



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Percepción de la gestión de outsourcing y su impacto en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC - Minka, 2022

TRABAJO DE INVESTIGACION PARA OBTAR EL GRADO ACADEMICO DE

Bachiller en Marketing e Innovación

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Espinoza Moscoso, Adriana Zoila – Marketing e Innovación

Herhuay Guzmán, Juan José – Administración y Dirección de Negocios

Maqui Santos, Franco Paolo - Administración y Dirección de Negocios

Martínez Córdor, Aaron Moshe - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracin

(ORCID - 0000-0003-1966-3392)

LIMA – PERÚ

2022

ASESORA

Dra. Roxana Alexandra Albarracin

MIEMBROS DEL JURADO

Jorge Alberto Cerna Hernández

Eduardo José Huertas Valladares

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Maqui Santos Franco Paolo Identificado (a) con DNI N° 46454447 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo Espinoza Moscoso Adriana Zoila Identificado (a) con DNI N° 74051030 perteneciente al Programa Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Martínez Córdor Aaron Moshe Identificado (a) con DNI N° 46089892 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Herhuay Guzmán Juan José Identificado (a) con DNI N° 44508383 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.



DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

- a) Somos los autores del documento académico titulado “Percepción de la gestión de outsourcing y su impacto en la logística de salida para los clientes de la empresa KF – Minka Callao 2022“
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si


se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 18, 01, 2023

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Franco Paolo	Maqui Santos	46454447	
Adriana Zoila	Espinoza Moscoso	74051030	
Aaron Moshe	Martínez Cóndor	46089892	
Juan José	Herhuay Guzmán	44508383	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Roxana Alexandra	Albarracín Aparicio	41981490	

DEDICATORIA

Agradecemos a cada persona que en el camino nos brindó apoyo, nos compartió conocimiento y nos impulsó a terminar nuestras carreras con éxito, a nosotros mismos por tener esa disciplina y enfoque de avanzar hacia nuestros objetivos a pesar de las adversidades.

ÍNDICE

MIEMBROS DEL JURADO	2
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD.....	3
DEDICATORIA	5
ÍNDICE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
I. INFORMACIÓN GENERAL	14
1.1 Título del Proyecto.....	14
1.2 Área estratégica.....	14
1.3 Actividad económica.....	14
1.4 Alcance de la solución.....	15
II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	16
2.1 Planteamiento del problema.....	16
2.1.2 Formulación del problema.....	16
2.1.3 Objetivos de investigación.....	18
2.1.4 Justificación de la investigación.....	19
2.1.5 Limitaciones de la investigación.....	20
2.1.6 Viabilidad de la investigación.....	21
III. MARCO REFERENCIAL.....	22
3.1 Antecedentes.....	22
3.2 Marco teórico.....	26
3.2.2 <i>Outsourcing</i> en logística.....	26
3.2.3 Logística de salida.....	37
IV. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	44
4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas.....	44
4.1.2 Hipótesis principales.....	44
4.1.3 Hipótesis derivadas.....	44
4.1.4 Operacionalización de variable.....	45
V. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	47
5.1 Diseño metodológico.....	47
5.2 Diseño muestral.....	49
5.3 Población.....	49

5.4	Muestra	49
5.5	Técnicas de recopilación de datos	51
5.6	Técnicas estadísticas de procesamiento de información	51
5.7	Resultados	52
5.7.1	Análisis Descriptivo	52
5.7.2	Análisis ligado a la hipótesis	66
VI.	DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	76
6.1	Alcance esperado	76
6.2	Descripción de la propuesta de innovación	76
6.3	Diagnostico situacional	76
6.4	Procedimiento para la propuesta de mejora	78
6.4.1	Desarrollo de la propuesta de innovación.....	78
6.4.2	Matriz de evaluación de estándares de entrega.....	79
6.5	Presupuesto.....	85
VII.	RECOMENDACIONES	86
VIII.	CONCLUSIONES.....	87
IX.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	89
X.	ANEXO	93

ÍNDICE TABLAS

Tabla 1 <i>Outsourcing</i> en Logística	46
Tabla 2 Logística de Salida	47
Tabla 3 Confiabilidad de los datos de la variable <i>Outsourcing</i> en logística	53
Tabla 4 Confiabilidad de datos de la variable Logística de Salida	54
Tabla 5 <i>Outsourcing</i> en Logística	54
Tabla 6 Ventajas del <i>Outsourcing</i> Logístico	56
Tabla 7 <i>Outsourcing</i> de Embalaje	58
Tabla 8 Criterios para Externalizar	59
Tabla 9 Logística de Salida	61
Tabla 10 La Extracción y selección de mercancías	62
Tabla 11 Orden de <i>Picking</i>	64
Tabla 12 Envases y embalajes	65
Tabla 13 <i>Outsourcing</i> en logística-Logística de salida	68
Tabla 14 <i>Outsourcing</i> en logística - Extracción y selección de mercancía	71
Tabla 15 <i>Outsourcing</i> en logística - Orden de <i>Picking</i>	73
Tabla 16 <i>Outsourcing</i> en logística - Envases y embalajes	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Outsourcing</i> en logística	55
Figura 2 Ventas del <i>Outsourcing</i> logístico	57
Figura 3 <i>Outsourcing</i> de embalaje	58
Figura 4 Criterios para externalizar	60
Figura 5 Logística de salida	61
Figura 6 La extracción y selección de mercancías	63
Figura 7 Orden de <i>picking</i>	64
Figura 8 Envases y embalajes	66
Figura 9 <i>Outsourcing</i> en logística de salida	69
Figura 10 <i>Outsourcing</i> en logística – Extracción y selección de mercancía	71
Figura 11 <i>Outsourcing</i> en logística - Orden de <i>picking</i>	74
Figura 12 <i>Outsourcing</i> en logística – Envases y embalajes	76

RESUMEN

En la presente investigación se tuvo como objetivo Determinar cómo influye la gestión de *outsourcing* en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC-Minka Callao, para dicho estudio se realizó un enfoque cuantitativo de tipo aplicada con diseño no experimental transversal correlacionar y un nivel de tipo correlacional. Como población se consideró a los clientes que consumen o compran por *delivery* de la tienda KFC Minka Callao, teniendo como muestra a los clientes que están dentro de la zona de reparto que tiene la tienda, donde se utilizó como técnica de investigación la herramienta de encuestas con un total de 249 encuestas realizadas, la cual nos permitió analizar los procesos en torno al *delivery* y así poder estructurar la investigación, se determinó que la tercerización del *delivery* es viable para le tienda KFC Minka Callao y ayudaría al mejor desempeño y enfoque de labores, a ofrecer un servicio más rápido y con mejores resultados, apoyado de herramientas como son las matrices de medición que nos permitan tener un mejor control y revisión de estándares de procesos ,logrando así clientes más satisfechos.

Palabras Clave: *Outsourcing*, Tercerización, Medición, Control, Estándares

ABSTRACT

In the present investigation, the objective was to determine how outsourcing management influences the outbound logistics for the clients of the company KFC-Minka Callao, for said study an applied quantitative approach was carried out with a non-experimental cross-correlating design and a correlational type level. As a population, the customers who consume or buy by delivery from the KFC Minka Callao, store were considered, taking as a sample the customers who are within the delivery area of the store, where the survey tool was used as a research technique with A total of 249 surveys carried out, which allowed us to analyze the processes around delivery and thus be able to structure the investigation, it was determined that outsourcing delivery is viable for the KFC Minka Callao, store and would help to improve performance and work focus, to offer a faster service and with better results, supported by tools such as measurement matrices that allow us to have better control and review of process standards, thus achieving more satisfied customers.

Keywords: Outsourcing, Measurement, Control, Standards

INTRODUCCIÒN

La presente investigación busca mejorar la experiencia del cliente, específicamente de la tienda KFC Minka Callao, en la modalidad del servicio por *delivery*. Por ello, la línea de investigación es de análisis y mejora de procesos, con lo cual se buscará la aplicación de la terciarización en dicho servicio, siendo el principal factor de mejorar la experiencia que se está brindando al cliente final. Asimismo, este proceso de *outsourcing* permitirá la mejora de la experiencia del cliente interno, contribuyendo a un mejor canal de atención.

La pandemia ha permitido que el canal de atención por *delivery* tenga una mayor afluencia en los últimos años, siendo una demanda en permanente crecimiento, el cual se ve reflejado en diferentes sectores, pero que sin duda tiene mayor repercusión en la industria de alimentos, específicamente de los restaurantes. Sin embargo, este crecimiento tan abrupto, el cual no se encontraba en la órbita de ningún especialista, ha generado que la demanda de personal encargado de realizar este tipo de proceso se encontrará en dicho momento rebasado, generando un personal no capacitado para cumplir esta tarea, con la misión de interactuar adecuadamente con el cliente.

El proceso de terciarización, específicamente el *outsourcing* en la tienda de KFC Minka Callao, tiene ese factor clave de generar no solo una mejorara en el proceso, el cual conlleva a los tiempos, acompañado de una entrega adecuada del producto, sino también siendo vital el traslado adecuado de este mismo. Por lo cual, la percepción del cliente es vital para la adecuada investigación.

Mediante el capítulo I, se proyectará una información general del proyecto; asimismo el alcance de la solución de esta misma. En el capítulo II, se presenta la formulación del problema, acompañado de los objetivos de la investigación. En el capítulo III, se realizará el marco teórico, mientras que en el capítulo IV, se verá el hipótesis y

variables que se han utilizado para el proyecto. Por último, en el capítulo V y VI, se tocará una descripción de la investigación aplicada, con el desarrollo de las técnicas e instrumentos de recopilación de datos, validez, confiabilidad del proyecto, y desarrollo de la propuesta de innovación, respectivamente.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Percepción de la gestión de *outsourcing* y su impacto en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC - Minka, 2022

1.2 Área estratégica

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de análisis y mejora de procesos, que busca realizar un estudio de investigación sobre el impacto del servicio de *delivery* en los clientes de KFC Minka – Callao, el cual se aplicará la tercerización en el servicio de *delivery* y la implementación de nuevos procesos y flujos en el modelo de negocio.

1.3 Actividad económica

Según datos de *Touch Task* (2021) se comentó en una entrevista para el diario Gestión, el *delivery* creció un 250% durante la pandemia, es denominado un boom, también las “cocinas fantasmas” o “*Dark Kitchen*” que consiste en operar a puerta cerrada con comidas rápidas de la mano con el servicio *delivery*, esto beneficia no solo a las cadenas de restaurantes reconocidas, si no, a los empresarios que están empezando en el rubro de restaurantes, una medida de apoyo y crecimiento durante la pandemia. La importancia del *delivery* es fundamental no solo permite el crecimiento económico de la empresa, sino que también brinda mayor puesto de trabajos. (Fernández,2020).

El desarrollo de la investigación es de tipo económica, ya que se busca

implementar mejoras en el área de *delivery* de la empresa KFC, orientadas a las necesidades del consumidor, y así mejorar la percepción del cliente, con un servicio más eficiente y eficaz dentro del mercado de comidas rápidas; asimismo también mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores, estableciendo un sistema de reparto más accesible y directo con los clientes, lo cual permitirá acortar tiempos de entrega, esto será un beneficio para los clientes, al igual que para los colaboradores y la empresa.

Si bien es cierto, hemos crecido y mejorado la experiencia del *delivery* de manera importante, aún hay mucho trabajo por hacer. Prueba de ellos es cómo se manejaron los despachos por *delivery* durante la cuarentena del 2020. Mucho de ello se debe a que no tenemos aún homogeneizada la experiencia de entrega, no todos los proveedores cuentan con la tecnología necesaria para una trazabilidad en línea, así como información cartográfica de las ciudades (CAPECE,2021). Por ello, la importancia de llevar una mejor experiencia al cliente con respecto al servicio de *delivery*, con intención de obtener la mejor experiencia hacia el cliente de forma presencial o por este medio.

Para los consumidores *online* los puntos más importantes es el servicio, el *packaging* y las promociones, por ello realizaremos la mejora de estos puntos vitales para la venta *online*; por lo cual el área de *marketing* busca posicionar a la empresa como la más rápida, con el *packaging* más seguro y el más adecuado dentro de los restaurantes *fast food*, que permita obtener más clientes satisfechos, y que conlleve más ventas e ingresos en relación a la competencia.

1.4 Alcance de la solución

La población de estudio: son los colaboradores del área de reparto, *drivers*, y consumidores *online* de la empresa KFC, que hacen uso de la tienda ubicada en el centro comercial Minka Callao.

Callao – Lima - Perú
KFC – Centro Comercial Minka Callao
2022

II. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Planteamiento del problema

2.1.2 Formulación del problema

En el análisis de la percepción de la gestión del *outsourcing* es de suma importancia; por ello el propósito de la investigación es conocer que sucede cuando se realizan e implementan los procesos; asimismo cuando sucede todo lo contrario, es decir la no implementación, todo ello con la intención de conocer los motivos. La investigación de los procesos y gestión han sido tomados como referencia, ya que son importantes para determinar dichas actividades, pero no es fácil de cifrar, debido a que hay muchas variables y factores que deben ser tomadas en cuenta. Además, los consumidores tienen otras alternativas de elección, ya que puede existir un rechazo o mala experiencia por los productos y servicios. El consumidor está influenciado por factores internos y externos que determinan su decisión, gusto, calidad, sabor y entre otros factores.

La fase en la que comienza la compra siempre se toma en cuenta el costo y por ello adquiere el bien, ya sea un producto o servicio, siempre el consumidor inicia por identificar el bien, con el hecho de satisfacer su necesidad y tomando en cuenta la experiencia y calidad que satisfaga dicha necesidad, la necesidad se encuentra en el proceso de decisión, acción de compra y psicológica del consumo (Vargas, 2013). La pandemia ha generado una tendencia a nivel global que afecta el comportamiento del consumidor, esto ha generado que

haya una adaptación forzosa por el contexto de la pandemia, por lo cual muchos consumidores han aprovechado esta situación para realizar sus compras con despachos por *delivery*. Pero ¿será que el consumidor y su comportamiento de compra se enfrenta a desafíos en relación con la pandemia? La pandemia ha puesto a prueba la capacidad de resiliencia de las empresas y su gestión, ha creado una necesidad de optimizar procesos, lo cual permita generar rentabilidad, manteniendo la calidad de su servicio y productos para mantener altos estándares de seguridad. Para controlar el COVID-19, el gobierno a través de los decretos implanto medidas de seguridad y las empresas generaron protocolos de bioseguridad para prevenir el riesgo; por ello se implementó servicios a través de los canales de venta por *delivery*. La logística de salida de estos productos debe ser muy importante y necesaria para mantener el negocio, las ofertas del mercado son muy atractivas y muchas empresas han expandido su zona de reparto y cambiado sus procesos para satisfacer la necesidad de sus consumidores.

Este problema identificado, como gestión del *outsourcing* y la logística de salida en la percepción del consumidor con la empresa KFC en el centro comercial Minka Callao en el sector restauración, donde se desea determinar cuál es su influencia, si se cumplen los procesos, si el servicio cumple con la expectativa del comprador, si la calidad de los productos, empaques, recipientes, envases, son los adecuados, ya que de no ser así esto genera que el consumidor se sienta insatisfecho y genere un vínculo de rechazo hacia la empresa KFC. Esta investigación aporta en la capacidad de identificar la influencia de la percepción de la gestión de *outsourcing* y la logística de salida, además de producir datos que ayudará al área de operaciones y logística de la empresa KFC.

El presente trabajo de investigación que se desarrolla en las siguientes paginas tendrá la finalidad de identificar los principales factores que influyen en los clientes, su percepción en la gestión y la logística de salida en el año 2022; asimismo conocer cuál es el nivel de satisfacción que genera la empresa

KFC en el centro comercial Minka Callao, y si son eficientes sus métodos. De esa manera, se dará a conocer el impacto que genera, lo cual permitirá tomar acciones inmediatas ante la situación actual.

2.1.2.1 Problema general

¿Cómo influye la percepción de la gestión del *outsourcing* en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC Minka, Callao 2022?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo influye la percepción de la gestión del *outsourcing* en la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?

¿Cómo influye la percepción de la gestión del *outsourcing* en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?

¿Cómo influye la percepción de la gestión del *outsourcing* en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar cómo influye la gestión del *outsourcing* en logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022.

2.1.3.2 Objetivos específicos

Determinar cómo influye la gestión del *outsourcing* en la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022

Establecer cómo influye la gestión del *outsourcing* en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

Establecer cómo influye la gestión del *outsourcing* en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

La investigación cuenta con justificación de tipo teórica ya que busca detallar y definir cómo influye la gestión de *outsourcing* y la logística de salida en la tienda de KFC Minka fundamentándose en la teoría existente para lograr mejorar el flujos y procesos en el canal de *delivery*.

