

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**FINANCIAMIENTO Y ATENCION AL CLIENTE EN LAS  
MYPES SECTOR COMERCIO, RUBRO TIENDA DE  
ROPA, EN LA PROVINCIA DE ZARUMILLA, 2018.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

**TABOADA CARDENAS MELODY**

**ORCID: 0000-0003-4197-3119**

**ASESOR**

**ESCOBEDO GÁLVEZ, JOSÉ FERNANDO**

**ORCID: 0000-0002-6443-1497**

**TUMBES – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Taboada Cardenas, Melody

ORCID: 0000-0003-4197-3119

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Tumbes, Perú

### **ASESOR**

Escobedo Gálvez, José Fernando

ORCID: 0000-0002-6443-1497

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de ciencias  
contables financieras y Administración, Escuela Profesional de  
Administración, Tumbes, Perú

### **JURADO**

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

**HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR**

---

**MG. GALVANI GUERRERO GARCÍA**  
**PRESIDENTE**

---

**MG. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA**  
**MIEMBRO**

---

**MG. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA**  
**MIEMBRO**

---

**MG. JOSÉ FERNANDO ESCOBEDO GÁLVEZ**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO**

A la ULADECH – Católica por formarnos como profesionales.

A las MyPes, por permitirme realizar mi investigación.

Al asesor Escobedo Gálvez, José F. por sus enseñanzas y su involucramiento en mi investigación.

## **DEDICATORIA**

### **A Dios.**

Por haberme permitido llegar hasta este punto de mi vida logrando mis objetivos y por su infinita bondad y amor.

### **A mis hijas.**

Por ser mi motivo, impulso y superación, porque siempre estuvieron a mi lado para ser una mejor persona y ser lo que he logrado ser hasta ahora.

**Todo este trabajo a sido posible gracias a ellos.**

## RESUMEN

El estudio tuvo por objetivo de investigación el financiamiento y atención al cliente en las MYPES, en el sector comercio rubro tiendas de ropa en la provincia de Zarumilla 2018. Con un problema de investigación: ¿Cómo se caracteriza el financiamiento y atención al cliente de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de ropa en la provincia de Zarumilla 2018? Con una metodología de investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, con una población de 5 MyPes dedicada al servicio del comercio - Zarumilla, 2019, y una muestra de 68 clientes, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala NOMINAL; la cual presenta fiabilidad general, el cual consta de 16 preguntas y 8 dimensiones (*dimensión características de financiamiento= 4 preguntas; dimensión tipos de financiamiento = 4 preguntas; dimensión elementos de atención al cliente = 4 preguntas; dimensión factores de atención al cliente = 4 preguntas*, las cuales tienen 5 opciones de respuesta en escala de NOMINAL se concluyó El servicio que ofrecen las MyPes de la provincia de Zarumilla rubro tiendas de ropa es un producto novedoso y muy acorde para la personas de ese sector, ya que ofrece variedad en prendas de vestir novedosos y a buen precio generando fidelidad en el cliente.

***Palabras clave: Financiamiento y Atención al Cliente en las MyPes.***

## **ABSTRACT**

The study had as its research objective of financing and customer service in MYPES, in the trade sector of clothing stores in the province of Zarumilla 2018. With a research problem: How is financing and customer service characterized of the MYPES of the trade sector heading clothing stores in the province of Zarumilla 2018? With a descriptive research methodology, quantitative level and non-experimental design, with a population of 5 MyPes dedicated to the service of commerce - Zarumilla, 2019, and a sample of 68 clients, applying surveys as an instrument of data collection using the NOMINAL scale; which presents general reliability, which consists of 16 questions and 8 dimensions (financing characteristics dimension = 4 questions; financing types dimension = 4 questions; customer service elements dimension = 4 questions; customer service factors dimension = 4 questions, which have 5 answer options on a NOMINAL scale. The service offered by the MyPes of the province of Zarumilla, clothing store category, is a novel product and very suitable for people in that sector, since it offers a variety of garments. to dress novel and at a good price generating customer loyalty.

***Key words: Financing and Customer Service in MyPes.***

# ÍNDICE

TÍTULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT.....	vii
ÍNDICE .....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA .....	8
2.1. Antecedentes .....	8
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	8
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	9
2.1.3. Antecedentes Locales .....	11
2.2. Bases teoricas y conceptuales.....	14
2.2.1. Financiamiento .....	14
2.2.2. Atención al Cliente .....	18
2.2.2.1 Características .....	19
2.2.3 MyPes.....	22
2.2.4 Tienda de ropa .....	23
III. HIPÓTESIS.....	25
IV. METODOLOGÍA .....	25
4.1. Diseño de investigación .....	25
4.2. Población y muestra .....	25
4.3. Definición y operacionalización de variables .....	26
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	29
4.5. Plan de análisis .....	29
4.6. Matriz de consistencia .....	29
4.7. Principios éticos.....	32
V. RESULTADOS.....	33
5.1. Resultados.....	33
5.2. Análisis de resultados .....	49

En el cuadro 6, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 100% (5) manifestaron que no tuvieron dificultad al solicitar un crédito financiamiento se corrobora con el autor (Patiño & Cardona, 2018) En su investigacion en el sector financiero el 62% de las Mypes no cuenta con acceso a prestamos financieros y su mortalidad es muy alta ya que el 50% en un año quiebra y el 20% logra llegar al tercer año y el resto permanece ya que tiene menos competencia. Las empresas en sociedades registran en activos 21 millones y las personas naturales registran un activo de 2 millones en ese rubro.....	49
En el cuadro 7, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes del 100% (5) manifestaron que el financiamiento proveniente de terceros el 20% (1) recurrió a los Bancos, 20%(1) recurrió a cajas y el 60% (3) recurrió a otros tipos de financiamiento se corrobora con el autor (Correa , 2017) concluyó que los resultados obtenidos el financiamiento participa mejorando la capacidad de utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades. ....	49
En el cuadro 8, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes del 100% (5) manifestaron que del crédito invertido el 80%(4) lo utilizaron en mercadería y el 20%(1) utilizaron el crédito invertido en otros, se corrobora con el autor (Martinez & Guercio, 2019) los empresario de aspectos particulares a la forma de financiación de la actividad de la forma como realizan las compras de la mercaderia, tanto al inicio de la puesta en marcha del emprendimiento como en la actualidad. Tercero, no existen estudios similares que reúnan dichas características y permitan esbozar políticas de financiamiento que se adecuen a las necesidades del sector. ....	50
VI. CONCLUSIONES .....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
ANEXOS .....	63
Anexo 01: Encuesta.....	63
Anexo 2: Validación de encuesta .....	65
Anexo 3: Turnitin .....	74

