



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA FINANCIAMIENTO Y
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES DEL SECTOR
SERVICIO RUBRO TIENDAS DE ABARROTE EN
CERCADO DE TUMBES, 2018.**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

VELAZCO SÁNCHEZ, JORGE LUIS

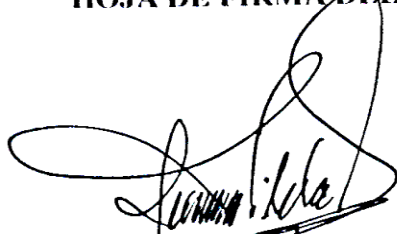
ASESOR

ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO

TUMBES - PERÚ

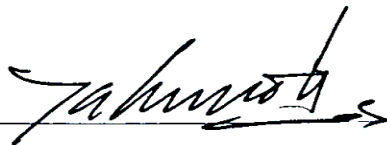
2018

HOJA DE FIRMA DEL JURADO



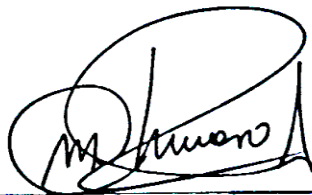
Mgtr. Lic. Adm. Victor HUGO VILELA VARGAS

Presidente



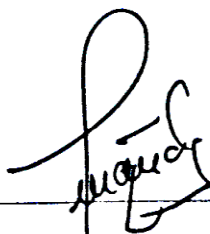
Mgtr. Lic. Adm. Víctor Helio PATIÑO NIÑO

Secretario



Lic. Adm. Maritza Zelideth CHUMACERO ANCAJIMA

Miembro



Mgtr. Lic. Adm. José Fernando ESCOBEDO GÁLVEZ

Asesor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles de
Chimbote por formarnos como profesionales.

Al docente, ADM. MG. José Fernando Escobedo
Gálvez por los consejos y conocimientos brindados
en cada sesión de clases para así poder realizar
nuestro trabajo de tesis.

DEDICATORIA

A Dios, a mis padres, por haberme ayudado a seguir adelante.

A mi esposa Leslie y mis dos hijos por su eterno amor y paciencia.

RESUMEN

La presente investigación tuvo por finalidad **Determinar la caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.** Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas de abarrotes sea factible para la comodidad del cliente, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden al financiamiento y atención al cliente en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución. Con una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal; con una población de 07 propietarios para la variable financiamiento y 68 clientes para la variable atención al cliente; utilizando la encuesta y cuestionario como técnicas e instrumentos de recolección de datos; se concluyó que la empresa utiliza generalmente, para financiar necesidades específicas en un momento determinado, además concluyo que la empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero, por ultimo las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas.

Palabras Claves: Financiamiento, Atención al Cliente y MYPES.

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the characterization of the financing and customer service of the MYPES, sector, commerce, grocery stores in the Tumbes area, 2018. This means that the service provided by these grocery companies is feasible for the convenience of the client, so that later it becomes possible to determine different characteristics that help the financing and customer service in the market and thus be able to provide strategies for the solution. With a research methodology of descriptive type, quantitative level and non-experimental cross-sectional design; with a population of 07 owners for the financing variable and 68 clients for the customer service variable; using the survey and questionnaire as techniques and data collection instruments; It was concluded that the company usually uses, to finance specific needs at a specific time, also concluded that the company uses to finance durable consumer goods, finally the rates and terms provided by financial companies are adequate.

Key Words: Financing, Customer Service and MYPES.

INDICE

HOJA DE FIRMA DEL JURADO	Error! Bookmark not defined.
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT.....	vi
INDICE	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	20
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES.....	29
2.2.1. FINANCIAMIENTO.....	29
2.2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE.....	34
2.2.3. MYPES	40
III. HIPÓTESIS.....	42
IV. METODOLOGÍA	43
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
4.2. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	43
4.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	43
4.4. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	44
4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA	46
Población.....	46
MUESTRA	47
4.6. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	48
4.7. PLAN DE ANÁLISIS.....	50
4.8. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	52
4.9. PRINCIPIOS ÉTICOS	53
V. RESULTADOS.....	54

5.1.	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	54
5.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	58
VI.	CONCLUSIONES	62
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
	ANEXOS	71

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo denominado **“Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018”** La presente investigación proviene de las líneas que han sido asignadas por la Escuela Profesional de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE.

Las unidades económicas materia de trabajo son MyPes del cercado de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de tiendas de abarrotes; en el distrito de Tumbes se han identificado que existen siete (07) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema del financiamiento y atención al cliente de las tiendas de abarrotes que aquellas empresas del cercado de Tumbes, le ofrecen a cada uno de sus clientes, en donde se pretende investigar **¿Cuáles son las características del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018”** Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación **Determinar la caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.** Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas de abarrotes sea factible para la comodidad del cliente, para así posteriormente se hace poder determinar diferentes características que ayuden al financiamiento y atención al cliente en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución.

Las micro y pequeñas empresas (MyPes) se establecen como la base del crecimiento productivo, esto se debe a la disposición para crear puestos de trabajo y a su adaptación en los cambios empresariales del mercado; a pesar de ello, las MyPes carecen de ayuda financiera preferente que brinda la banca de desarrollo debido a que éstos se conceden por medio de agentes financieros. A la banca comercial no les parece interesante trabajar con pequeñas empresas ya que estas aparentemente tienen una baja rentabilidad. Nuestro país goza de múltiples oportunidades para triunfar, pero no lo logra sencillamente por los barreras para obtener un préstamo, entre ellas tenemos: las elevadas tasas de interés, la poca credulidad de los entes referente a los planes de negocio, la solicitud de exageradas garantías, los periodos bastantes reducidos y la escasez de asesoría para obtener el préstamo. Dichos estos impedimentos, los micros y pequeños empresarios tienden a invertir en los prestadores (usureros) y asociaciones informales de préstamos. *Maceda (Pág. 09 - 2017)*

No obstante, es importante recalcar que cuando las personas emprenden un negocio, al inicio no obtienen la utilidad necesaria para poder cumplir con el pago del crédito prestado por los agentes financieros, sometidos a las elevadas tasas de rendimiento. Otro punto muy importante es el poco conocimiento que tienen los dueños referente al financiamiento, es por ello que muchos dicen: "no accedo a un crédito porque tiene un alto costo", "no porque después me embargan mis bienes", o no porque desconocen las facilidades de los servicios que brindan dichos entes, lo que conlleva que opten por un crédito informal, incluso habiendo diversas opciones para acceder a un préstamo a través de determinadas instituciones financieras como: Las Cajas

Municipales, las Cajas Rurales, Bancos, ONG, Cooperativas de ahorro y de crédito, entre otros.

Dentro del ámbito externo las Micro y Pequeñas empresas les implica reconocer los aspectos claves del entorno que rodea el negocio y que influye de manera directa e indirecta, empleando la técnica de PESTEL se tienen la caracterización desde los político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal.

En Perú el **Aspecto Político**, *Estabilidad política*: La estabilidad que constituye elemento indispensable para logara el crecimiento económico y la atracción de inversión privada necesarios para seguir luchando contra la pobreza e impulsar la generación de oportunidades para todos los peruanos; en ese sentido, se invocaron a las fuerzas políticas a centrarse en impulsar las reformas legales e institucionales que urgen para el aceleramiento en el crecimiento económico, ejecutar mayores niveles de inversión, aumentar flujos de comercio exterior, así como generar mayores puestos de empleo. COMEXPERU (2018).

Tendencias Electorales: El Jurado Nacional de Elecciones difundió un comunicado en el cual garantiza el natural desarrollo de las elecciones municipales y regionales que se realizarán en octubre del presente año; en el informe emitido, detalló que con el propósito de garantizar la legalidad del proceso electoral, han venido realizando permanentes operativos para velar por el cumplimiento de la normativa electoral a través de sus Dirección de Fiscalización; por último, el JNE informó que en el marco del artículo 74° de la Ley Orgánica de Elecciones invitará a los representantes

del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) y de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) para conversar respecto a las labores que cada uno de estas instituciones realizarán para que el próximo proceso electoral se realice en las mejores condiciones posibles. Diario El Comercio (2018).

Referente a los **factores económicos**. *Situación Económica Actual*: La economía peruana en febrero de este año se incrementó en 2.86%, al compararlo con similar mes del 2017 (0.83%), siendo la mayor expansión en el último cuatrimestre u contabilizando 103 meses de crecimiento continuo, informó hoy el Instituto Nacional de estadística e Informática (INEI); la entidad indicó que la producción nacional en el primer bimestre se incrementó en 2.83% y en los últimos 12 meses lo hizo en 2.49%; este resultados se sustentó en la evolución positiva de la demanda externa de productos no tradicionales (25.79%), como los pesqueros, agropecuarios, químicos, siderometalúrgicos, metalmecánicos y textiles, así como la exportación del zinc, hierro, molibdeno, petróleo, café y azúcar. Además contribuyó la recuperación de la demanda interna asociada a la mayor importación de bienes de consumo no duradero (10.42%), las ventas minoristas (2.66%) y los créditos de consumo (5.18%). Agencia Andina (2018).