2.1.4.2 Justificación metodológica

Cuenta con una justificación de tipo metodológica, debido a que se aplicarán los criterios de la investigación científica para la ejecución de este trabajo de

investigación, esto permitirá generar la indagación de los aspectos subjetivos, particularidades y opiniones que tendrá mayor relevancia en el segmento de la población en la zona de reparto de la tienda de la empresa KFC de Minka Callao.

2.1.4.3 Justificación practica

Como último punto se cuenta con una justificación de tipo práctica, ya que generará aplicar la implementación de la mejora de los procesos del modelo de negocio de la empresa KFC en la zona de reparto de la tienda de Minka Callao. Por ello, buscamos conocer la percepción y el grado de aceptación del público, especialmente en los restaurantes de comida rápida, ya que esta posee una gran demanda en el país. Además, cabe resaltar que en el Perú existen algunos lugares donde se implementan este tipo de modelo de negocio, pero con otros flujos o procedimientos. Por el lado económico, las empresas y también a nivel internacional buscan minimizar los costos y mejorar los procesos.

2.1.5 Limitaciones de la investigación

Entre los factores que limitarían la investigación, es la recopilación de información, ya que la empresa es muy reservada por los estándares que maneja, debido a que una franquicia cuenta con patentes y marcas registradas, esto limita el acceso a dicha información. Por otro lado, la zona de reparto de la tienda de KFC de Minka según el nivel de riesgo establecido por el municipio se cataloga como zona peligrosa, por ello su limitación radica en la distancia que recorre el motorizado para llegar al domicilio del cliente que está entre 1 a 2 kilómetros, siendo esta zona catalogada como azul por tener un riesgo bajo y esto limita el alcance del proyecto.

2.1.6 Viabilidad de la investigación

La investigación es viable ya que se demuestra la situación actual que presenta el país frente a la pandemia, ya que muchas personas optan por estar en casa o han adaptado la modalidad de solicitar sus pedidos de *delivery* a través de una plataforma *online* o una app como Rappi, Pedidos Ya, entre otros, disminuyendo la participación de manera presencial o acudir al restaurante. Cabe indicar que la alianza estratégica que tiene KFC con estas empresas favorece la accesibilidad y enriquece la data para obtener información ya que genera un historial de consumo. Entre las acciones que se deben considerar para la viabilidad de la investigación, se encuentra los factores de recopilar, analizar e investigar los flujos y procesos que maneja la empresa KFC con el fin de optimizar los recursos y tener información que pueda enriquecer esta investigación para un mejor análisis.

III. MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

Rojas y Vílchez (2021) realizaron la tesis con título “Decisiones Estratégicas y Gestión Operativa en una empresa *Outsourcing*, Surco, 2021” los autores desarrollaron esta investigación con el objetivo de analizar la relación que existe entre las decisiones estratégicas y la gestión operativa en una empresa *outsourcing* con un enfoque cuantitativo. La investigación da como resultado que las 70 personas encuestadas que laboran o laboraron en tercerización de personal afirman que hay una relación positiva entre las variables confirmando su hipótesis. La herramienta empleada fue el cuestionario compuesto con 23 preguntas. El resultado principal determina que existe una relación significativa entre las variables decisiones estratégicas y gestión operativa en una empresa de *outsourcing* del distrito de surco con un 59.9%. Los investigadores recomiendan tener presente la supervisión del proceso de ejecución, del aprendizaje continuo entre los colaboradores y la comunicación continua para no caer en el estancamiento de la gestión y garantizar la eficiencia y maximizar los beneficios de la empresa.

Elguera (2017) en esta investigación titulada "Implementación de un sistema de información que apoye a la gestión de la función logística de una pequeña empresa comercializadora de productos perecibles en el Perú" Tiene como objetivo principal hacer notoria la importancia de una eficiente logística dentro de las pequeñas empresas, teniendo en cuenta la rotación de inventario que asegura ser punto clave en el proceso de venta, el jefe de la empresa que se analizó, mediante una encuesta realizada a 99 trabajadores encargados de la distribución de productos masivos, identifico tres problemas que impactan directa e indirectamente en el estado financiero del negocio: No se contempla con información detallada de los productos, inadecuado control en el proceso de abastecimiento y despacho,

inadecuado control del vencimiento de los productos. A lo que el presente proyecto propone implementar un sistema de información que cumpla con sus requerimientos con el concepto de: planeamiento, distribución, traslado y reposición. El sistema se encargara de mejorar la gestión de la información con el fin de saber el stock exacto en tiempo real y así podrán hacer la solicitud de reposición a sus proveedores, teniendo una comunicación fluida con el área de ventas, usando un Excel en común para conectar las áreas y cuenten con información necesaria a la mano, con esta solución se reducirán las pérdidas económicas por vencimiento de productos, se gestionará mejor los procesos de abastecimiento, se establecerá comunicación entre los puntos de distribución, se cumplirá con las normas de control de *stock* mediante *Kardex*, al tener la empresa una buena logística permite agilizar los despachos y brindar una mejor atención a los clientes lo que lleva a la empresa de productos perecibles a tener una mayor oportunidad de crecimiento y expansión mejorando únicamente la logística. Del análisis económico se concluye que la propuesta de mejora de la gestión logística para incrementar la rentabilidad en una empresa es viable ya que se obtendrá una mayor rentabilidad proveniente del ahorro de los gastos de venta debido a la reducción de 01 transportista y 03 vendedores a partir del segundo año. Según lo esperado, el proyecto generaría un VAN positivo de S/ 300.843,00 y un TIR del 118,68%; con un período de recuperación estimado de 2 años.

Mejía, Rubio, Cucho(2019) realizaron la tesis, para obtener el grado de maestro en gerencia de operaciones y logística, con el título "propuesta de mejora de la gestión logística para incrementar la rentabilidad en una empresa distribuidora de consumo masivo utilizando *lean manufacturing*" teniendo como objetivo identificar qué factores influyen de manera negativa en la rentabilidad de una empresa distribuidora, para obtener esos factores se procedió a analizar, el margen operativo y costos por procesos identificando como principal factor las devoluciones dividiéndolo en dos motivos por "tienda cerrada" y "sin dinero". Para analizar las causas se utilizó el método Ishikawa y Diagrama de Árbol de causas. Logrando así identificar y proponer mejoras en los procesos de pre-venta y

distribución. En la gestión de pre-venta se propone una mejora en el proceso de toma de pedido, en el cual la fuerza de ventas tendría que pasar los pedidos en línea, empadronar nuevos clientes, el cliente podrá validar su pedido mediante la recepción de un mensaje de texto los productos y precios ofrecidos al momento de finalizar el proceso. En la gestión de la distribución se propone que mediante el uso del aplicativo la programación de rutas se realice de manera automática, el personal de transporte siga el ruteo indicado por el aplicativo y puedan tomar evidencia de las observaciones que encuentren en el punto de venta. El costo para aplicar estas mejoras es de 17 mil soles, Obteniendo un incremento de ventas de 1,5% que equivale a S/1 millón en el primer año.

López & Villegas(2021) realizaron la tesis titulada "Modelo de *outsourcing* para la tercerización de actividades de producción y exportación de productos tecnológicos desde Colombia "teniendo como objetivo principal analizar la viabilidad y aplicación de un modelo de *outsourcing* orientado a la producción y exportación de productos con contenido tecnológico, según su análisis el 82% de las grandes empresas de Europa, Asia y América del Norte tienen algún tipo de acuerdo de tercerización teniendo un gran incremento el comercio mundial, en Colombia el comportamiento de procesos global de *outsourcing* corresponde a un 63%. de contratos de tercerización de procesos en servicios, el segundo grupo de importancia son los contratos de procesos en temas de tecnología, mostrando una gran oportunidad para tener un proceso de logística de exportación de material tecnológico, para los procesos que darán en zonas francas (del Pacífico, Bogotá, Sabana centro, entre otras) se utilizaran zonas delimitadas en las cuales se podrán producir bienes tecnológicos con materia prima y trabajadores locales, logrando la tercerización para la producción, luego ser enviados a territorio nacional o exportarlos los productos ya terminados mediante panillas de envío, con este análisis se identificó la viabilidad y aplicación de un modelo de *outsourcing* orientado a la producción y exportación de productos de contenido tecnológico reduciendo costos, obteniendo mejores resultados y una mejor calidad y servicio, esto refuerza la hipótesis de viabilidad entre la tercerización y la exportación dando

paso a un modelo en el que la empresa tenga éxito al acceder a delegar procesos en los que puede recibir apoyo externo y se dedica a actividades más relevantes para su crecimiento como negocio.

Erassi & Rete (2021) realizaron la tesis, para lograr el grado de *Magister* en Negocios internacionales, titulada “Propuesta de *outsourcing* regional en América Latina para una empresa Multinacional.” el principal objetivo es analizar si tercerizar la producción de un bien dentro de América Latina (LATAM) es una buena opción como continuar el abastecimiento de canales de venta. La propuesta se basa en que la compañía tome la decisión de cancelar la manufactura de una gama de productos provenientes de fábricas europeas, provocando la suspensión de la oferta de equipos esenciales para la región de LATAM, se utilizaron los métodos (análisis PESTEL, 5 fuerzas competitivas de Michael Porter, FODA y CAME) para el análisis de la información, se determinó un modelo nuevo produciendo y exportando dentro del acuerdo de ALADI, las exportaciones entre los países miembros de ALADI ha incrementado en un 96% favoreciendo el intercambio comercial entre los países, con este acuerdo se consigue reducir los derechos de importación del mercado *Target*, bajando los costos dentro de los cuales se pueda negociar con el proveedor para lograr posicionamiento en el mercado de los países a exportar, debido al incremento de comercio de exportación entre los países de Aladis, la tercerización y la obtención de proveedores. Como conclusión se obtiene que la producción de lácteos en LATAM aumentará en más de dos dígitos para el año 2029, el aumento de granjas productoras de leche en los próximos 5 años será en un 16%. Así mismo la comercialización entre los países miembros de ALADI corresponde a un 80% del total de las exportaciones intrarregionales de América Latina. Esto es un fiel Indicativo de que es favorable realizar intercambios de bienes y servicios entre socios del convenio, debido a la disminución o cancelación de los derechos de importación. El modelo de negocios, producción tercerizada y la exportación propia logrará llegar a los precios *target* en los mercados meta.

3.2 Marco teórico

3.2.2 *Outsourcing* en logística

3.2.2.1 *Outsourcing*.

La definición de la palabra "*Outsourcing*" traducida en español es subcontratación, que según la Real Academia Española es: "Acción y efecto de subcontratar", una manera de definirlo en simples palabras es para la RAE (2020): "El *Outsourcing* es el proceso mediante el cual una empresa externaliza una parte de su actividad, es decir, contrata a una empresa externa para gestionar una parte de su compañía". (p.1)

En los últimos años han aumentado las empresas del sector de *Outsourcing* y esto porque las compañías prefieren tercerizar sus procesos y a la vez las responsabilidades, esto ha conllevado que sean las MYPES quienes hayan crecido más en este rubro y ofrezcan así más cantidad de servicios, tales como el proceso de reclutamiento, administración de planillas, servicios de *trademarketing* que son los más requeridos.

En el Perú la ley que regula los servicios de tercerización es la Ley N°29245, publicada en el 24 de junio del 2008. La Ley regula los casos en que procede la tercerización, los requisitos, derechos y obligaciones, así como las sanciones aplicables a las empresas que desnaturalizan el uso de este método de vinculación empresarial. (Art.1).

Ley N°29245, artículo 5 dice:

“Los contratos de tercerización que no cumplan con los requisitos señalados en los artículos 2 y 3 de la presente Ley y que impliquen una simple provisión de personal, originan que los trabajadores desplazados de la empresa tercerizadora tengan una relación de trabajo directa e inmediata con la empresa principal, así como la cancelación del registro a que se refiere el artículo 8 de la presente Ley, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las normas correspondientes”. (p.1)

A raíz de muchas denuncias y quejas de personas que fueron despedidas arbitrariamente y sin ningún beneficio laboral por parte de empresas que prestaban servicio de *Outsourcing* a otras compañías, fue que se buscó regular y garantizar la estabilidad laboral de cada empleado, fue así que se aprobó esta ley N°29245 para combatir y erradicar el abuso de estas empresas y a la vez brindarle protección de sus derechos a cada trabajador.

3.2.2.2 Importancia del *Outsourcing*.

“En la actualidad, la mayoría de las empresas ven el *Outsourcing* como un medio de obtener el máximo rendimiento de sus limitados recursos” (White, 2000). Ya que al tercerizar puede acceder a nuevas tecnologías y reducir costos.

Angúes (2015) explica la tercera importancia del *Outsourcing*:

“La tercera característica es aquella que incluye el concepto de procesos de negocio, ya que los recursos por sí mismos no pueden suponer una fuente de ventaja competitiva. O lo que es lo mismo, los recursos solo son una fuente de ventaja competitiva si se explotan a través de procesos de negocio”. (p.1)

Con la finalidad de mejorar en los procesos y maximizar los recursos, KFC busca en el *Outsourcing* para su canal de *delivery* tener una ventaja competitiva frente a las diferentes marcas de *Fast Foods* que hay en el mercado, este canal de *delivery* representa en muchas tiendas más del 40% de sus ventas

mensuales, y es este canal de *delivery* el que más ha crecido en la última década.

Rita (2019) señala la importancia del *Outsourcing*:

“El *Outsourcing* surge hoy como una solución y herramienta para que muchas empresas, pequeñas o grandes, puedan delegar funciones vitales y no vitales con el fin de mejorar su productividad, aumentar rentabilidad y ganar experiencia en terrenos tecnológicos y de gestión inexplorados hasta el momento por ellos”. (p.1)

En un mundo empresarial tan competitivo, mejorar constantemente es una obligación para seguir en carrera, cuando la empresa identifica que área necesita más recursos o tecnología, se encuentra también que la inversión es grande no solo en dinero, sino también en tiempo y es aquí donde tercerizar por medio de una empresa con experiencia y recursos tecnológicos más avanzados, es más rentable y favorable para la compañía, en KFC se busca tercerizar el servicio de *delivery* para una mejor productividad en los procesos de entrega, delegando así el reclutamiento, capacitación y entrenamiento de cada miembro de equipo en esta área con la finalidad de mejorar eficientemente el último proceso de compra que es la entrega en el tiempo prometido del pedido.

3.2.2.3 Tipos de Outsourcing.

“Hay cuatro tipos de *Outsourcing*, según donde se ejecuta, por el nivel de profundidad de la integración, de acuerdo con la naturaleza del trabajo y atendiendo el grado de alcance de los servicios” (Gestiopolis, 2021, p.1) Hace referencia que hay un tipo de *Outsourcing* para las distintas necesidades de la empresa. Según las necesidades de las empresas, hay un tipo de tercerización, hay unas que son dentro de la infraestructura de la empresa y otros que están fuera, también hay las de profundidad, que pueden ser individual, funcional y de

competencia, de acuerdo a su naturaleza está orientado a procesos y a proyectos y por último tenemos por el grado de alcance que puede ser único proveedor y multiproveedor.

Hidalgo (2010):

En la actualidad, el *outsourcing* está ampliamente extendido como consecuencia de la mayor complejidad tecnológica y de gestión que se exigen a las empresas. Los objetivos que persigue una empresa al implementar *outsourcing* son tres: reducir costes (soporte), mejorar el servicio (mejoras) y transformar el negocio (transformación). A partir de estos objetivos es posible clasificar los diferentes tipos de *outsourcing* según los siguientes aspectos. (p.10)

Las necesidades de las empresas varían según su rubro e infraestructura, ante la gran variedad de especialidades que ofrece el *outsourcing*, las empresas identifican que áreas de la compañía son las que más costos o trabajo les cuesta mantener o implementar, una vez identificadas se procede a tercerizar para así lograr una ventaja competitiva

“El primer tipo es localización hace énfasis al lugar físico donde se lleva a cierto proceso o actividad, como puede ser dentro o fuera de la organización” (Alisson, 2021, p.16)

Según sea la necesidad de la empresa, la locación de la compañía tercerizadora se adecua a esa necesidad, pudiendo realizar las operaciones dentro de la infraestructura del cliente o fuera de ella, a esto se le conoce como *On-site* y *Off-site*.