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad las MyPes comerciales no solo deben entender a la sociedad, también deben de tener como requisito entender la necesidad del medio que los rodea para así poder conocer, controlar y cumplir con las metas eficientemente que conlleven al propósito de la empresa, dependiendo al desempeño y rendimiento de las MyPes. El control a nivel interno es indispensable para mayor seguridad de la información requerida, generalmente la mayoría de empleados les dan poca importancia a este tipo de control, pero es necesario ya que hay investigan la competitividad y rentabilidad de cada de ellos para la mejora de resultados, alcanzando así las metas y objetivos de la empresa, en el Ecuador la mayoría de las MyPes son conformadas por personas que no tiene habilidades empresariales y poca gestión admirativa no tienen un control interno lo que hace que sea un problema que requiera demasiada atención ya que de eso depende el desempeño y resultado de la empresa. (D. Alvarado, 2018)

Las MyPes poseen ciertos obstáculos en sus recursos financieros y métodos de gestión, tienen una infraestructura escasa para desarrollar sus actividades. Por lo que para lograr un mejor desarrollo y rendimiento para mejorar sus actividades necesitan asociarse y aprovechar sus circunstancias internas como el capital humano y la inteligencia generada. Se examina las dificultades y problemas de las MyPes en diversos sectores las cuales manifestaron problemas financieros, de mercado, de seguridad, de violencia, de formalización y de empleadores. Los dueños de las MyPes siendo conscientes de la situación en que se enfrentan siguen en su desarrollo hasta enfrentar el cierre de dicha empresa. (Menez, 2019)

En el desarrollo operacional de las MyPes uno de los obstáculos que más se presenta es un financiamiento para así poder empezar a trabajar en el mundo empresarial, ya que dicha empresa necesita de un básico para laborar. Una de los grandes beneficios que tienen las MyPes es que son adaptables a los requerimientos de dicho mercado, es por eso que deben afrontar las altas vayas que complican la vida de la Mype y su éxito. Este sector es el más requerido ya que genera puestos de trabajo y es accesible al cambio, en muchas ocasiones limitado con lo que se refiere a los créditos ya que los bancos solicitan garantías que son difíciles de obtener haciendo que se produzcan atrasos muy significativos en este sector. En el Ecuador las MyPes son un mercado cambiante ya que deben satisfacer las necesidades del usuario, pero si no tienen los recursos necesarios para satisfacer dichas necesidades no podrán permanecer en el mercado, por este motivo es que las MyPes están obligadas a obtener financiamientos con intereses mayores y a recibir capital riesgoso. (Delgado, 2018)

Las MyPes simbolizan una potencia económica para todos los países latinoamericanos, también se debe considerar que cada país tiene una metodología diferente. Este tipo de empresas muchas veces no logran mantenerse en el mercado ya que su tasa de mortalidad es muy alta y mayormente no superan los 2 años ya que muchas veces no enfrentan los retos que les ofrece el mercado trayendo también escases de empleos ocasionando una baja económica. Las principales razones del cierre de una Mype es la incapacidad de recursos económicos e intelectuales, sin esos recursos la empresa no puede sobrevivir ya que no tiene posibilidades. En este tipo de situaciones las empresas buscan una relación entre deuda/patrimonio dándole una proporción a las ventajas y desventajas de las deudas de la empresa. (Lopez, 2018)

En las MyPes a nivel nacional se registran índices de informalidad ya que no existe un sistema gubernamental que permita a los diferentes usuarios un orden para poder efectuar las diferentes gestiones para así poder cumplir con los requisitos establecidos por ley. Presenta un defecto de organización a nivel económico, administrativo, financiero en su desarrollo empresarial ya que tienen poca cultura, liderazgo y autenticidad, por tal motivo sus niveles de informalidad crecen, no permitiendo un desarrollo en las MyPes. Uno de los más grandes obstáculos en las MyPes es el alto costo de las entidades financieras ya que existe burocracia de parte de los intermediarios financieros, los plazos cortos de los pagos, las garantías. (Molina, 2017)

En el Perú el 50 % de las MyPes corre el riesgo de desaparecer del mundo empresarial en los 3 primeros años, esto se debe a la ausencia de usuarios ya que la mayor parte no se condiciona a un entorno digital. Esto se debe a que los empresarios tienen muchos obstáculos para su pronunciamiento en sus negocios en el ámbito tecnológico. Muchas MyPes requieren de tiempo para enfocarse en las actividades tecnológicas ya que más se enfocan en su producción comercial y mayormente no tienen conocimiento para realizar un plan digital que asignan a un especialista, también un problema fundamental es el dinero ya que mayormente es un obstáculo para la mayoría de las MyPes realizar plataformas web. (Ruiz, 2018)

Las MYPES sobresalieron como un fenómeno socioeconómico la cual quiere responder todas las necesidades insatisfechas de la población con escasos sustento. Es la mejor alternativa frente al desempleo, a los escasos recursos económicos y a la falta de desarrollo en las poblaciones, el ingenio empresarial logra establecerse; La rentabilidad de una MYPE puede situarse entre 30 y 50 por

ciento anual, pero en algunos sectores puede llegar a ser mucho mayor, pero los propietarios de estas pequeñas empresas están insatisfechos con la utilidad obtenida, esta vinculada a las fuentes de financiamiento que utilizan para obtener su capital, a no tener acceso a créditos bancarios, el no evaluar el costo financiero, y no separar la empresa de los bienes personales, como incluyen los gastos, no les permite tener una rentabilidad adecuada. Debido a que las fuentes de financiamiento en las empresas son una necesidad ya sea para emprender el negocio, crecer o expandirse. (Aguilar & Esperanza, 2017)