IGV: Las micro y pequeñas empresa (MYPES) que facturan en un año hasta 1.700 UIT (S/ 6 millones 885 mil) tendrán una prórroga de tres meses para pagar su Impuesto General a las Ventas (IGV), contando a partir del primer miércoles de marzo. De esta manera el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) aprobó mediante Decreto Supremo la incorporación del numeral 3 del artículo 8° del Reglamento de la

Ley del IGV e Impuesto Selectivo al Consumo. La disposición es conocida como el IGV Justo. Se precisa que las MYPES pueden acogerse a la prórroga del plazo, en la fecha original del pago del impuesto, con la presentación de la declaración jurada mensual. Sin embargo el IGV Justo permite 90 días calendarios adicionales como fecha límite de regularización, desde el día anterior a la fecha de acogimiento. Bessombes (2017)

Los factores socio culturales *Distribución de los Ingresos:* El Perú los últimos años ha tenido una ligera mejora, de 0.50 (2007) a 0.44 (2014), pero aún el coeficiente es alto reflejando elevada inequidad en la distribución de los ingresos, que determina la urgencia para algunos de reducirla, pues aducen que pocos se llevan un porcentaje alto de los ingresos, mientras la mayoría accede a un porcentaje menor. Frente a esta posición es relevante calificar lo que esto determina y, por tanto, la prioridad que debe tener en el diseño de la política económica. Puede darse el caso de un país desarrollado, del primer mundo, sin pobreza extrema y mínima pobreza global y un ingreso per cápita alto, que tenga un Gini similar al peruano, como es la situación de EE.UU. con un Gini de 0.41, a la par con el caso nuestro, que tenemos cerca de 23% de la población en pobreza (7 millones de personas), con poco más de 4% en condiciones de pobreza extrema (1.3 millones) y con un ingreso per cápita que representa un tercio del mínimo de un país del primer mundo. En ese contexto, se torna prioritario para el país desarrollado propender a reducir la inequidad (entre “ricos”), mientras para el Perú lo relevante es reducir primero la pobreza, eliminar la extrema y subir los ingresos, para lo cual lo prioritario es crecer a tasa alta de manera sostenida, pues no tiene sentido buscar mayor equidad a este nivel (entre “pobres”). Más aún, puede que al inicio en un

país como el Perú ello conlleve, como dice el economista Kuznets, a mayor inequidad, pues los agentes económicos de altos ingresos pueden optimizar la mayor dinámica económica mientras el resto deja la condición de pobre o inicia un alza progresiva de sus ingresos. Lo relevante al final es obtener la meta de eliminar la pobreza extrema, reducir la pobreza global e incrementar el ingreso per cápita, para luego en este escenario distinto buscar progresivamente mayor equidad. Peñaranda (2016).

Gasto Medio de las Familias: “La tasa de crecimiento del empleo formal este año fue de 0,9% cuando años anteriores era de 4% hasta el 5%. Estos indicadores no calientan la economía peruana y por lo tanto no se siente en la familia peruana”. Si bien todos los estratos socioeconómicos se vieron afectados, el que se vio más golpeado por esta realidad fue la clase media. “La clase media emergente tenía una tasa de crecimiento de 3% y en el último año ha visto un crecimiento de 1%”. Asimismo, el interior del país el que en el 2016 ha sufrido una desaceleración en el ingreso per cápita. “Efectivamente hubo una diferencia entre Lima y Provincias. En Lima los ingresos crecieron ligeramente a una tasa de 1,2% en el caso del ingreso per cápita, pero en regiones cayeron 0,4%. Si bien como país no hemos crecido, sí vemos estas diferencias”. El especialista señaló que estos bajos indicadores representaron también un enfriamiento en el desempeño de algunos mercados que se encuentran vinculados al consumo. Principalmente, “Las ventas en el 2015 crecieron un 1,5% y en el primer trimestre de este año fue similar. Otro es el de comunicaciones que creció el año pasado a 5% y este año en 3,4%. Vehículos ligeros tuvo una caída de 3,6% en ventas”. Estos indicadores económicos deberán ser considerados por las empresas peruanas en el

futuro ya que se convierten en retos para sus planes de expansión y crecimiento. “Este es un año duro por los resultados de los mercados. Los ejecutivos sufren porque se establecen metas comerciales y no llegan a cumplirlas. Pero, si no se toman las medidas en su momento y llega la recuperación económica, otro sabrá aprovecharla”. Alburquerque (2016).

Respecto al **factor tecnológico** *Alcance tecnológico*: Las empresas deben buscar mecanismos para ser mucho más eficientes en mercados abiertos, generar economías de escala, innovar permanentemente en productos y servicios y llegar con más certeza a sus clientes. Pero esto también obligó a los ejecutivos a modificar sus patrones de trabajo que por años estuvieron concentrados en una oficina. Ahora la movilidad es una constante de los ejecutivos, pues la dinámica del mundo de los negocios los ha obligado a conocer de primera mano los mercados, estar mucho más cerca de sus clientes, proveedores y canales. "Los cambios empresariales incluyen responsabilidades mucho más amplias. En cientos de casos ya no se habla solo de un mercado local, sino de obligaciones regionales, para atender varios países", explica Pedro González, gerente de Sony Ericsson para Colombia. Portátil, convergente, inalámbrico, palms o pantallas de plasma se están convirtiendo en el lenguaje común para determinar el alcance de la tecnología. Sin embargo, ella no solo está en su actividad laboral, sino que gana un espacio significativo en el entretenimiento del ejecutivo y de su entorno. "Incluso ya se habla de tendencias como 'infotainment'. Por ejemplo, accesorios que además de darles capacidad de memoria a sus computadores, le permiten llevar música o imágenes", dice Ismael Ramírez, gerente de mercadeo de

Philips para la región Andina, Centroamérica y el Caribe. De esta manera, el impacto de la tecnología en el desarrollo profesional y privado es cada vez mayor y se puede convertir en una herramienta de productividad y competitividad. Pero también puede rebasar esa frontera ya que la tecnología lo obliga a estar conectado permanentemente y no le da disculpa al ejecutivo para no responder y atender los requerimientos de la empresa, incluso en espacios y momentos personales. Ruiz (2003).

Respecto al **factor ecológico**, *Eliminación de Desechos*: Esta gestión implica considerar todas las etapas del manejo de los residuos sólidos como un todo y no como una suma de partes, abordándose la problemática ambiental de los residuos sólidos de manera mucho más eficiente. De este modo, existe un orden para abordar el problema, el cual se debe iniciar por la prevención, lo que supone estar preparado para tomar las acciones del caso; luego, la minimización de impactos y residuos. Así, por ejemplo, se identifica los puntos en los cuales se contamina y se intenta reducirlos lo más posible. El paso siguiente es la reutilización y reciclaje, donde se busca volver a usar los residuos. Por ejemplo, usar retazos de telas para confeccionar cojines o la transformación de residuos orgánicos para obtener compost. Luego, sigue el proceso de tratamiento, por el cual se pretende reducir los componentes dañinos contenidos en los residuos y que pueden dañar el ambiente. La última etapa es la disposición final segura de los residuos. Ministerio del Ambiente (2017).

Dentro del **factor legislativo**, en el Texto Único Ordenado, aprobado mediante el D.S. N° 013-2013-PRODUCE. Las MYPEs constituyen uno de los principales motores de la actividad económica, y han incrementado su participación en

los diferentes sectores productivos de la economía en los últimos años, incitando al crecimiento y desarrollo del país. Es por ello que las instituciones bancarias, hoy en día, han volcado la mirada a estas pequeñas unidades económicas y las ven rentables en cuanto al financiamiento de crédito, a pesar del alto riesgo que conlleva dicha acción. En ese sentido se han integrado las leyes N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, el Decreto.

Es por ello que se formuló la siguiente interrogante de investigación: ¿Cuáles son las características del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018? Se formularon los siguientes objetivos de investigación: Objetivo General: Determinar la caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018. Y Objetivos Específicos: Describir los préstamos bancarios de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; Conocer las estrategias de financiamiento de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; Determinar la comunicación al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; Identificar la orientación al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.

Se justifica teóricamente porque contiene una apertura de conocimiento del financiamiento y atención al cliente, teniendo como base el préstamo bancario, estrategias de financiamiento, comunicación y orientación del mismo. (Miller y Salkiu, 2002).

Por tal motivo en el campo de la justificación de la presente investigación, se justifica en lo práctico, por que utiliza mecanismos que permite conocer y encaminar al rubro de tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, desde los aspectos de la Financiamiento y Atención al cliente.

Tiene una justificación metodológica, por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación, encaminada a la detección de datos cuantitativos que determinen las características sin vulneración alguna, y se recogen los datos en un solo momento, en este caso rubro de tiendas de abarrotes. (Batista, 2006).

La investigación del presente trabajo va a permitir poder visualizar como se encuentran hoy en día las empresas de abarrote así mismo poder aplicar diferentes estrategias para un mejor nivel de financiamiento y atención al cliente, saber así mismo el porqué de la competencia en el mercado. (Mathews, 2009).

Por ende cada empresa se preocupa que sus propietarios y clientes se sientan satisfechos con lo que ofrecen para que estos se sientan cómodos con lo que adquieren ya que los consumidores esperan obtener más de lo que se imaginan.

Institucionalmente este estudio beneficiara a la universidad, servirá de aporte para las bibliotecas constituyéndose en una base de consultas para próximas investigaciones que realicen las futuras generaciones de estudiantes, además permitirá a las MyPes el manejo del negocio motivándolo al cambio, para una mejor prestación de los servicios. (Batista, 2006).