Gestiopolis (2021):

On-site las funciones y servicios del proveedor se adelantan en las instalaciones del cliente, *Off-site* las actividades son llevadas a cabo en una sede diferente a la de la empresa principal, por lo general, en las instalaciones de la contratista y a su vez se subdivide en *Onshore*,

cuando el proveedor desarrolla el trabajo en el mismo país del cliente, *Nearshore*, cuando las labores que se tercerizan se mueven a un país fronterizo y el *Offshore*, se da en los casos en que las actividades tercerizadas se trasladan a un país que se encuentra a una distancia considerable de la sede principal de la contratante. (p.1)

Según el requerimiento y necesidad del cliente, el *outsourcing off-site* ofrece hasta tres maneras de realizar las operaciones, hablando netamente de ubicación, se puede realizar el trabajo dentro del país del cliente, en un país fronterizo y por último en un país lejano al del cliente.

Alisson (2021):

El segundo tipo de *outsourcing* es *Depth*, traducido al español como profundidad, da lugar a la subcontratación por puestos específicos y externos a las empresas; de tal forma que resulta una manera sencilla para subcontratar porque se trata de una sola función. Se subdivide en; individual, funcional y por competencias. (p.17)

Este tipo de *outsourcing* simplifica la decisión de la empresa contratante, ya que, una vez identificado el área a tercerizar, tiene tres opciones, tres especialidades por escoger y el cual beneficiará más a la compañía, la individual es referida a la labor de un cargo en específico, la funcional es cuando un trabajador ejerce labores funcionales, como la nómina contable, y la de competencia se enfoca en el control de los procesos de la empresa.

Gestiopolis (2021):

La tercera es de acuerdo con la naturaleza del trabajo, orientado a procesos, usualmente involucra la externalización de un proceso fuertemente arraigado en la empresa, que cuenta con estructura propia y está bien documentado, orientado a proyectos, se tercerizan trabajos no rutinarios, de aplicación única, sin estructura organizacional, ni documentación interna previa. (p.1)

Hay áreas de la compañía que tienen una estructura consolidada y amplia, lo

que conlleva a un mayor desgaste tanto de tiempo como en dinero, el *outsourcing* orientado a procesos abarca y asume estas áreas consolidadas de la compañía para que así estas puedan enfocarse mejor en otras áreas, el *outsourcing* orientado a proyectos se refiere a trabajos que no son usuales o quizás sea por única vez, como por ejemplo organizar un evento puntual o la remodelación de un ambiente de la empresa.

La cuarta es atendiendo al grado de alcance de los servicios integrados, único proveedor y multiproveedor. (Gestiopolis, 2021, p.1)

En el tipo de único proveedor, solo un agente contratado es el responsable total de la función tercerizada y en multiproveedor, se selecciona varios agentes altamente especializados en las áreas tercerizadas, para nuestro caso trabajaremos con el único proveedor.

3.2.2.4 Subdivisiones del *outsourcing*

1. Según en dónde se ejecuta el servicio

On-site: El trabajo realizado es dentro de las instalaciones de la empresa.

Off-site: El trabajo es realizado en una sede diferente a la de la empresa, siendo usualmente en las instalaciones del proveedor.

Sin embargo, estas también se dividen según característica geográfica.

Onshore: el proveedor desarrolla el trabajo en el mismo país del cliente.

Near-shore: el trabajo se mueve a un país fronterizo.

Offshore: el trabajo se realiza en otro país, siendo una distancia mayor que el trabajado realizado de una forma *near-shore*.

2. Por el nivel de profundidad de la integración

Individual: es cuando se terceriza la contratación de algún puesto en específico dentro de la organización, por ejemplo la parte contable, en vez de contratar a un contador, se contrata a una empresa dedicada a ello o una persona con dichas características.

Funcional: se terceriza ya más una parte de subprocesos que se puedan desarrollar dentro de la organización.

De competencia: aquí se terceriza a toda un área de una empresa, la cual puede ser el área de recursos humanos. Algunas empresas empiezan con una tercerización individual en esta área, contratando a un personal de replotación, pero con el tiempo toda el área termina siendo tercerizada, ya que las organizaciones suelen querer enfocarse en el servicio o producto que brindan.

3. De acuerdo con la naturaleza del trabajo

Orientado a procesos: se terceriza solo algún proceso que se encuentre bien arraigado a la empresa.

Orientado a proyectos: se terceriza un proyecto en concreto, suelen ser tareas que la empresa no realiza con frecuencia. Por ejemplo, puede ser el lanzamiento de algún producto o servicio, se terceriza la realización del evento a un tercero.

4. Atendiendo al grado de alcance de los servicios integrados

Único proveedor: aquí un solo proveedor es el responsable de toda una tercerización, se caracterizan por ser procesos que se encuentran delimitados.

Multiproveedor: aquí se caracterizan por tener varios proveedores dentro de la empresa, siendo esenciales en áreas específicas, pero permitiendo que cada una de ellas se complemente de una forma adecuada.

3.2.2.5 Consideraciones para tercerizar procesos de una empresa

“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomo alguna vez una decisión valiente”. (Peter Drucker).

Hoy en día la tendencia de las empresas es delegar por completo algunas áreas de la empresa y también procesos enteros, para que la organización pueda

implementar una especialización de los negocios, es decir para que pueda dedicarse totalmente a la actividad central que mantiene al negocio funcionando y que le permita obtener ganancias. (García, 2019). Según García, el *outsourcing* permite tener una mayor concentración en las áreas estratégicas para el negocio de la empresa, permitiendo especializarse y tener el tiempo y la energía de innovar y probar nuevas cosas, analizar esos datos y convertirlos en un puente hacia la satisfacción del cliente obteniendo un incremento significativo de las ganancias

El *outsourcing* según Angúes (2015) tiene tres principales características a analizar.

La primera, es que establece que la internalización tiene que ser una decisión estratégica que forme parte de la estrategia de la empresa y que debe estar dirigida a la consecución y mantenimiento de la ventaja competitiva. La segunda, es que considera que la empresa debe ser capaz de identificar qué actividades o procesos pueden ser externalizados y llevado a cabo por proveedores cuyas capacidades y habilidades son superiores a las de la empresa que realiza dicha actividad. Lo que significa reconocer que las decisiones en materia de *Outsourcing* están relacionadas con los recursos y las capacidades de la empresa. Y, por último, la tercera característica es aquella que incluye el concepto de procesos de negocio, ya que los recursos por sí mismos no pueden suponer una fuente de ventaja competitiva. O lo que es lo mismo, los recursos solo son una fuente de ventaja competitiva si se explotan a través de procesos de negocio. (p.1)

Según lo detallado por el autor la decisión de tercerizar un proceso tiene que tener un propósito e ir de la mano con la estrategia de la empresa de manera que esta mantenga e incremente su ventaja competitiva, también considerar que para tercerizar hay que identificar muy bien las actividades y procesos que

se presten para solicitar capital humano con una capacidad superior para desarrollar dicha actividad y que los recursos deben ser explotados para generar de negocio buscando que sean exitosos y competitivos para el mercado.

“Contrata a los mejores y déjalos hacer lo que saben, si no, contrata a los más baratos y que hagan lo que tú decides” (Warren Buffett).

3.2.2.6 Responsabilidades

La tercerización es conocida como *outsourcing*, se define como la transferencia al extremo de la empresa de etapas de la gestión y de la producción tiene dos protagonistas principales

- **Contratante:** según la RAE es aquel que contrata. Es decir, aquella parte que contrata un determinado servicio, reflejándose en un contrato. Por lo tanto, el contratante solicita un servicio a la empresa tercerizadora que se acomoden a sus necesidades y su rubro, plasmando sus términos y condiciones en cuanto a los pagos y responsabilidades en un contrato lícito
- **Contratista:** según la RAE es la persona física o jurídica que se obliga mediante contrato para ejecutar una obra a cambio de un precio pactado, es decir, quien asume los riesgos, responsabilidades y obligaciones de procesos y servicios que el contratante requiera y le confíe, por lo tanto, este ejecutaría las tareas o acciones que recibe a su vez de otro empresario.

Según lo leído el contratante solicitaría apoyo al contratista para que se responsabilice de los procesos que sean necesarios siempre y cuando estén previamente acordado temas de pagos, horarios, personal y todo lo relacionado a la prestación de servicio.

3.2.2.7 Formalidades del contrato de tercerización

Los servicios de *outsourcing*, tercerización laboral, están regulados en el Perú por la Ley 29245. Esta ley está reglamentada por el D.S. 006-2008-TR, el cual establece que:

“La tercerización es la contratación de empresas para desarrollar actividades especializadas, siempre y cuando asuman los servicios prestados por cuenta propia y riesgo, cuenten con sus propios recursos financieros, técnicos y materiales, y sean responsables de los resultados de la obra o de los servicios contratados”. (p.1)

Según la ley el contratista es quien se hace responsable es su totalidad de asumir la labor que el contratante requiere, y este debe contar con la documentación necesaria y los elementos propios suficientes para cumplir con las obligaciones en relación a sus trabajadores.

3.2.2.8 Beneficios del *Outsourcing*

Según Bedoya (2018) los beneficios del *outsourcing*, están señalados como los siguientes:

- **Bajar los costos:**

El primer beneficio de tercerizar es la opción de poder contratar a proveedores que ofrezcan el servicio de reparto a un costo menor al que a la empresa le resultaría haciéndose cargo internamente. Las empresas de *outsourcing* trabajan con una economía de “escala” ya que sus contrataciones con diferentes empresas prestando un servicio similar con altos volúmenes de producción les permite acceder a descuentos por mayoreo, alcanzar un mayor nivel de eficiencia al producir mayor cantidad por unidad de tiempo y optimizar recursos al compartir maquinaria e

insumos; en este caso las motos y gasolina de los repartidores. Todo esto permitiría a las empresas de tercerización obtener y ofrecer un costo unitario menor.

- Reducir o eliminar costos fijos

Es la reducción o eliminación de los costos fijos de la empresa que comprende como aquellos recursos que permanecen fijos sin importar si cambia el nivel de producción debido a que solo es sujeta a los costos del proveedor por servicio.

- Concentrarse en actividades claves

El *outsourcing* libera a la empresa de preocupaciones innecesarias o de las que no estén dentro de sus actividades estratégicas ya que se pueden contratar externamente, dando pase a que la empresa centre su concentración, recursos y esfuerzos en sus actividades estratégicas y lograr crecer e innovar y mantener una ventaja competitiva.

- Conocimiento, experiencia y tecnología del proveedor

La empresa se favorece del conocimiento y experiencia del proveedor, el cual debido a sus inversiones en metodología, tecnología y crecimiento personal se vuelve altamente especializado, cuando una empresa adquiere el servicio de una empresa de tercerización, también accede al *know how* del proveedor, algo que si se quisiera obtener de forma interna sin tercerizar llevaría muchos recursos, esfuerzo y tiempo para lograrlo. (p.104)

3.2.2.9 Riesgos de la implementación de *outsourcing*:

Así cómo la implementación de un *outsourcing* tiene beneficios, este también puede acarrear en riesgo que la empresa deberá saber lidiar, desde el inicio de su comunicación hasta su implementación. Asimismo, tal vez el rol más importante de la organización será saber llegar esa idea de una manera

adecuada a todos sus colaboradores, para que ellos se sientan seguros de los nuevos procesos que se están realizando. Algunos de los riesgos que se incurre en la implementación:

- La eliminación de puestos de trabajo, en caso un puesto o área se llegué a tercerizar, lo cual provoca inestabilidad en los trabajadores de la organización.
- Una errada evaluación del proveedor que se va a contratar, es decir no tiene la experiencia adecuada, no cumple con los procesos señalados, lo cual implica en retrasos para la empresa en sus procesos.
- Los contratos realizados con éstas empresas que brindan el servicio como un tercero, no cuentan con todas las clausulas correspondientes, lo cual implica no salvaguardar de manera jurídica debidamente a la empresa.

Según lo detallado por la autora el outsourcing tiene grandes beneficios que ayudaría en los procesos que si bien son importantes para el desarrollo, no son el centro del negocio, permitiendo dar un mayor enfoque a las actividades vitales de la empresa, muchas empresas tienen la disyuntiva si la subcontratación sería una opción para ellos o si mejor lo realizan ellos mismos ,por lo que habría que analizar la estrategia de tercerizar y definir qué actividades dentro de la empresa podrían ser decididas a un tercero y determinar si esto tiene un impacto positivo dentro de la empresa tomando en cuenta sus riesgos.

3.2.3 Logística de salida

La logística de salida es el proceso por el cual, los despachos son remitidos por el transportista asignado con la finalidad de realizar la entrega de los pedidos realizados por el cliente, respetando una hoja de ruta. Para ello, Molis (2011)

indica que:

“La logística busca liderar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos y efectividad. La logística determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto, el lugar correcto y el tiempo correcto.” (p1)

La logística de salida también conocida como logística de distribución, abarca el proceso de preparación y la consolidación de pedidos, acompañado del empaquetado, preparación y envío hasta el destino final. El objetivo de este proceso es mantener el producto de manera segura, asimismo asegurar un reparto eficiente

. Cabe indicar que para este proceso debemos tener en cuenta el tema del transporte, siendo considerado de gran importancia para cubrir el proceso total y cubrir con las expectativas tanto de la empresa como la de los clientes. Para el Instituto de Ingeniería UNAM, la logística empresarial puede considerarse como el diseño de procesos y la realización de operaciones para colocar una cantidad correcta de producto donde la demanda existe, en la oportunidad adecuada y al menor costo.

3.2.3.1 Almacenamiento

El almacenamiento es la actividad de almacenar, es la forma en que los productos son custodiados dentro de un espacio físico, con la finalidad de ser trasladados al cliente final.

Escudero (2019) indica que:

“La palabra almacén se define como el edificio del lugar donde se

guardan o depositan mercancías o materiales y donde, en algunas ocasiones, se venden artículos al por mayor. No obstante, el almacén como depósito de mercancías ha pasado por varias denominaciones a lo largo de la historia.” (p5).

El almacenamiento es el proceso que permite que los productos se encuentren seguros y disponibles para el uso de la empresa en el momento necesario. Asimismo, permite optimizar el espacio disponible, además de clasificar los productos y verificar que los productos que se encuentren en el almacén se encuentren correctos, según políticas de la empresa. “

Almacenamiento es una palabra que proviene de muchos años atrás. Durante la denominación del imperio romano, se llamaba silos y era un local subterráneo que se utilizaba para guardar aceite, vino, cereales, etc. Posteriormente, cuando los musulmanes se instalaron en la península, los depósitos de cereales y graneros se construyeron sobre la superficie y se denominaron “al-malizén”, vocablo árabe, del cual deriva la denominación actual almacén, aunque también se utilizan los términos silos y docks. (Escudero, 2019)

3.2.3.2 Tipos de almacenamiento

1. Estanterías: son el sistema más habitual y el más extendido, ya que también es el más sencillo y el que requiere menor infraestructura. Se basan en estructuras que permiten optimizar el espacio de almacenaje al superponer estantes unos sobre otros, facilitando el almacenaje de las mercancías en vertical.
2. Sistema de almacenamiento compacto: este tipo de sistema de almacenamiento es similar a las estanterías convencionales. Sin embargo, un sistema de almacenamiento compacto se caracteriza porque las estanterías son móviles y se desplazan. Esto permite aprovechar mejor el

espacio disponible en el almacén, y separar las estanterías entre sí sólo cuando se tiene que utilizar el pasillo distribuidor.

3. Pallet-racks: son estanterías diseñadas específicamente para el almacenamiento de pallets, así como de las diferentes mercancías ubicadas sobre estos. Son especialmente útiles en el caso de tener que trabajar con lotes completos que están asociados a pallets.
4. Silos almacenadores: son estructuras que permiten almacenar productos a granel, como por ejemplo sucede con el grano de los cereales.
5. Tanques de almacenamiento: son estructuras que permiten almacenar productos y materiales líquidos, como por ejemplo sucede con el agua, la leche.

3.2.3.3 Empaquetado o embalado

El empaque sistema coordinado el cual los productos de diferentes tipos, ya sea elaborados o cosechados, son ubicados dentro de un recipiente para ser trasladados de un lugar a otro, esto quiere decir que del lugar de producción hacia el lugar donde serán usados o consumidos, sin sufrir daños, con el fin de crear lazos comerciales permanentes entre un producto y el consumidor. Se espera que ese vínculo sea beneficioso para el consumidor como para el productor. El empaque es la presentación comercial, garantiza a la protección del proceso logístico o desplazamiento, con esto el producto no sufre daño (Mendoza, 2018).

El embalaje prepara el producto para ser empacado y embalado, se denomina carga, de la forma más adecuada para su traslado o transporte, para sus despachos a sus diferentes destinos, lo protege durante todo el proceso operativo al que es sometido durante toda la secuencia o flujo que lleva del

exportador, transportista y llega al cliente (Mendoza, 2018).