En el mundo actual las MyPes se encuentran en pleno crecimiento económico, consolidándose en el mercado, son fundamentales para el desarrollo y el aumento en el país porque fomentan su crecimiento de trabajo y PBI es por ello que las MyPes muchas veces están limitadas por la escasez de un método tributario la cual les obstaculiza crecer rápidamente logrando estimular el desarrollo de la empresa. Es por eso que muchas empresas no cumplen con lo dispuesto en ley lo cual es un problema ya que como consecuencia el fisco recibe poco ingreso, ignorando que este pago sostiene en gran parte al desarrollo y riqueza del país. (Oyola, 2018)

En el distrito de Tumbes las empresas de tiendas de ropa para damas tienen mucha competencia en el mercado, la problemática de estas MyPes es su falta de emprendimiento y estrategias para permanecer en su rubro, no apuesta por el mejoramiento en la calidad, del servicio, ya que si apostara por ofrecer mayor calidad de ropa estas podrían tener un alto índice de clientela y serían líderes, es por ello que este tipo de empresas plantean estrategias para poder mejorar tanto en sus tácticas empresariales y obtener mayor rendimiento para una buena rentabilidad en su empresa y clientes. En Tumbes existe una alta informalidad de

este rubro impidiéndole así a las empresas formales permanecer en el mercado ya que impiden el crecimiento de las mismas. (Lindao, 2018)

Las MyPes en el Perú surgen como un fenómeno socioeconómico ya que en todo el país surge como ayuda generando trabajo, es muy importante en la economía nacional porque aporta el 40% del PBI, es notable su fuente renovadora es por eso que en el Perú y en varios países confrontan enormes desafíos para su desarrollo económico, pero aun así tienen trabas en su desarrollo financiero es por eso que existe la problemática de seguir desarrollándose en el mercado, si contarán con una adecuada gestión económica, financiera y administrativas tendrían más ventajas y más valor económico. (LLacsahuache, 2017)

La problemática de hoy en día de las MyPes es el obstáculo que tienen en el mercado internacional para su desarrollo en el sector financiero, por sus barreras tecnológicas y los problemas para obtener créditos es por eso que se da el tratado de libre comercio ya que ayuda a los diferentes países a alcanzar una valla alta en el comercio exterior, para ello las empresas requieren de competitividad en su infraestructura, y en el mercado que ofrecen para así satisfacer a los usuarios con sus productos de buena calidad y englobar el ámbito internacional. (O. Alvarado, 2018)

Las MyPes en la región Tumbes tienen un deficiente orden en el ámbito institucional debido a sus aspectos económicos, financieros y administrativos es por eso que frena a sus empresas en el desarrollo y la rentabilidad, esto también se da por su falta de cooperatividad, competitividad, capacidad y capacitación para los trabajadores de las MyPes ya que si tuvieran un mejor asesoramiento y más capacitaciones serían empresas líderes en el mercado. (O. Alvarado, 2018)

Para definir el problema se planteó la siguiente interrogante de investigación ¿Cuáles son las características del financiamiento y atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018? Así mismo, se formuló el objetivo general de investigación: conocer la caracterización del financiamiento y atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tiendas de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018. Y objetivos específicos: Identificar la caracterización del financiamiento en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018. Determinar los tipos de financiamiento en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018. Determinar los elementos claves de atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018. Determinar los factores de atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018. Desde esta perspectiva la metodología que sigue la investigación es de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, toda la información se compila en un solo momento.

El trabajo se ha de justificar Metodológicamente, ya es en ella donde se incorporan técnicas y aplicaciones estadísticas para obtener los resultados de manera cuantitativa, y con datos reales apoyados en las técnicas de información que previamente se ha seleccionado.

La investigación del presente trabajo va a permitir visualizar como se encuentran hoy en día las empresas de tiendas de ropa así mismo aplicar diferentes estrategias para un mejor nivel en lo que se refiere a atención al cliente y financiamiento. Por ende, cada empresa se preocupa en sus clientes para que se

sientan en confort con lo que ofrecen y adquieren ya que los consumidores siempre esperan obtener más de lo que ellos requieren.

## **II. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **2.1.1. Antecedentes Internacionales**

(Patiño & Cardona, 2018) En su investigación en el sector financiero concluyó que el 90% de las empresas son Mypes en Colombia y solo el 30% paga el PIB pero ellos si dan empleo a un 65% de las personas en lo laboral. Pero el 62% de las Mypes no cuenta con acceso a prestamos financieros y su mortalidad es muy alta ya que el 50% en un año quiebra y el 20% logra llegar al tercer año y el resto permanece ya que tiene menos competencia. Las empresas en sociedades registran en activos 21 millones y las personas naturales registran un activo de 2 millones en ese rubro.

(Guzman, 2020) Estudio el presente trabajo investigativo que habla acerca de la estrategia para mejorar la atención al cliente del centro ferretero matriz en la ciudad de Puyo – Ecuador. La situación actual determino que existen una deficiencia al momento de la atención al cliente, creando un malestar a las personas que acuden a la mepresa, también carece de una estructura organizacional lo cual a provocado que e personal no sepa cual es su función afectando en el desempeño de ellos mismos al momento de brindas los productos en la compañía.

(Martinez & Guercio, 2019) Estudio el presente trabajo ya que surge a raíz de una investigación basada en el estudio de los principales problemas de acceso al financiamiento externo que enfrentan las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) del sector de videojuegos. Las empresas de videojuegos pertenecen al sector de Empresas de Base Tecnológica e Innovadora en la Argentina (EBTI), entendiéndose como tal aquellas

empresas que generan valor mediante la aplicación de conocimiento científico y tecnológico. En primer lugar, se utiliza una base de datos inédita, la cual contempla datos de empresas argentinas radicadas en distintas zonas del país. Segundo, la información procesada reúne datos correspondientes al perfil de la empresa, del empresario y de aspectos particulares a la forma de financiación de la actividad, tanto al inicio de la puesta en marcha del emprendimiento como en la actualidad. Tercero, no existen estudios similares que reúnan dichas características y permitan esbozar políticas de financiamiento que se adecuen a las necesidades del sector.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

