en más de la mitad de las economías del mundo tanto en 2017 como en 2018. El crecimiento económico mundial se mantuvo

estable en 2018, en un 3,1 % gracias a que la aceleración que se produjo con los cambios en las políticas fiscales en los Estados Unidos de América contrarrestó la disminución del ritmo de crecimiento de otras economías importantes.

**c) Fuerza social, cultural y demográfica (S)**

En el 2018, la tasa de desempleo en Perú registra la cifra de 4.4%, es decir, casi 4 de 100 habitantes que participan en el mercado laboral lo hacen buscando activamente un empleo, según área de residencia, se registra una mayor tasa de desempleo en el área urbana (4,5%) que en el área rural (0,9%) (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2018).

**d) Fuerza tecnológica y científica (T)**

Las compras por internet son cada vez más comunes a nivel mundial, el Perú por ser un país conservador inicialmente tuvo una baja aceptación de éste tipo de experiencia de compra, pero ello ha empezado a cambiar en los últimos años.

**e) Fuerza ecológica y ambiental (E)**

El sector vehicular es uno de los grandes contribuyentes de la contaminación del ecosistema. En ésta industria el principal agente contaminante, es la producción de humos producto de la combustión de los combustibles utilizados por el vehículo, esto además en relación directa al estado del motor del vehículo.

## **2.2.7 Análisis del micro entorno**

### **2.2.7.1 Poder de negociación con los proveedores**

El poder de negociación que se tiene es bajo, pues se debe seguir con el trámite “burocrático”, para poder obtener lo que se requiere para brindar los servicios propios de la empresa.

### **2.2.7.2 Competidores**

Las empresas de alquiler de vehículos en la ciudad de Huancayo son pocas, por lo general estas se orientan al alquiler de uno o dos vehículos a empresas puntuales, o en su defecto subalquilar a empresas del mismo rubro consideradas “grandes”.

### **2.2.7.3 Amenaza de nuevos competidores**

La ciudad de Huancayo, se encuentra “saturada” de este tipo de empresa, además siendo el mercado limitado, no sería una buena opción para invertir, pero si se podría hacer en otras ciudades, donde existe un mercado más grande, o donde exista minería que es un cliente potencial.

### **2.2.7.4 Clientes**

Se consiguen a través de una buena atención, y tiempos de entrega cortos.

### **2.2.7.5 Productos sustitutos**

No se tiene un sustituto para el producto ya que generaría la compra de activos en las empresas, y estas a veces no tienen esa capacidad.

## 2.2.8 Servicios prestados

Las empresas pymes proveedoras de servicio vehicular, ofrecen los siguientes servicios:

- Alquiler de camionetas Toyota 4x4 equipadas full equipo para trabajo de supervisión e interior mina
- Servicio de Transporte de Personal: Minibuses (33 pasajeros), Couster (28 pasajeros), Camionetas Rurales (15 pasajeros) y Minivans Hyundai (11 pasajeros).
- Servicio de conductores para minas con amplia experiencia que cuentan con seguro Complementario de terceros (SCTR), examen defensivo de manejo, Examen Médico.
- Servicio de seguridad que brinda escolta y custodia a vehículos.
- Servicio de traslado de Ingenieros, supervisores y altos ejecutivos
- Los vehículos cuentan con pólizas contra todo riesgo y documentación formal.
- Servicio de Soporte Mecánico

**TABLA 2.1 SERVICIOS PRESTADOS Y PRECIOS ESTIMADOS**

<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO ESTIMADO POR DÍA</b>
Camioneta para Superficie y Supervisión (Toyota Año 2019) en periodo largo mayor a un mes.	S/. 200 + IGV
Camioneta para Superficie y Supervisión (Toyota Año 2016 / 2017) en periodo largo mayor a un mes.	S/. 180 + IGV

Camioneta para Superficie y Supervisión (Mitsubishi Año 2016) en periodo largo mayor a un mes.	S/. 170 + IGV
Camioneta para Socavón (Periodo Largo mayor a un mes)	\$ 95 + IGV
Camioneta para Superficie y Supervisión (Toyota Año 2019) por día, en periodo corto menor a un mes.	S/. 250 + IGV
Camioneta para Superficie y Supervisión (Toyota Año 2017) por día, en periodo corto menor a un mes.	S/. 220 + IGV
Camioneta más conductor	Se le suma S/. 60, al costo indicado en la camioneta, y se puede recorrer como máximo 250 km.
Costo de Camioneta, incluye conductor, combustible viáticos del conductor, peajes y cochera.	S/. 550 + IGV
Coaster Año 2017	S/. 280 + IGV
Coaster Año 2018	S/. 300 + IGV
Coaster Año 2019	S/. 320 + IGV

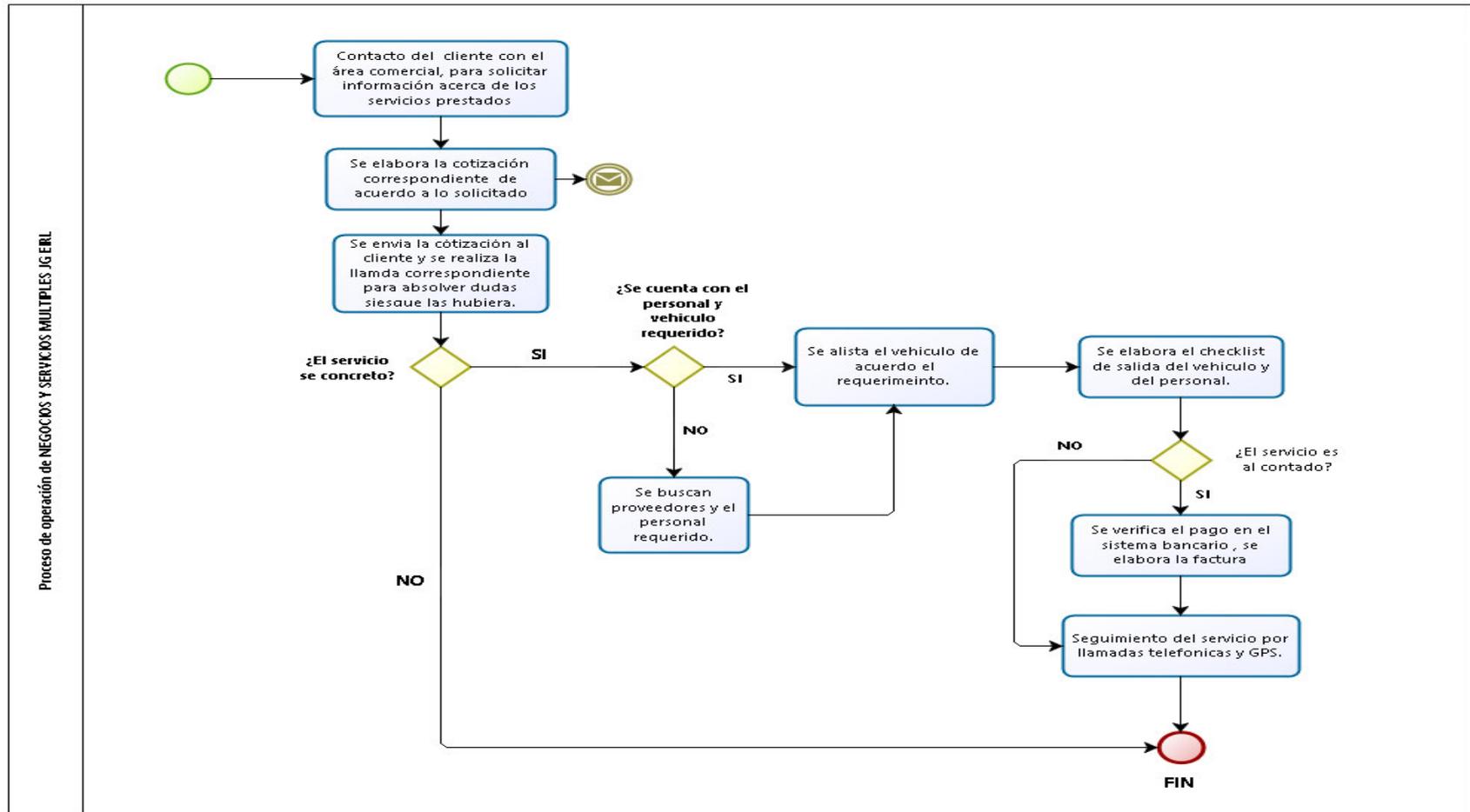
---

Fuente: Elaboración propia.

### **2.2.9 Atención al cliente**

La atención al cliente parte de la comunicación en el área comercial, una cotización y si el cliente está de acuerdo con los precios presentados se procede con los siguientes pasos para concretar el servicio.

**FIGURA 2.7 DIAGRAMA DE PROCESO DE ATENCIÓN**

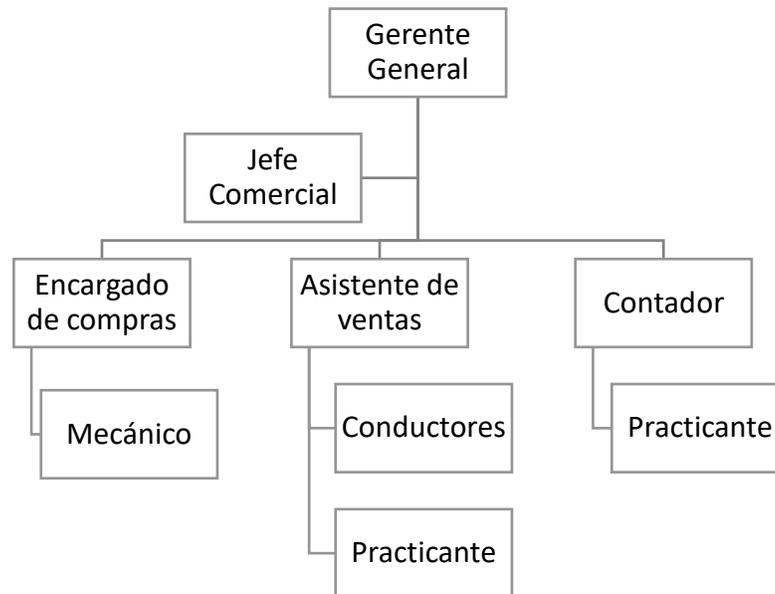


Fuente : Elaboración propia

## 2.2.10 Organización jerárquica laboral

Las empresas de servicio vehicular presentan en general la siguiente organización jerárquica en sus empresas:

**FIGURA 2.8 ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS DE SERVICIO VEHICULAR**



Fuente : Elaboración propia

## 2.3 Marco conceptual

### 2.3.1 Outsourcing

Técnica que permite a las empresas poner en manos de terceros su producto, haciendo que ellos lo realicen por motivo de costos, calidad, en lugar de ellos, permitiendo así desarrollar la empresa tercerizado. Consiste en delegar a una nueva persona o empresa la ejecución de productos o servicios que en un inicio pudo la empresa contratante producirlo por sí misma. (Santisteban Huancas, 2019)

### **2.3.1 Desarrollo empresarial**

Proceso positivo a favor de una empresa, etapa de crecimiento en muchos aspectos empresariales, donde la empresa amplía su productividad, en base a haber realizado una buena administración, permitiendo establecerse en un mercado, gracias a sus productos ofrecidos. (Sánchez Galán, Economipedia, 2015)

### **2.3.2 Empresa**

Unidad de organización que se dedica a desarrollar y ofrecer servicios a diferentes rubros, áreas, industrias, con fines de lucro, de la mano con la sociedad. (Sánchez Jiménez, 2015)

### **2.3.3 Activos**

El activo viene a ser la posesión de cosas de valor, recursos que posee la empresa en su propiedad, y tiene un valor para el dueño (Marcotrigiano Z, 2012)

### **2.3.4 Clientes**

Personas o entidades que adquiere productos o servicios ofrecidas por una entidad o empresa, ente en la que las empresas se tendrán que ofrecer ya que son el mercado potencial para la venta de sus productos. ( Quiroa, 2019)

### **2.3.5 Venta**

Transacción de bienes o servicios que son entregados a otra persona porque esta ha querido adquirirlo, proceso por el cual se tendrá que realizar el intercambio por un monto establecido (Sánchez Galán, Economipedia, 2015)

### **2.3.6 Contrato**

Acuerdo entre dos partes de manera voluntaria de tipo físico o jurídico, que se someten a las cláusulas establecidas en dicho documento para desarrollar la actividad de la cual es objetivo dicho acuerdo. ( Gil , 2016)

### **2.3.7 Servicio**

Actividad destinada a satisfacer una necesidad del cliente, que cumple con un sinfín de expectativas, motivo por el cual es elegido por el consumidor. (Sánchez Galán , Economipedia, 2016)

### **2.3.8 Proveedor**

Persona jurídica o física que provee profesionalmente sus servicios o productos a fin de abastecer a otra empresa o a otras personas, como parte de un contrato o servicio. ( Sánchez Galán, Proveedor, 2018)

### **2.3.9 Mercado**

Mercado es el lugar físico o virtual donde se desarrollan actividades económicas de compra y venta, es la concentración de vendedores y compradores que ofrecen y compran productos. ( Quiroa , Mercado, 2019)

## **3 CAPÍTULO III: FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS**

### **3.1 Hipótesis General**

El outsourcing tácito y estratégico influyen directamente en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

### **3.2 Hipótesis Específicas**

- El outsourcing tácito influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.
- El outsourcing estratégico influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.
- Los contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor influyen directamente en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

### **3.3 Variables**

En la presente tesis se distinguen las siguientes variables:

#### **3.3.1 Variables Independientes: Outsourcing tácito y outsourcing estratégico**

##### **a) Indicadores**

CT: Contratos tercerizados

CP: Cumplimiento de pagos

CP: Cambio de proveedor

### **3.3.2 Variable dependiente: Desarrollo empresarial**

#### **a) Indicadores**

DV: Ventas

DC: Número de clientes

DA: Volumen de activos

## **4 CAPÍTULO IV: DISEÑO DE LA INVESTIGACION**

### **4.1 Tipo de Investigación**

La presente investigación es de carácter no experimental

### **4.2 Diseño de la Investigación**

Diseño transeccional de tipo correlacional

### **4.3 Población y Muestra**

#### **4.3.1 Población**

Proveedores pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

#### **4.3.2 Muestra**

60 proveedores pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo

### **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **4.4.1 Técnicas de recolección de datos**

##### **4.4.1.1 Encuesta**

Se emplearon encuestas estructuradas, para la recolección de datos teniendo en cuenta las variables a evaluar.