Para la empresa KFC, el proceso de empaque y embalaje son muy importantes ya que, ayuda a mantener el producto en las mejores condiciones, con esto garantizan que el cliente al realizar su pedido a través del canal de venta por *delivery*, se lleve una buena experiencia y asegurar la calidad de producto manteniendo los estándares de seguridad. KFC tiene conocimiento que el *Bucket* o barril es un empaque importante y representativo para la marca, de tal forma que lo tiene como icono en muchas de sus publicaciones, por ello creo la campaña del mes de octubre del 2022 una promoción familiar llamada “Mega Bucket KFC”, en cada caja para colocar las piezas de pollo colocan un papel ripco, este con el fin de evitar que la caja absorba la grasa y cambie su estructura o calidad, usan envases de cartón plastificados resistentes al calor ya que algunos son almacenados en hornos con temperaturas entre 140° F. y 180° F. con el fin de mantener la calidad del producto, mayormente son los envases para colocar el puré, si bien es cierto la empresa tiene conocimiento por el tipo de producto que vende debe usar envases y empaques que mantengan en buenas condiciones y cumplan con la calidad.

3.2.3.4 Distribución

Se entiende por distribución logística, que es una etapa de la cadena de suministro, que se encarga de la gestión de la distribución de los productos que se comercializan en la empresa y el traslado hacia los consumidores o compradores, esta etapa esta de la mano de los procesos de almacenamiento y entrega final (Escobar, 2017).

Las funciones son las siguientes:

- **Transportar:** actividad necesaria para transportar productos, es el inicio de la distribución física del punto de fabricación al punto o lugar del consumidor,

por ello se requiere el manejo adecuado.

- Fraccionar: acción o actividad que se realiza para distribuir los productos fabricados en las cantidades y condiciones que se requiera o solicite el mercado.
- Almacenar: acción de guardar productos entre e proceso de fabricación y el momento de la compra o uso final.
- Informar: brinda conocimiento de los requerimientos del mercado para actualizar y mejorar la estrategia del mercado y logística interna (Escobar, 2017).

Para la empresa KFC, es importante tener siempre a disposición sus productos por ellos se enfocan en tener sus empaques disponibles y de fácil accesibilidad, el *layout* de la tienda de Minka Callao, tiene la capacidad para aplicar esta metodología, es decir que la tienda está diseñada para almacenar los productos necesarios y cumplir con su flujo de distribución, con esto las actividades de empaques de los productos de cada pedido se realizan en el tiempo de 5 minutos, por ello facilita que la entrega del pedido sea dentro de los 30 minutos hacia en consumidor final. La empresa KFC cuenta con indicadores que miden este sistema, con la finalidad de mejorar el flujo, la ventaja es que la zona de reparto se encuentra dentro de un radio cercano. La complejidad que puede tener es por algunas horas pico, que por ellos su acción a realizar y no brindar una mala experiencia con la promesa de entrega de los pedidos es que en esas horas pico, llegando a una cantidad de transacciones van aumentando los tiempos de entrega de 30 minutos pasan a 45 minutos y como máximo pueden llegar a 75 minutos, pasando ese tiempo las indicaciones es cerrar el canal de venta y poder atender los pedidos ya generados.

3.2.3.5 Canales de distribución

Mencionar que la cadena de suministro o canales de distribución, es el conjunto

de actividades, flujo, instalaciones y medios de distribución necesarios para completar el proceso de venta de un producto en su totalidad. Estas actividades son variadas y se complementan con otras, desde, la búsqueda de materia prima, su posterior cambio o transformación, su fabricación, hasta el transporte y entrega al comprador. Es importante afirmar que la cadena de suministros es fundamental para las empresas, con de tener los productos necesarios para su distribución y con ellos mantener satisfechos a sus clientes o consumidor final (Gámez, 2017).

Los canales de distribución de la empresa de KFC Minka Callao, son dirigidos por un área específica, en este caso llamada “Logística”, si bien es cierto en cada tienda los gerentes, son quienes realizan los pedidos de sus insumos a través de una plataforma o el sistema SAP, pero ante una eventualidad con el proveedor, el gerente de tienda informa a área para que entre en contacto con el proveedor y hacen la gestión para que la tienda no quede desabastecida y continúe las operaciones en tienda. Hace un año atrás debido a la pandemia, el mundo entro en crisis por desabastecimiento de cartón, esto género que las tiendas tengan muchas complicaciones con los empaques y por ello la distribución de los pedidos se vea afectado, pero, buscaron productos alternativos, con proveedores locales, quienes no tiene la misma estructura, pero cumplían con el estándar. KFC tiene todo un equipo de logística que da soporte a los restaurantes con este tipo de temas, ya que tiene muy claro que si no se cumple con algún flujo los afectados son los consumidores finales, otra alternativa cuando hay desabastecimiento de algún producto es prestamos entre tiendas ya que existen tiendas que por su volumen menor de venta tiene la posibilidad de brindar su excedente.

IV. HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.2 Hipótesis principales

- La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022.

4.1.3 Hipótesis derivadas

- La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.
- La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.
- La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

4.1.4 Operacionalización de variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable

Operacionalización de la variable 1				
Variable: Outsourcing en Logística				
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Outsourcing en Logística	<p>Los servicios de subcontratación consisten en delegar o transferir ciertos servicios realizados por personal interno que no son propios del negocio, a una empresa externa que se especialice en el área, la que lleva la responsabilidad de realizar dicha actividad, y que finalmente se convierte en el socio estratégico. En relación a los principales beneficios brinda una mejor gestión para facilitar sus procesos, mejora su imagen y competitividad, contar con un servicio especializado, con altos estándares de calidad, y poseer tecnología avanzada asociada a la actividad que se externaliza (Miranda, 2015).</p>	1. Ventajas del Outsourcing Logístico	Simplificación de procesos	<p>Ordinal:</p> <p>1.- Totalmente en desacuerdo mejorar</p> <p>2.- En desacuerdo</p> <p>3.- Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo</p> <p>4.- De acuerdo</p> <p>5.- Totalmente de acuerdo</p>
			Reducción de costos	
		2. Outsourcing de Embalaje	Forma de entrega	
			Herramientas y equipos	
			Evaluación de desempeño	
		3. Criterios para Externalizar	Responsabilidad compartida	

Tabla 2*Operacionalización de la variable 2*

Variable: Logística de Salida				
Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Logística de salida	Escudero (2014) manifiesta que "es una de las actividades más importantes que realizan los operarios del almacén, pues si la preparación del envió no es la adecuada el producto llegara al cliente en malas condiciones" (p.175).	1. La Extracción y selección de mercancías	El Picking bajo nivel ----- El Picking a alto nivel	1.- Totalmente en desacuerdo mejorar 2.- En desacuerdo 3.- Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo 4.- De acuerdo 5.- Totalmente de acuerdo
		2. Orden de Picking	Preparación de envió Embalado	
		3. Envases y embalajes	Funciones y características Procesos de envasado - embalado	

V. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

5.1 Diseño metodológico

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo con tipo de investigación aplicada y el nivel de investigación es tipo correlacional ya que busca identificar la relación entre variables que influyen en la percepción del consumidor, debido a que se utilizó el instrumento de encuesta para obtener datos numéricos sobre el análisis de la percepción gestión del *outsourcing* y logística de salida en el consumidor de la empresa KFC Minka Callao para el año 2022.

Enfoque de investigación: Cuantitativo.

El enfoque que se aplicará será el cuantitativo, ya que permite integrar un estudio de investigación cuantitativa propósito de obtener información medible a fin de valorar la gestión del *outsourcing* en el proceso de *delivery*, y la medición de post venta en la logística de salida.

Se investigará el crecimiento del sector *delivery* en los diversos rubros de negocio y se realizará encuestas entre los clientes para así medir y resolver la investigación de forma específica.

La metodología correlativa, sirve para recolectar datos sobre diversos conceptos, también sirve para averiguar científicamente cualquier dificultad de investigación (Hernández, 2016). Para la investigación de nuestra tesis el enfoque de estudio es el mixto ya que permite obtener mayor precisión en la investigación con variables que son medibles de manera cualitativa como también la cuantitativa y así se realizará modelos que sean acorde a la realidad y se brinde una estrategia enfocada al problema.

Tipo de investigación: Aplicada.

La línea de investigación para este proyecto es de tipo aplicada en donde se busca solucionar la mejora del canal y servicio de *delivery*, gestionando el uso del *outsourcing*, simplificando los procesos operativos, debido a que se busca optimizar la logística de salida de la empresa tomando en cuenta los protocolos sanitarios, pero al mismo tiempo cumpliendo con las buenas prácticas de manipulación de alimentos, generando un aporte significativo en la imagen y posicionamiento de la marca. La investigación aplicada también llamada técnica, ayuda a solucionar problemas y generar ideas, a un determinado tiempo, que producen mejora en los procesos o productos, aumento de la calidad y productividad (Cerdeña, 2018).

El estudio se desarrollará bajo el tipo de investigación aplicada para proponer nuevos procesos que ayuden en la gestión e implementación de protocolos generando que el flujo de salida hacia el consumidor sea más eficiente, desarrollar propuestas de mejora que generen impacto y valor agregado en la empresa.

El nivel de investigación será de tipo correlacional, a razón que se busca relacionar las variables de investigación en el proceso de atención de entrega a través del servicio *delivery* mediante la gestión del *outsourcing* y la logística de salida de nuestro producto terminado. Este tipo de estudios tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (Hernández, 2018)

La investigación correlacional nos va permitir analizar qué tanto puede impactar para la empresa el proceso de entrega del producto terminado a través del servicio *delivery* por medio de la gestión de una empresa externa u *outsourcing*. El diseño de investigación será no experimental transversal correlacional, determinado por las variables de estudio en un determinado tiempo, así determinar el impacto de una variable sobre la otra.

5.2 Diseño muestral

Se comprende que las muestras probabilísticas son indispensables en todo diseño de investigación transaccionales, para este caso los descriptivos como correlacionales-causales, donde se pretende hacer estimaciones en base a las variables de la población (Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, p.9). Por ello, el cálculo fue mediante una fórmula categorías típicas diferentes entre sí que poseen gran homogeneidad respecto a algunas características que tiene en común para realizar el desarrollo apropiado de la investigación.

5.3 Población

Los clientes que consumen o comprar por delivery de la tienda de KFC Minka Callao.

5.4 Muestra

Se ha recolectado datos de la empresa KFC del centro comercial Minka Callao 2022, en base a la zona de reparto que tiene la tienda, este estudio se dio con el método de encuestas entre 22 al 26 de mayo del presente año, este fue realizada en la tienda por los consumidores que llegaban a consumir a dicha tienda y a su vez realizaban pedidos a través del canal de venta del *delivery*.

La muestra del proyecto de investigación estuvo conformada por 249 encuetas

las cuales realizaron diversas preguntas para poder determinar el análisis correspondiente a la investigación. Según Ñaupas (2020) la investigación para obtener un número específico de participantes con la intención de incluir un fin de lograr los objetivos planteados desde un principio. Aquella parte de la muestra posee características requeridas. Por cada investigación hay un cálculo diferente, entres atributos, la de su diseño, hipótesis, número de grupo a estudiar, y la escala de medición de variables que reúne sus características en total. Esto brindará la generalización de los resultados. Para conocer el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para poblaciones finita.

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

Donde:

n = muestra

N = Tamaña de población:

676 E = Error de estimación:

5%

Z = Nivel de confianza:

1.96 p = Probabilidad de

éxito: 0.5

q = Probabilidad de fracaso: 0.5

$$n = \frac{676 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(676 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 245$$

*La muestra apropiada para la estimación con un 95% de confianza es de 245 encuestas.

5.5 Técnicas de recopilación de datos

Esta investigación, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, siendo el cuestionario el instrumento a utilizar. Dicho instrumento fue elegido debido a que se acopla a las necesidades que se requieren en la investigación y así determinar el problema general. Luego de dichas encuestas descriptivas se procedió a realizar el análisis correspondiente de cada una de ellas resaltando los atributos importantes o refutando la hipótesis. Dichos puntos sirven de base para realizar un análisis y lograr un mayor alcance, estos fueron segmentados por edades y estilos de vida.

Relmces (2018), al referirse al cuestionario indicó: El cuestionario es parte de las obras de metodología de investigación, así sean los más básicos, como el instrumento, método, diseño, como tipo de investigación, sondeo o entrevista. Los que justifica el presente trabajo. En esta investigación, aun tiende al cuestionario como instrumento que se diseña en el marco de proyecto elaborado a partir de objetivos específicos (p.3)

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario de preguntas

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de información

Los procesamientos de recopilación de datos en la encuesta se realizaron mediante Excel. Finalmente, se plasma la información consolidada para poder efectuar la discusión correspondiente al desenlace. Asimismo, ya obteniendo las respuestas dadas por las encuestas continuamos a decodificar y triangular la información para luego procesar datos en las cuales se interpretan los resultados por palabras claves y códigos, para compararlos e interpretarlos, dando a conocer la realidad.

5.7 Resultados

5.7.1 Análisis Descriptivo

El presente estudio dará a conocer el análisis de resultados de las encuestas realizadas para las variables Outsourcing en la logística y Logística de salida para los clientes de la empresa KFC Minka Callao con la finalidad de especificar la confiabilidad y validez del instrumento aplicado, el cual permitirá establecer las conclusiones verídicas y adecuadas al estudio.

Tabla 3

Confiabilidad de los datos de la variable Outsourcing en logística

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,765	18

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta sobre *Outsourcing* en logística de consumidores de KFC Minka – Callao.

Interpretación: En la Tabla 3 luego del proceso de datos estadísticos acorde con el procedimiento de confiabilidad *Alfa de Cronbach*, se ha establecido un valor de 0.765, el cual se analiza las escalas de confianza, esto representa un valor bastante aceptable. Por ende, se puede confirmar que la herramienta diseñada para el presente estudio, es de excelente confiabilidad.

Tabla 4

Confiabilidad de datos de la variable Logística de Salida

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,909	18

Nota: Resultados obtenidos de la encuesta sobre Logística de salida de consumidores de KFC Minka – Callao.

Interpretación: En la Tabla 4 luego del proceso de datos estadísticos acorde con el procedimiento de confiabilidad *Alfa de Cronbach*, se ha establecido un valor de 0.909, el cual se puede analizar las escalas de confianza, esto representa un valor bastante aceptable. Por ende, se puede confirmar que la herramienta que se ha diseñado para el presente estudio es de excelente confiabilidad.

A continuación, se colocarán los datos descriptivos de acuerdo con sus variables y dimensiones.

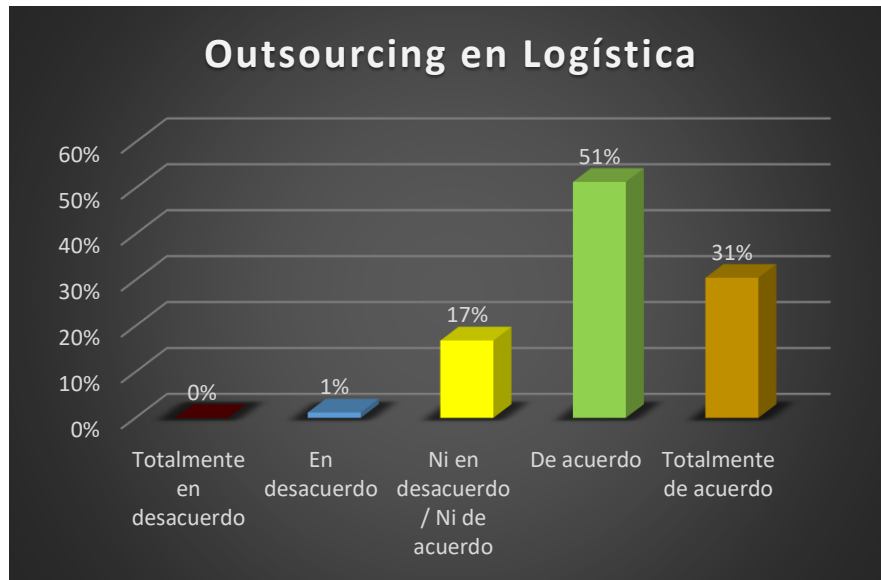
Tabla 5
Outsourcing en Logística

Outsourcing en Logística		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	1%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	42	17%
De acuerdo	128	51%
Totalmente de acuerdo	76	31%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre *Outsourcing en*

Logística

Distribución de frecuencias de la variable Outsourcing en Logística



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre *Outsourcing* en Logística

Interpretación: Se puede observar en la tabla 5 y la figura 1, que el 82% de la población está de acuerdo y totalmente de acuerdo y les parece que el *outsourcing* en logística se puede realizar a través de una empresa que brinde estos servicios para mejorar sus tiempos de reparto y garantizar una buena experiencia a los clientes de la empresa KFC de Minka Callao, esto con la finalidad de simplificar los procesos y que la logística de salida sea la correcta usando las herramientas adecuadas, como empaque, artículos y/o cajas que preserven la calidad de los productos, los precintos de seguridad garantizan que los productos no son manipulados y que llegan en óptimas condiciones, al igual que el repartidor brinde un mejor servicio y el cliente perciba una buena atención.