(Toussaint, 2017) Estudio el programa de capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio brindado en la tienda Ripley en el área de deportes de la ciudad de Trujillo, siendo el diseño de investigación descriptivo y explicativo. El problema que se planteó fue: ¿De qué manera un programa de capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente mejorará la calidad de servicio? Como hipótesis se consideró: La elaboración de un programa de capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente que mejorará la calidad de servicio. La población con la que trabajamos es de 500 clientes a nivel de Trujillo, de las cuales seleccionamos una muestra de 217 para ello aplicamos un estudio metodológico en el que se utilizó encuestas tanto para los clientes como para los 10 trabajadores del área de deportes de la tienda. En ambos casos, tanto para las muestras de los trabajadores como para la de los clientes, se utilizó de instrumento el

cuestionario. Obtuvimos resultados por parte de los clientes los cuales no estaban del todo conformes con la calidad de servicio ofrecida. El desarrollo del trabajo, muestra que la propuesta de capacitación en calidad de servicio para los trabajadores de la tienda, en el área de deportes, sería favorable. Se demuestra que la capacitación es importante para la mejoría y posicionamiento de la empresa, porque la calidad de servicio al cliente es uno de los principales pilares para el triunfo de la misma

(Correa, 2017) Estudio la Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso comercial de abarrotes “Campos” del distrito de Tumbes, 2017. La cual tiene por objetivo general; Describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú y de comercial de abarrotes “Campos” del distrito de Tumbes, 2017., esta es una investigación cualitativa, de nivel descriptivo, con un nivel cualitativo de diseño no experimental para realizar descripciones y realizar esta investigación de manera óptima se encuestó al propietario como muestra de la micro y pequeña empresa del distrito de Tumbes; a quien se le aplicó un cuestionario de 18 preguntas, los resultados obtenidos fueron los siguientes: Respecto al financiamiento: el financiamiento que obtuvo fue mediante cajas municipales, a corto plazo debido a que esta entidad presta servicio a bajas tasas de interés, su principal necesidad para ocurrir a este financiamiento fue para la compra de mercadería. Respecto a la rentabilidad: el representante de la empresa manifiesta que otorga acogida en el mercado, motivo que su negocio es rentable, así mismo su

rentabilidad no ha disminuido en los dos últimos años. Finalmente, se concluyó que los resultados obtenidos el financiamiento participa mejorando la capacidad de utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades.

(Dominguez, 2019) Estudio las características de competitividad y atención al cliente de las MYPE rubro ropa para damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017. Se usó la metodología tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, corte transversal, agrupando los resultados de acuerdo a cada variable. Se determinó el problema de la investigación que es el siguiente: ¿Qué características de competitividad y atención al cliente tienen las MYPE rubro ropa para damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017? De acuerdo a las encuestas aplicadas a los clientes se determinó que las MYPE si aplican estrategias competitivas tales como el liderazgo en costos y la diferenciación. Con respecto a los elementos de competitividad se identificó que las MYPE aplican la innovación en los productos y la proactividad de los colaboradores, así mismo las estrategias de atención al cliente que usan en mayor porcentaje es la rapidez de atención y la amabilidad y finalmente los beneficios que obtiene las MYPE al brinda una buena atención al cliente es la lealtad y la difusión gratuita.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

(Dioses, 2019) Estudio las principales características del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas en el comercio de prendas de vestir de dama en el Distrito de Aguas Verdes-periodo 2019. La investigación fue cuantitativa-descriptiva, no experimental y bibliográfica.

La población de estudio estuvo constituida por 30 micros y pequeñas Empresas de la localidad mencionada, con una muestra representada por Microempresas. Para la recopilación de información se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, encontrando los siguientes resultados: La mayoría de las MYPES vieron incrementar su rentabilidad en el periodo estudiado. Según la revelación de los empresarios respecto al financiamiento, la principal fuente de este sector son los recursos propios y los préstamos de instituciones no bancarias son la última fuente financiamiento para capital de trabajo, esto se debería a las altas tasa de interés que cobran estas empresas del sector financiero. En cuanto a las 30 personas encuestadas que representan el 100% de la muestra, manifestaron que la rentabilidad de su negocio ha mejorado gracias al financiamiento obtenido, mientras que 25 de ellas que representan el 83.33% de la muestra manifestaron que no, aduciendo que su rentabilidad más que el financiamiento está más relacionada al producto que venden, calidad y precio del mismo.

(Abanto, 2018) Estudio la Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito 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 distrito de Tumbes, dedicadas entre otras actividades al rubro de restaurantes; en el distrito de Tumbes se han identificado que existen diez (10) MyPes dedicadas a este rubro objeto de la investigación, el estudio parte del problema de la

Competitividad y Financiamiento en el distrito de Tumbes, en donde se pretende investigar ¿Cuáles son las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018? Es por ello que se formuló el siguiente objetivo de investigación Determinar las características de la Competitividad y Financiamiento de las MyPes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018. Haciendo ello que el servicio que brindan dichas empresas sea factible para la comodidad de los propietarios, para así posteriormente poder determinar diferentes características que ayuden a la Competitividad y Financiamiento en el mercado y así poder brindar estrategias para la solución mediante este informe de investigación.

(Quinde, 2018) Estudio en la presente investigación denominada “Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018”; Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018, y su enunciado de investigación: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018?. Utilizando como metodología el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, y mediante la utilización de la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos para una población de 68 clientes 07 propietarios de las MyPes dedicadas al rubro hospedajes, se concluyó que la empresa utiliza generalmente, para financiar necesidades específicas en un momento determinado, además

concluyo que el personal muestra cordialidad en la atención, además concluyo que el personal se compromete con orientar al cliente.

## **2.2. Bases teoricas y conceptuales**

### **2.2.1. Financiamiento**

#### **2.2.1.1. Definición:**

La capacidad financiera es una herramienta necesaria en el ámbito de las finanzas ya que te exige ingenio especial para la determinación de inversiones con un financiamiento acorde en situaciones de riesgo e indecisión, implica también los medios que tiene la empresa para gestionar pagos e inversiones a corto mediano y largo plazo para su aumento financiero. Se puede ver en dos enfoques.

Primer enfoque se trata de la educación Financiera a cual se basa en el conocimiento y destrezas que tienen las personas para actuar en el ámbito financiero y planear a un futuro.

El segundo enfoque de los medios que tiene la empresa para poder desarrollar pagos e inversiones a corto mediano y largo plazo para su desarrollo y aumento.(Gonzales, 2016).