Se justifica profesionalmente, en la medida en que me permitirá obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Se justifica por conveniencia porque permite conocer la realidad de la financiación y atención al cliente del rubro de abarrotes en el mercado de Tumbes, promoviendo el fortalecimiento de los integrantes de las MyPes.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Según Olortegui (Pimentel.2016) en su investigación “*Servicios Y Ventas En El Área De Atención Al Cliente*” Su investigación tiene como propósito capacitación para los colaboradores relacionado a temas y técnicas de atención a clientes como un diseño de investigación aplicándose un cuestionario para conocer la relación que existe entre la calidad de servicios y ventas una población de 102 personas utilizando como instrumento de relación datos del cuestionario concluyendo que la calidad de servicio va influir directamente en las ventas de los bienes y servicios que ofrece la empresa.

Según Aguilar (2016). En su investigación: “*Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta de Accesorios y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*”. Tiene como propósito determinar y describir las características del financiamiento y capacitación de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro compra/venta de accesorios y autopartes vehiculares – Cajamarca, 2016; con un diseño de investigación no experimental – descriptivo, y una población de 20 micro y pequeñas empresas dedicadas al sector y rubro en estudio, aplicando documentos, cuestionario estructurado por 26 preguntas cerradas como instrumentos de recolección de datos, concluyó que debido a la antigüedad que tienen la mayoría de las MyPes, tienen un posicionamiento en el mercado y son estables en el sector y rubro de compra/venta de accesorios y

autopartes vehiculares; asimismo, ya que en su totalidad (100%) las MyPes son formales, éstas tienen mayores facilidades para la obtención de créditos bancarios; finalmente, de acuerdo a la Ley N° 28015 adquieren un régimen laboral especial que le daría beneficios a las MyPes; sin embargo, dichos beneficios todavía no alcanza a la mayoría de las MyPes del Perú y de nuestro ámbito de estudio.

Para Castro (Trujillo-2016) en su investigación “ *Financiamiento del desarrollo de las MYPES SECTOR METAL MECÁNICO*” su investigación tiene como propósito determinar de qué manera incide las fuentes del financiamiento en el desarrollo de las MYPES del sector metal mecánico con un diseño de investigación descriptivo- deductivo una población de trabajadores, utilizando como instrumentos de recolección de datos documentario, la entrevista, investigación bibliográfica, concluyo que la problemática que en ocasiones las micro y pequeñas empresas tienen definición en el capital del trabajo financiero, es decir en el activo corriente, ya sea por falta de disponibilidad de ingresos de efectivo de mercedarias para atender, es decir en activo comúnmente menos pasivo comúnmente, no es suficiente para atender las obligaciones de las MYPES.

Para Reglado (Chimbote – 2016) en su investigación “*El financiamiento y su influencia en la estabilidad de la micro y la pequeña empresa de Perú, caso de la empresa NAVISMAR E.I.R.L*” Su investigación tiene como propósito determinar y describir la influencia del financiamiento en la contabilidad de la

micro y pequeña empresas del Perú, caso de la empresa NAVISMAR E.I.R.L con un diseño de investigación descriptiva, bibliográfica, documental y de caso con una población de empresas utilizando como instrumento de recolección una encuesta, concluyo que el financiamiento influye en forma positiva en la contabilidad de la empresa NAVISMAR E.I.R.L de Chimbote debido a que se logra un incremento en la rentabilidad sobre recursos propios, es decir aumentar la productividad y sus ingresos, permitiendo tener buenas relaciones con sus proveedores, mantener los costos, todo esto de la mano con una adecuada gestión

Por otra parte Guerra (2015) en su Trabajo de grado para optar por el título de Administradora De Empresas de la Universidad De Nariño Colombia la cual lleva por título: “*evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de san juan de pasto departamento de Nariño*”. El tipo de investigación comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la composición o proceso del fenómeno a estudiar. El recojo de la información se dio bajo el método de la encuesta. obtención de las siguientes conclusiones El análisis factorial modificó las dimensiones originales del modelo SERVQUAL, propuesto por los profesores Parasuraman, Zeithmal y Berry; de acuerdo con los pesos factoriales, se obtuvieron cuatro factores en la satisfacción de los clientes, en los puntos de venta de las empresas lácteas. Así como De acuerdo con los resultados obtenidos, a través del método de evaluación SERVQUAL utilizado en la presente investigación, los puntos de venta directa

de las empresas lácteas, que fueron objeto de estudio, poseen una baja calidad en lo que respecta a la atención al cliente; lo anterior se ve corroborado por el hecho de haber obtenido un ICS (Índice de calidad de servicio) con un valor negativo de -1.64.

Seguidamente Ixchop (2014). En su investigación: *“Fuentes de Financiamiento de pequeñas empresas del Sector Confecciones de la Ciudad de Mazatenango”*. Tiene como propósito “Identificar cuáles son las fuentes de financiamiento de la pequeña empresa del sector confección en la ciudad de Mazatenango”; con un diseño de investigación descriptivo, y una población de 18 pequeñas empresas dedicadas a la confección, aplicando boletas de opinión conteniendo preguntas abiertas y cerradas, documentos, informes como instrumentos de recolección de datos; concluyó que la mayoría de empresarios dedicados a la confección en la ciudad de Mazatenango – Guatemala, acuden a instituciones financieras en busca de préstamos, lo que revela que su principal fuente para financiar sus actividades productivas han sido el financiamiento externo, entre tanto un porcentaje mínimo utiliza financiamiento interno.

Según Sosa (2014). En su investigación: *“El Financiamiento de los Micronegocios en México”*. Tiene como propósito “Mostrar el impacto que tiene el financiamiento bancario en la productividad de los micronegocios”, con un diseño de investigación descriptivo y documental, aplicando informes, documentos como instrumentos de recolección de datos, concluyó que de acuerdo a los resultados de la regresiones podemos observar que si existe un

efecto positivo en el otorgamiento de créditos y la productividad de un micronegocio, sin embargo dicho efecto tiene un tamaño modesto; esto podría deberse a que la mayoría de los micronegocios en México hayan sido creadas no por una “buena idea” o una “buena oportunidad”. Muchas de estos pudieron haber sido creados para autoemplearse, (como una solución al desempleo) o por situaciones transitorias; otras pudieron haber comenzado debido a que el ser dueño de su propio negocio brinda flexibilidad e independencia de su tiempo. Entonces el modelo teórico de maximización de utilidades en que las empresas acumulan capital y crecen hasta que su retorno es igual a su costo de oportunidad podría no aplicar para las microempresas.

De igual manera, Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: *“Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo”*; cuyo objetivo es elaborar un plan de capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en el Restaurante “Mar Picante” de la Ciudad de Trujillo; con un diseño de investigación denominado en sucesión o en línea; aplicando encuestas como medio de recolección de datos una población de 320 clientes; concluyendo que las principales necesidades de capacitación del personal del Restaurant “Mar Picante” se manifiestan en habilidades de atención al cliente, motivación y liderazgo, debilidades y fortalezas, trabajo en equipo y manejo de personal.

Según Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación titulada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. Tiene como propósito *determinar a través de un diagnóstico el nivel de calidad de gestión del servicio y atención al cliente en un restaurante de lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito, a fin de proponer mejoras para los procedimientos internos, utilizando los criterios de la Norma UNE 93200:2008*; con un diseño de investigación descriptivo – situacional, aplicando como instrumento de recolección de datos encuestas de satisfacción aplicadas a los clientes, diseñadas bajo los parámetros de SERVQUAL y DINESERV; obteniendo como conclusión que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio recibido, sin embargo, hay aspectos que mejorar dentro del proceso, así como otros que reestructurar.

Para Carpio (Peru.2014) en su *investigación “Mejora del proceso de atención al cliente y calidad del producto”* Su investigación tiene como propósito proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios. Con un diseño de investigación los factores externos e internos que permiten determinar la situación y poder evaluar la calidad del servicio a una población de 60 personas utilizando como instrumento de recolección datos la entrevista concluyendo que se presentan propuestas de mejora para el problema planteado la cual se basa en estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios.

Por ello González, N. (2013). *“El Impacto del Financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las Mi Pymes del sector comercio en el*

municipio de Querétaro (México)”. Universidad Autónoma de Querétaro. En su trabajo de investigación concluye que la problemática actual que viven las Mi Pymes deriva de múltiples factores externos e internos, señalando principalmente a la escasez de financiamiento y el bajo nivel de rentabilidad, teniendo como resultado lo siguiente: Nueve de cada diez encuestados manifiestan que el financiamiento a largo plazo influyó en su rentabilidad.

Según Amadeo (2013). En su investigación: “*Determinación del Comportamiento de las Actividades de Financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas*”. Tiene como propósito determinar el comportamiento de las actividades de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas; con un diseño de investigación transversal, exploratoria cualitativa aplicando cuestionarios, documentos, análisis situacional como instrumento de recolección de datos, concluyó que una de las causales de esta mirada negativa sobre el futuro del mercado interno fue el creciente nivel de inventarios que los encuestados afirmaron tener y la imposibilidad de poder colocar dichos inventarios en nuevos mercados dada la falta de competitividad que tienen las pequeñas y medianas empresas en los mercados externos.