##### **4.4.1.2 Entrevista**

Se realizaron entrevistas para recolectar información directamente de los proveedores.

#### **4.4.1.3 Análisis documental**

Se tuvo que hacer un análisis profundizado de documentación que, de referencia al estudio, para retroalimentar cada aspecto.

#### **4.4.1.4 Observación no experimental**

Una técnica de recolección fue la observación, ya que gracias a eso se pudo identificar el problema en estudio, y plasmarlo en una investigación.

### **4.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

#### **4.4.2.1 Cuestionario**

Para poder realizar las encuestas se estructuraron cuestionarios, que permitan responder a las hipótesis propuestas en la presente investigación

#### **4.4.2.2 Hojas de registro**

Se utilizaron hojas para registrar cada etapa, opinión que pueda ser valiosa para el resultado de la investigación.

#### **4.4.2.3 Guía de observación**

Se utilizó la guía para apuntar aspectos importantes de la problemática, y poder utilizarlos posteriormente en la contratación de la hipótesis.

### **4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

Se preparó la información para facilitar su análisis, inicialmente se recolectó los datos y se bajó la información en una base de datos, se codificó y posteriormente se analizó con el estadístico chi cuadrado, quien ha permitido establecer la relación de dependencia o independencia entre las

variables estudiadas, de tal manera que permita acertar o rechazar la hipótesis, y finalmente se presentó los resultados en:

- Tabulación y distribución de frecuencias
- Gráfico de barras
- Porcentajes

## 5 CAPÍTULO V: ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

### 5.1 OUTSOURCING TÁCITO

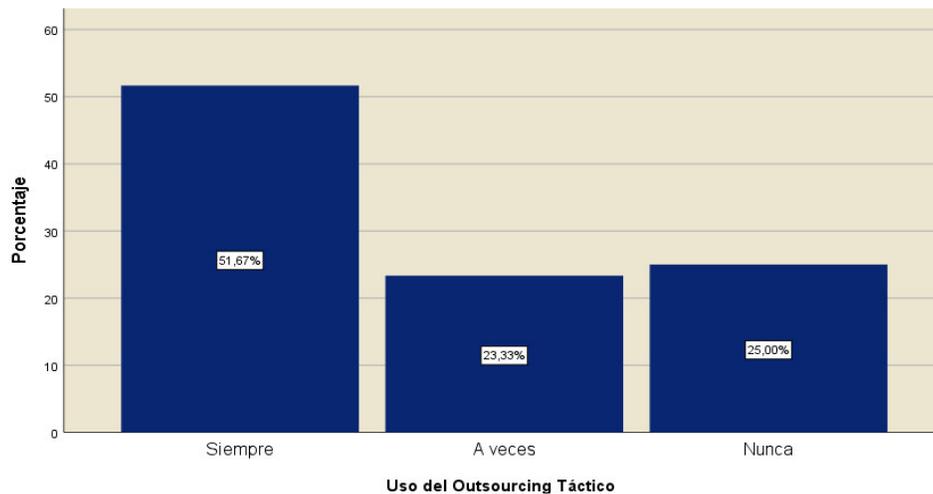
El uso del outsourcing tácito se evaluó según la frecuencia de utilidad de esta subcontratación tercerizada, obteniendo un 51.7 % para las personas que utilizan siempre este proceso, 23.3% a veces y 25% nunca, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.1 DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DE OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Siempre</b>	31	51,7	51,7
	<b>A veces</b>	14	23,3	75,0
	<b>Nunca</b>	15	25,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**FIGURA 5.1 GRÁFICO DE BARRAS DEL USO DEL OUTSOURCING TÁCITO EN LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**



Fuente:Elaboración propia.

## 5.1.1 Influencia del outsourcing tácito en las ventas, número de clientes, volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo

### 5.1.1.1 Ventas

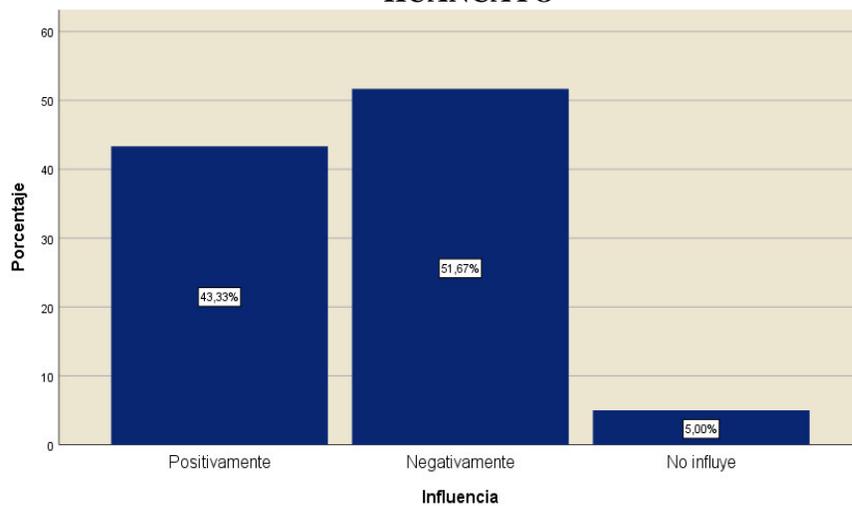
El outsourcing tácito de manera general influye con mayor frecuencia de manera negativa en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.2 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN LAS VENTAS DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	26	43,3	43,3
	<b>Negativamente</b>	31	51,7	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.2 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN LAS VENTAS DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en las ventas**

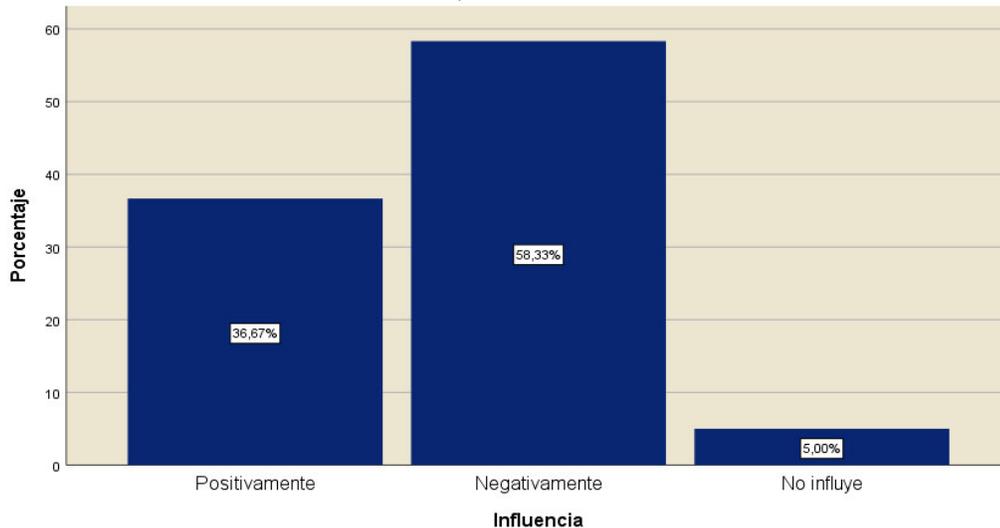
En el outsourcing tácito, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje de forma negativa en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.3 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	22	36,7	36,7
	<b>Negativamente</b>	35	58,3	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.3 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

## b) Influencia del cumplimiento de pagos en las ventas

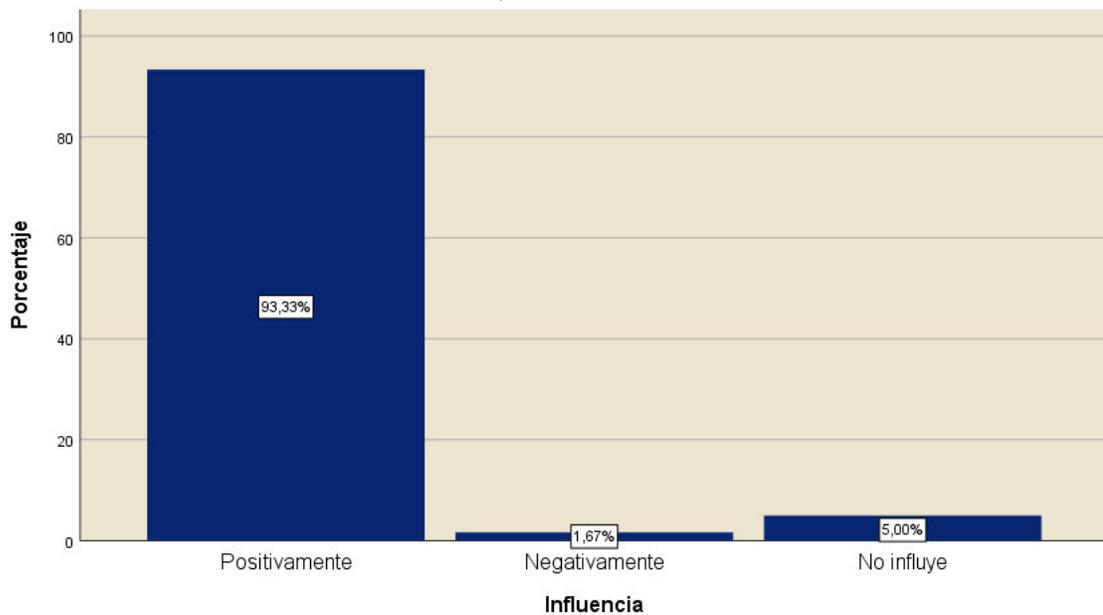
En el outsourcing tácito, el cumplimiento de pagos influye en mayor frecuencia positivamente en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.4 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positivamente	56	93,3	93,3
	Negativamente	1	1,7	95,0
	No influye	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	100,0

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.4 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en las ventas**

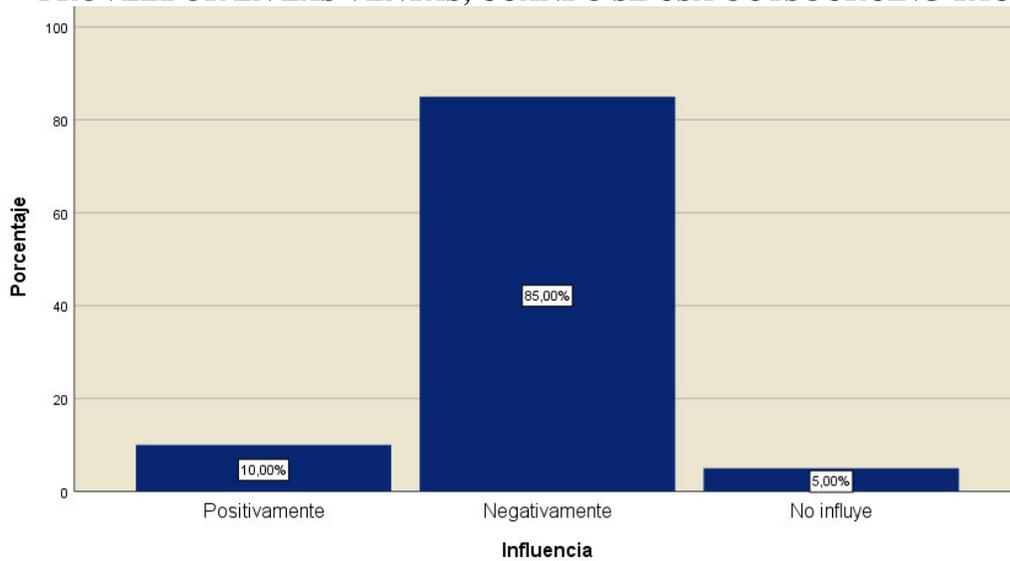
En el outsourcing tácito, el cambio de proveedores influye con mayor frecuencia negativamente en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.5 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	6	10,0	10,0
	<b>Negativamente</b>	51	85,0	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.5 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