El financiamiento es la clave para que la empresa pueda surgir, la mayoría de las empresas requieren financiamiento a corto mediano y largo plazo ya que es fundamental para su funcionamiento, dé hay salen las fuente de fondo para la inversión dependiendo del rubro de la empresa, según estudios de mercado las empresas requieren de una inversión inicial y es ahí donde recurren a las entidades bancarias para hacer prestamos pero ya depende de la empresa asegurarse y mantenerse en el mercado. El apoyo

financiero de los bancos es promover la creación de capitalización de empresas financiándolas e inviertan en sus productos e infraestructura.(Calva, 2007).

Para la empresa es importante la estructura de su funcionamiento es por eso que recurren a financiamientos, mientras más grandes son las empresas recurren menos al crédito de proveedor y más al crédito bancario, el financiamiento de las empresas genera una afluencia financiera en el crecimiento económico y particularmente sobre su tasa de inversión, las empresas mayormente prefieren reinvertir sus utilidades y si no son suficientes realizar créditos bancarios, también emiten títulos de deudas y acciones para obtener el financiamiento e invertir .(Anguian, 2003).

#### **2.2.1.2. Características:**

Se caracteriza por progresar relaciones de rivalidad o competencia (oferta y demanda). En el mercado mixto se compite en sectores públicos y privados en la oferta de recursos quien mayormente está basada en contratos, en los mercados internos se caracteriza las relaciones de competencia en la demanda.(Francisco, 2013).

El financiamiento no se establece en un crédito para la empresa y no se recaudan intereses por el mismo. Menos se establecen por una dádiva, a fin de establecer a la empresa responsabilidad en el manejo adecuado de los patrimonios eventualmente proporcionados. Los convenios de restitución del financiamiento a las empresas escogidas serán pactados y adecuados al momento de ser otorgadas. (Alberti, 1992)

### 2.2.1.3. Tipos de financiamiento

#### ➤ **Financiamiento a corto plazo**

financiamiento a corto plazo se asemeja a un monto referente a una deuda a corto plazo, a pesar que es más riesgoso que el de largo plazo es el que más utilizan las empresas, los préstamos a corto plazo se obtienen más rápido porque las empresas en su mayoría de veces las requieren con urgencia y porque sus contratos crediticios son menos coactivas pocas veces entregan garantía y son muy útiles para su capital de trabajo como los financiamientos de línea de crédito, pagares, crédito comercial y crédito bancarios. (Michael & Brigham, 2007).

#### ➤ **Financiamiento a Largo Plazo**

El financiamiento a largo plazo se da cuando las empresas necesitan de un dinero para conservar sus activos y crecer en su rubro y por lo general financiar las compras de sus activos a largo plazo. También se dan ampliaciones de capital aumentando el valor nominal de los ya existentes, bonos, hipotecas y arrendamientos financieros.(Dougla, 2000)

### 2.2.1.4. Fuentes de Financiamiento

**El financiamiento interno** aflora de las operaciones de una empresa u organización como utilidades, salarios o cuentas por pagar es decir que si la empresa tiene ganancias la reinvertirá.

**El financiamiento externo** se da cuando los administradores de la empresa solicitan préstamos o inversiones externas es decir la empresa suelta acciones para financiar sus nuevas compras.(Merton, 2004).

### **2.2.1.5. Pasos para desarrollar un Financiamiento**

Toda organización tiene anhelo de producir estrategias orientadas a ser generadoras del cambio en el interior de la organización en lo estructural y en las personas que son el capital primordial. Para el crecimiento de los objetivos empresariales, siendo estos los que se indican: Define claramente los objetivos de tu empresa, analiza bien las prioridades de tu negocio. Por ejemplo, hacerte estas preguntas ¿para qué necesitas el financiamiento?, ¿cuánto necesitas?, ¿durante cuánto tiempo?, también debes de realizar un examen específico sobre su estado financiero actual y futuro. Mejora tus probabilidades de ser aprobado. Aumenta tus posibilidades de conseguir un financiamiento poniendo en práctica los siguientes consejos:

1. Contar con experiencia crediticia (al menos en tarjetas de crédito). A una persona que nunca ha tenido un crédito, es difícil que le den crédito.
2. Contar con historial crediticio es muy importante. Ya que las entidades financieras te aprueban dependiendo de cómo vas en el sistema.
3. Mantén tus finanzas sanas.
4. Las instituciones financieras mayormente prestan el 80% de capacidad crediticia y más si hay garantías (patrimonios), suben el crédito.
5. Con más de 65 años será muy difícil que le den préstamos a largo plazo.
6. Tener un aval no es un requisito de todas las instituciones financieras, pero puede ayudarte si tu historial crediticio es malo.

Investiga, existen diferentes fuentes de financiamiento que puedes elegir de acuerdo a la etapa en la que se encuentre tu negocio, Evalúa y selecciona el financiamiento más adecuado, compara cada uno de los servicios

financieros, teniendo en cuenta estos aspectos: tasas de interés, plazos de pago, duración del trámite, factibilidad de ser aprobado, el tiempo que la empresa crediticia lleva operando en el mercado, su cartera de clientes y que la institución esté apegada a los lineamientos que marca la ley. La institución financiera elegida conocerá a fondo el funcionamiento y modelo de negocio de tu empresa. Es recomendable tener listo tu plan de negocios y poner en orden toda la documentación se debe emplear una estrategia financiera para tu negocio que incluya los pagos mensuales, bimestrales o semestrales en retorno al crédito que adquirió, por otro lado el manejo de financiamiento frente a la persona humana, orienta a ver la Calidad de Vida en el Trabajo, que tan buena o mala calidad de vida, ofrecen los empleadores de los centros comerciales, que tan gran motivación o desmotivación genera las acciones que desarrolla. Por otro lado se continúa desarrollando lo referido a la Calidad de Vida en el Trabajo. Tema que corresponde al segundo objetivo específico de la investigación. Todos los centros comerciales tienen que aplicar un estilo de financiamiento el cual les permita transmitir un buen manejo y un buen respaldo económico, para todos los que lo conforman, tienen responsabilidad de administrar y gerencia los centros comerciales.(Pinson, 1998).