Según Dávila (Trujillo-2011) en su investigación “*Financiamiento bancario y desarrollo de las MYPES TEXTILES*”, su investigación tiene como propósito determinar de qué manera el acceso al financiamiento bancario permitirá el desarrollo de las MYPES textiles con un diseño de investigación descriptiva una población de trabajadores, utilizando como instrumento de recolección datos de

investigación bibliográfica, concluyo que la satisfacción financiera de las pequeñas empresas del sector textil de la provincia Trujillo se encuentra en una situación carente de financiamiento expresada en su grado de liquidez y solidez lo cual refleja situación desfavorable de sus principales indicadores económicos financieros.

Por otra parte Herrera & Limón & Soto (2010) en su investigación titulada: *“Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México”*. El objetivo general fue analizar si en las PYME de San Luis Potosí, los recursos propios, el financiamiento externo (bancos) y proveedores son significativos. El tipo y nivel de la investigación fue cualitativo descriptivo y para recoger información se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a gerencia general, administración, tesorería, créditos, cobranza, ventas de la microempresa. Llegaron a las siguientes conclusiones: En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas deciden financiar sus proyectos o inversiones con recursos propios aunque los administradores muestran una preferencia a recurrir a pasivos de bajo costo 70%, por encima de los dueños 30%; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación, la mayoría de los administradores o dueños consideran que la estructura óptima está determinada por la interacción de fuerzas competitivas. Además, se describe, que, en sus decisiones, consideraron como una opción. financian con recursos propios; En la muestra aleatoria de empresas incluidas en la investigación los administradores o dueños de las empresas, si dan un orden de importancia a las

fuentes de financiamiento, prefiriendo en primera instancia los recursos propios seguidos de los externos y de éstos, prefiriendo primero a los de bajo riesgo y costo. La evasión de impuestos surge debido a una decisión del contribuyente de no declarar, total o parcialmente, determinadas operaciones o ingresos que debería acumular para los respectivos efectos fiscales. La evasión fiscal se vuelve injusta por el hecho de que sólo una parte de la población paga por la provisión de los servicios públicos que todos disfrutan y, por lo tanto, constituye una causa importante de inequidad horizontal y vertical, puesto que conlleva una carga efectiva mucho más elevada para quienes si cumplen con sus obligaciones fiscales. La elusión fiscal, por su parte, nace de la capacidad del contribuyente para interpretar el texto de la ley y adaptarlo de la manera más conveniente a sus intereses con el objeto de minimizar el pago de impuestos. La educación debe ser un instrumento de capilaridad social, un mecanismo que nos permita salir de la desigualdad que se ha vuelto un fenómeno cada vez más preocupante y cada vez más crítico; La educación con principios éticos sería el mecanismo para dejar atrás este proceso social de pobreza e injusticia que puede llegar a tener consecuencias muy serias.

2.2.BASES TEÓRICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1. FINANCIAMIENTO

2.2.1.1. DEFINICIÓN

Por otra parte Ccaccya (2015) entiende por financiamiento a *“todos aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre una empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo financiero, es decir es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, que generalmente son sumas de dinero que llegan a manos de las empresas y sirven para complementar los recursos propios”*.

Además Domínguez (s.f) es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.

Por consiguiente Nunes (2016) el financiamiento es el conjunto de capital interno y externo a la organización utilizado para financiamiento de las aplicaciones y las inversiones.

2.2.1.2. PRESTAMOS BANCARIOS

Según el portal de economíasimple.net (s.f.) *“Se entiende por préstamo, o préstamo bancario, la operación por la cual una entidad financiera pone a disposición del cliente una cantidad de*

dinero determinada que se estipula a través de un contrato, en el que se adquiere la obligación de devolver ese dinero en un tiempo establecido”.

El contrato también establece las comisiones e intereses que el cliente ha de pagar a la banca a cambio de recibir prestada dicha cantidad. Cuando hablamos de préstamo, la cantidad de dinero que se pide prestada a los bancos se les llama el principal mientras que el interés es el precio que se paga por poder disponer de ese dinero. El periodo de tiempo para poder devolver ese préstamo se denomina plazo.

¿Cuántos tipos de préstamos existen?

Tipos:

1. **Préstamos personales:** Se utilizan generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado, se trata generalmente de cantidades económicas pequeñas que se suelen utilizar por ejemplo un viaje, una boda o una reparación inesperada.
2. **Préstamos al consumo:** Este tipo de producto financiero se utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero, como por ejemplo, un coche, una moto o algún electrodoméstico. Tanto los préstamos personales como los préstamos al consumo suelen ser préstamos de menor entidad con un plazo de devolución relativamente breve.

3. Préstamos hipotecarios: Se caracterizan porque, además de la garantía personal, como garantía de pago también se ofrece una "garantía real" que consiste en la hipoteca de un bien inmueble. En el caso de no devolver el préstamo, el banco pasa a ser el propietario de dicha vivienda. Los préstamos hipotecarios se utilizan normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio. La garantía real de los préstamos hipotecarios deriva en que los tipos de interés que se aplican sean más bajos que en el resto de préstamos. Un aspecto esencial a tener en cuenta para contratar un préstamo hipotecario es que la cantidad prestada nunca puede superar el 80 % del valor real de la vivienda puesta como aval.

4.-Tasas Y Plazos: El portal gerencie.com (s.f.) considera que *“las tasas son contraprestaciones económicas que hacen los usuarios de un servicio prestado por el estado”*. La tasa no es un impuesto, sino el pago que una persona realiza por la utilización de un servicio, por tanto, si el servicio no es utilizado, no existe la obligación de pagar por él. Plazos se refiere a un período de tiempo cuya amplitud no es específica, sino que depende del estudio que se desee hacer sobre el grado de ajuste de las variables

pertinentes al análisis. Es decir, la distinción entre corto, mediano y largo Plazo no está ligada a la longitud de un período de Tiempo determinado, sino que depende de la profundidad con que se quiera analizar el ajuste de ciertas variables.

2.2.1.3. ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO

Según el portal Rey-Guines (2012) Considera que las estrategias de financiamiento son *“herramientas que las empresas necesitan financiamiento para llevar a cabo sus estrategias de operación, inversión y financiamiento, dichas estrategias permiten abrir más mercado en otros lugares geográficos, aumentar el volumen de productos o servicios, construir o adquirir nuevas plantas, hacer alguna otra inversión que la empresa vea benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado”*.

La forma en que las empresas realizan el financiamiento es a través de instrumentos de deuda o vía capital, que también es utilizable para reducir pasivos con vencimiento de corto plazo y los de largo plazo que llegan al final de su tiempo de gracia. Este modo de operar lo podemos

observar en cualquier lugar ya sea en economías muy industrializadas o emergentes.

- **FINANCIAMIENTO:** El portal econo-finanzas.com (s.f.) denomina financiamiento al “*acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular*”. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable en lo que respecta a pagos.
- **LEASING:** El portal financiero crecenegocio.com (s.f.) Considera que el leasing o arrendamiento financiero es “*un producto financiero conformado por un contrato de arrendamiento con opción de compra mediante el cual una persona o empresa (arrendatario o usuario) solicita a un banco, institución financiera o sociedad de leasing (arrendador) que adquiera la propiedad de un bien (generalmente maquinaria) para que posteriormente le ceda su uso a cambio del pago de rentas periódicas (se lo arriende) por un plazo determinado, y en el cual, una vez concluido, se tenga la opción de comprarle el bien*”.

- **VENTA Y ARRIENDO** El portal gerencie.com (s.f.) Venta es una acción que se genera de vender un bien o servicio a cambio de dinero. Las ventas pueden ser por vía personal, por correo, por teléfono, entre otros medios. Se entiende por arriendo como un contrato en la cual se arrienda o cede el derecho en los servicios o bienes raíces y del precio en la cual se paga por este concepto en que se llama canon. Acción y resultado de arrendar o de arrendarse.
- **WARRANT.** El portal financiero bolsamadrid.es (s.f.) Un warrant es un valor negociable emitido por una entidad a un plazo determinado que otorga el derecho (y no la obligación) mediante el pago de un precio a comprar (warrant tipo call) o vender (warrant tipo put) una cantidad específica de un activo (activo subyacente) a un precio prefijado a lo largo de toda la vida del mismo o en su vencimiento según su estilo

2.2.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

2.2.2.1. DEFINICIÓN

Además Garrillo (2011) Considera que *“La empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Resulta obvio que, para los clientes se forman una opinión positiva la empresa debe satisfacer*

sobradamente todas las necesidades y expectativas. Es lo que se ha dado en llamar calidad del servicio”.

Ñahuirima (sin fecha) Cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio.

2.2.2.2. INDICADORES DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Según Hervas (2006) el servicio de atención al cliente, o simplemente servicio al cliente, es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. Se trata de una herramienta de mercadeo que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. Servicio al cliente es la gestión que realiza cada persona que trabaja en una empresa así sea macro o micro y que tiene la oportunidad de estar en contacto con los clientes y buscar

en ellos su total satisfacción. Se trata de “un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.

Estas competencias son:

- Orientación al servicio
- Orientación al cliente

La finalidad del Sistema Atención al Usuario es contar con un marco general y específico como guía operativa que facilite la labor que realizan los operadores del Sistema de Atención al Usuario SAU y el personal involucrado de las áreas responsables en la tramitación y solución de consultas, requerimientos y reclamos que presentan los clientes, de tal manera que su actuación sea transparente, eficaz, proactiva y predecible.