### 5.1.1.2 Número de Clientes

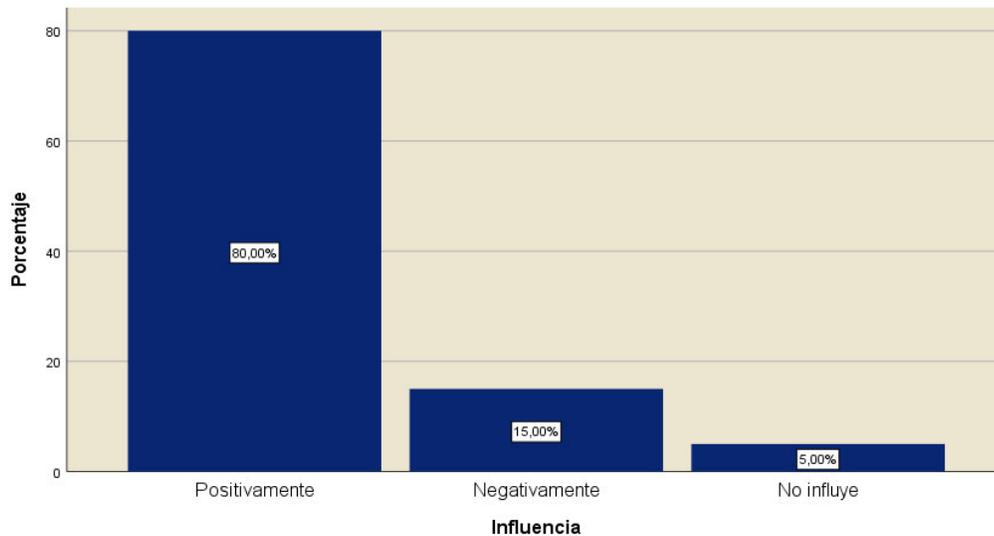
El outsourcing tácito de manera general influye con mayor frecuencia de manera positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.6 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	48	80,0	80,0
	<b>Negativamente</b>	9	15,0	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.6 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN EL NÚMERO DE CLIENTES**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en el número de clientes**

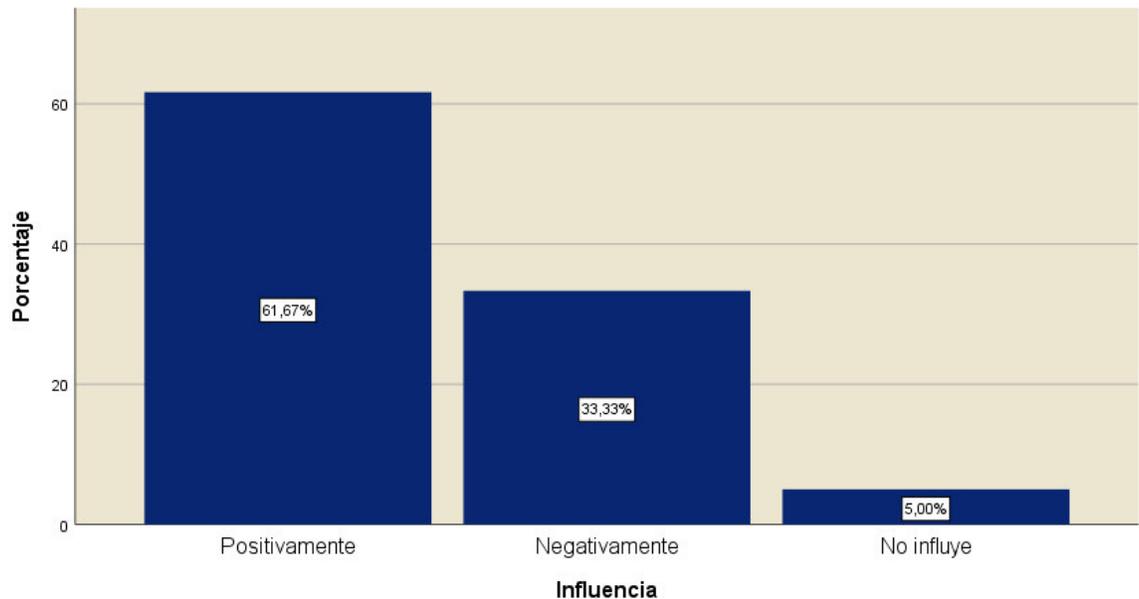
En el outsourcing tácito, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje de forma positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.7 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	37	61,7	61,7
	<b>Negativamente</b>	20	33,3	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.7 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE USA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

## b) Influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes

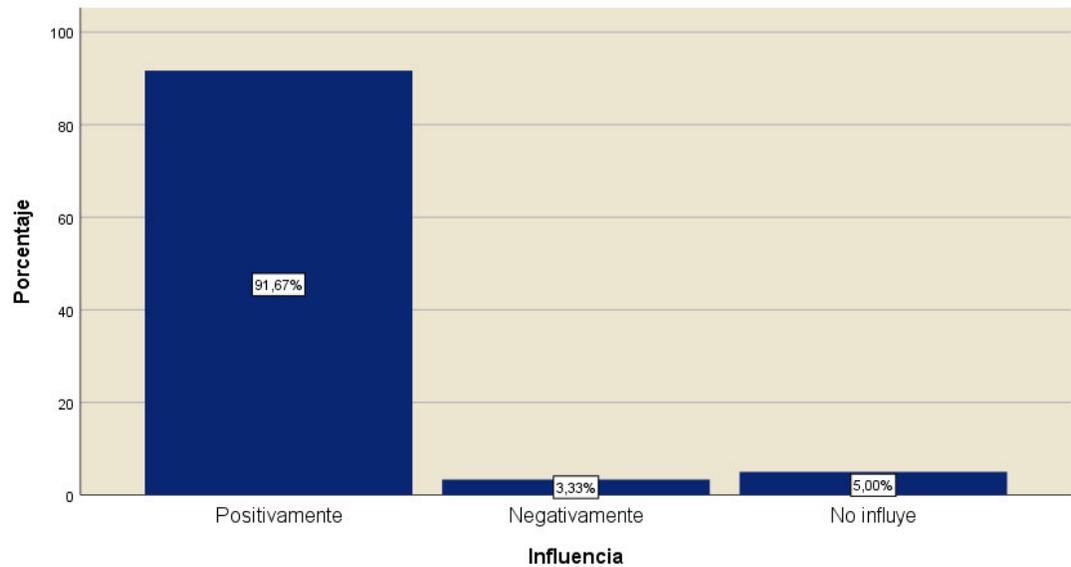
En el outsourcing tácito, el cumplimiento de pagos influye en mayor porcentaje de forma positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.8 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>			
<b>Positivamente</b>	55	91,7	91,7
<b>Negativamente</b>	2	3,3	95,0
<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.8 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en el número de clientes**

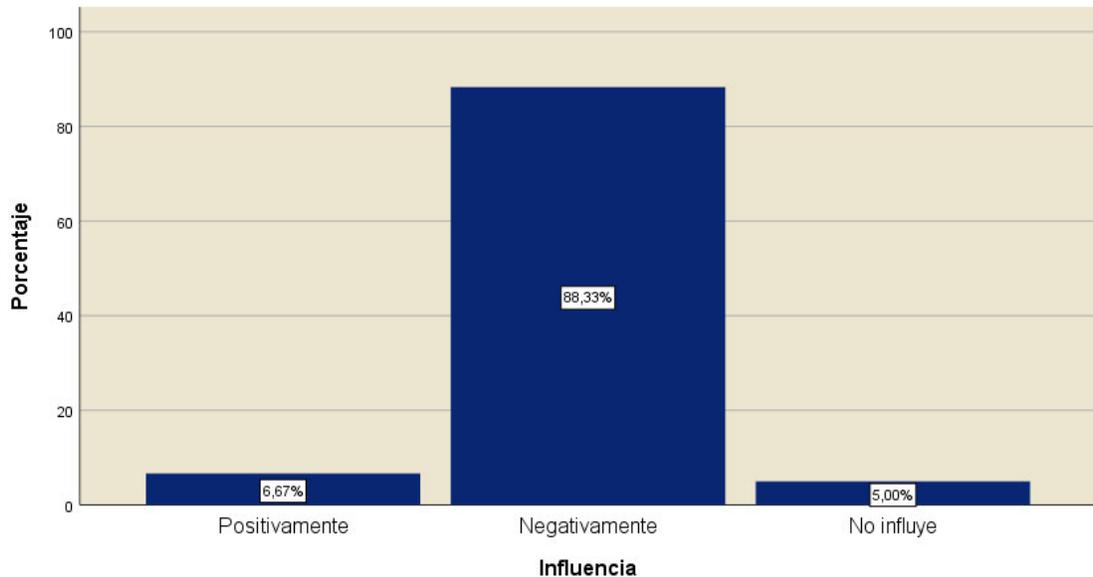
En el outsourcing tácito, el cambio de proveedores influye en mayor porcentaje de forma negativa en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.9 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	4	6,7	6,7
	<b>Negativamente</b>	53	88,3	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.9 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

### 5.1.1.3 Volumen de activos

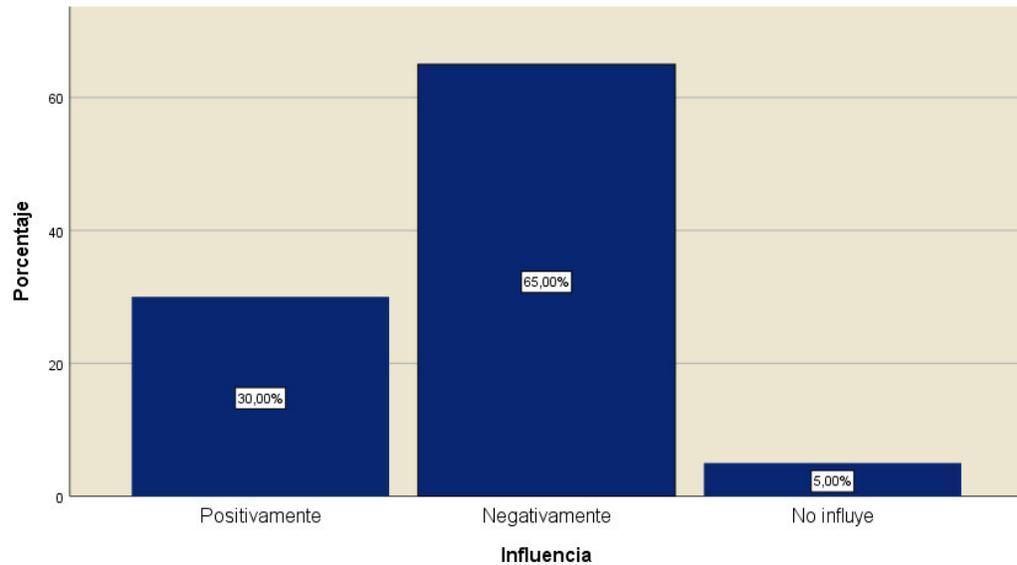
El outsourcing tácito de manera general influye con mayor frecuencia de manera negativa en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.10 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS DE LA EMPRESA**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	18	30,0	30,0
	<b>Negativamente</b>	39	65,0	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.10 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING TÁCITO EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS DE LA EMPRESA**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en el volumen de activos**

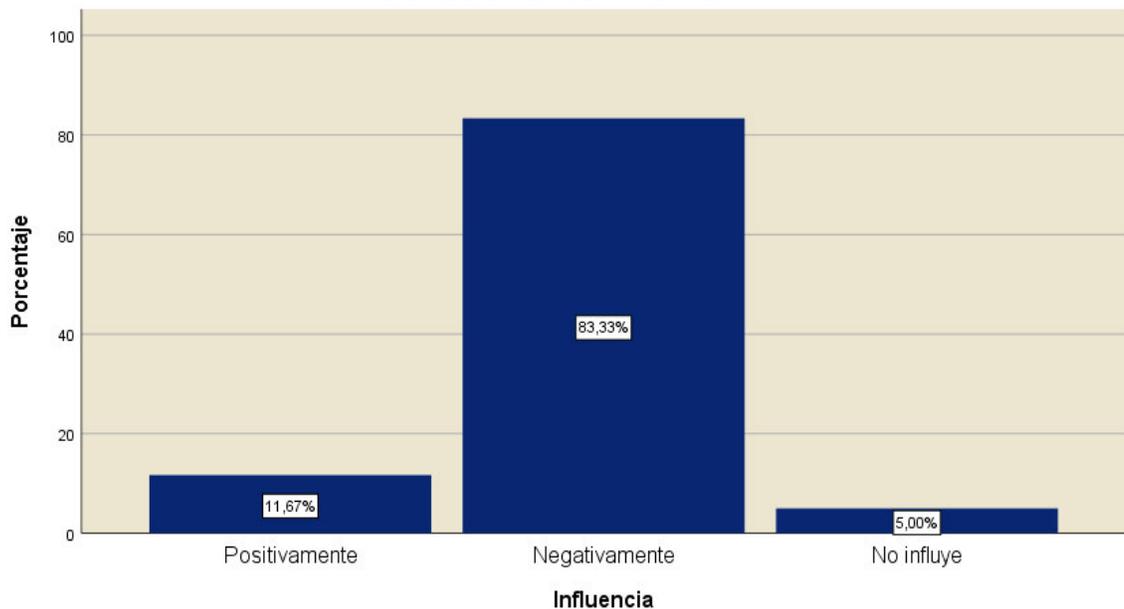
En el outsourcing tácito, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje negativamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.11 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	7	11,7	11,7
	<b>Negativamente</b>	50	83,3	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.11 GRÁFICA DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