Por otra parte, el 18% de la población indica que ni en desacuerdo ni de acuerdo les impacta esta decisión al momento de realizar su consumo, esto debido a que otros atributos son los que determinan a la hora de realizar su compra como realizar el pedido por la web o a través de un aplicativo móvil, los resultados arrojan que realizar el servicio de *delivery* a través de otra empresa, garantiza que sea más eficiente con los despachos, se cumpla con

el tiempo y producto solicitado y reduzcan los costos de planilla en la empresa.

Cabe indicar que la empresa KFC cuenta con aliados estratégicos como Rappi y Pedidos Ya, siendo esto otra alternativa para que el consumidor pueda realizar su pedido, si bien es cierto el motorizado de la empresa KFC es quien realiza el despacho, pese a que se haya realizado la compra por los diferentes medios, esto con el fin de garantizar un buen servicio y que la marca sea identificada en todo el proceso de inicio a fin.

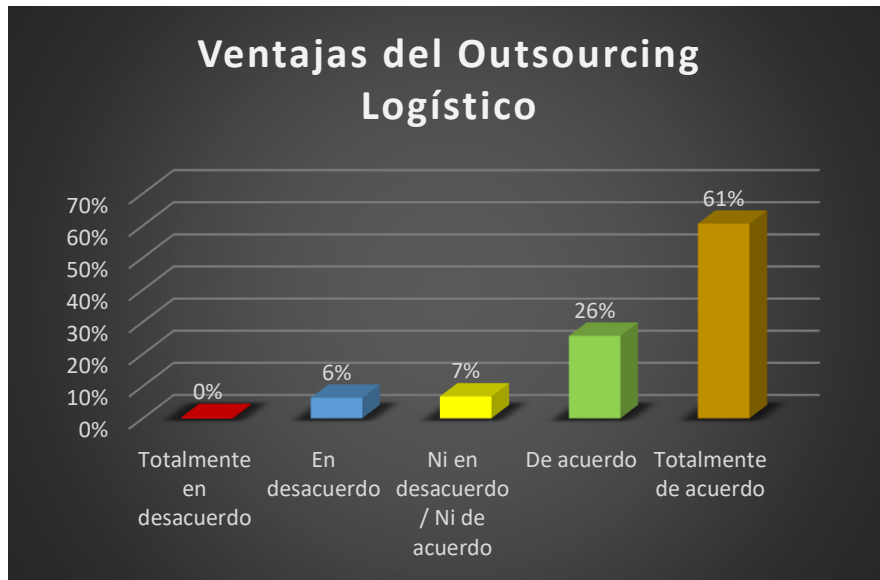
Tabla 6
Ventajas del Outsourcing Logístico

Ventajas del Outsourcing Logístico		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	1	0%
En desacuerdo	16	6%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	17	7%
De acuerdo	64	26%
Totalmente de acuerdo	151	61%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del *Outsourcing* Logístico

Figura 2

Ventajas del Outsourcing Logístico



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del *Outsourcing* Logístico

Interpretación: Analizando los datos se puede observar en la tabla 6 y la figura 2, que el 87% de la población ha señalado que de acuerdo y totalmente de acuerdo se observa la simplificación de procesos y la reducción de costos como una ventaja del *outsourcing*, con este resultado ya se puede proceder a implementar un plan piloto con ellos se mejoraría los procesos de gestión y así reducir los costos, generando que los consumidores tengan una mejor experiencia al realizar sus compras en la empresa de KFC de Minka a través del canal de *delivery*.

Por otra parte, el 6% está en desacuerdo ya que considera que esta gestión lo debería realizar la misma empresa. El 7% considera que no está de acuerdo ni en desacuerdo ya que no percibe como ventaja el *outsourcing*, puede ser debido a la poca frecuencia de sus compras.

Esto se debe a que muchas marcas usan a los agregadores (Globo o rappi) como distribuidores de sus despachos para la entrega de los pedidos que se realizan a través del canal de venta por *delivery*, dado que en la empresa KFC cuenta con el este servicio, pero usa al personal de su empresa para

realizar dicha distribución.

Tabla 7

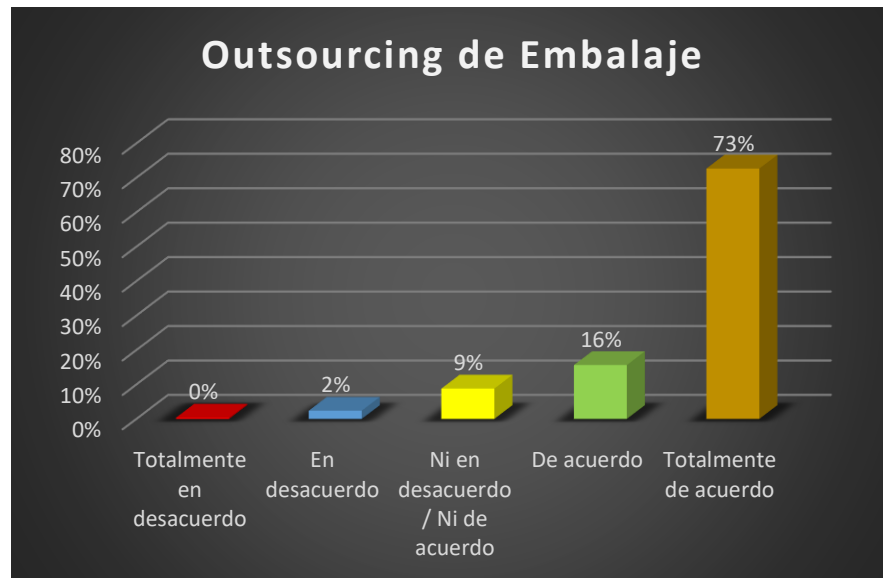
Outsourcing de Embalaje

Outsourcing de Embalaje		
Escala	F	%
Totalmente en desacuerdo	1	0%
En desacuerdo	6	2%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	22	9%
De acuerdo	39	16%
Totalmente de acuerdo	181	73%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del *Outsourcing* de Embalaje

Figura 3

Outsourcing de Embalaje



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del *Outsourcing* de Embalaje

Interpretación: Se puede observar en la tabla 7 y la figura 3, que el 89% de la población encuestada de acuerdo y totalmente de acuerdo están conforme con la forma de entrega, la aceptación de los clientes al recibir sus pedidos

indica que están en buenas condiciones que los empaques usas por la empresa KFC de Minka son los adecuados y mantiene calientes sus pedidos, la formas , cajas y/o envases de empaque son los necesarios para dichos productos, las herramientas y equipos de los motorizados para la entrega como kits de seguridad y precintos son indispensables para cumplir con los estándares de seguridad y calidad que satisfacen y cumplen con las expectativas al realizar la compra, esto gracias a que los empaques y bolsas hacen que el producto llegue caliente y en buenas condiciones.

Por otro lado, el 2% y 9% no están de acuerdo ni en desacuerdo ya que no perciben este indicador como primordial en la toma de decisión del consumidor cuando recibe o realiza su pedido por el canal de venta de *delivery*.

Con esto se observa que el consumidor logra identificar si el producto llega en buenas condiciones y con ellos la toma de decisión para realizar su pedido y elegir la empresa de KFC de Minka como una de sus principales opciones.

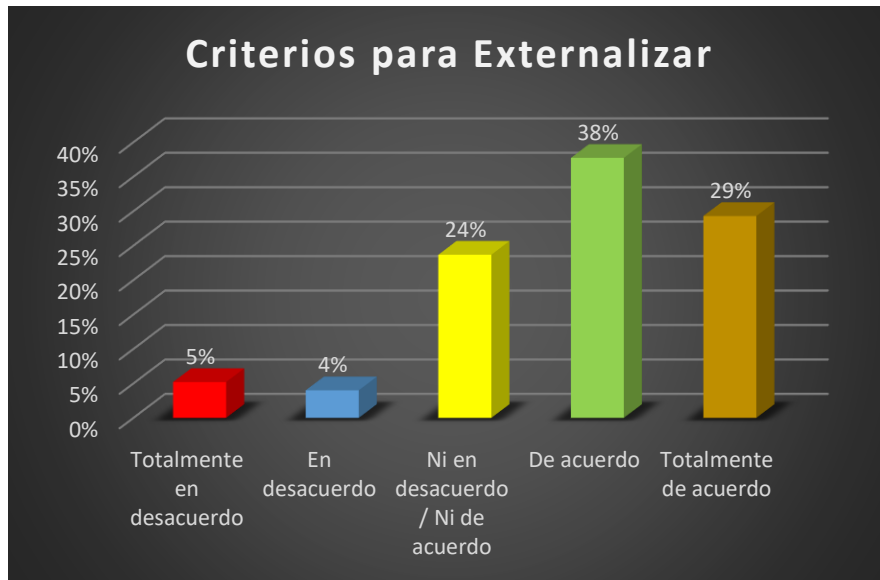
Tabla 8
Criterios para Externalizar

Criterios para Externalizar		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	13	5%
En desacuerdo	10	4%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	59	24%
De acuerdo	94	38%
Totalmente de acuerdo	73	29%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del Criterios para Externalizar

Figura 4

Criterios para Externalizar



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Ventajas del Criterios para Externalizar

Interpretación: Se puede observar en la tabla 8 y la figura 4, que el 67% de la población encuestada, indica que está de acuerdo y totalmente de acuerdo cuando considera que se debe realizar encuestas para medir y evaluar el desempeño de la atención brindada. y que la empresa debería brindar cortesías como responsabilidad compartida cuando el pedido llegue fuera de la hora prometida, dado que años atrás la Empresa KFC tenía una política de horario ofrecido, el 24% no está de acuerdo ni en desacuerdo, ya que no todos se toman el tiempo para realizar una encuesta calificando el nivel de desempeño o satisfacción por el servicio, y el 9% restante está en desacuerdo, debido a que a que muchos consumidores interpretan que los productos ofrecidos como cortesía pueden perjudicar al motorizado quien es el que realiza el despacho.

Con esto podemos decir que el cliente solicita que regrese la política que antes usaba la empresa KFC con los tiempos de reparto, la famosa hora ofrecida o gratis, claro está que la el motorizado no asume ningún costo por los productos brindados como cortesía ya que la empresa KFC asume estos costos, las

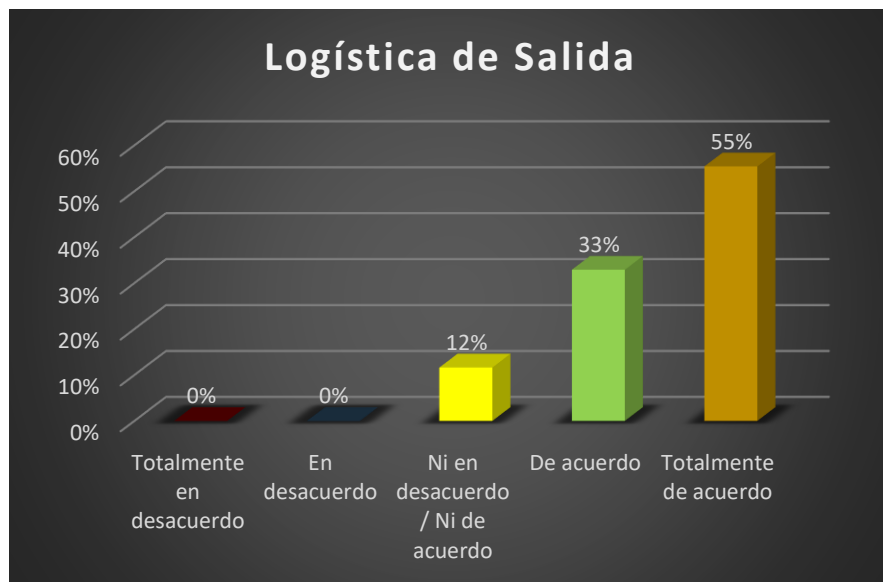
encuestas de satisfacción que el cliente realiza ayudan a medir el nivel y conocer que es lo que sugiere el consumidor para tomar acciones y ajustar sus procesos para mejorar el servicio que brinda a sus clientes.

Tabla 9
Logística de Salida

Logística de Salida		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	29	12%
De acuerdo	82	33%
Totalmente de acuerdo	138	55%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Logística de Salida

Figura 5
Logística de Salida



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Logística de Salida

Interpretación: De la tabla 9 y la figura 5, se observa que el total de

encuestados, 88% está de acuerdo y totalmente de acuerdo que la logística de salida es una actividad fundamental para que se realice el despacho de los productos a través de este canal de venta, con este resultado se puede medir el flujo que llevan los productos y dos distribuidos hacia los clientes. El 12% se encuentra en desacuerdo ni de acuerdo debido a que desconoce los procesos que conllevan los productos en este flujo.

Con esto podemos observar que el cliente conoce o tiene una percepción del flujo que manejan la empresa de KFC de Minka Callao para elaborar los productos y así puedan llegar al consumidor final cuando realizan sus compras.

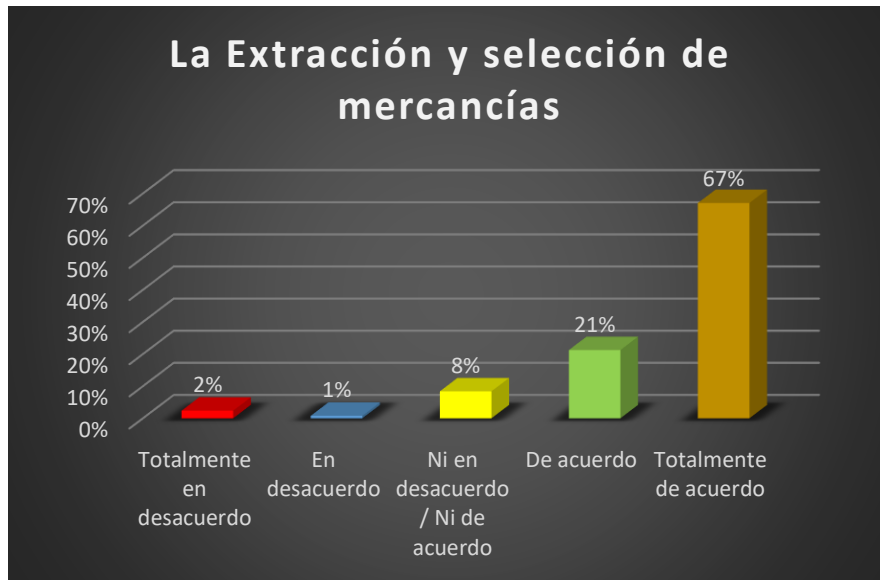
Tabla 10
La Extracción y selección de mercancías

La Extracción y selección de mercancías		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	6	2%
En desacuerdo	2	1%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	21	8%
De acuerdo	53	21%
Totalmente de acuerdo	167	67%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre La Extracción y selección de mercancías

Figura 6

La Extracción y selección de mercancías



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre La Extracción y selección de mercancías

Interpretación: Se puede observar en la tabla 10 y la figura 6, que el 88% del total de encuestados considera que una implementación de *picking* mejoraría la distribución de los productos y disminuye el tiempo para la accesibilidad de los productos, el 8% desconoce los procesos que conlleva la distribución de los productos y almacenaje de ellos. El 3% lo encuentra totalmente en desacuerdo y en desacuerdo que se deba cumplir estos lineamientos para el almacenaje y distribución de los productos.

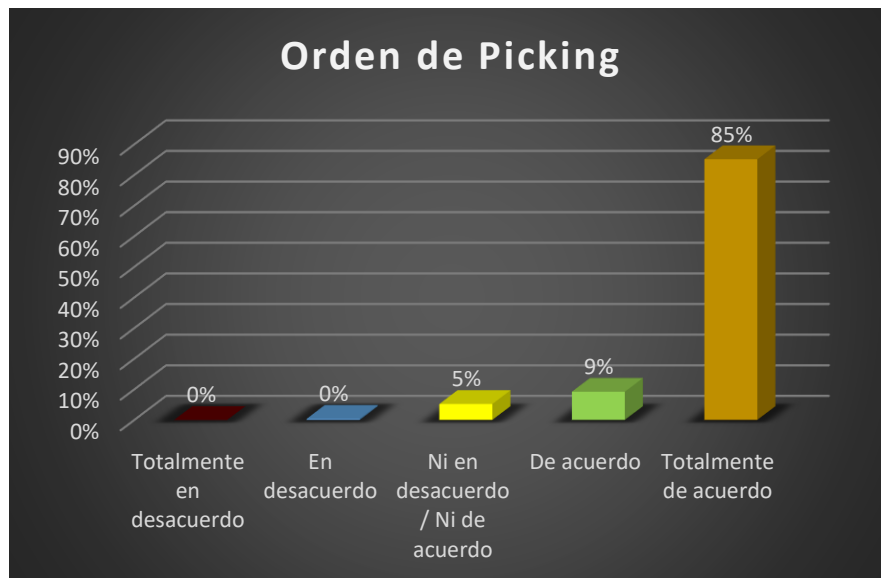
Con esto podemos afirmar que es importante que los productos cumplan un flujo de almacenamientos y rotación en los almacenes o espacios asignados para la distribución de estos mismos, ya que el no cumplir con este flujo dificultaría la accesibilidad y para disponer de ellos y a su vez no se cumpliría el proceso de rotación adecuado generando desecho o pérdidas innecesarias.