- **REDES SOCIALES:** El portal concepto. De (s.f.) Las redes sociales son sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a

tomar contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

- **PUBLICIDAD TELEVESIVA:** El portal oblicua.es (s.f.) Considera que la publicidad en televisión “*es indiscutiblemente la más poderosa forma de publicidad*”. Anunciarse en televisión implica llegar a cientos de miles o a millones de personas al mismo tiempo, y hacerlo a través del medio publicitario más relevante y prestigioso. La publicidad en televisión aporta notoriedad y credibilidad, y ayuda más que ninguna otra a conseguir el posicionamiento deseado. Conjugando adecuadamente imágenes en movimiento, sonido, efectos y color, la publicidad en televisión permite a los anunciantes realizar campañas con las más altas cotas de creatividad y expresión artística.
- **LENGUAJE CLARO:** El portal ecptgu.eco (s.f.) Considera que el lenguaje llano, también denominado lenguaje claro, lenguaje sencillo o lenguaje ciudadano, “*es un estilo simple y eficiente, que apunta prioritariamente a los escritos, pero que se aplica también a la comunicación oral*”. Permite al receptor entender fácilmente lo que se dice o escribe.
- **INFORMACIÓN ÓPTIMA:** Según el portal definicionabc.com (s.f.) considera que la información óptima es en su “*sentido más*

amplio y general el término óptimo se emplea cuando se quiere dar cuenta de aquello que resulta ser muy bueno, que no puede ser mejor de lo que es, es decir, óptimo es el superlativo del término bueno”.

1. Sociológicas

Kenneth (2006) propuso la distinción entre teoría sociológica y teoría social. En la terminología de Allan, la teoría sociológica consistiría en un conjunto de proposiciones generales y verificables sobre la sociedad. Esta teoría se apoyaría de manera importante en el método científico, debido a sus pretensiones de objetividad y a un intento de evitar los juicios de valor. Por otro lado, la teoría social, de acuerdo con Allan, consistiría en una crítica de la sociedad moderna más que en una explicación.

Así la teoría social estaría generalmente más cerca de la filosofía continental, así estaría menos preocupada por la objetividad o la formulación de proposiciones verificables empíricamente, y más en juicios normativos. La teoría sociológica sería desarrollada fundamentalmente por sociólogos, mientras que la teoría social frecuentemente provendría de disciplinas periféricas a la sociología.

2.2.2.3. CLAVES DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE

- **EMPATÍA:** Según el portal significados.com (s.f.) considera que la empatía “*hace que las personas se ayuden entre sí*”. Está estrechamente relacionada con el *altruismo* - el amor y preocupación por los demás - y la capacidad de ayudar. Cuando un individuo consigue sentir el dolor o el sufrimiento de los demás poniéndose en su lugar, despierta el deseo de ayudar y actuar siguiendo los principios morales. La capacidad de ponerse en el lugar del otro, que se desarrolla a través de la empatía, ayuda a comprender mejor el comportamiento en determinadas circunstancias y la forma como el otro toma las decisiones.
- **ATENCIÓN ADECUADA:** Según el portal significados.com (s.f.) Es la acción y el resultado de atender. En función del contexto, puede equivaler a términos como: cortesía, educación, civismo, amabilidad y muestra de respeto. Por ejemplo: 'Tuvo mucha atención conmigo'. Con este significado, se utiliza especialmente en plural. Por ejemplo: 'Nos dedicó muchas atenciones'.
- **CORDIALIDAD:** Según Giraldo (s.f) La cordialidad, es el valor que nos permite entablar y mantener buenas relaciones con los demás. De amabilidad, que representa la manera de nosotros establecer unos principios internos que nos rijan al tratar a los demás de buena manera.

- **COMPROMISO:** Según el portal concepto.pe (s.f.) El compromiso hace referencia a un tipo de obligación o acuerdo que tiene un ser humano con otros ante un hecho o situación. Un compromiso es una obligación que debe cumplirse por la persona que lo tiene y lo tomó. El compromiso, además, es la capacidad que tiene una persona para tomar consciencia de la importancia que existe en cumplir con algo acordado anteriormente. Ser una persona que cumple con sus compromisos es considerado un valor y una virtud, ya que esto suele asegurar el éxito en los proyectos futuros y la plenitud.

2.2.3. MYPES:

La *Ley 28015* es la ley de las micro y pequeña empresa que está constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier gestión empresarial que puedan desarrollar actividades de producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Las microempresas tienen entre 1 a 10 trabajadores y sus ventas son de 150 Unidades Impositivas Tributarias- UIT; mientras que las pequeñas empresas tienen entre 1 a 50 trabajadores y el monto máximo de ventas es de 850 UIT. Los trabajadores dentro de las MyPes tienen una remuneración mínima vital; el descanso semanal y los días feriados se rigen en las normas legales; asimismo los trabajadores tendrán 15 (quince) días de descanso calendario como mínimo por cada año

completo de servicio; también tienen derecho a un seguro. El estado promueve a través del CODEMYPE programas de capacitación y asistencia técnica basado en la creación de empresas; financiamientos aspectos legales, producción y productividad entre otros temas referentes a la calidad y al impacto de la productividad. Asimismo también el estado y gobiernos locales, regionales apoyan y facilitan la iniciativa de promoción y realizan ferias y exposiciones a nivel internacional, nacional y regional. El estado promueve la inversión a las MyPes en investigación y avances tecnológicos con el propósito de brindar igualdad de oportunidades al acceso de la tecnología e innovación con la finalidad de incrementar la productividad, brindar un buen servicio y la competitividad en las MyPes.

III. HIPÓTESIS

Según dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGÍA

4.1.TIPO DE INVESTIGACIÓN

El estudio fue de tipo DESCRIPTIVA, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.2.NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de nivel CUANTITATIVO porque confirma la obtención de datos sin manipularlos (Bernal, 2010).

4.3.DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de diseño NO EXPERIMENTAL dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

Dónde:

M = Muestra conformada por los clientes.

O = Observación de las variables: Financiamiento, Atención al cliente



M : Muestra

O : Observación de la Muestra.

4.4.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Cuadro 01. Operacionalización de las variables.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
FINANCIAMIENTO	Domínguez (s.f) es la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines.	Se pretenderá determinar, describir las características del financiamiento de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	PRESTAMOS BANCARIOS	PRESTAMO PERSONAL	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	NOMINAL
				PRESTAMO CONSUMO DE	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	NOMINAL
				PRESTAMO HIPOTECARIO	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	NOMINAL
				TASAS Y PLAZOS	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	NOMINAL
			ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO	FINANCIAMIENTO	La empresa utiliza financiamiento para invertir	NOMINAL
				LEASING	La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	NOMINAL
				VENTA Y ARRIENDO	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	NOMINAL
				WARRANT	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	NOMINAL

FUENTE: Elaboración propia.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
ATENCIÓN AL CLIENTE	Ñahirima (sin fecha) Cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente.	Se pretenderá determinar, describir las características de la atención al cliente de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	INDICADORES DE ATENCIÓN AL CLIENTE	REDES SOCIALES	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	NOMINAL
				PUBLICIDAD TELEVESIVA	La empresa utiliza publicidad televisiva	NOMINAL
				LENGUAJE CLARO	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	NOMINAL
				INFORMACIÓN ÓPTIMA	El personal ofrece las características óptimas de los productos	NOMINAL
			CLAVES DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE	EMPATÍA	El personal muestra empatía al momento de la atención.	NOMINAL
				ATENCIÓN ADECUADO	EL personal de ventas lo informa correctamente	NOMINAL
				COORDIALIDAD	El personal muestra cordialidad en la atención	NOMINAL
				COMPROMISO	El personal se comprometo con orientar al cliente.	NOMINAL

FUENTE: Elaboración propia.

4.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población.

P1: La población para la variable financiamiento se considera finita, la misma que está conformada por los propietarios de las siete gerentes (07) de tiendas de abarrotes. (Linares, 2013)

P2: La población para la variable atención al cliente se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de las siete (07) Unidades Económicas de tiendas de abarrotes, objeto de la investigación. (Linares, 2013)

Cuadro 01. Población de Investigación.

Ord.	RAZON SOCIAL	N° DE PROPIETARIOS
01	Comercial More'S'	1
02	Comercial "Paco"	1
03	Comercial "Coba"	1
04	Comercial "Romero"	1
05	Comercial "Don Teo"	1
06	Comercial "Dayana"	1
07	Comercial "Crisantos"	1

TOTAL	07
--------------	----

Fuente: Elaboración propia.

MUESTRA

Para el caso de la variable Financiamiento se tienen identificada la población, y por ser menor de 50 personas según Zavala , 2007 se considera por conveniencia según las condiciones que se presenten pudiendo ser de espacio, de tiempo, económicas, pudiendo tomar como muestra el mismo número para el presente caso Variable Financiamiento $n = 7$.

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable atención al cliente, se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z= 1.645)

p = Probabilidad 0.5%

q = No probabilidad (donde Q= 1-P)

q = 0.5%

e = Error permitido (10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.645)^2(0.50)(0.50)}{(0.1)^2} \\ n &= \frac{(2.706025)(0.25)}{(0.01)} \\ n &= \frac{0.67650625}{0.01} \\ n &= 67.65 \\ n &= 68 \text{ clientes.} \end{aligned}$$

La muestra asciende a 68 clientes para la variable atención al cliente en las MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.

4.6.TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (2010) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los propietarios y clientes de tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.