## b) Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos

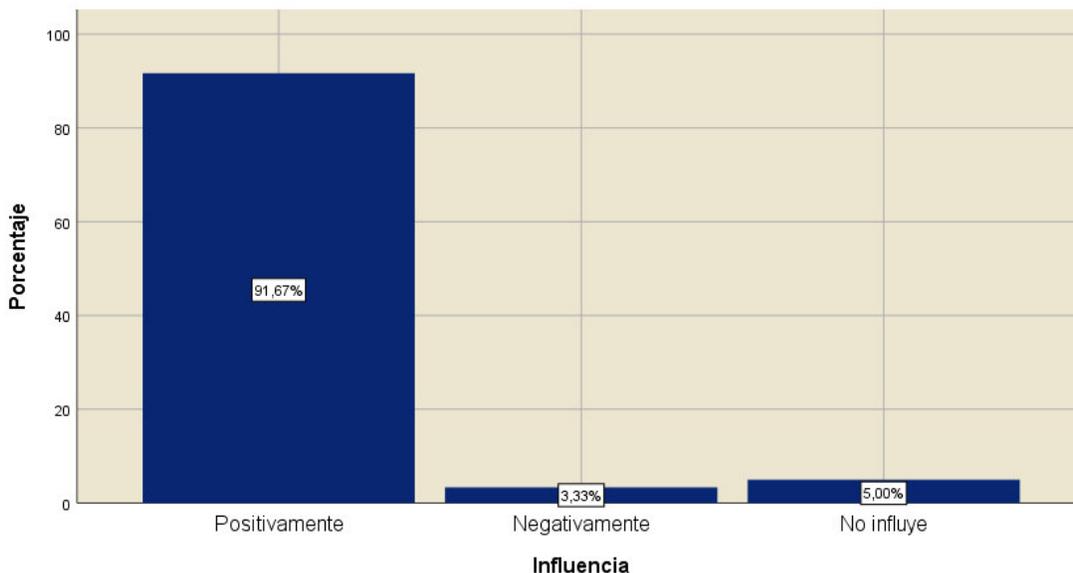
En el outsourcing tácito, el cumplimiento de pagos influye en mayor porcentaje positivamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.12 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	55	91,7	91,7
	<b>Negativamente</b>	2	3,3	95,0
	<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.12 GRÁFICA DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos**

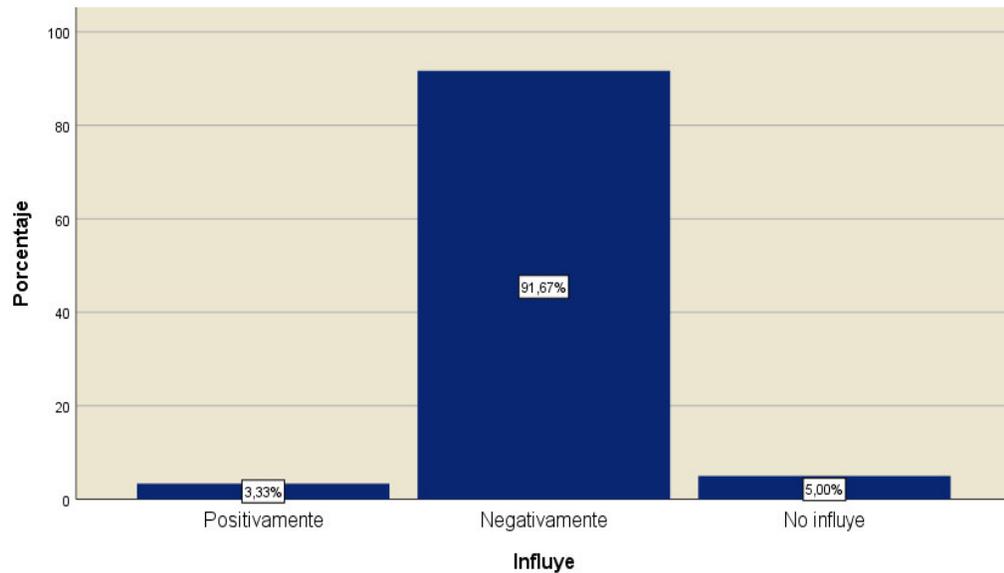
En el outsourcing tácito, el cambio de proveedor influye en mayor porcentaje negativamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.13 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>			
<b>Positivamente</b>	2	3,3	3,3
<b>Negativamente</b>	55	91,7	95,0
<b>No influye</b>	3	5,0	100,0
<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.13 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING TÁCITO**



Fuente:Elaboración propia.

## 5.2 OUTSOURCING ESTRATÉGICO

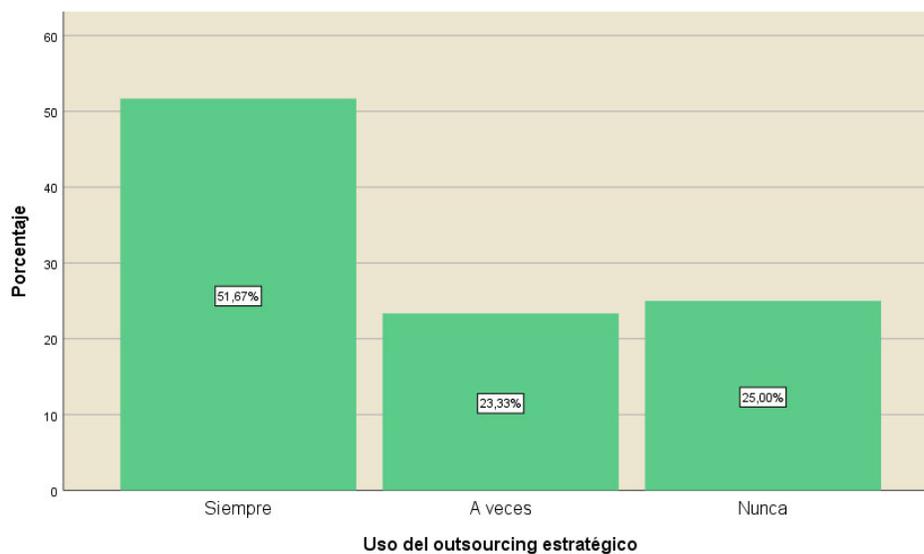
El uso del outsourcing estratégico se evaluó según la frecuencia de utilidad de esta subcontratación tercerizada, obteniendo un 51.7 % para las personas que utilizan siempre este proceso, 23.3% a veces y 25% nunca, tal y como se muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.14 DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS DEL USO DE OUTSOURCING ESTRATEGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Siempre</b>	31	51,7	51,7
	<b>A veces</b>	14	23,3	75,0
	<b>Nunca</b>	15	25,0	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**FIGURA 5.14 GRÁFICO DE BARRAS DEL USO DEL OUTSOURCING ESTRATEGICO EN LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**



Fuente:Elaboración propia.

## 5.2.1 Influencia del outsourcing estratégico en las ventas, número de clientes, volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo

### 5.2.1.1 Ventas

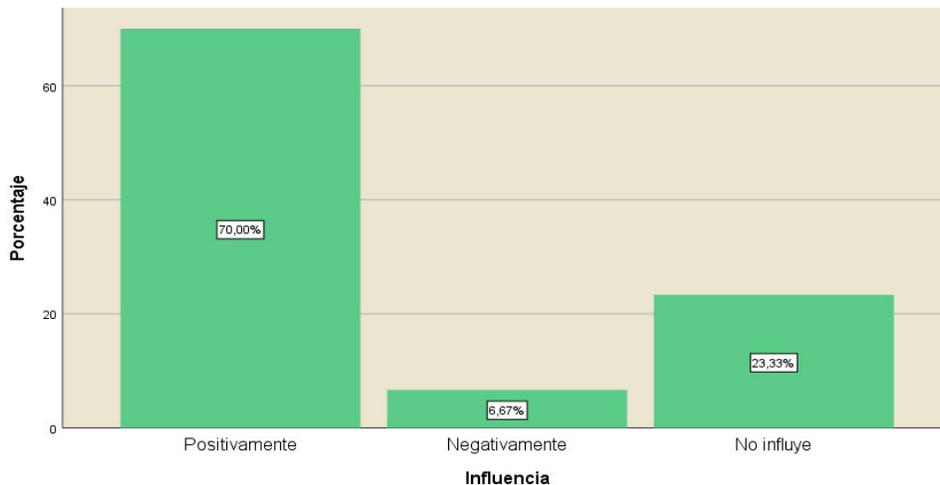
El outsourcing estratégico de manera general influye con mayor frecuencia de manera positiva en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como lo muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.15 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN LAS VENTAS DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positivamente	42	70,0	70,0
	Negativamente	4	6,7	76,7
	No influye	14	23,3	100,0
	Total	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.15 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN LAS VENTAS DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en las ventas**

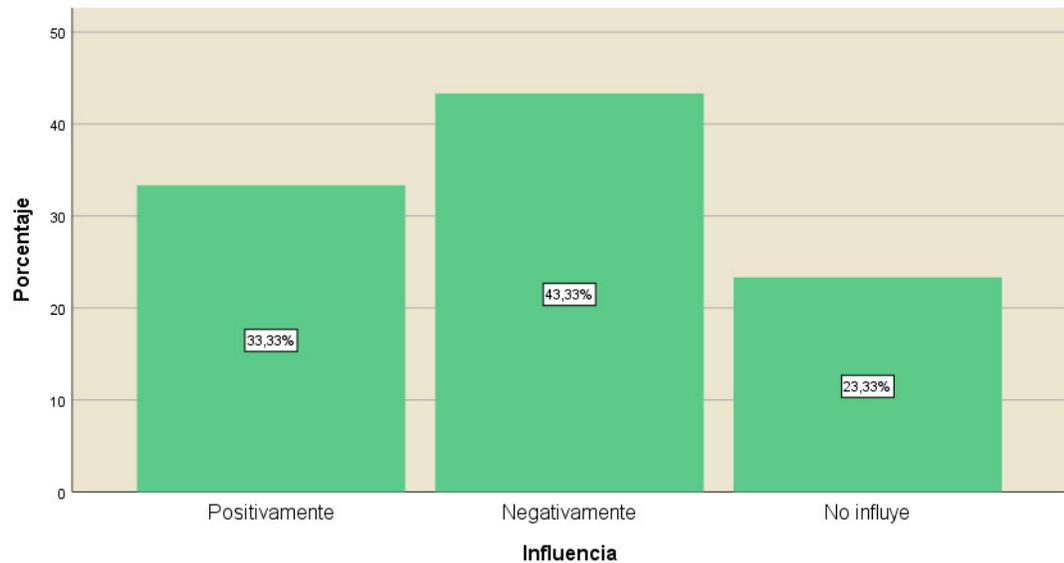
En el outsourcing estratégico, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje de forma negativa en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como lo muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.16 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válid o</b>	<b>Positivamente</b>	20	33,3	33,3
	<b>Negativamente</b>	26	43,3	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.16 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

## b) Influencia del cumplimiento de pagos en las ventas

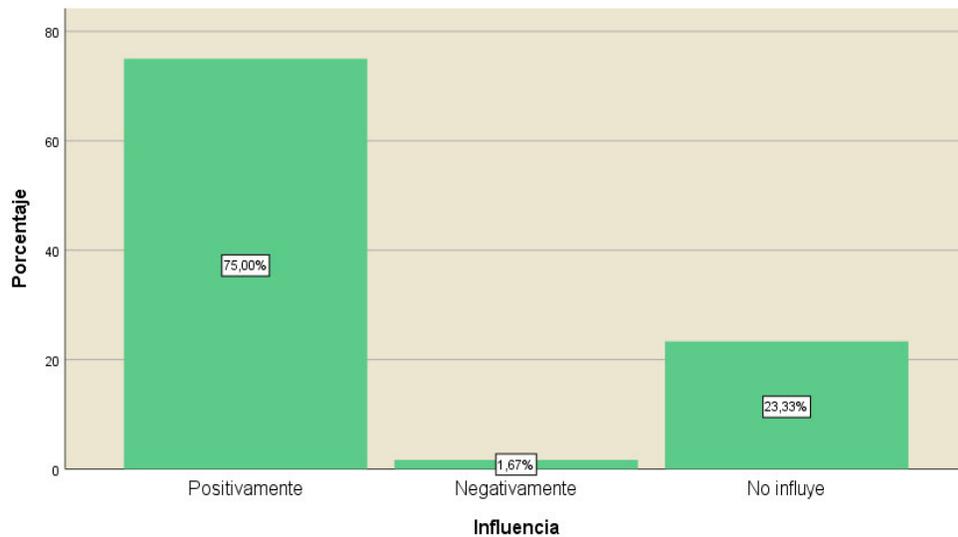
En el outsourcing estratégico, el cumplimiento de pagos influye en mayor frecuencia positivamente en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal y como lo muestra en la siguiente tabla y figura:

**TABLA 5.17 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positivamente	45	75,0	75,0
	Negativamente	1	1,7	76,7
	No influye	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.17 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en las ventas**

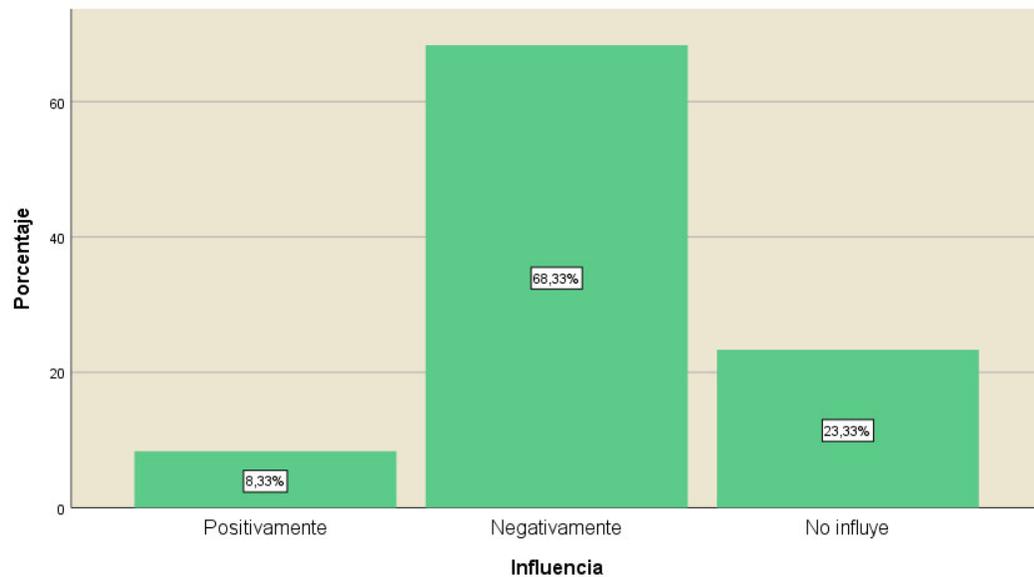
En el outsourcing estratégico, el cambio de proveedor influye con mayor frecuencia negativamente en las ventas de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.18 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	5	8,3	8,3
	<b>Negativamente</b>	41	68,3	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.18 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

### 5.2.1.2 Número de Clientes

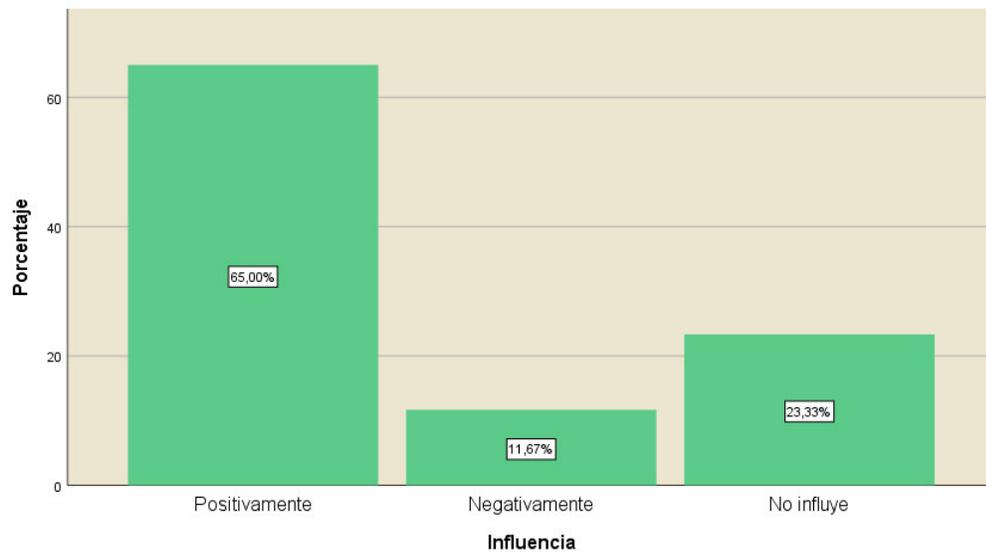
El outsourcing estratégico de manera general influye con mayor frecuencia de manera positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.19 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN EL NÚMERO DE CLIENTES DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	39	65,0	65,0
	<b>Negativamente</b>	7	11,7	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.19 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN EL NÚMERO DE CLIENTES DE LAS PYMES DE SUMINISTRO VEHICULAR EN HUANCAYO**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en el número de clientes**

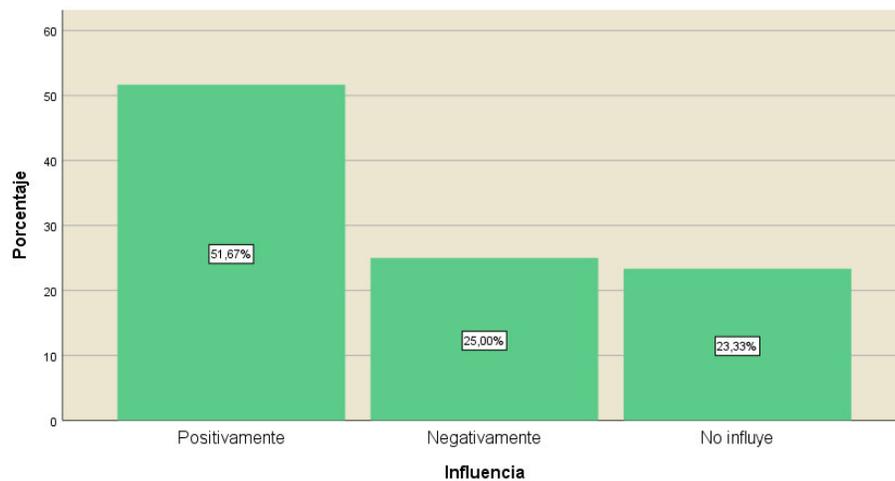
En el outsourcing estratégico, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje de forma positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.20 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	31	51,7	51,7
	<b>Negativamente</b>	15	25,0	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.20 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

## b) Influencia del cumplimiento de pagos en el número de clientes

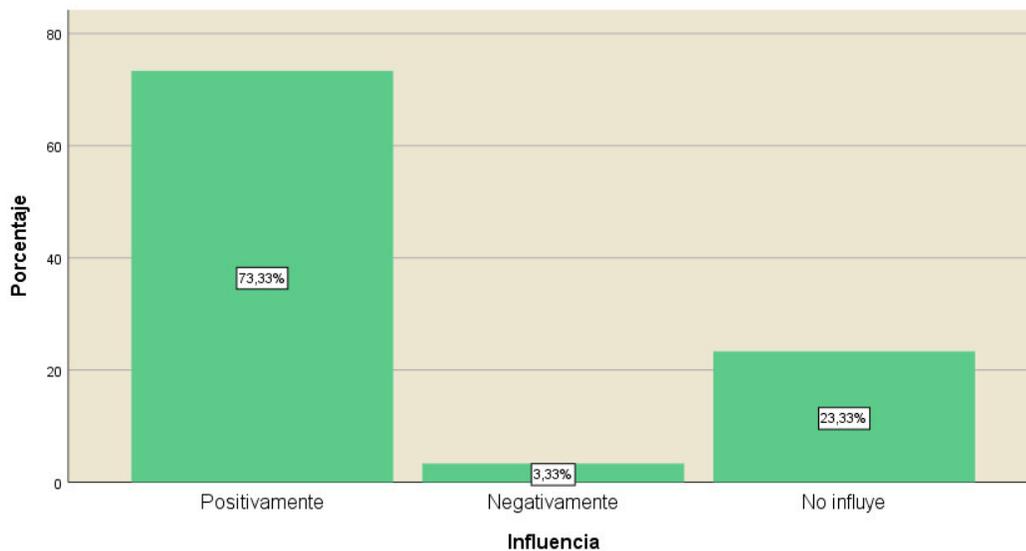
En el outsourcing estratégico, el cumplimiento de pagos influye en mayor porcentaje de forma positiva en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.21 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Positivamente	44	73,3	73,3
	Negativamente	2	3,3	76,7
	No influye	14	23,3	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.21 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en el número de clientes**

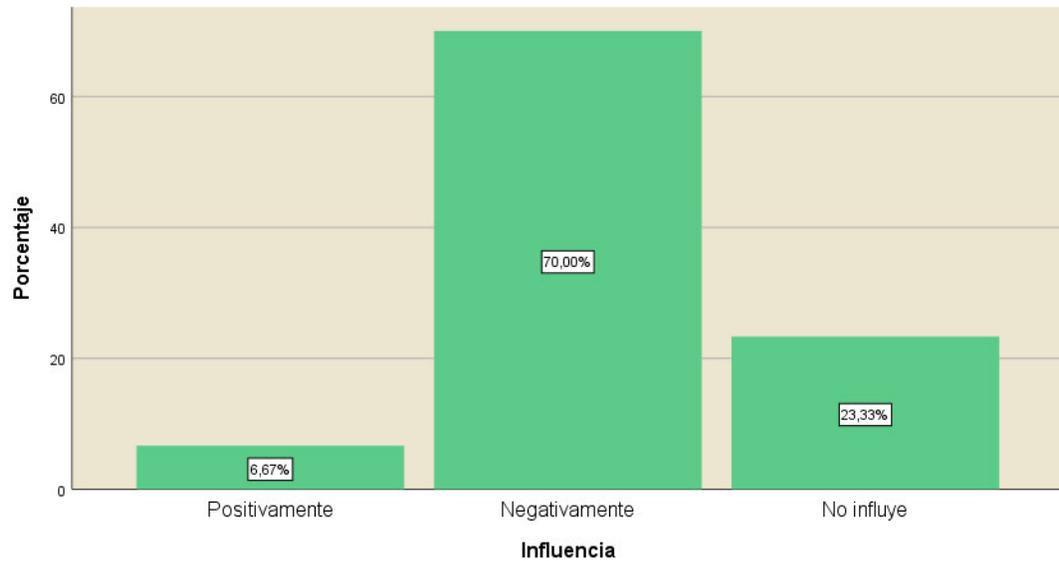
En el outsourcing estratégico, el cambio de proveedor influye en mayor porcentaje de forma negativa en el número de clientes de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.22 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	4	6,7	6,7
	<b>Negativamente</b>	42	70,0	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.22 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

### 5.2.1.3 Volumen de activos

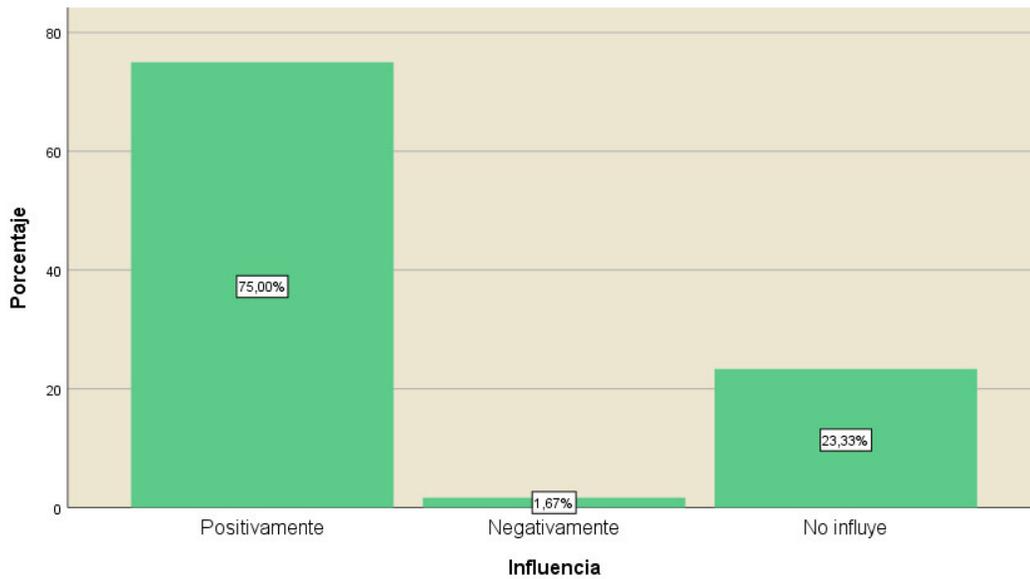
El outsourcing estratégico de manera general influye con mayor frecuencia de manera positiva en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.23 INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	45	75,0	75,0
	<b>Negativamente</b>	1	1,7	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
<b>Total</b>		60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.23 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**



Fuente:Elaboración propia.