Tabla 11
Orden de Picking

Orden de Picking		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	0%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	13	5%
De acuerdo	23	9%
Totalmente de acuerdo	212	85%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Orden de Picking

Figura 7
Orden de Picking



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Orden de Picking.

Interpretación: Se puede observar en la tabla 11 y la figura 7, que el 94% del total de encuestados está de acuerdo y totalmente de acuerdo con los beneficios de una buena preparación, embalado y envíos, esta gran aceptación confirma la satisfacción de los clientes al recibir sus pedidos, dado

que el personal que realiza el empaque y entrega de los pedidos lo realiza siguiendo el proceso establecido por la empresa KFC Minka Callao, el 6% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo debido a que no relaciona este flujo de orden y embalado como parte del proceso de despacho de los productos.

Con esto podemos indicar que la percepción del cliente con respecto a la entrega de sus pedidos cuando realiza sus copras es aceptable ya que los beneficios de un buen orden de *picking* es mantener en óptimas condiciones de temperatura y orden de cada pedido.

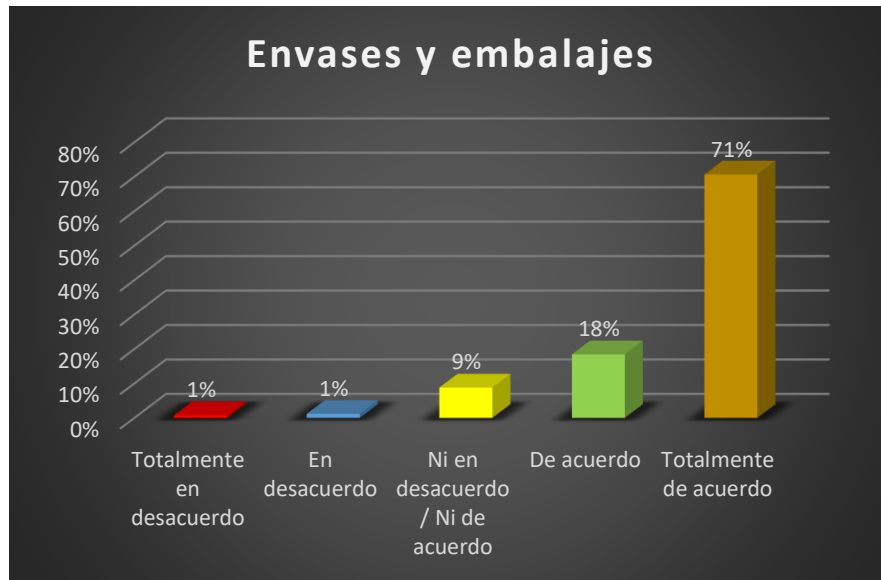
Tabla 12
Envases y embalajes

Envases y embalajes		
Escala	f	%
Totalmente en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	3	1%
Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	22	9%
De acuerdo	46	18%
Totalmente de acuerdo	176	71%
Total	249	100%

Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Envases y embalajes

Figura 8

Envases y embalajes



Nota: Procesamiento de datos a partir del cuestionario sobre Envases y embalajes

Interpretación: Se puede observar en la tabla 12 y la figura 8, que, del total de encuestados, el 89% está de acuerdo y totalmente de acuerdo que los envases y artículos que se usa para la entrega de los productos son los adecuados, este gran porcentaje hace indicar que la empresa KFC Minka Callao está cumpliendo con el correcto ensamble y empaque de cada pedido, adicionalmente que algunos de los envases son ecológicos al poder ser reutilizables y las bolsas bio degradable, por otro lado, el 9% se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo con el uso de dichos envases y/o artículos para almacenar los productos que ofrece la empresa KFC Minka Callao, y el 2% está en totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con el uso de estos artículos y/o envases.

Esto se debe a muchos de los clientes conocen el tipo de rubro al que pertenece la empresa KFC Minka Callao y el tipo de envases y/o artículos que deben usar para la entrega de sus productos, también son reconocen que se alienan a los layes establecidas por las entidades gubernamentales

con el uso de los plásticos.

5.7.2 Análisis ligado a la hipótesis

5.7.2.1 Hipótesis General

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H1: La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022.

H0: La gestión del *outsourcing* no se relaciona significativamente con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022.

Paso 2: Selección del valor crítico

Nivel de confianza: 95%, error de estimación máxima permitida: 5%

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} > 0.05$, se Acepta H0

Si $p\text{valor} < 0.05$, se Rechaza H0

Paso 3: Selección del procedimiento estadístico

Tabla 13
Outsourcing en logística-Logística de salida

Correlaciones

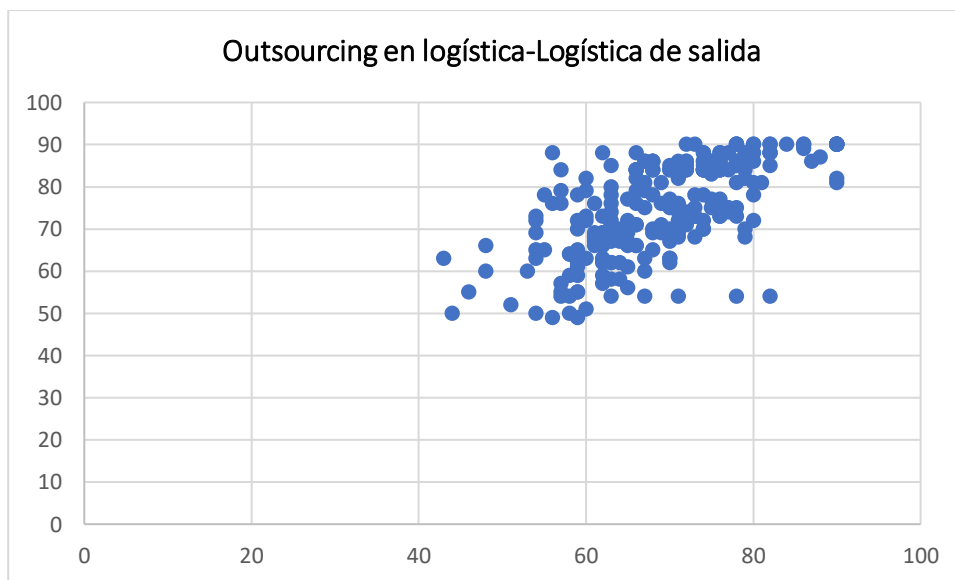
			Outsourcing en logística	Outsourcing en logística-Logística de salida
Rho de Spearman	Outsourcing en logística	Coeficiente de correlación	1.000	0.671
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	249	249
	Outsourcing en logística-Logística de salida	Coeficiente de correlación	0.671	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	249	249

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing en logística* y la dimensión *Logística de salida*.

Figura 9

Outsourcing en logística-Logística de salida



Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing en logística* y la dimensión

Logística de salida.

Paso 4: Toma de decisión

Con un valor de Sig = 0.000; entonces Se rechaza H₀, por lo tanto, la hipótesis de investigación es aceptada.

Paso 5: Interpretación

El procedimiento estadístico de *Rho Spearman*, dio como resultado un valor de Sig. Bilateral de 0.000, es menor al valor crítico, por lo tanto, la hipótesis general es aceptada. Asimismo, el coeficiente de correlación cuyo valor fue de 0.671, permite afirmar que existe una correlación positiva moderada. Se concluye que: La gestión del *outsourcing* se relaciona significativamente con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022.

5.7.2.2 Hipótesis específica 1

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H₁: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

H₀: La gestión del *outsourcing* en logística no se relaciona significativamente con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

Paso 2: Selección del valor crítico

Nivel de confianza: 95%, error de estimación máxima permitida: 5%

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} > 0.05$, se Acepta H_0

Si $p\text{valor} < 0.05$, se Rechaza H_0

Paso 3: Selección del procedimiento estadístico

Tabla 14

Outsourcing en logística - Extracción y selección de mercancía

Correlaciones

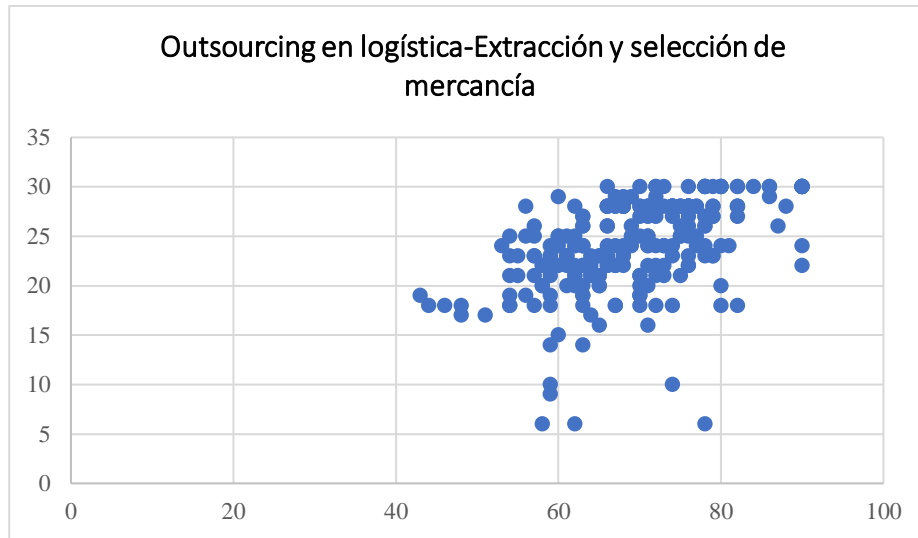
			Outsourcing en logística	Outsourcing en logística- Extracción y selección de mercancía
Rho de Spearman	Outsourcing en logística	Coeficiente de correlación	1.000	0.562
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	249	249
	Outsourcing en logística- Extracción y selección de mercancía	Coeficiente de correlación	0.562	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	249	249

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Extracción y selección de mercancía.

Figura 10

Outsourcing en logística - Extracción y selección de mercancía



Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Extracción y selección de mercancía.

Paso 4: Toma de decisión

Con un valor de Sig = 0.000; entonces Se rechaza H_0 , por lo tanto, la hipótesis de investigación es aceptada.

Paso 5: Interpretación

El procedimiento estadístico de *Rho Spearman*, dio como resultado un valor de Sig. Bilateral de 0.000, es menor al valor crítico, por lo tanto, la hipótesis general es aceptada. Asimismo, el coeficiente de correlación cuyo valor fue de 0.562, permite afirmar que existe una correlación positiva moderada. Se concluye que: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

5.7.2.3 Hipótesis específica 2

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H1: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

H0: La gestión del *outsourcing* en logística no se relaciona significativamente en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

Paso 2: Selección del valor crítico

Nivel de confianza: 95%, error de estimación máxima permitida: 5%

Regla de decisión:

Si $p\text{valor} > 0.05$, se Acepta H0

Si $p\text{valor} < 0.05$, se Rechaza H0

Paso 3: Selección del procedimiento estadístico

Tabla 15

Outsourcing en logística - Orden de Picking

Correlaciones			Outsourcing en logística	Outsourcing en logística- Orden de Picking
Rho de Spearman	Outsourcing en logística	Coeficiente de	1.000	0.598

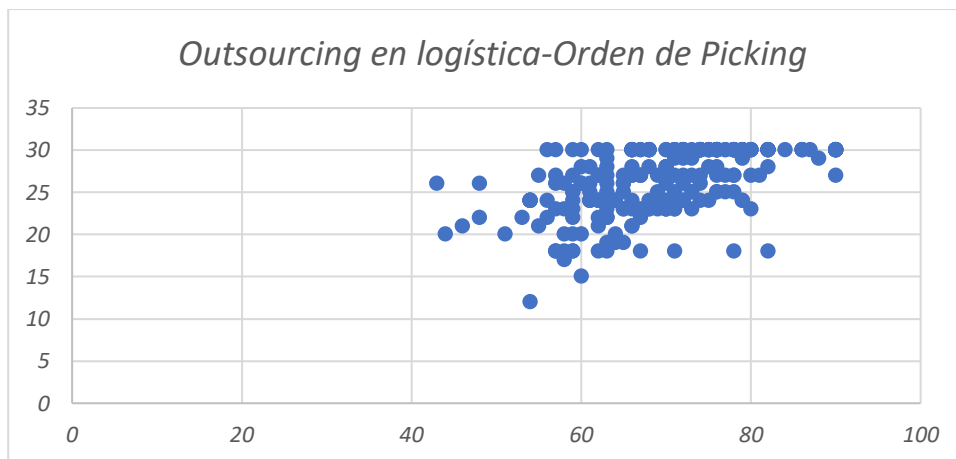
		correlación	
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	249
Outsourcing en logística-Orden de Picking	Coeficiente de correlación	0.598	1.000
	Sig. (bilateral)	0.000	.
	N	249	249

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Orden de *picking*.

Figura 11

Outsourcing en logística - Orden de Picking



Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Orden de *picking*.

Paso 4: Toma de decisión

Con un valor de Sig = 0.000; entonces Se rechaza H0, por lo tanto, la hipótesis de investigación es aceptada.

Paso 5: Interpretación

El procedimiento estadístico de *Rho Spearman*, dio como resultado un valor de Sig. Bilateral de 0.000, es menor al valor crítico, por lo tanto, la hipótesis general es aceptada. Asimismo, el coeficiente de correlación cuyo valor fue de 0.598, permite afirmar que existe una correlación positiva moderada. Se concluye que: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente en el orden de *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

5.7.2.4 Hipótesis específica 3

Paso 1: Planteamiento de hipótesis

H1: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

H0: La gestión del *outsourcing* en logística no se relaciona significativamente en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

Paso 2: Selección del valor crítico

Nivel de confianza: 95%, error de estimación máxima permitida: 5%

Regla de decisión:

Si $p_{valor} > 0.05$, se Acepta H0

Si $p_{valor} < 0.05$, se Rechaza H0

Paso 3: Selección del procedimiento estadístico

Tabla 16*Outsourcing en logística - Envases y embalajes***Correlaciones**

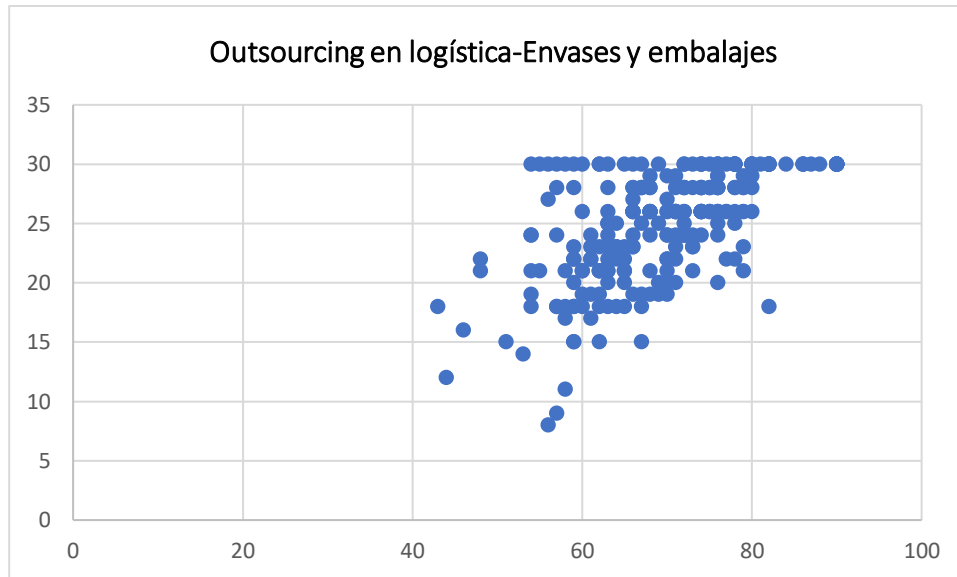
			Outsourcing en logística	Outsourcing en logística - Envases y embalajes
Rho de Spearman	Outsourcing en logística	Coeficiente de correlación	1.000	0.598
		Sig. (bilateral)	.	0.000
		N	249	249
	Outsourcing en logística - Envases y embalajes	Coeficiente de correlación	0.598	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	.
		N	249	249

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Envases y embalajes.