Cuestionarios: Se hizo uso de un cuestionario para los diferentes propietarios y clientes que acuden frecuentemente a las diferentes empresas de tiendas de abarrotes con el fin de poder obtener sus aportes y así poder realizar nuestro trabajo de investigación acerca del financiamiento y atención al cliente.

Observación Directa: Se hizo uso de las diferentes guías, en la cual nos permitió conocer las diferentes opiniones acerca del financiamiento y atención al clientes del rubro estudiado, y a la vez poder identificar cual es el problema que atraviesan estas empresas en nuestra investigación que vamos a realizar.

Instrumentos:

Para García, (2002) El cuestionario vienen a ser preguntas formuladas de manera ordenada, de las dimensiones de cada una de las variables en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

Encuestas: Se realizó una encuesta a los clientes de distribuidoras con el objetivo de poder recaudar las diferentes opiniones acerca de las tiendas que laboran, que nos puedan brindar sus conocimientos en relación al financiamiento y atención al cliente que tienen las empresas de abarrotes.

4.7.PLAN DE ANÁLISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, (2005)

El plan de análisis detalla las medidas de resumen de las variables financiamiento y atención al cliente y de cómo serán presentadas, indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Se recogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, las herramientas utilizadas son los diferentes programas como es el Microsoft Office Word, el Microsoft Office Excel, el Power Point y el Turnitin.

4.8.MATRIZ DE CONSISTENCIA

Cuadro 02. Matriz de Consistencia.

Problema	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Metodología	Población y Muestra	Procesamiento de Datos
¿Cuáles son las características del financiamiento y la atención del as MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018?	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector servicio rubro distribuidoras de venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Describir los préstamos bancarios de las MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.</p> <p>Conocer el capital propio de las MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.</p> <p>Determinar la comunicación al cliente de las MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.</p> <p>Identificar la orientación al cliente de las MYPES, sector servicio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.</p>	<p>(Fidias) Por ser una investigación con diseño descriptivo no se formulara hipótesis de investigación .</p>	<p>Tipo: Descriptiva</p> <p>Diseño: No Experimental</p> <p>Nivel: Cuantitativo</p>	<p>Población:</p> <p>P1. La población para la variable financiamiento es finita. P2. La población para la variable atención al cliente es infinita.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra resultante es de 68 clientes y 07 propietarios.</p>	<p>Se hará uso de la estadística descriptiva a través de tablas y gráficos de frecuencias múltiples y simples utilizando el programa Microsoft Office Word, Microsoft Office Excel, Power Point y el Turnitin.</p>

4.9.PRINCIPIOS ÉTICOS

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). Tiene como finalidad demostrar los efectos que produce la propuesta en determinar la caracterización de la Financiamiento y Atención al Cliente en las MyPes del sector servicio rubro tiendas de abarrotes, utilizando el enfoque colaborativo mediante la utilización de cuestionarios y encuestas que nos dan un resultado obtenido que no serán manipulados respetando las opiniones de cada uno de los participantes en el trabajo de investigación

V. RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Tabla 01. La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

Tabla 02. La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

Tabla 03. La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	1	14.29%
NO	6	85.71%
TOTAL	07	100%

Tabla 04. Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	6	85.71%
NO	1	14.29%
TOTAL	07	100%

Tabla 05. La empresa utiliza financiamiento para invertir?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	7	100%
NO	0	0%
TOTAL	07	100%

Tabla 06. La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	2	28.57%
NO	5	71.43%
TOTAL	07	100%

Tabla 07. La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	5	71.43%
NO	2	28.57%
TOTAL	07	100%

Tabla 08. La empresa ha utilizado el warrant como un opción de compra?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	0	0%
NO	7	100%
TOTAL	07	100%

Tabla 09. Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	68	100%
NO	0	0%
TOTAL	68	100%

Tabla 10. La empresa utiliza publicidad televisiva?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	49	72.06%
NO	19	27.94%
TOTAL	68	100%

Tabla 11. El personal comunica la información adecuada al momento de la venta?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

Tabla 12. El personal ofrece las características óptimas de los productos?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

Tabla 13. El personal muestra empatía al momento de la atención?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

Tabla 14. EL personal de ventas lo informa correctamente?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	3	4.41%
NO	65	95.59%
TOTAL	68	100%

Tabla 15. El personal muestra cordialidad en la atención?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	60	88.24%
NO	8	11.76%
TOTAL	68	100%

Tabla 16. El personal se comprometo con orientar al cliente?

OPCIÓN DE RESPUESTA	fi	Hi (%)
SI	62	91.18%
NO	6	8.82%
TOTAL	68	100%

5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Según el Objetivo Específico 01:

En la tabla 01 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que sí, la empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado

En la tabla 02 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que sí, la empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero

En la tabla 03 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 14.29% (1) manifiesta que sí, que la empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio y el 85.71% (6) manifiesta que no, que la empresa no utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio

En la tabla 04 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 85.71% (6) manifiesta que sí, las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas y el 14.29% (1) manifiesta que no, que las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas

Según Objetivo Específico 02:

En la tabla 05 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que sí, la empresa utiliza financiamiento para invertir

En la tabla 06 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 28.57% (2) manifiesta que sí, la empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo y el 71.43% (5) manifiesta que no, la empresa no utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.

En la tabla 07 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 71.43% (5) manifiestan que sí, la empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo y el 28.57% (2) manifiesta que no, la empresa no utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo

En la tabla 08 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable financiamiento al total de la población 100% (07); el 100% (7) manifiesta que no, que La empresa no ha utilizado el warrant como un opción de compra

Según Objetivo Específico 03:

En la tabla 09 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 100% (68) manifiesta que sí, que la información brindada en las redes sociales son comprensibles.

En la tabla 10 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 72.06% (49) manifiesta que sí, la empresa utiliza publicidad televisiva 27.94% (19) manifiestan que no, que la empresa no utiliza publicidad televisiva.

En la tabla 11 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que sí, el personal comunica la información adecuada al momento de la venta y el 95.59% (65) manifiestan que no, que el personal no comunica la información adecuada al momento de la venta.

En la tabla 12 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que sí, el personal ofrece las características óptimas de los productos y el 95.59% (65) manifiestan que no, que el personal no ofrece las características óptimas de los productos.

Según Objetivo Específico 04:

En la tabla 13 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que sí, el personal muestra empatía al momento de la atención y el 95.59% (65) manifiestan que no, que el personal no muestra empatía al momento de la atención.

En la tabla 14 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 4.41% (3) manifiesta que sí, que el personal de ventas le informa correctamente y el 95.59% (65) manifiestan que no, que el personal de ventas no le informa correctamente.

En la tabla 15 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 88.24% (60) manifiesta que sí, el personal muestra cordialidad en la atención y el 11.76% (8) manifiesta que no, que el personal no muestra cordialidad en la atención.

En la tabla 16 luego de aplicar la encuesta respecto a la variable atención al cliente al total de la población 100% (68); el 91.18% (61) manifiesta que sí, el personal se comprometo con orientar al cliente y el 8.82% (7) manifiesta que no, que el personal no se comprometo con orientar al cliente.

VI. CONCLUSIONES

- Respecto a los préstamos bancarios se concluyó que las MYPE acuden con frecuencia al sistema financiero para obtener préstamos de tipo personal, préstamos de consumo y ven los plazos de pago. Sin embargo no acceden a préstamos hipotecarios.
- En función de las Estrategias Financieras que utilizan las MYPE se concluyó que aplican la estrategia de financiamiento, la estrategia de venta y arriendo. No usan las estrategias de financiamiento de sistema de Leasing y Warrant.
- Sobre los indicadores de atención al cliente se ha determinado que utilizan las Redes sociales, y la publicidad televisiva. No demuestra el personal de las MYPE un lenguaje claro e información optima con el cliente.
- En el último objetivo relacionado a las claves de orientación al cliente se concluyó que el personal de las MYPE tienen con los clientes cordialidad y compromiso. Sin embargo no demuestran empatía y una atención adecuada.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia Andina (2018) “*Economía peruana creció 2.86% en febrero de 2018, la mayor expansión en últimos 4 meses*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://andina.pe/agencia/noticia-economia-peruana-crecio-286-febrero-2018-mayor-expansion-ultimos-4-meses-706687.aspx>

Aguilar, (2016). Cajamarca – Perú. En su investigación denominada: “*Caracterización del Financiamiento y Capacitación de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio – Rubro Compra/Venta de Accesorios y Autopartes Vehiculares – Cajamarca, 2016*” (Pag. 87), Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas – Escuela profesional de contabilidad – Universidad Católica los ángeles de Chimbote – Cajamarca.

Alburqueque Víctor (2016) “*Gastos por consumo de familias seguirán cayendo*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://larepublica.pe/economia/949425-gastos-por-consumo-de-familias-peruanas-seguiran-cayendo>

Amadeo, (2013). Argentina. En su investigación denominada: “*Determinación del Comportamiento de las actividades de Financiamiento de la Pequeñas y Medianas Empresas*” (Pag.76), Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional de la Plata – Buenos Aires Argentina.