**a) Influencia de contratos tercerizados en el volumen de activos**

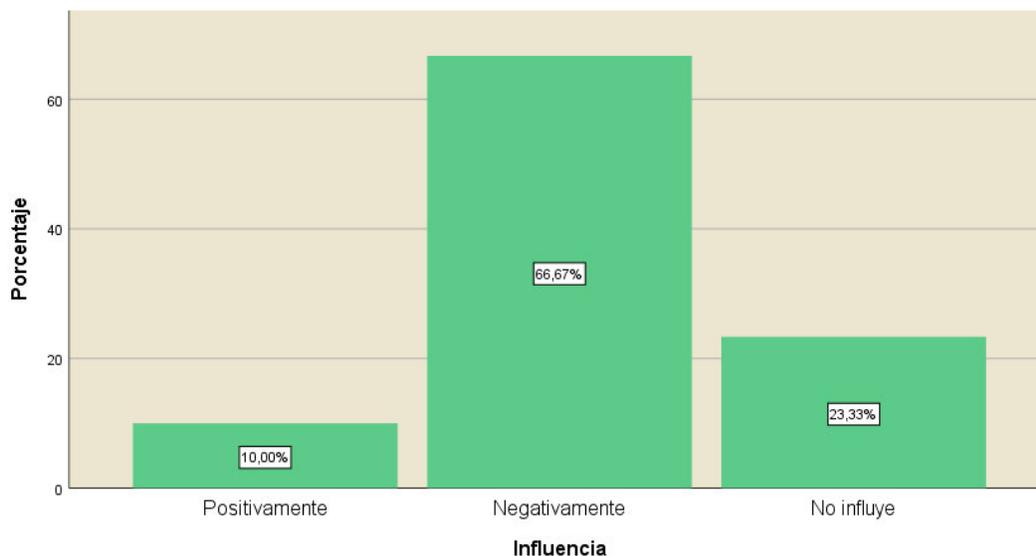
En el outsourcing estratégico, los contratos tercerizados influyen en mayor porcentaje negativamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.24 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válid o</b>	<b>Positivamente</b>	6	10,0	10,0
	<b>Negativamente</b>	40	66,7	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.24 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

**b) Influencia del cumplimiento de pagos en el volumen de activos**

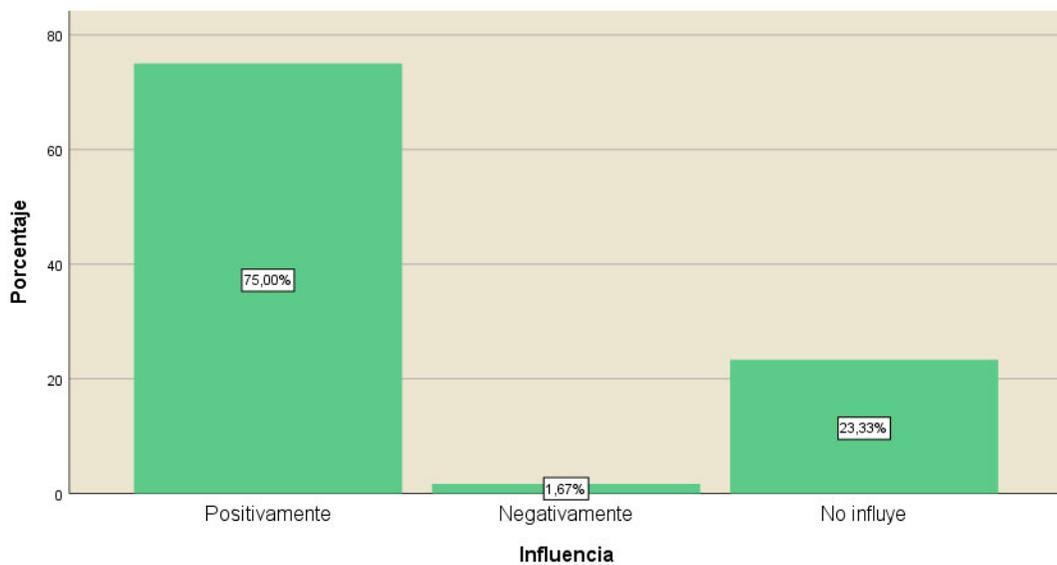
En el outsourcing estratégico, el cumplimiento de pagos influye en mayor porcentaje positivamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.25 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válido</b>	<b>Positivamente</b>	45	75,0	75,0
	<b>Negativamente</b>	1	1,7	76,7
	<b>No influye</b>	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.25 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

**c) Influencia del cambio de proveedor en el volumen de activos**

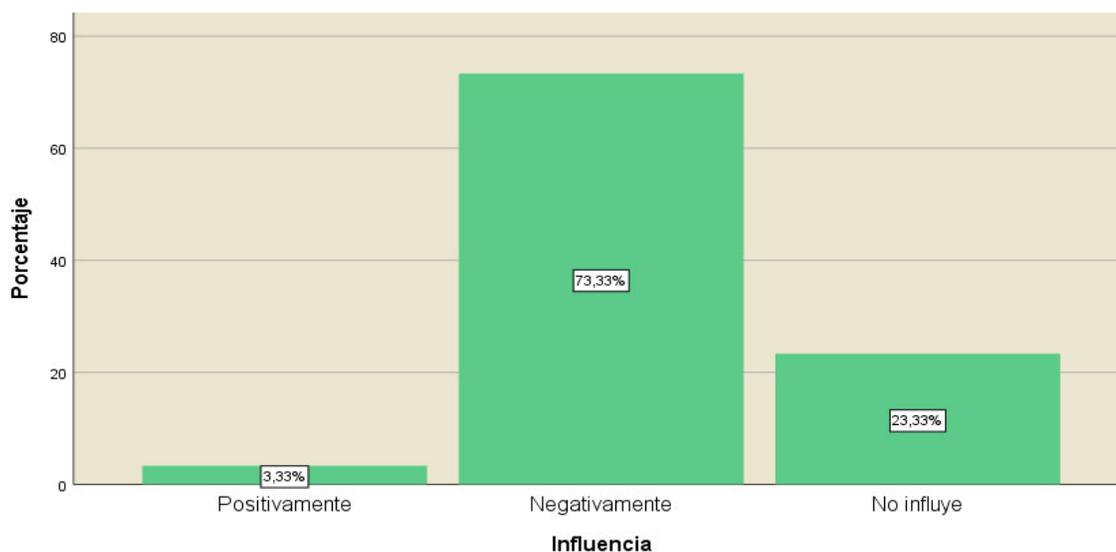
En el outsourcing tácito, el cambio de proveedor influye en mayor porcentaje negativamente en el volumen de activos de las pymes de suministro vehicular en Huancayo, tal como se muestra en la tabla y figura siguientes:

**TABLA 5.26 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**

		Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Positivamente	2	3,3	3,3
	Negativamente	44	73,3	76,7
	e			
	No influye	14	23,3	100,0
	<b>Total</b>	60	100,0	

Fuente:Elaboración propia.

**FIGURA 5.26 GRÁFICO DE BARRAS DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS, CUANDO SE EMPLEA OUTSOURCING ESTRATÉGICO**



Fuente:Elaboración propia.

## 6 CAPÍTULO VI: CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

### 6.1 Outsourcing tácito

**H<sub>1</sub>:** El outsourcing tácito **influye** directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El outsourcing tácito **no influye** directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

#### 6.1.1 Ventas

**TABLA 6.1 OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
Outsourcing tácito	Siempre	26	3	2	31
	A veces	0	0	14	14
	Nunca	0	0	15	13
<b>Total</b>		26	3	31	60

Fuente:Elaboración propia.

**TABLA 6.2 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	52,508	4	,000
Razón de verosimilitud	68,280	4	,000
Asociación lineal por lineal	40,645	1	,000
N de casos válidos	60		

a. 4 casillas (33.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,70.

Fuente:Elaboración propia.

### 6.1.2 Número de clientes

**TABLA 6.3 OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
<b>Outsourcing tácito</b>	<b>Siempre</b>	31	0	0	31
	<b>A veces</b>	14	0	0	14
	<b>Nunca</b>	3	3	9	15
<b>Total</b>		48	3	9	60

Fuente:Elaboración propia.

**TABLA 6.4 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	45,000	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	45,036	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	31,605	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 4 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,70.

Fuente:Elaboración propia.

### 6.1.3 Volumen de activos

**TABLA 6.5 OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
<b>Outsourcing tácito</b>	<b>Siempre</b>	18	3	10	31
	<b>A veces</b>	0	0	14	14
	<b>Nunca</b>	0	0	15	15
<b>Total</b>		18	3	39	60

Fuente:Elaboración propia.

**TABLA 6.6 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE OUTSOURCING TÁCITO Y SU INFLUENCIA EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	30,223	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	38,708	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	23,291	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 4 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,70.

Fuente:Elaboración propia.

• **Interpretación:**

$X^2$  teórico= 5,991

**Regla de decisión de Fisher:**

Si P-Value < PAlfa (rechaza H0 y acepta H1)

Si 0,000 < 0,05 (rechaza H0 y acepta H1)

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2$  Calculado >  $X^2$  Tabla (Rechaza Ho y acepta H1)

Si 30,223 > 5,9915 (Rechaza Ho y acepta H1)

Según las tablas 6.2, 6.4 y 6.6, podemos observar que la significación asintótica (bilateral) es 0,000 para los tres casos, ventas, número de clientes y volumen de activos, la cual es menor a 0,05; además el valor de  $x^2$  teórico de 5,9915 es menor a los valores calculados

52.50, 45 y 30,223 , por lo cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el outsourcing tácito influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos respectivamente de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

## 6.2 Outsourcing estratégico

**H<sub>1</sub>:** El outsourcing estratégico **influye directamente** en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El outsourcing estratégico **no influye directamente** en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.

### 6.2.1 Ventas

**TABLA 6.7 OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
Outsourcing estratégico	Siempre	20	7	4	31
	A veces	11	3	0	14
	Nunca	11	4	0	15
Total		42	14	4	60

Fuente:Elaboración propia.

**TABLA 6.8 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,147	4	,387
Razón de verosimilitud	5,683	4	,224
Asociación lineal por lineal	1,698	1	,192
N de casos válidos	60		

a. 3 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,93.  
Fuente:Elaboración propia.

### 6.2.2 Número de clientes

**TABLA 6.9 OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
Outsourcing estratégico	Siempre	22	7	2	31
	A veces	8	3	3	14
	Nunca	9	4	2	15
<b>Total</b>		39	14	7	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.10 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,363	4	,669
Razón de verosimilitud	2,273	4	,686
Asociación lineal por lineal	,975	1	,323
N de casos válidos	60		

a. 2 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,63.

Fuente:Elaboración propia

### 6.2.3 Volumen de activos

**TABLA 6.11 OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	No influye	Negativamente	
Outsourcing estratégico	Siempre	23	7	1	31
	A veces	11	3	0	14
	Nunca	11	4	0	15

<b>Total</b>	45	14	1	60
--------------	----	----	---	----

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.12 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DEL OUTSOURCING ESTRATÉGICO Y SU INFLUENCIA EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

	<b>Valor</b>	<b>df</b>	<b>Significación asintótica (bilateral)</b>
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	1,068	4	,899
<b>Razón de verosimilitud</b>	1,451	4	,835
<b>Asociación lineal por lineal</b>	,055	1	,814
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 3 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,23.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación:**

$X^2$  teórico= 5,9915

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2$  Calculado  $> X^2$  Tabla (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $1,068 < 5,9915$  (Rechaza  $H_1$  y acepta  $H_0$ )

Según las tablas 6.8, 6.10 y 6.12, podemos observar que la significación asintótica (bilateral) es 0.387; 0,669; ,899 respectivamente, para ventas, número de clientes y

volumen de activos, la cual es mayor a 0,05; además el valor de  $\chi^2$  teórico de 5,9915 es mayor a los calculados 4.147, 2.363 y 1.068 , por lo cual aceptamos la hipótesis nula y rechazamos la alternativa, concluyendo que el outsourcing estratégico no influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos respectivamente de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo de manera general.