Figura 12

Outsourcing en logística - Envases y embalajes



Nota: Procesamiento estadístico de *Rho Spearman* para medir la correlación entre la variable *Outsourcing* en logística y la dimensión Envases y embalajes.

Paso 4: Toma de decisión

Con un valor de Sig = 0.000; entonces Se rechaza H_0 , por lo tanto, la hipótesis de investigación es aceptada.

Paso 5: Interpretación

El procedimiento estadístico de *Rho Spearman*, dio como resultado un valor de Sig. Bilateral de 0.000, es menor al valor crítico, por lo tanto, la hipótesis general es aceptada. Asimismo, el coeficiente de correlación cuyo valor fue de 0.598, permite afirmar que existe una correlación positiva moderada. Se concluye que: La gestión del *outsourcing* en logística se relaciona significativamente en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022.

VI. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

Se estima lograr cumplir con los objetivos de los indicadores del *delivery*, estos son tiempo, calidad y hospitalidad, actualmente el porcentaje máximo de incidencias es de 1.5%, con la implementación del *outsourcing* elevando los estándares de servicio, esperamos mantenernos en 1% logrando así también fidelizar más a los clientes y captar a los nuevos.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

La propuesta de innovación es una mejora en los procesos operativos y acondicionamiento del área de *delivery* para la empresa de KFC Minka Callao, así como la implementación de herramientas y aplicativos que ayuden a mejorar la eficacia para la entrega de los pedidos, mejorar el servicio e implementar las buenas prácticas de manipulación de alimentos y garantizar una buena experiencia al consumidor.

De la misma forma se optará en tercerizar el *delivery* para optimizar los recursos, generar rentabilidad, armando un esquema para organizar las áreas de la tienda, formando un equipo de trabajo enfocado en brindar la rapidez del servicio, con productos de calidad y sobre todo mejorando el nivel de aceptación para el cliente al mejorar los estándares y distinguir a la empresa y su servicio.

6.3 Diagnostico situacional

En la tienda de KFC 58 Minka, actualmente el % de ocurrencias es de 2.20%,

cuando lo esperado debería ser máximo de 1.5%. Como se puede visualizar en el cuadro, la menor puntuación lo tiene la hospitalidad y prioridad, con el puntaje de 1, lo cual nos indica que el grado atención y amabilidad que el cliente percibe con respecto al servicio del personal del *delivery* es muy bajo, siendo totalmente insatisfactorio para lo que está buscando la tienda como estándares de calidad. Asimismo, con respecto al tema del orden apropiado y calidad, se obtiene una puntuación de 6 y 7, respectivamente, siendo puntuaciones que se desean seguir mejorando para la obtención de los objetivos.

El diagnostico situacional de la tienda MIKA en la actualidad está por debajo de los estándares de calidad que se está buscando con respecto a la satisfacción del cliente, desde el punto del servicio de *delivery*. Por lo tanto, existe unas brechas que aún deben ser cubiertas y poder llegar a tener una medición y aceptación optima hacia la cara del cliente.

Tabla 17

Incidencia de ocurrencias de la tienda Minka Callao mes de Octubre 2022

OCURRENCIAS	KFC 58 MINKA
CALIDAD	7
HOSPITALIDAD	1
ORDEN APROPIADO	6
RAPIDEZ	8
PRIORIDAD	1
OCU	23
TXS	1307
%OCU SEMANA 1	1.76%
TOTAL OCU MES OCT	83
TOTALTXS MES OCT	3770
%OCU MRD OCT	2.20%

NOTA: Fuente Kfc58 Minka

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

Tercerizar el delivery:

Buscar un aliado en quien se puede delegar la responsabilidad de la entrega de los productos de KFC Minka Callao, firmar un contrato que sea favorecedor para ambas partes, contratante y contratistas, al igual ofrecerle a los clientes precios de *delivery* similares al que se viene trabajando y así no generar un impacto negativo en las ventas.

Herramientas para mejorar los estándares de calidad:

Creación de matrices que permitan plantear estándares estrictos para la prestación del servicio de *delivery* por parte de la empresa tercerizadora y aplicación de penalidades.

Medición de aceptación:

Cada cliente de KFC Minka que reciba atención de un motorizado se le hará llegar una encuesta vía email en la cual se mida la satisfacción con el servicio, con preguntas clave como lo es la entrada correcta de lo ordenado por el *call*, la rapidez de la entrega, la amabilidad del colaborador y su satisfacción con el servicio.

6.4.1 Desarrollo de la propuesta de innovación.

Fase 1: Reunión de equipo.

Se convoca a una reunión para identificar el método de investigación y su alcance, con el fin de obtener respuestas para la implementación de un nuevo formato del área del *delivery*, Se convoca a una reunión para identificar las oportunidades de mejora y control como parte de la propuesta en la gestión del área del *delivery*.

Fase 2: Creación del modelo.

Implementación de la tercerización en el servicio del *delivery* apoyado de herramientas para el mejor control y revisión de estándares de procesos, logrando mayor satisfacción en los clientes, repercutiendo en la aceptación y la rentabilidad de la empresa. Para ello, se realizará el diseño de un nuevo modelo de atención de pedidos para KFC Minka, el cual cubrirá los siguientes aspectos:

- Tercerización del *delivery*:
- Canales de toma de pedidos
- Medición y control

Fase 3. Ejecución de la propuesta

- Tercerizar el *delivery*

Buscar una empresa tercerizadora que cumpla y se adecue a las necesidades de la empresa KFC, planteando los siguientes criterios para la elección a la hora de contratar a una tercerizadora:

- . Experiencia mínima de 3 años en el rubro de *delivery* para alimentos
- . Utilización y apoyo de tecnología
- . Capacitaciones constantes, minimizar 1 vez por mes de forma virtual
- . Personal capacitado en la experiencia del servicio al cliente
- . Que cuenten con un NPS (*Net Promotore Score*) en positivo, con un mínimo de 80%
- . Capacidad mínima de 20 motorizados con disponibilidad inmediata
- . Que todo su personal se encuentre en planilla y con documentación al día

6.4.2 Matriz de evaluación de estándares de entrega

Para elaborar la matriz se identificó y analizo los puntos deficientes del actual servicio de *delivery* los cuales vienen afectando negativamente el indicador de ocurrencias (quejas de clientes), por lo que en búsqueda de mejoría y ofrecer un mejor servicio se propone implementar estándares más altos a la hora de

realizar la entrega al cliente.

Tabla 18

Matriz de Evaluación de Estándares de entrega

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE ESTÁNDARES DE ENTREGA		
SALUDANDO	ENTREGANDO LA ORDE	CERRANDO Y AGRADECIENDO
1- Estacione su vehículo en lugares adecuados, no bloquee accesos o se estacione en lugares ilegales.	1- Entregue la orden en el tiempo prometido.	1- Declare el monto correcto y ofrezca entregarle un recibo.
2- Quítese el casco antes de aproximarse a la puerta.	2- Verifique la orden repitiendo cada artículo mientras lo entrega.	2- Tome el pago y regrese el cambio correcto.
3- Ofrezca un saludo amistoso con una sonrisa cálida y contacto visual.	3- Prevenga al cliente acerca de la caja que contiene productos calientes.	3- Con una sonrisa y contacto visual directo, ofrezca un cálido gracias.
4- Preséntese con su nombre.	4- entregue al cliente un cupón o flyer /folleto.	4- Deséele al cliente que disfrute su comida (o haga algún comentario apropiado).
5- Verifique al cliente con su nombre.	5- Ofrezca esperar mientras el cliente revisa la orden.	

NOTA: Elaboración propia.

Consideraciones:

1- Si el cliente paga con tarjeta (llevar POS).
2- Al llenar el voucher se debe hacer de forma clara, sin borrones ni manchas y con un lapicero negro o azul.
3- Si cancela con dólares, decirle al cliente el tipo de cambio, y el monto total en soles.
4- Escuche al cliente mientras habla... nunca interrumpa a un cliente.
5- Permanezca pulcro y bien organizado.

- **Calidad del pedido**

La empresa KFC cuenta con altos estándares de calidad, con esta matriz podrán medir con mayor facilidad los reportes y llegar directo a la tienda sin que sea enviado de la central de servicios o del área responsable de comunicar dicha información.

- **% de satisfacción**

La satisfacción de los clientes es uno de los principios de la empresa KFC y por ella en el local de Minka Callao, están enfocados en brindar ese servicio, para poder medir con mayor precisión por el canal de *delivery* le llega al cliente a través de un mensaje de texto una encuesta que al ser llenada, medirán que tan satisfechos están los usuarios con su pedido, al no llegar a nivel de satisfacción, este indicador pasará como una ocurrencia que será medido en la matriz mixta de satisfacción y calidad.

Tabla 19
Matriz Mixta de Satisfacción y Calidad

	REAL	PROPUESTA
TIENDA	KFC 58 MINKA	KFC 58 MINKA
TRANSACCIONES	37	37
OCURRENCIAS	2	0
CALIDAD		
HOSPITALIDAD	1	
ORDEN		
RAPIDEZ	1	
PRIORIDAD		
RATIO OCURRENCIAS	5.41%	0.00%

Nota: Elaboración propia.

consideraciones:

1- Se exportará del sistema la información y al haber quejas se marca la ocurrencia en base a un ratio (ocurrencias/transacciones*100%)
2- Ratio APROBADO < 1.5%
3- Ratio DESAPROBADO > 1.5%

- **Tiempo de entrega**

Se medirá a través de una matriz, tomando en cuenta las indicaciones de la marca de la hora prometida o la hora ofrecida al cliente, ya que, en alta demanda, la tienda puede aumentar los tiempos de servicio, hasta por mayor a 90 minutos, con el fin de brindar información correcta al usuario y evitar ocurrencias o quejas del cliente.

Tabla 20*Matriz de Control de tiempos de Entrega*

OCURRENCIAS	TIENDA	KFC 58 MINKA	KFC 58 MINKA
	TRANSACCIONES	37	37
TIEMPOS OFRECIDOS	30 min	41%	15
	45 min	24%	9
	60 min	35%	13
	75 min	0%	0
	90 min	0%	0
	> 90 min	0%	0
	RATIO	41%	37

Nota: Elaboración propia.

Consideraciones:

1- Se exportará del sistema la información y al haber quejas se marca la ocurrencia en base a un ratio el % de transacciones que son entregados en el tiempo ofrecido

2- Ratio **APROBADO > 85%**



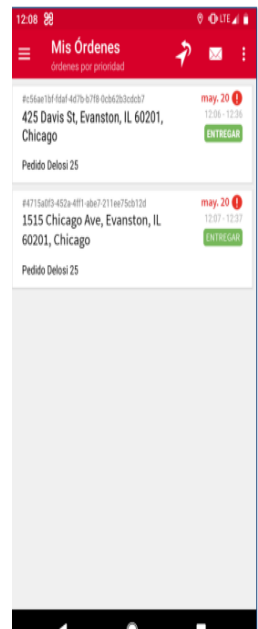
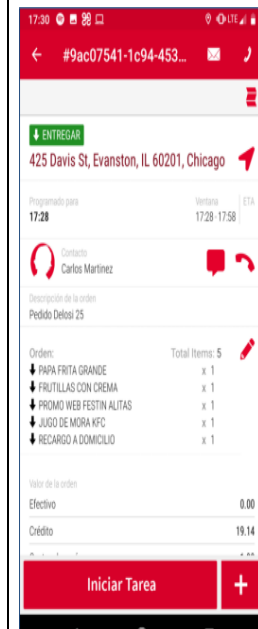
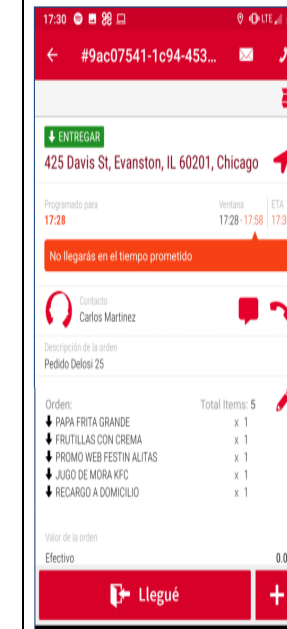
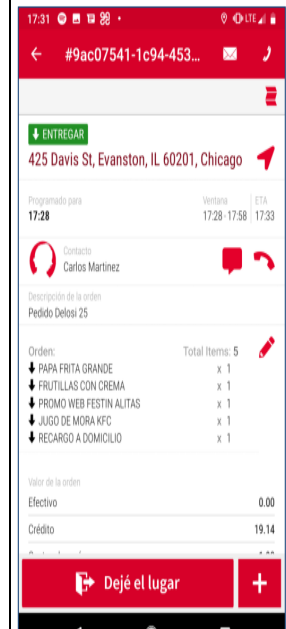
3- Ratio **DESAPROBADO < 85%**

- **Canales de toma de pedidos.**

Se tiene 4 canales para la toma de pedidos, manteniendo nuestros primeros canales que son el *call center* y la página *web*, le agregamos el *WhatsApp* para una comunicación y toma de pedido más fácil y haciendo uso de la tecnología, tenemos como aliados a Rappi y Pedidos Ya.

Tabla 21

Matriz de Mejora en la Unificación del Sistema de Pedidos

MATRIZ DE MEJORA EN LA UNIFICACIÓN DEL SISTEMA DE PEDIDOS					
SOLICITUD DE PEDIDO	ORGANIZACIÓN EN SISTEMA	SELECCIÓN DE PEDIDO	ENVÍO DEL PEDIDO	TIEMPO DE LLEGA DEL PEDIDO	CONCRETANDO PEDIDO
					
<p>*Cuando cliente realice el pedido, aparecera una notificación para que sea dirigido a la tienda que este dentro de su zona de reparto.</p>	<p>*Recopila los pedidos que son generados por las plataformas de pedidos ya, rappi, web y pedidos por llamas y lo concentra en un solo sistema, se da click en iniciar tarea.</p>	<p>*Cuando se le asigna un pedido, recibirá una notificación de “push” si está fuera de la aplicación y una notificación si está dentro de la aplicación.</p>	<p>*Para iniciar el proceso, seleccionar el pedido y luego dar click en: INICIAR TAREA Esto activa el envío del SMS al cliente para el seguimiento.</p>	<p>*Al llegar a la ubicación del cliente, se debe marcar la opción: LLEGUE De lo contrario no se le enviará la notificación al cliente.</p>	<p>*Cuando termine la entrega debe marcar DEJE EL LUGAR De lo contrario el sistema no le asignará nuevos pedidos.</p>

Nota: Elaboración propia.

Cliente: A cada cliente que reciba atención de un motorizado se le hará llegar una encuesta por mensaje texto en la cual se mida la satisfacción del servicio, con preguntas claves como es la entrega correcta del pedido solicitado, la rapidez y la amabilidad del colaborador.

Tienda: Los administradores podrán medir los servicios brindados por la empresa tercerizadora, mediante una encuesta que evaluará la capacitación del personal, si cuenta con las herramientas adecuadas para trabajar como el uniforme y equipos en optimo estado.

6.5 Presupuesto

El presupuesto presentado corresponde al pago que se realizará a la empresa proveedora del servicio de *delivery* por cada motorizado

Tabla 22
Presupuesto por Motorizado

Presupuesto por Motorizado			
Detalle	Cantidad	UM	Costo
Transacciones	175	Pedidos	S/ 787.50
POS	1	Unidad	S/ 20.00
EPP	1	Unidades	S/ 20.00
Gastos Administrativos			S/ 500.00
Mochilas	1	Unidad	S/ 10.00
Implemento de entrega	1	Unidades	S/ 20.00
			S/ 1,357.50

Nota: elaboración propia.

VII. RECOMENDACIONES

Después de analizar y haber encontrado las oportunidades a mejorar, la tienda KFC Minka tiene que ser más eficiente en sus tiempos de entrega para que de esta manera pueda reducir el porcentaje de incidencias que perjudican a la evaluación mensual de la tienda.

La tienda tiene que realizar una licitación para la contratación de motorizados para el área del delivery, entre los requisitos para las empresas participantes, es que deben contar con una experiencia mínima de 3 años en el rubro restaurantes, contar con 10 motorizados para disponibilidad inmediata como mínimo, cada motorizado debe contar con su vehículo propio en buen estado y con la documentación al día.