### **2.2.2. Atención al Cliente**

EL cliente requiere una atención cada vez mejor porque compara el trato que recibe de los trabajadores con la calidad de servicio que le otorgan ya que los servicios que reciben no son iguales en todas las tiendas, el cliente cuando compara el servicio que le ofrecen y se da cuenta que los

atendieron muy bien decidirá regresar y hacer nuevas compras ya que a recibido un servicio excelente.(Malaga, 2010).

La atención al cliente es una forma de gestionar la organización desde lo más alto, es decir la cultura y la filosofía de la organización se articulan dando una forma sencilla y duradera, se basa en las experiencias profesionales en las que se trabaja para definir estrategias de atención al cliente estructuradas. Consiste en hacer que se acoplen los los empleados y los clientes y así la organización tendrá una ventaja competitiva. (Brown, 1992).

Los clientes tienen necesidades y claramente la organización tiene que centrarse en atender dichas necesidades brindándoles calidad en sus productos y un buen servicio superando claramente las expectativas de los consumidores hablándoles y tratándolos con gentileza brindándoles sus servicios de manera adecuada y rápida ofreciéndoles los productos más competitivos y brindándoles calidad de sus productos.(Vértice, 2010).

#### **2.2.2.1 Características**

En la mayoría de los sectores los servicios y productos son iguales y por lo tanto los clientes tienen dificultad para diferenciar las empresas por lo tanto una característica principal sería la competencia que existe en el mercado ya que dicha competencia hace que los consumidores no se fidelicen con una sola empresa es por eso que las empresas ofrecen sus productos o servicios más cómodos y brindan una atención adecuada para que el cliente se fidelice.(Pérez Torres, 2007).

El vendedor debe conseguir que el cliente consiga lo que buscaba satisfactoriamente, el vendedor debe brindarle al cliente calidad de servicio, capacidad de respuesta, flexibilidad y disponibilidad informándolo y asesorándolo las veces que sea necesario.(Pérez Fernandez, 2013).

El servicio que ofrece la empresa comparando el producto ofrecido con otra empresa, ya que existe un nivel de competencia elevado, el vendedor mediante sus conocimientos en el producto ofrece mejores condiciones en sus ventas, aspectos físicos, dominio y técnica adecuada y buen trato al cliente con el fin de atraer y captar al cliente.(Fernandez, 2004).

#### **2.2.2.2 Prioridades**

El saber expresarse con los clientes en todo tipo de negocios es fundamental ya que una excelente atención lleva de la mano una mejor comunicación para nuestros clientes ya que al dirigirnos a ellos con un tono agradable a saludarlo y darle las explicaciones que él requiere en ese momento requerido de una manera acertada y respetuosa el cliente se sentirá a gusto con la empresa y volverá a requerir sus servicios.(Palomo, 2014).

#### **2.2.2.3 Tipos de Clientes**

**Clientes Internos** la cual se reflejan mediante el trabajo en equipo, la motivación en los puestos de trabajo la cual hace referencia a la satisfacción laboral que perciben los empleados mediante sus remuneraciones y sus horarios flexibles, también al ambiente de trabajo que debe de ser cálido y agradable.

**Clientes Externos** se pueden identificar con mucha facilidad ya que son los clientes finales de la empresa, quien está fuera de ella quien compra los productos y adquiere los servicios. (Torres, 2006)

#### **2.2.2.4 Atención al Cliente dentro del Mercado**

El cliente aparte de valorar el producto comprado también valora las características que pueden ser un buen precio y una excelente atención, un buen rendimiento como vendedor. Las empresas deben cumplir las expectativas de los clientes llevando una política aplicable antes durante y después de la venta del producto o servicio. Estudios del mercado nos muestran que mientras pasan los años el cliente es más exigente, ya que la calidad de servicios que requieren cambia a medida que conocen mejor el producto.(Escudero, 2017).

#### **2.2.2.5 Elementos Claves de Atención al Cliente**

El empleador recibe capacitaciones en su centro de trabajo ya que de esa manera puede desempeñarse y mostrar sus habilidades al momento de trabajar para que al momento de ofrecer sus servicios no improvise muestre sus conocimientos adecuados con amabilidad y profesionalismo adecuado y discreto. El producto que ofrece debe ser de calidad y a un precio accesible.(Motto & Fernandez, 2014).

Otro elemento clave sería una buena comunicación ya que es un requisito muy importante, debe de haber afinidad entre el trabajador y el cliente al momento de establecer una conversación, se debe utilizar procedimientos rápidos, sencillos, eficaces y seguros al momento de comunicarse. La empresa debe establecer sistema de almacenamiento y documentación eficaces para que el trabajador se guíe y este actualizado con lo que

respecta a sus normativas. El trabajador debe ser claro prestar atención, aclarar la incertidumbre y darle la solución al problema del cliente para que así la empresa tenga una venta exitosa y el cliente se vaya satisfecho.(Sancho, 2012).

El servicio de atención al cliente requiere profesionalismo ya que existe un contacto directo con el cliente y marca una relación entre empleado y cliente. El servicio logístico también es esencial ya que su conexión informática ayuda al empleado a agilizar sus pedidos con el fin de obtener un mejor servicio. El control administrativo también es importante ya que vigila los costes y da equilibrio a la empresa. (García, 2008).

#### **2.2.2.6 Factores del Atención al Cliente**

Los negocios dependientes la cual se deben considerar como factores clave el clima y accidentes geográficos, en ese sentido se debe analizar y determinar hasta qué punto puede favorecer la demanda del consumo de dicho producto o servicio en el mercado mediante datos estadísticos acerca del clima, es importante la población y la calidad de infraestructura tanto interna como externa en la zona existente ya que son elementos básicos para la actividad de la empresa porque facilitan el acceso de los clientes, una adecuada red de comunicación y actividades relacionadas al rubro como promociones y precios accesibles, la tasa del crecimiento de la población también son factores básico que se debe tener en cuenta para mayor posibilidad de éxito de la empresa. (García, 2014).

#### **2.2.3 MyPes**

Los indicadores macroeconómicos en el Perú, se centran en que la población, que demanda mayor cantidad de bienes y servicios, por eso que

las empresas se ven presionadas a generar una mayor capacidad productiva, que les permita garantizar estar al nivel en la oferta que la demanda exige, en base la innovación, y creatividad generan productos acorde a las necesidades, gustos y preferencias de sus consumidores.