### 6.3 Contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor

#### 6.3.1 Contratos tercerizados

##### a) Ventas

**H<sub>1</sub>:** Los contratos tercerizados **influyen** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** Los contratos tercerizados **no influyen** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.13 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS**

		Influencia de las ventas			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia de los contratos tercerizados	Positivamente	9	13	0	22
	Negativamente	17	18	0	35
	No influye	0	0	3	3
<b>Total</b>		26	31	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.14 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN LAS VENTAS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	60,337 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	24,143	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	3,426	1	,064
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación:**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si P-Value < PAlfa (rechaza H0 y acepta H1)

Si 0,000 < 0,05 (rechaza H0 y acepta H1)

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2$  Calculado >  $X^2$  Tabla (Rechaza Ho y acepta H1)

Si 60,337 > 9,4877 (Rechaza Ho y acepta H1)

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que los contratos tercerizados **influyen** directamente en las ventas, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**b) Número de Clientes**

**H<sub>1</sub>:** Los contratos tercerizados **influyen** directamente en número de clientes de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** Los contratos tercerizados **no influyen** directamente en número de clientes de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.15 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Influencia en el número de clientes			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
<b>Influencia de contratos tercerizados</b>	<b>Positivamente</b>	33	4	0	37
	<b>Negativamente</b>	15	5	0	20
	<b>No influye</b>	0	0	3	3
<b>Total</b>		48	9	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.16 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	62,069 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	25,703	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	18,187	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación:**

$X^2$  teórico= 9,4877

**Regla de decisión de Fisher:**

Si P-Value < PAlfa (rechaza H0 y acepta H1)

Si 0,000 < 0,05 (rechaza H0 y acepta H1)

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2$  Calculado >  $X^2$  Tabla (Rechaza Ho y acepta H1)

Si 62,069 > 9,4877 (Rechaza Ho y acepta H1)

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que los contratos tercerizados **influyen** directamente en el número de clientes, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**c) Volumen de activos**

**H<sub>1</sub>:** Los contratos tercerizados **influyen** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** Los contratos tercerizados **no influyen** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.17 INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		Influencia en el volumen de activos			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia de contratos tercerizados	Positivamente	3	4	0	7
	Negativamente	15	35	0	50
	No influye	0	0	3	3
<b>Total</b>		18	39	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.18 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DE LOS CONTRATOS TERCERIZADOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	60,495 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	24,271	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	8,785	1	,003
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente:Elaboración propia

▪ **Interpretación:**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $60,495 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que los contratos tercerizados **influyen** directamente en el volumen de activos, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

### 6.3.2 Cumplimiento de pagos

#### a) Ventas

**H<sub>1</sub>**: El cumplimiento de pagos **influye** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>**: El cumplimiento de pagos **no influye** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo

**TABLA 6.19 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cumplimiento de pagos	Positivamente	25	31	0	56
	Negativamente	1	0	0	1
	No influye	0	0	3	3
Total		26	31	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.20 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS VENTAS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	61,277 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	25,413	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	14,164	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,05.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación:**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si P-Value < PAlfa (rechaza H0 y acepta H1)

Si 0,000 < 0,05 (rechaza H0 y acepta H1)

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2$  Calculado >  $X^2$  Tabla (Rechaza Ho y acepta H1)

Si 61,277 > 9,4877 (Rechaza Ho y acepta H1)

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cumplimiento de pagos **influye** directamente en las ventas, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**b) Número de clientes**

**H<sub>1</sub>:** El cumplimiento de pagos **influye** directamente en el número de clientes de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El cumplimiento de pagos **no influye** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo

**TABLA 6.21 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN LAS EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Influencia en número de clientes			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cumplimiento de pagos	Positivamente	46	9	0	55
	Negativamente	2	0	0	2
	No influye	0	0	3	3
<b>Total</b>		48	9	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.22 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	60,409 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	24,523	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	26,446	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Fuente:Elaboración propia

- **Interpretación**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $60,409 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cumplimiento de pagos **influye** directamente en el número de clientes, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**c) Volumen de activos**

**H<sub>1</sub>:** El cumplimiento de pagos **influye** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El cumplimiento de pagos **no influye** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo

**TABLA 6.23 INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		Influencia en el volumen de activos			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cumplimiento de pagos	Positivamente	18	37	0	55
	Negativamente	0	2	0	2
	No influye	0	0	3	3
<b>Total</b>		18	39	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.24 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CUMPLIMIENTO DE PAGOS EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	61,007 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	25,373	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	16,925	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $61,007 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cumplimiento de pagos influye directamente en el volumen de activos, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

### 6.3.3 Cambio de proveedor

#### a) Ventas

**H<sub>1</sub>:** El cambio de proveedor **influye** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El cambio de proveedor **no influye** directamente en las ventas de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.25 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS**

		Influencia en las ventas			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cambio de proveedor	Positivamente	5	1	0	6
	Negativamente	21	30	0	51
	No influye	0	0	3	3
Total		26	31	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.26 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN LAS VENTAS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	64,048 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	27,890	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	15,499	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente:Elaboración propia

#### • Interpretación

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

#### Regla de decisión de Fisher:

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

#### Regla de decisión de Pearson:

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $64,048 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cambio de proveedor influye directamente en las ventas, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**b) Número de Clientes**

**H<sub>1</sub>:** El cambio de proveedor **influye** directamente en el número de clientes de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**H<sub>0</sub>:** El cambio de proveedor **no influye** directamente en el número de clientes de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.27 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

		Influencia en el número de clientes			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cambio de proveedor	Positivamente	4	0	0	4
	Negativamente	44	9	0	53
	No influye	0	0	3	3
Total		48	9	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.28 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL NÚMERO DE CLIENTES**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	60,849 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	25,252	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	19,132	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,15.

Fuente:Elaboración propia

- **Interpretación**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $60,849 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cambio de proveedor influye directamente en el número de clientes, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**c) Volumen de activos**

**$H_1$ :** El cambio de proveedor **influye** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**$H_0$ :** El cambio de proveedor **no influye** directamente en el volumen de activos de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

**TABLA 6.29 INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

		Influencia en el volumen de activos			Total
		Positivamente	Negativamente	No influye	
Influencia del cambio de proveedor	Positivamente	1	1	0	2
	Negativamente	17	38	0	55
	No influye	0	0	3	3
Total		18	39	3	60

Fuente:Elaboración propia

**TABLA 6.30 PRUEBA CHI-CUADRADO DE PEARSON DE LA INFLUENCIA DEL CAMBIO DE PROVEEDOR EN EL VOLUMEN DE ACTIVOS**

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
<b>Chi-cuadrado de Pearson</b>	60,343 <sup>a</sup>	4	,000
<b>Razón de verosimilitud</b>	24,125	4	,000
<b>Asociación lineal por lineal</b>	12,397	1	,000
<b>N de casos válidos</b>	60		

a. 7 casillas (77,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Fuente:Elaboración propia

• **Interpretación**

$$X^2 \text{ teórico} = 9,4877$$

**Regla de decisión de Fisher:**

Si  $P\text{-Value} < P\text{Alfa}$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $0,000 < 0,05$  (rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

**Regla de decisión de Pearson:**

Si  $X^2 \text{ Calculado} > X^2 \text{ Tabla}$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Si  $60,343 > 9,4877$  (Rechaza  $H_0$  y acepta  $H_1$ )

Según regla de Fisher y Pearson, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la alternativa, concluyendo que el cambio de proveedor influye directamente en el volumen de activos, uno de los indicadores de desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.

#### **6.4 Discusión de Resultados**

Para determinar la influencia del outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial, se tomaron los indicadores para outsourcing que más inciden en el desarrollo empresarial: contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor; así mismo para el desarrollo empresarial se tomaron los indicadores: Ventas, número de clientes y volumen de activos, y se evaluó la influencia entre ambas variables.

En el outsourcing tácito se evaluó su influencia de forma general en las ventas, número de clientes y volumen de activos de pymes de suministro vehicular en la ciudad de Huancayo, obteniendo para el indicador ventas una mayor de influencia negativa con un 51,7 %, un 43.3% influencia positiva y un 5% no influye ya que no realizan este tipo de outsourcing, tal como se muestra en la tabla 5.2 y figura 5.2. Para la influencia en el número de clientes se obtuvo una influencia positiva en mayor frecuencia obteniendo un 80 %, un 15% de influencia negativa y un 5% no influye, tal como se muestra en la tabla 5.6 y figura 5.6. Para la influencia en el volumen de activos se obtuvo una influencia negativa en mayor frecuencia obteniendo un 65 %, un 30% de influencia positiva y un 5% no influye, tal como se muestra en la tabla 5.10 y figura 5.10.

En el outsourcing estratégico se evaluó al igual que en el outsourcing tácito su influencia de forma general en las ventas, número de clientes y volumen de activos de pymes de suministro vehicular en la ciudad de Huancayo, obteniendo para las ventas a diferencia del outsourcing tácito una mayor de influencia positiva con un 70 %, un 6.7% influencia negativa y un 23.3% no influye ya que no realizan este tipo de outsourcing, tal como se muestra en la tabla 5.15 y figura 5.15. Para la influencia en el número de clientes se obtuvo una influencia positiva en mayor frecuencia obteniendo un 65 %, un 11.7% de influencia negativa y un 23.3% no influye, tal como se muestra en la tabla 5.19 y figura 5.19. Para la influencia en el volumen de activos a diferencia del outsourcing tácito se obtuvo una influencia positiva en mayor frecuencia obteniendo un 75 %, un 1.7% de influencia positiva y un 23.3% no influye, tal como se muestra en la tabla 5.23 y figura 5.23, coincidiendo con Arribasplata Solano, Núñez Guzmán, & Tapia Cabrera (2019), quienes concluyen en su investigación que, la gestión de las ventas influye de forma directa en el desarrollo económico y empresarial, en el distrito de Lince, Lima. Así mismo se estableció que la relación cliente empresa, se relaciona directamente con el desarrollo económico y empresarial.

Se determinó que cuando se emplea el outsourcing tácito la influencia de contratos tercerizados en las ventas es negativa con un 58.3%, ver tabla 5.3; en el número de clientes influye positivamente con un 61,7%, ver tabla 5.7 y en el volumen de activos negativamente con un 83.3%, ver tabla 5.11, coincidiendo con Hernández Miranda (2020), quien expresa que, el outsourcing produce desnaturalización del contrato para prestación de servicios, dependencia del proveedor, expresando así que no siempre las actividades se realizan conforme lo establecido un contrato o de forma verbal, siempre hay cambios o faltas al contrato establecido, de esa forma generando estabilidad laboral y desnaturalizando totalmente el objetivo de tercerizar. Para el indicador cumplimiento de pagos influye en las ventas positivamente con un 93.3%, ver tabla 5.4; en el

número de clientes influyen positivamente con un 91,7%, ver tabla 5.8 y en el volumen de activos positivamente con un 91.7%, ver tabla 5.12. Para el indicador cambio de proveedor influye en las ventas negativamente con un 85%, ver tabla 5.5; en el número de clientes influyen negativamente con un 88.3%, ver tabla 5.9 y en el volumen de activos negativamente con un 91.7%, ver tabla 5.13.

Se determinó también que cuando se emplea el outsourcing estratégico la influencia de contratos tercerizados en las ventas es negativa en un 43.3%, ver tabla 5.15; en el número de clientes influyen positivamente con un 51,7%, ver tabla 5.20 y en el volumen de activos negativamente con un 66.7%, ver tabla 5.24, coincidiendo con la investigación de Jauregui Acevedo & Medina Arellano (2019), quienes concluyen que, desnaturalizar el contrato laboral de tercerización tiene un efecto negativo de gran impacto en los principios de economía y celeridad, careciendo de veracidad en el cumplimiento del trabajo.

Para el indicador cumplimiento de pagos influye en las ventas positivamente con un 75%, ver tabla 5.17; en el número de clientes influyen positivamente con un 73.3%, ver tabla 5.21 y en el volumen de activos positivamente con un 75%, ver tabla 5.25. Para el indicador cambio de proveedor influye en las ventas positivamente con un 68.3%, ver tabla 5.18; en el número de clientes influyen negativamente con un 70%, ver tabla 5.22 y en el volumen de activos negativamente con un 73.3%, ver tabla 5.26.

## 6.5 Conclusiones y recomendaciones

### 6.5.1 Conclusión

- Se analizó la influencia del outsourcing tácito en el desarrollo empresarial basado en ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo, obteniendo para el indicador ventas una mayor influencia negativa con un 51,7 %; para número de clientes una influencia positiva en mayor frecuencia obteniendo un 80 %; para volumen de activos mayor influencia negativa con un 65 %.
- Se analizó la influencia del outsourcing estratégico en el desarrollo empresarial basado en ventas, número de clientes y volumen de activos de pymes de suministro vehicular en la ciudad de Huancayo, obteniendo para las ventas una influencia positiva con un 70 %; para el número de clientes se obtuvo una influencia positiva con un 65 % y para el volumen de activos se obtuvo una influencia positiva con el 75 %. Determinando que el outsourcing estratégico influye de manera positiva en los tres indicadores evaluados del desarrollo empresarial.
- Se analizó la influencia de contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor, cuando se emplea outsourcing tácito, determinando que, los contratos tercerizados cuando se utiliza el outsourcing tácito influyen en las ventas negativamente con un 58.3%; en el número de clientes influyen positivamente con un 61,7%, y en el volumen de activos negativamente con un 83.3%. La influencia del cumplimiento de pagos en las ventas fue positivamente con un 93.3%; en el número de clientes influyen positivamente con un 91,7% y en el volumen de activos positivamente con un 91.7%. Para el indicador cambio de proveedor influyen en las ventas negativamente con un 85%; en el número de clientes negativamente con un 88.3% y en el volumen de activos negativamente con un 91.7%.

Determinando que los contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor influyen directamente en el desarrollo empresarial cuando se emplea outsourcing tácito.

- Se analizó la influencia de contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor, cuando se emplea outsourcing estratégico, se determinó que los contratos tercerizados cuando se utiliza el outsourcing estratégico influyen en las ventas negativamente con un 43.3%; en el número de clientes influyen positivamente con un 51,7% y en el volumen de activos negativamente con un 66.7%. Para el indicador cumplimiento de pagos influyen en las ventas positivamente con un 75%; en el número de clientes influyen positivamente con un 73.3% y en el volumen de activos positivamente con un 75%. Para el indicador cambio de proveedor influyen en las ventas positivamente con un 68.3%; en el número de clientes influyen negativamente con un 70% y en el volumen de activos negativamente con un 73.3%. Determinando que los contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor influyen directamente en el desarrollo empresarial cuando se emplea outsourcing estratégico.