Para seguir manteniendo los estándares de la empresa, los motorizados deben llevar un curso de inducción y capacitación antes de ser asignados a una tienda u horario y posteriormente para seguir manteniendo un buen servicio deben tener capacitaciones trimestrales.

Se debe realizar una evaluación trimestral a la empresa que resulte ganadora para así asegurar la correcta ejecución de los procesos, cabe mencionar que esta tercerización no debe ser percibida por el cliente final y para eso se exigirá la constante capacitación y entrenamiento del personal motorizado.

VIII. CONCLUSIONES

Luego de llevar a cabo la presente investigación, mediante la recopilación de información se ha llegado a las siguientes conclusiones.

Podemos concluir que existe una significativa relación entre la gestión del *outsourcing* con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022, ya que, mediante los resultados se obtiene el 67,1% de correlación entre ambas variables del estudio. Por lo cual, la gestión de un *outsourcing* acompañado de una gestión de procesos adecuados, con la finalidad de mejorar la experiencia del cliente es de suma importancia.

Con respecto a la primera hipótesis específica de la investigación se puede confirmar que existe una correlación positiva moderada, entre la gestión del *outsourcing* en logística con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC – Minka Callo, 2022, ya que el resultado obtenido de la correlación fue de 56,2%. Por lo tanto, se evidencia que una gestión de un *outsourcing* puede permitir generar y desarrollar un mejor proceso de extracción y selección de mercancías.

Para la segunda hipótesis específica, mediante la investigación se logra demostrar que el coeficiente de correlación es de 59,8%, lo cual nos permite afirmar de una correlación positiva moderada, obteniendo una relación entre la gestión del *outsourcing* en logística y en el orden del *picking* para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022. Asimismo, mediante la investigación se obtuvo que el 88% de encuestados ha considerado que la implementación de *picking* mejoraría la distribución de los productos.

Por último, con respecto a la tercera hipótesis específica de la investigación se confirma que existe una relación entre la gestión del *outsourcing* en logística con la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022, siendo este un punto muy tomado en cuenta por los clientes al momento de

recibir sus productos, por lo cual la empresa debería seguir tomando en cuenta para los futuros procesos y seguir desarrollándolos y potenciándolos.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alisson, (2021). *Outsourcing*, en empresas de malatería del cantón Píllaro.

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/3139/1/77301.pdf>

Antonio H, Vicente L, Inés G, (2004), El *Outsourcing* factor clave de la competitividad.

<file:///C:/Users/Jos%C3%A9/Downloads/L-Outsourcing-13.pdf>

Beatriz V. Javier O. El *Outsourcing*, como estrategia organizacional para la competitividad.

<file:///C:/Users/Jos%C3%A9/Downloads/1876->

<Texto%20del%20art%C3%ADculo-6903-1-10-20200326.pdf>

Bedoya-Gómez, D.C. (2018). *Outsourcing*: beneficios vs. Riesgos. Perspectiva Empresarial, 5(2), 101-112. <http://dx.doi.org/10.16967/rpe.v5n2a7>

Becerra, B. E. V., & Alvarado, J. O. (2019). El outsourcing como estrategia organizacional para la competitividad. Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 13, 1684-1700.

Escobar, J. (2017). Optimización de redes de distribución con demanda variable considerando escenarios y criterios financieros. Revista Facultad de Ingeniería Vol. 26 (44), pp. 21-32

<https://repositorio.unicordoba.edu.co/bitstream/handle/ucordoba/5113/cavadiaescobaryolimar-montesjim%c3%a9nezmar%c3%adaelena.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gómez-Albán, H., Mejía-Argueta, C., & León, R. (2017). Diseño de una red de distribución a través de un modelo de optimización considerando agotados.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56687/Ramirez_PLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gestiopolis, (2020). *Outsourcing*, qué es y cómo funciona, características, ventajas, desventajas, tipos y ejemplos. <https://www.gestiopolis.com/que-es-outsourcing-ventajas-y-desventajas/>

Hernández, R., Collado, C y Baptista, P. (2016). Metodología de la Investigación 6ta, Edición. McGraw-Hill. México, D.F [Archivo PDF].
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Mata, L. (2020). Confiabilidad y validez en la investigación cuantitativa. Investigalia.
<https://n9.cl/ujom8>

Miranda, J.(2015). Outsourcing en Logística: Una tendencia en alza.
<http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=2363&edi=115&xit=outsourcing-en-logistica-una-tendencia-en-alza>

Ñaupas, H (2020). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y

redacción de la tesis 5ª Edición Bogotá [Archivo PDF].

<https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv- cuanti-y cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

Ramírez, L. (2020). Operación de expedición en la logística de salida de la empresa Bakels Perú S.A.C. 2020 [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56687/RamirezPLE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rita, (2019). *Outsourcing, ¿Qué es y para qué es importante en la era digital?*

<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-outsourcing/#:~:text=El%20Outsourcing%20surge%20hoy%20como,hasta%20el%20momento%20por%20ellos>

Rivero, G. E. C. (2020). La Autonomía Empresarial en la Ley de Tercerización de Servicios. *IUS: Revista de investigación de la Facultad de Derecho*, 9(1), 28-41.

Relmecs (2018). Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad: análisis de experiencias desde una perspectiva. p.3 [Archivo PDF].

<https://core.ac.uk/download/pdf/199292138.pdf>

Sampieri (2017). Metodología de la investigación 6ª edición [Archivo PDF].

http://euaem1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, L (2013). Diario Gestión 6 factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

<https://gestion.pe/blog/marcasymentes/2013/01/6-factores-que-influyen-el-com.html/>

X. ANEXO

Anexo N° 1: Matriz Consistencia

Título de la investigación:	PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE OUTSOURCING Y SU IMPACTO EN LA LOGÍSTICA DE SALIDA PARA LOS CLIENTES DE LA EMPRESA KFC - MINKA, 2022				
Línea de investigación	Gestión de Tercerización y logística				
Autor:	Franco Paolo Maqui Santos - Herhuay Guzmán Juan José				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGIA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cómo influye la percepción de la gestión del outsourcing en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?	Determinar cómo influye la gestión del outsourcing en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022	La gestión del outsourcing se relaciona significativamente con la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka Callao, 2022	V1: Outsourcing en Logística	D1: Ventajas del Outsourcing Logístico D2: Outsourcing de Embalaje D3: Criterios para Externalizar	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque: Mixto • Tipo: Aplicada • Alcance: Correlacional • Diseño: experimental transversal correlacional • Unidad de análisis: Empresa KFC – Minka Callao 2022
			V2: Logística de Salida	D1: La extracción y selección de mercancías D2: Orden de Picking D3: Envases y embalajes	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	Indicadores		Medios de Certificación (Técnica / Instrumento)
¿Cómo influye la percepción de la gestión del outsourcing en la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?	Determinar cómo influye la gestión del outsourcing en la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	La gestión del outsourcing se relaciona significativamente con la extracción y selección de mercancías para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	Ventajas del Outsourcing Logístico	Simplificación de procesos	Encuestas
				Reducción de costos	
¿Cómo influye la percepción de la gestión del outsourcing en el orden de picking para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?	Establecer cómo influye la gestión del outsourcing en el orden de picking para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	La gestión del outsourcing se relaciona significativamente en el orden de picking para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	Outsourcing de Embalaje	Forma de entrega	
				Herramientas y equipos	
¿Cómo influye la percepción de la gestión del outsourcing en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao 2022?	Establecer cómo influye la gestión del outsourcing en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	La gestión del outsourcing se relaciona significativamente en la selección de envases y embalajes para los clientes de la empresa KFC Minka Callao, 2022	La extracción y selección de mercancías	El Picking bajo nivel	
			Orden de Picking	El Picking a alto nivel	
				Preparación de envío	
				Embalado	
			Envases y embalajes	Funciones y características	
				Procesos de envasado - embalado	

Anexo N° 2: Matriz de Operacionalización de Variables 1 Outsourcing en Logística

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	N°	Ítems del instrumento	1	2	3	4	5
					Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Los servicios de subcontratación consisten en delegar o transferir ciertos servicios realizados por personal interno que no son propios del negocio, a una empresa externa que se especialice en el área, la que lleva la responsabilidad de realizar dicha actividad, y que finalmente se convierte en el socio estratégico. En relación a los principales beneficios brinda una mejor gestión para facilitar sus procesos,	1. Ventajas del Outsourcing Logístico	Simplificación de procesos	1	Crees que los procesos se pueden simplificar					
			2	Crees que tercerizar el proceso logístico ayudaría a mejorar los procesos					
			3	Ayudaría a que el servicio de delivery sea a través de un tercero					
		Reducción de costos	4	El contratar a un tercero para el servicio de delivery ayudaría a reducir costos					
			5	Contratar una aplicativo ayudaría a reducir costos y ser más eficientes					
			6	El área de atención al cliente debería ser a través de una empresa tercerizada					
	2. Outsourcing de Embalaje	Forma de entrega	7	Se utiliza los materiales adecuados para el empaque de los productos en KFC					
			8	Los productos de KFC llegan calientes y en buenas condiciones					
			9	Se usa adecuadamente los envases y bolsas para cada producto en KFC					
		Herramientas y equipos	10	Cree usted que usan adecuadamente los equipos y kits de seguridad los repartidores de KFC					
			11	Cree usted que los envases y/o cajas que usan en KFC son los adecuados					
			12	La cantidad de cajas que usa KFC para los productos es la adecuada					
	3. Criterios para Externalizar	Evaluación de desempeño	13	Considera que el uso de encuestas, es el correcto para medir la atención al cliente					
			14	Deberían premiar al motorizado por entregar rápido el pedido					
			15	Consideras que se debe brindar alguna clase de incentivo por la buena atención					
		Responsabilidad compartida	16	Si tu pedido llego en malas condiciones ¿cree usted que es culpa del motorizado?					
			17	Si se equivocaron con tu pedido ¿el motorizado debería asumir la responsabilidad?					
			18	Considerar que la empresa KFC debería brindar cortesías por llegar tarde					

Anexo N° 3: Matriz de Operacionalización de Variables 2 Logística de Salida

Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	N°	Ítems del instrumento	1	2	3	4	5
					Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Escudero (2014) manifiesta que "es una de las actividades más importantes que realizan los operarios del almacén, pues si la preparación del envío no es la adecuada el producto llegara al cliente en malas condiciones" (p.175)..	1. La Extracción y selección de mercancías	El Picking bajo nivel	1	Cree usted que el Picking a bajo nivel podría ser más rápido para su atención					
			2	Considera usted que el Picking a bajo nivel mejoraría el despacho al cliente					
			3	La capacidad del personal para hacer Picking podría mejorar la rapidez a la hora de retirar la mercancías					
		El Picking a alto nivel	4	Considera que es importante tener maquinaria adecuada para hacer Picking a alto nivel					
			5	Consideras que la empresa se preocupa por la seguridad del personal para que se haga Picking a alto nivel					
			6	Consideras que el Picking mal distribuido afecta en la demora de entrega al cliente					
	2. Orden de Picking	Preparación de envío	7	Considera que es necesario usar equipos de protección personal para maniobrar los equipos					
			8	Creerás tú que es necesario usar herramientas adecuadas para manipular maquinaria y/o equipos					
			9	Creería usted que acomodar los productos dentro del pedido ayudaría a que llegue caliente					
		Embalado	10	Para el envío de su pedido de KFC ¿Cree usted que el empaque se usa adecuadamente para la protección y seguridad del producto?					
			11	En KFC cree usted que se utiliza los materiales adecuados para el embalado de las mercancías					
			12	Cuándo pides por delivery los productos llegan calientes y en buenas condiciones					
	3. Envases y embalajes	Funciones y características	13	Cree usted que en KFC se usa adecuadamente los envases y bolsas para cada producto					
			14	Los envases y/o cajas son las adecuadas para el tipo de producto que maneja KFC					
			15	Cree usted que las cajas y envases de KFC son resistentes para el tipo de producto					
		Procesos de envasado - embalado	16	Las cantidades de cajas para los productos que usa KFC son los necesarios					
			17	Creerás que los envases que usa KFC son reciclables					
			18	Consideras que las cajas, envases, bolsas y/o papeles que usa KFC ayudan a la protección de los productos					

Anexo N° 4: Instrumento de Recopilación de Datos

Cuestionario para medir la variable outsourcing en logística

Es un gusto saludarlo, esperando que se encuentre muy bien de salud, la presente encuesta recolectará datos de manera anónima, con finalidad de analizar la tercerización de la logística que cada persona valora en función a su perspectiva.

Instrucciones, maque solo una alternativa, la que considere la más adecuada, tomando como referencia las siguientes opciones:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Sexo: _____

Edad: _____

Trabajas _____

N° Outsourcing en la Logística					
Ventajas del Outsourcing Logístico					
	1	2	3	4	5
1					
2					
3					
4					
5					
6					
Outsourcing de Embalaje					
	1	2	3	4	5
7					
8					
9					
10					
11					
12					
Criterios para Externalizar					
	1	2	3	4	5
13					
14					
15					
16					
17					
18					

Gracias por tu colaboración

Cuestionario para medir la variable logística de salida

Es un gusto saludarlo, esperando que se encuentre muy bien de salud, la presente encuesta recolectará datos de manera anónima, con finalidad de analizar la logística de salida que cada persona valora en función a su perspectiva.

Instrucciones, maque solo una alternativa, la que considere la más adecuada, tomando como referencia las siguientes opciones:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Sexo: _____

Edad: _____

Trabajas _____

N° Logística de Salida						
La Extracción y Selección de Mercancías						
1	Cree usted que el Picking a bajo nivel podría ser más rápido para su atención	1	2	3	4	5
2	Considera usted que el Picking a bajo nivel mejoraría el despacho al cliente					
3	La capacidad del personal para hacer Picking podría mejorar la rapidez a la hora de retirar la mercancías					
4	Considera que es importante tener maquinaria adecuada para hacer Picking a alto nivel					
5	Consideras que la empresa se preocupa por la seguridad del personal para que se haga Picking a alto nivel					
6	Consideras que el Picking mal distribuido afecta en la demora de entrega al cliente					
Orden de Picking						
7	Considera que es necesario usar equipos de protección personal para maniobrar los equipos	1	2	3	4	5
8	Crees tú que es necesario usar herramientas adecuadas para manipular maquinaria y/o equipos					
9	Creería usted que acomodar los productos dentro del pedido ayudaría a que llegue caliente					
10	Para el envío de su pedido de KFC ¿Cree usted que el empaque se usa adecuadamente para la protección y seguridad del producto?					
11	En KFC cree usted que se utiliza los materiales adecuados para el embalado de las mercancías					
12	Cuándo pides por delivery los productos llegan calientes y en buenas condiciones					
Envases y Embalajes						
13	Cree usted que en KFC se usa adecuadamente los envases y bolsas para cada producto	1	2	3	4	5
14	Los envases y/o cajas son las adecuadas para el tipo de producto que maneja KFC					
15	Cree usted que las cajas y envases de KFC son resistentes para el tipo de producto					
16	Las cantidades de cajas para los productos que usa KFC son los necesarios					
17	Crees que los envases que usa KFC son reciclables					
18	Consideras que las cajas, envases, bolsas y/o papeles que usa KFC ayudan a la protección de los productos					

Gracias por tu colaboración

Anexo N° 5: SCREENSHOTS

ENCUESTA DE GESTIÓN OUTSOURCING Y LA LOGÍSTICA DE SALIDA DE LA EMPRESA KFC

Es un gusto saludarlo, esperando que se encuentre muy bien de salud, la presente encuesta recolectará datos de manera anónima, con finalidad de analizar la gestión de la tercerización y la logística de salida de la empresa KFC que cada persona valora en función a su perspectiva.

Instrucciones:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo / Ni de acuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Marque solo una alternativa, la que considere la más adecuada, se solicita que sea lo más sincero posible ya que los resultados del presente servirán para el análisis y desarrollo de una investigación de carácter netamente académico, servirá para la obtención de grado profesional.

Sexo *

- Masculino
- Femenino

Edad *

- 18 - 23
- 24 - 29
- 30 - 35
- 36 - más

VALIDACIÓN DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Encuesta
1.4. Autor del instrumento:	Juan José Herhuay Guzmán, Franco Paolo Maqui Santos, Aaron Moshe Martínez Condor, Adriana Espinoza Moscoso
1.5. Título de la investigación	Percepción de la gestión de <i>Outsourcing</i> y su impacto en la logística de salida para los clientes de la empresa KFC – Minka 2022

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						x

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	x		
Ítem 2	x		
Ítem 3	x		
Ítem 4	x		
Ítem 5	x		
Ítem 6	x		
Ítem 7	x		
Ítem 8	x		
Ítem 9	x		
Ítem 10	x		

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

IV. _____ 85 _____ %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 10/11/2022

DNI N° 41981490


Firma del experto