El Régimen tributario actual con la modificación de la Ley 30056, se ubican en este sistema: tienen ingresos netos hasta 300UIT debiendo pagar el 1% de impuesto a la renta; y todas aquellas que superen el límite hasta un máximo de 1700UIT deben contribuir con 1,5% del impuesto a la renta. La Ley N° 30056, modifica diferentes leyes que facilitan la inversión, del desarrollo productivo y el aumento empresarial. Se identificaran las necesidades laborales (capacitaciones), las empresas que duren dos años consecutivos podrán conservarse en el mismo régimen laboral por un año más, las pequeñas empresas que superen su nivel de ventas durante dos años consecutivos podrán conservar el mismo régimen laboral por tres años más. Las empresas que están en el régimen de microempresa gozaran de un trato especial por 3 años especialmente en las sanciones y fiscalización laboral pero no será aplicada si trata conductas no adecuadas reiteradamente. (Iriarte, 2013)

#### **2.2.4 Tienda de ropa**

Las tiendas de ropa se han convertido en un elemento fundamental para la calidad de vida de las personas, los cambios de los consumidores cada vez son más frecuentes la cual viene de la mano con la tecnología ya que es un mercado amplio. El cliente observa el producto sin querer comprarlo pero por la visión del producto se motiva a examinarlo compararlo y es ahí donde toma la decisión de comprarlo o no, las tiendas de ropa han hecho

transformaciones en el transcurrir de los años como en su infraestructura y su espacio geográfico para que los clientes estén en un ambiente agradable y estén motivados decidiendo quedarse y buscar lo que le agrada, buscan también mejorar su calidad en prendas ya que no trata solo de ofrecer los productos sino de equilibrar y dar precios accesibles para el cliente, también invierten en publicidad ( revistas, radio, volantes, televisión). Este fenómeno comercial se ha vuelto muy importante ya que es muy evidente el aumento de tiendas comerciales, las personas han vuelto un hábito comprar e invertir en su imagen.(Salen, 2004).

Las tiendas de ropa han revolucionado tanto en su servicio al cliente como en tecnología de tal modo que les dan a sus clientes un trato único centrándose en un excelente servicio cautivando al cliente, hoy en día la tecnología en este rubro es muy eficaz y beneficioso ya que están exponiendo sus productos mediante sus redes sociales, motivados por esta nueva realidad virtual los empresarios se globalizan y le dan valor a las persona mediante sus recomendaciones y comentarios ya que hacen que su reputación online le dé buen perfil tanto a los clientes como a los empresarios, decidiendo comprar dicho producto haciéndola muy eficaces y competitivas a las empresas.(Arenal, 2019).

Las tiendas de ropa tiene sus propias imágenes su objetivo es lograr que el consumidor se relacione con su marca y sus productos y es ahí donde desarrolla nuevas estrategias para sus clientes, el ambiente físico es de suma importancia ya que transmite buena impresión a sus clientes, las expectativas respecto a su servicio varia para los consumidores ya que dichas expectativas se forjan con los comentarios de los clientes, los

servicios que ofrecen las tiendas de ropa debe de ser de calidad y satisfacción para el cliente para que así genere mayor consumo y compras repetitivas, las tiendas de ropa ofrecen estrategias de precios ya que un estudio revelo que los consumidores suelen acudir a las tiendas donde ofrezcan descuentos.(Schiffman, 2005).

### III. HIPÓTESIS

Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández et al., 2017)

### IV. METODOLOGÍA

#### 4.1. Diseño de investigación

El estudio fue de diseño descriptivo transversal, centrada en la determinación de las características de los contenidos de las dimensiones de Financiamiento y Atención al Cliente (Hernández et al., 2017)

#### 4.2. Población y muestra

La población es finita y estuvo constituida por los dueños de las MyPes y los clientes. La muestra está constituida a criterio del investigador considerando la totalidad de dueños de las MyPes y clientes. Desempeñando sus funciones de acuerdo a los criterios de inclusión.

**Tabla 1. Población**

Tiendas de Ropa	REGIMEN	# Dueño
El Moñon	MYPE	1
Sayra Fashion	MYPE	1
Shaddai	MYPE	1
Po Nails	MYPE	1
Haylayne	MYPE	1

**Fuente:** Elaboración propia.

### **4.3. Definición y operacionalización de variables**

**Tabla 2. Operacionalización de variables.**

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Financiamiento</b>	El financiamiento es la clave para que la empresa pueda surgir, la mayoría de las empresas requieren financiamiento a corto mediano y largo plazo ya que es fundamental para su funcionamiento, dé hay salen las fuente de fondo para la inversión dependiendo del rubro de la empresa, según estudios de mercado las empresas requieren de una inversión inicial y es ahí donde recurren a las entidades bancarias para hacer prestamos pero ya depende de la empresa asegurarse y mantenerse en el mercado. El apoyo financiero de los bancos es promover la creación de capitalización de empresas financiándolas e inviertan en sus productos e infraestructura.(Calva, 2007).	Se pretenderá determinar y describir las características de financiamiento de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	Características del Financiamiento	Crédito Financiero	<b>Nominal</b>
				Monto de Crédito Recibido	
				Tasas de Interés	
			Tipos de financiamiento	Plazos Establecidos	

**Fuente:** Elaboración propia.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
<b>Atención al Cliente</b>	<p>EL cliente requiere una atención cada vez mejor porque compara el trato que recibe de los trabajadores con la calidad de servicio que le otorgan ya que los servicios que reciben no son iguales en todas las tiendas, el cliente cuando compara el servicio que le ofrecen y se da cuenta que los atendieron muy bien decidirá regresar y hacer nuevas compras ya que ha recibido un servicio excelente.(Málaga, 2010).</p>	<p>Se pretenderá determinar y describir las características de atención al cliente de las MYPES materia de investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.</p>	Elementos de Atención Al Cliente	Expectativa	<b>Nominal</b>
				Desempeño	
				Motivación	
				Calidad	
			Factores de Atención Al Cliente	Sociabilidad	
				Comunicación	
				Saber Escuchar	
				Creatividad	

**Fuente:** Elaboración propia.

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

Para el estudio se recolectaron los datos durante el año 2018. Para ello, se solicitó la autorización de los dueños de las MyPes, para la aplicación de las encuestas y la aportación de los clientes; una vez autorizado se presentó el estudio, sus objetivos y se solicitó el consentimiento informado, previa firma del consentimiento se procedió a realizar el recojo de los datos. Para la recolección de datos se empleó la técnica de la entrevista, donde el investigador realizó las preguntas y resolvió la encuesta en función a las respuestas que el propietario y clientes manifestaron.