Arturo (2012) definición de leasing pág. Web <https://www.crecenegocios.com/concepto-de-leasing/>

Bessombes Carlos (2017). “Desde marzo las MYPES pueden aplazar el pago del IGV por 90 días” (31/01/2018) Recuperado del sitio web:

<https://larepublica.pe/economia/1016323-desde-marzo-las-mypes-pueden-aplazar-el-pago-del-igv-por-90-dias>

BME Renta Variable (2017) definicion del warrants pág. Web

<http://www.bolsamadrid.es/esp/Warrants/Warrants.aspx>

Carpio (Peru.2014) en su *investigación “Mejora del proceso de atención al cliente y calidad del producto”* Su investigación tiene como propósito proponer estrategias de atención al cliente para posicionar los servicios.

Castro castillo, Sandra (Trujillo-2016) en su investigación “*Identifica financiamiento del desarrollo de las MYPES sector metal mecánico*” (pág. 56) Universidad Nacional de Trujillo facultad de ciencias Económicas

Concepto de Compromiso. Equipo de Redacción de Concepto.de. Obtenido 2018,07, de <https://concepto.de/compromiso/>) <https://concepto.de/compromiso/#ixzz5MrPsVVnY>

Concepto de Redes Sociales. Equipo de Redacción de Concepto.de. Obtenido 2018,07, de <https://concepto.de/redes-sociales/>) Fuente: <https://concepto.de/redes-sociales/#ixzz5MrALciSC>

Dávila Echevarruia Eulin Daniel (Trujillo-2011) en su investigación “Financiamiento bancario y desarrollo de las MYPES textiles” (pág. 52) Universidad Nacional de Trujillo, facultad de ciencias económicas

Definición de lenguaje claro (s.f.) pág. Web <http://ecptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-1/en-las-instituciones/el-lenguaje-claro/>

Eco-finanzas (s.f) definición de plazos pág. Web <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PLAZO.htm>

Economíasimple.net (s.f.) “Tipos de préstamos bancarios”. Recuperado del sitio web: <https://www.economiasimple.net/tipos-de-prestamos-bancarios.html>

Economiteca.com (2013) definición de préstamos de consumo pág. Web <http://economiteca.com/que-son-los-creditos-de-consumo/>

El Portal Conexión ESAN (2015) “Siete nuevas tendencias de los consumidores peruanos” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2015/10/siete-nuevas-tendencias-de-los-consumidores-peruanos/>

Financiamiento. Sitio: Definición MX. Fecha: 22/02/2014. Autor: Editorial Definición MX. URL: <https://definicion.mx/financiamiento/>. Lugar: Ciudad de Mexico

Finanzas para Todos (2010) definición de préstamos personales pág. Web <http://www.finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamospersonales.html>

Finanzas para Todos (2010)n definición de préstamos hipotecarios pág. Web <http://finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosbancariosfinanciacion/prestamoshipotecarios.html>

García Garrido Liz Caro (Trujillo.2012) en su investigación “*Relación entre Atención Al Cliente y posición atención al cliente en los servicios de la municipalidad de mala catán San Marcos*” (pág. 74) Universidad Nacional de Trujillo Facultad De Ciencias económicas.

García Vidal José Miguel y Solé María Luisa (2012) “*Impacto de las nuevas tecnologías en el comportamiento del consumidor*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://www.il3.ub.edu/blog/impacto-de-las-nuevas-tecnologias-en-el-comportamiento-de-los-consumidores/>

Gerencie.com (s.f) definición de tasas pág. Web <https://www.gerencie.com/tasa-de-cambio-a-en-los-dias-en-que-no-se-certifique.html>

Gerencie.com (s.f) defincion de arriendo pág. Web <https://www.gerencie.com/arrendador-y-arrendatario.html>

González, N. (2013). *“El Impacto del Financiamiento a largo plazo como factor de rentabilidad de las Mi Pymes del sector comercio en el municipio de Querétaro (México)”*. Universidad Autónoma de Querétaro.

Guerra (2015) Evaluación de la calidad de la atención al cliente en las empresas lácteas de la ciudad de san juan de pasto departamento de Nariño

Herrera & Limón & Soto (2010) Fuentes de financiamiento en época de crisis realizado en las Empresas de la zona conurbada Veracruz - Boca del Río – México

Ixchop, (2014). Quetzaltenango – Guatemala. En su investigación denominada: *“Fuentes de Financiamiento de Pequeñas Empresas del Sector Confección de la Ciudad de Mazatenango”* (Pag.92), Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Licenciatura en Administración de Empresas – Universidad Rafael Landívar – Guatemala.

Jurado, (2014). Quito – Ecuador. En su investigación denominada: *“Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. (Pág. 152). Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Katherine Giraldo (s.f) definición de cordialidad pág. Web
<https://www.kathegiraldo.com/cordialidad/>

Maceda Saldarriaga César Yonny (2017) “*Gestión de competitividad y rentabilidad en el sector de servicios del rubro gimnasio del distrito de Tumbes, 2017*” (Pág. 09) Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – ULADECH. Tesis para grado de Bachiller.

Mellano Diego (2017) “*TLC entre Perú y la UE cumple cinco años positivos y de cambio*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/tlc-peru-ue-cumple-cinco-anos-positivos-cambio-153146>

Ministerio del Ambiente (2017) “*Reciclaje y disposición final segura de residuos sólidos - SINIA*” (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <http://sinia.minam.gob.pe/download/file/fid/39052>

Oblicua (s.f) definición de publicidad televisiva pág. Web <http://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-tv-television.htm>

Olortegui Quispe Víctor Jefferson (Pimentel_2016) en su investigación “*relación entre la atención al cliente y posición en su investigación servicios y ventas en el área de atención al cliente* (pág.112) universidad señor de sipan facultad de ciencias empresariales.

Regalado Chauca, Sara Alicia (Chimbote – 2016) En su investigación “*El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de la Micro y pequeñas empresas del Perú,*

caso de la empresa NOVISMAR E.I.R.L” (pág. 82) Universidad ULADECH

Facultad de Ciencias Contables, Financieras Administrativas.

Remica - Atención al Cliente (s.f.) *“Comunicación con el cliente: La importancia de conocer, Cómo, Cuándo y Qué”*. Recuperado del sitio web: <https://remicaatencionalcliente.es/comunicacion-con-el-cliente/>

Rey-Guines Asesorías y Servicios (2012) *“Estrategias de financiamiento”*. Recuperado del sitio web: <http://www.rey-guines.cl/holistica/estrategia-de-financiamiento/>

Ruiz Mauricio (2003) *“Alcance de la tecnología”* (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://www.dinero.com/edicion-impres/especial-comercial/articulo/el-alcance-tecnologia/20504>

Sánchez, (2014). Trujillo – Perú. En su investigación titulada: *“Capacitación en habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad del servicio brindado en “El Restaurante Mar Picante” de la ciudad de Trujillo”*. (Pág.115). Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración – Universidad Privada Antenor Orrego.

Sepúlveda Magdalena (2018). *“El Perú debe transparentar las subvenciones de las empresas mineras”* (31/07/2018) Recuperado del sitio web: <https://larepublica.pe/politica/1266895-peru-debe-transparentar-subvenciones-empresas-mineras>

Significado de atención (s.f) pág. Web <https://www.significados.com/atencion/>

Significado de empatía (s.f.) pág. Web <https://www.significados.com/empatia/>

Sosa, (2014). México. En su investigación denominada: “*El Financiamiento de los Micronegocios en México*” (Pag.26), Facultad de Economía División de Posgrado – Universidad Autónoma de Nuevo León – México.

Título: Optimo. Sitio: Definición ABC. Fecha: 18/10/2010. Autor: Florencia Ucha.

URL: <https://www.definicionabc.com/general/optimo.php>

ANEXOS

ANEXO 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	2018					
	JUN	JUL			AGO	
	09	28	29-31	01	03	04
INICIO DE CLASE	X					
PREBANCA		X				
LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES			X			
ELABORACIÓN DE ARTÍCULO CEINTIFICO				X		
TERMINO DE CLASE					X	
SUSTENTACIÓN						X

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
MATERIALES	01	Corrector	S/.2.00	S/.2.00
	50	Hojas bond	S/.0.10	S/.5.00
	02	Lapiceros	S/.1.50	S/.3.00
	01	Resaltador	S/.2.00	S/.2.00
	01	Engrapador	S/.12.00	S/.12.00
			Grapas	S/.3.00
SERVICIOS	10 Horas	Uso de internet	S/.1.50	S/.15.00
	03	Refrigerios	S/.4.00	S/.12.00
	50	Fotocopias	S/.0.10	S/.5.00
	02	Impresión	S/.0.50	S/.1.00
TALLER COCURRICULAR	01	Matrícula	S/. 200.00	S/. 200.00
	02	Pension	S/. 1230.00	S/. 2460.000
MOVILIDAD		Movilidad	S/.20.00	S/.20.00
TOTAL			S/.46.70	S/.2740.00

ANEXO 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Encuesta dirigida a los propietarios y cliente de las tiendas de abarrotes del centro de Tumbes, de las MYPES sector servicio. A continuación se formularan una serie de interrogantes que permitirán brindar información respecto a las variables de estudio: Financiamiento y Atención al Cliente. Marque con un aspa (X) la respuesta que crea conveniente.

FINANCIAMIENTO	SI	NO
La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado		
La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero		
La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio		
Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas		
La empresa utiliza financiamiento para invertir		
La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.		
La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo		
La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra		
ATENCIÓN AL CLIENTE		
Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles		
La empresa utiliza publicidad televisiva		
El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.		
El personal ofrece las características óptimas de los productos		
El personal muestra empatía al momento de la atención.		
EL personal de ventas lo informa correctamente		
El personal muestra cordialidad en la atención		
El personal se comprometo con orientar al cliente.		