### **6.5.2 Recomendaciones**

- Establecer contratos concretos y con términos claros, con penalidades para el que incumpla alguna cláusula y así el desarrollo empresarial no se vea afectado.
- Cumplir con los pagos a los proveedores a tiempo y en los plazos establecidos.
- No cambiar de proveedor de manera repentina, por parte de las grandes empresas que buscan servicios de pymes para que los abastezcan con algún servicio ya que genera inestabilidad laboral.

## 7 BIBLIOGRAFÍA

- Arce Soto, F., Chacón León, L., & España Chavarría, C. (2017). El outsourcing como estrategia de eficiencia. *Revista Internacional de Administración de Oficinas y Educación Comercial*, 63-89.
- Cervantes García, S., Salazar Suárez, A., & Bolaño Campo, H. (2018). *Tercerización de operaciones logísticas de las empresas transporte de santa marta*. Colombia: UCC.
- Delfín Pozos, F. (2016). *Importancia y análisis del desarrollo empresarial*. México: ICP.
- Gil , S. (06 de febrero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Contrato: <https://economipedia.com/definiciones/contrato.html>
- Hernández Miranda, R. (2020). *Desnaturalización del contrato de prestación de servicios personales en el sector privado*. Bogotá: UAN.
- Pérez, A. (4 de marzo de 2018). *Los activos de una empresa y cómo se valoran*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/que-son-los-activos-de-una-empresa-y-como-se-valoran>
- Pinto Merino, D., Rebolledo, J., Oróstica, C., & Cifuentes, S. (2018). *Guía de aprendizaje la empresa y su entorno*. Chile: INACAP.
- Quiroa , M. (4 de noviembre de 2019). Obtenido de Mercado: <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Quiroa, M. (19 de noviembre de 2019). *Ecomipedia*. Obtenido de Cliente: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

- Ramos Geldres, J. (2020). *“Metodología de evaluación y selección de operadores logísticos integrales de exportación en la gestión del outsourcing de la empresa dominus sac, ubicada en Tambogrande-Piura, en la campaña de exportación de mangos frescos y congelados periodo 2020-2021,.* Trujillo: UPN.
- Rodriguez Sanchez, G. (2018). *“Gestión del outsourcing y la competitividad en la empresa Muebles Maldonado S.A.C del parque industrial de Villa el Salvador 2017”.* Lima: UAP.
- Sánchez Galán, J. (05 de noviembre de 2018). Obtenido de Proveedor: <https://economipedia.com/definiciones/proveedor.html>
- Vargas Camberos, M. (2014). *“Ordenamiento de la estructura empresarial de acuerdo a su tamaño”.* Bolivia: UMSA.
- Acevedo Garnica, A. (2016). *Outsourcing de selección de personal de manera virtual.* Bogotá.
- Algarañaz Martínez, D., & Paco Hilari, M. (2020). *Outsourcing de tecnologías de información para incrementar la competitividad de las pymes del sector textil de la ciudad de la Paz.* Bolivia: UMSA.
- Arribasplata Solano, N., Núñez Guzmán, M., & Tapia Cabrera, D. (2019). *Línea de investigación: planeamiento estratégico y desarrollo institucional.* Lima: UPA.
- Bacigalupo, C. (2 de abril de 2019). Perú tiene la tarifa más baja de la región en alquiler de vehículos. *Portal de turismo.*
- Baracaldo Rincón, L. (2018). *El outsourcing en las entidades públicas de Colombia.* Colombia.
- Bedoya Gomez, D. (2018). Outsourcing: Beneficios y riesgos. *RPE*, 101-112.

- Conde Sánchez, S. (7 de septiembre de 2015). *Outsourcing: definición, ventajas, desventajas, tipos y niveles*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/outsourcing-definicion-ventajas-desventajas-tipos-y-niveles/>
- Duque Ceballos, J., González Campo, C., & García Solarte, M. (2014). Outsourcing y Business Process Outsourcing desde la Teoría Económica de la Agencia. *Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 12-29.
- Fundación-BCSD, E. (2012). *La empresa y su entorno*. España.
- Gestión. (17 de octubre de 2017). *Outsourcing: ¿Qué países tercerizan más sus operaciones?*
- Gestión. (27 de abril de 2018). *Economía*.
- Jauregui Acevedo , F., & Medina Arellano , M. (2019). “*Emplazamiento de empresas tercerizadoras en procesos de desnaturalización de contratos de tercerización Laboral*”. Trujillo: UNT.
- Jesus. (22 de abril de 2020). *Estrategias eficaces para garantizar tu desarrollo empresarial*. Obtenido de <https://gruporohe.mx/desarrollo-empresarial/>
- Ley N° 29245. Ley que regula los servicios de tercerización. (2008). *D.S. N° 006-2008-TR*. Lima.
- López Iglesias, S. (2018). *Ventajas e inconvenientes de la subcontratación en el subsector del transporte de mercancías por carretera y servicios de mudanza*. Santander: UC.
- Luque Malat, J., Marín Narváez, L., & Salcedo Toro, G. (2015). *La Tercerización/Outsourcing como Estrategia Organizacional: Revisión del Estado del Arte*. Colombia: UTB.

- Marcotrigiano Z, L. (2012). Discusión del concepto de "activo" dentro del Marco Conceptual de las Normas Internacionales de Información Financiera. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 72-85.
- OIT. (8 de septiembre de 2015). Obtenido de Micro y pequeñas empresas son clave para mejorar empleo y transformación productiva de América Latina y el Caribe: [http://www.ilo.int/americas/sala-de-prensa/WCMS\\_400229/lang--es/index.htm](http://www.ilo.int/americas/sala-de-prensa/WCMS_400229/lang--es/index.htm)
- ONU. (2018). *La ONU considera que las pymes son la espina dorsal de la economía y las mayores empleadoras del mundo*. 20 minutos.
- Quiroz Moncada, G. (2021). *La tercerización y su incidencia en la precarización laboral, en la Ley N° 29245, Ley que regula los servicios de tercerización y su reglamento*. Lima: UCV.
- Renau Piqueras, J. (2012). *Introducción a la Administración de Empresas*. Madrid: Editorial Civitas.
- Sánchez Galán , J. (13 de febrero de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Servicio: <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sánchez Galán, J. (30 de octubre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Venta: <https://economipedia.com/definiciones/venta-de-mercaderias.html>
- Sánchez Jiménez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, España.
- Santisteban Huancas, O. (2019). *El encargo de la actividad principal configurada en el reglamento de tercerización como desnaturalización del contrato de outsourcing*. Lambayeque: UNPRG.

Torres Pinón, R. (2018). *Empresas del sector servicio, rubro alquiler de maquinarias pesadas, distrito de callería, año 2018*. Pucallpa: ULADECH.

Torres Rojas, E. (27 de julio de 2016). *Forbes Mexico*. Obtenido de Outsourcing, el gran negocio de Centroamérica: <https://www.forbes.com.mx/outsourcing-el-gran-negocio-de-centroamerica/>

Vega Saldaña, V. (2020). *El outsourcing provoca la violación de los derechos de los trabajadores en México*. México: UANL.

## 8 ANEXOS

### ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variable
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>	<b>V. Independiente</b>
¿De qué manera influye el outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?	Analizar la influencia del outsourcing tácito y estratégico en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.	El outsourcing tácito y estratégico influye directamente en el desarrollo empresarial de pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.	<p><b>O: Outsourcing tácito y outsourcing estratégico</b></p> <p><b>Indicadores</b></p> <p>CT: Contratos tercerizados</p> <p>CP: Cumplimiento de pagos</p> <p>CP: Cambio de proveedor</p>

Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	V. Dependiente
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera el outsourcing tácito influye en las ventas, número de clientes y volumen de activos en pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?</li> <li>• ¿De qué manera el outsourcing estratégico influye en las ventas, número de clientes y volumen de activos en pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la influencia del outsourcing tácito en las ventas, número de clientes, volumen de activos en las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.</li> <li>• Analizar la influencia del outsourcing estratégico en las ventas, número de clientes, volumen de activos en las pymes de servicios de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El outsourcing tácito influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.</li> <li>• El outsourcing estratégico influye directamente en las ventas, número de clientes y volumen de activos de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo.</li> <li>• Los contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor influyen directamente en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.</li> </ul>	<p><b>D: Desarrollo empresarial</b></p> <p>DV: Ventas</p> <p>DC: Número de clientes</p> <p>DA: Volumen de activos</p>

<p>• ¿Cómo influyen los contratos tercerizados, el cumplimiento de pagos y el cambio de proveedor en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de suministro vehicular de actividades extractivas y productivas de la ciudad de Huancayo?</p>	<p>actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.</p> <p>• Analizar la influencia de contratos tercerizados, cumplimiento de pagos y cambio de proveedor, en el desarrollo empresarial de las pymes de servicios de actividades extractivas y productivas de suministro vehicular de la ciudad de Huancayo.</p>		
---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO 2. CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Tabla. Confiabilidad de los instrumentos

<b>Coefficiente</b>	<b>Relación</b>
<b>0, 0.3]</b>	Deficiente
<b>]0.3, 0.5]</b>	Regular
<b>]0.5, 0.7]</b>	Bueno
<b>]0.7, 0.9]</b>	Muy bueno
<b>]0.9, 1]</b>	Excelente

Fuente: Hernández et al. (2012). Metodología de la Investigación Científica.

### *Resumen de procesamiento de casos*

	N	%
Válido	60	100,0
Casos Excluido <sup>a</sup>	0	0,0
Total	60	100,0

### *Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,727	26

De acuerdo a los resultados de la tabla anterior, se evidencia que la confiabilidad del instrumento, resultó tener un coeficiente muy bueno, proporcionando un valor de 0.727. Por lo que se concluye que la confiabilidad del instrumento es del 72.7%.

## ENCUESTA ESTRUCTURADA

<b>I. OUTSOURCING TÁCTICO</b> (marcar con un X en la opción que crea conveniente)			
	Siempre	A veces	Nunca
1. ¿Utiliza Outsourcing táctico?			
<b>VENTAS</b> <b>CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING TÁCTICO</b> (marcar con un X en la opción que crea conveniente)			
	Positivamente	Negativamente	No influye
2. ¿De qué manera influye el outsourcing táctico en las ventas de su empresa?			
3. ¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en las ventas de su empresa?			
4. ¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en las ventas de su empresa?			
5. ¿De qué manera influye el cambio de			

proveedor en las ventas de su empresa?			
<b>NUMERO DE CLIENTES</b> <b>CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING TÁCTICO</b> <b>(marcar con un X en la opción que crea conveniente)</b>			
	Positivamente	Negativamente	No influye
6.¿De qué manera influye el outsourcing táctico en el número de clientes de su empresa?			
7.¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en el número de clientes de su empresa?			
8.¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en el número de clientes de su empresa?			
9.¿De qué manera influye el cambio de proveedor en el número de clientes de su empresa?			
<b>VOLUMEN DE ACTIVOS</b>			

**CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING TÁCTICO****(marcar con un X en la opción que crea conveniente)**

	Positivamente	Negativamente	No influye
10.¿De qué manera influye el outsourcing táctico en el volumen de activos de su empresa?			
11.¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en el volumen de activos de su empresa?			
12.¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en el volumen de activos de su empresa?			
13.¿De qué manera influye el cambio de proveedor en el volumen de activos de su empresa?			

<b>II. OUTSOURCING ESTRATÉGICO</b> (marcar con un X en la opción que crea conveniente)			
	<b>Siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Nunca</b>
14.¿Utiliza Outsourcing estratégico?			
<b>VENTAS</b> <b>CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING ESTRATÉGICO</b> (marcar con un X en la opción que crea conveniente)			
	<b>Positivamente</b>	<b>Negativamente</b>	<b>No influye</b>
15.¿De qué manera influye el outsourcing estratégico en las ventas de su empresa?			
16.¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en las ventas de su empresa?			
17.¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en las ventas de su empresa?			
18.¿De qué manera influye el cambio de			

proveedor en las ventas de su empresa?			
<b>NUMERO DE CLIENTES</b> <b>CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING ESTRATÉGICO</b> <b>(marcar con un X en la opción que crea conveniente)</b>			
	Positivamente	Negativamente	No influye
19.¿De qué manera influye el outsourcing estratégico en el número de clientes de su empresa?			
20.¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en el número de clientes de su empresa?			
21.¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en el número de clientes de su empresa?			
22.¿De qué manera influye el cambio de proveedor en el número de clientes de su empresa?			

# VOLUMEN DE ACTIVOS

## CUANDO HACE USO DE OUTSOURCING ESTRATÉGICO

(marcar con un X en la opción que crea conveniente)

	Positivamente	Negativamente	No influye
23.¿De qué manera influye el outsourcing estratégico en el volumen de activos de su empresa?			
24.¿De qué manera influyen los contratos tercerizados, en el volumen de activos de su empresa?			
25.¿De qué manera influye cumplimiento de pagos en el volumen de activos de su empresa?			
26.¿De qué manera influye el cambio de proveedor en el volumen de activos de su empresa?			