ANEXO 04: VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

ESCALA DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS																			
TÍTULO: CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ABARROTES DEL CERCAO DE TUMBES, 2018.																			
AUTOR: VELAZCO SANCHEZ JORGE LUIS																			
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN																	
		¿Es pertinente con el concepto?				¿Necesita mejorar la redacción?				¿Es tendencioso asquiescente?				¿Se necesita más ítems para medir el concepto?					
		Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL	Expert o 1	Expert o 2	Expert o 3	TOTAL		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	FINANCIAMIENTO																		
OE01	Describir los préstamos bancarios de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes del cercao de Tumbes, 2018.																		
1	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
2	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
3	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
4	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
OE02	Conocer las estrategias de financiamiento de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes del cercao de Tumbes, 2018.																		
5	La empresa utiliza financiamiento para invertir	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
6	La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
7	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	
8	La empresa a utilizado el w arrant como un opción de compra	1	1	1		1	1	1		1	1	1		1	1	1		12	



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO... Galvani Guerrero García

Identificado con DNI... 415101586 Carnet de Colegio N°... 09883

Con el grado de: Magíster en Dirección de Recursos en las Organizaciones

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. JORGE LUIS VELAZCO SÁNCHEZ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Agosto del 2018.



Mg. DPO. Galvani Guerrero García
CLAD: 09883

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.

AUTORA: Jorge Luis Velazco Sánchez.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO LABORAL									
10E	Describir los préstamos bancarios de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
1	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	✓			✓	✓			✓
2	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	✓			✓	✓			✓
3	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	✓			✓	✓			✓
4	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	✓			✓	✓			✓
20E	Conocer las estrategias de financiamiento de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
5	La empresa utiliza financiamiento para invertir	✓			✓	✓			✓
6	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	✓			✓	✓			✓
7	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	✓			✓	✓			✓
8	La empresa ha utilizado el warrant como un opción de compra	✓			✓	✓			✓


Mg. DPA Balbino Guerrero Garcia
CLAD: 09883

3OE	Determinar la comunicación al cliente en las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.							
9	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	✓		✓	✓			✓
10	La empresa utiliza publicidad televisiva	✓		✓	✓			✓
11	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	✓		✓	✓			✓
12	El personal ofrece las características óptimas de los productos.	✓		✓	✓			✓
4OE	Identificar la orientación al cliente de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.							
13	El personal muestra empatía al momento de la atención.	✓		✓	✓			✓
14	EL personal de ventas lo informa correctamente	✓		✓	✓			✓
15	El personal muestra cordialidad en la atención	✓		✓	✓			✓
16	El personal se comprometo con orientar al cliente.	✓		✓	✓			✓


Ng. BPO/ Galvani Guerrero García
CLAD: 09883



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS


YO.....Ghenkis Ezcurre Zavaleta.....

Identificado con DNI.....40936824..... Carnet de Colegio N°.....09119.....

Con el grado de:.....Magister con mención en Finanzas.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. JORGE LUIS VELAZCO SÁNCHEZ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Agosto del 2018.


Mag. Ghenkis Ezcurre Zavaleta
Código Colegio Nº 09119

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.									
AUTORA: Jorge Luis Velazco Sánchez.									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO LABORAL									
1OE	Describir los préstamos bancarios de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
1	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	✓			✓	✓			✓
2	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	✓			✓	✓			✓
3	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	✓			✓	✓			✓
4	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	✓			✓	✓			✓
2OE	Conocer las estrategias de financiamiento de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
5	La empresa utiliza financiamiento para invertir	✓			✓	✓			✓
6	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	✓			✓	✓			✓
7	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	✓			✓	✓			✓
8	La empresa ha utilizado el warrant como un opción de compra	✓			✓	✓			✓


 Mag. Ghentis Ezcurreza Zavaleta
 Código Colegio N° 09119

3OE	Determinar la comunicación al cliente en las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.								
9	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	✓		✓	✓				✓
10	La empresa utiliza publicidad televisiva	✓		✓	✓				✓
11	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	✓		✓	✓				✓
12	El personal ofrece las características óptimas de los productos	✓		✓	✓				✓
4OE	Identificar la orientación al cliente de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.								
13	El personal muestra empatía al momento de la atención.	✓		✓	✓				✓
14	EL personal de ventas lo informa correctamente	✓		✓	✓				✓
15	El personal muestra cordialidad en la atención	✓		✓	✓				✓
16	El personal se comprometo con orientar al cliente.	✓		✓	✓				✓


 Mag. Giankis Ezcurrea Zayas
 Cédula Colegiada N° 95115



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

YO...*Edita Terid Periche Castro*.....

Identificado con DNI...*4.17.999.58*.... Carnet de Colegio N°...*04038*.....

Con el grado de: *Mg. en Educ. con Mención en Docencia y Gestión Educativa*.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Br. JORGE LUIS VELAZCO SÁNCHEZ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018; que se encuentra realizando. Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados.

Tumbes, Agosto del 2018.


Mg. Lic. Adm. Edita Terid Periche Castro
CLAD - 04038

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización del financiamiento y atención al cliente de las MYPES, sector comercio rubro tiendas de abarrotes en el cercado de Tumbes, 2018.									
AUTORA: Jorge Luis Velazco Sánchez.									
MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
DESEMPEÑO LABORAL									
1OE	Describir los préstamos bancarios de las Mypes del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
1	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	✓			✓	✓			✓
2	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	✓			✓	✓			✓
3	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	✓			✓	✓			✓
4	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	✓			✓	✓			✓
2OE	Conocer las estrategias de financiamiento de las MYPES del sector servicio rubro hospedajes del cercado de Tumbes, 2018.								
5	La empresa utiliza financiamiento para invertir	✓			✓	✓			✓
6	La empresa utiliza contrato por un periodo de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	✓			✓	✓			✓
7	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	✓			✓	✓			✓
8	La empresa ha utilizado el warrant como un opción de compra	✓			✓	✓			✓


 Mg. Lic. Adm. Gilda Jardi Periche Castro
 CLAD - 04038

3OE	Determinar la comunicación al cliente en las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.							
9	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	✓		✓	✓			✓
10	La empresa utiliza publicidad televisiva	✓		✓	✓			✓
11	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	✓		✓	✓			✓
12	El personal ofrece las características óptimas de los productos	✓		✓	✓			✓
4OE	Identificar la orientación al cliente de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de abarrotes del cercado de Tumbes, 2018.							
13	El personal muestra empatía al momento de la atención.	✓		✓	✓			✓
14	EL personal de ventas lo informa correctamente	✓		✓	✓			✓
15	El personal muestra cordialidad en la atención	✓		✓	✓			✓
16	El personal se comprometo con orientar al cliente.	✓		✓	✓			✓


 Wg. Lic. Adm. Efraín Jesús Prudencio Castro
 CLAD - 64038

RESUMEN LIBRO DE CÓDIGOS							
N°	ITEM'S		1-12	Total	TOTAL	%	TOTAL%
1	La empresa utiliza generalmente para financiar necesidades específicas en un momento determinado	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
2	La empresa utiliza para financiar bienes de consumo de carácter duradero	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
3	La empresa utiliza normalmente para la compra de una vivienda, aunque también se solicitan para la creación de un negocio	SI	1	1	7	14.28571429	100
		NO	6	6		85.71428571	
4	Las tasas y plazos que brindan las empresas financieras son las adecuadas	SI	6	6	7	85.71428571	100
		NO	1	1		14.28571429	
5	La empresa utiliza financiamiento para invertir	SI	7	7	7	100	100
		NO	0	0		0	
6	La empresa utiliza contrato por un período de tiempo determinado a cambio de pagos en forma de arriendo.	SI	2	2	7	28.57142857	100
		NO	5	5		71.42857143	
7	La empresa utiliza venta de equipos para obtener ingresos de efectivo, con un contrato de leasing por el mismo equipo	SI	5	5	7	71.42857143	100
		NO	2	2		28.57142857	
8	La empresa a utilizado el warrant como un opción de compra	SI	0	0	7	0	100
		NO	7	7		100	
9	Considera que la información brindada en las redes sociales son comprensibles	SI	68	68	68	100	100
		NO	0	0		0	
10	La empresa utiliza publicidad televisiva	SI	49	49	68	72.05882353	100
		NO	19	19		27.94117647	
11	El personal comunica la información adecuada al momento de la venta.	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
12	El personal ofrece las características óptimas de los productos	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
13	El personal muestra empatía al momento de la atención.	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
14	EL personal de ventas lo informa correctamente	SI	3	3	68	4.411764706	100
		NO	65	65		95.58823529	
15	El personal muestra cordialidad en la atención	SI	60	60	68	88.23529412	100
		NO	8	8		11.76470588	
16	El personal se comprometo con orientar al cliente.	SI	62	62	68	91.17647059	100
		NO	6	6		8.823529412	

ANEXO 06: ALBUN DE FOTOGRAFIAS



ENCUESTANDO A LA PROPIETARIA DE LA MYPE TIENDA DE ABARROTES
“MORE’S”



ENCUESTANDO A LA PROPIETARIA DE LA MYPE TIENDA DE ABARROTES
“PACO”

ANEXO 07: TURNITIN