#### **4.5. Plan de análisis**

Se recolectaron las siguientes covariables de *características de los propietarios* como si cuentan con algún tipo de crédito financiero y a los clientes como considera que la atención que le brindan es la adecuada; además las *características del financiamiento* y *características de la atención al cliente (créditos, elementos claves, entre otros)*.

#### **4.6. Matriz de consistencia**

**Tabla 3. Matriz de consistencia.**

Formulación del problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Metodología	Escala de medición
<p>¿cuáles son las características del financiamiento y atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018?</p>	<p>Las investigaciones de tipo descriptiva no necesariamente se formula hipótesis. (Hernández et al., 2017)</p>	<p><b>General:</b></p> <p>Conocer la caracterización del financiamiento y atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018.</p> <p><b>Específicos</b></p> <p>Identificar la caracterización del financiamiento en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018.</p> <p>Determinar los tipos de financiamiento en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018.</p> <p>Determinar los elementos claves de atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro tienda de ropa, en la provincia de Zarumilla, 2018.</p> <p>Determinar los factores de atención al cliente en las MYPES sector comercio, rubro</p>	<p><b>Financiamiento</b> <b>Atención al Cliente</b></p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo <b>Nivel:</b> Descriptivo. <b>Diseño:</b> No Experimental</p>	<p><b>Nominal</b></p>

tienda de ropa, en la provincia  
de Zarumilla, 2018.

---

#### **4.7. Principios éticos**

Durante la ejecución del presente estudio se respetaron los principios para investigación en humanos, autonomía, justicia y confidencialidad (Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura, 2017); velando por el cumplimiento de las expectativas que presenta la investigación; se aplicó principios éticos como la protección a las personas, cuidado del medio ambiente y la biodiversidad, libre participación y derechos a estar informado, beneficencia no maleficencia y justicia (Código de Ética Para La Investigación, 2019).

## V. RESULTADOS

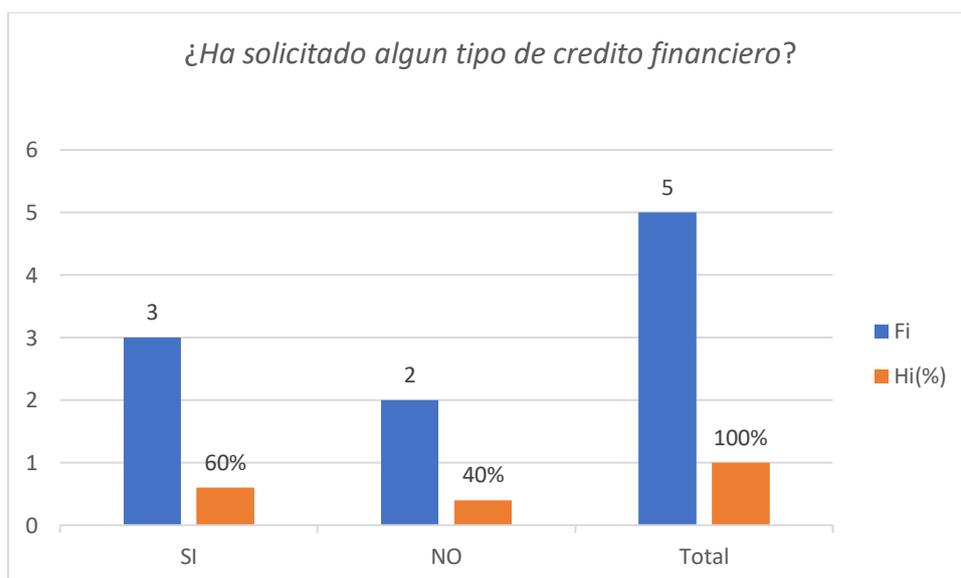
### 5.1. Resultados

**Tabla 4.** ¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?

Opción	Fi	Hi (%)
SI	3	60%
NO	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 1.**



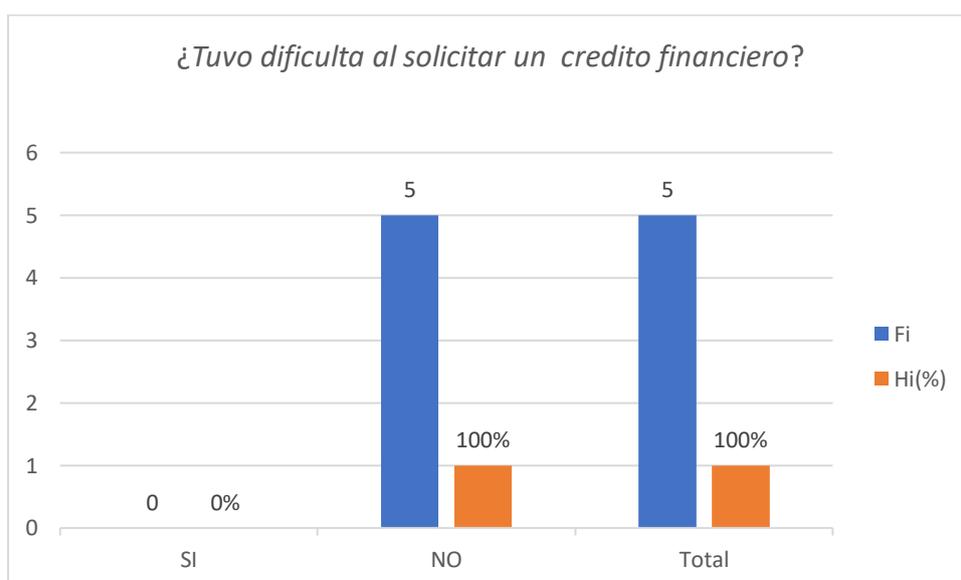
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 5. ¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiero?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	0	0%
NO	5	100%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 2.**



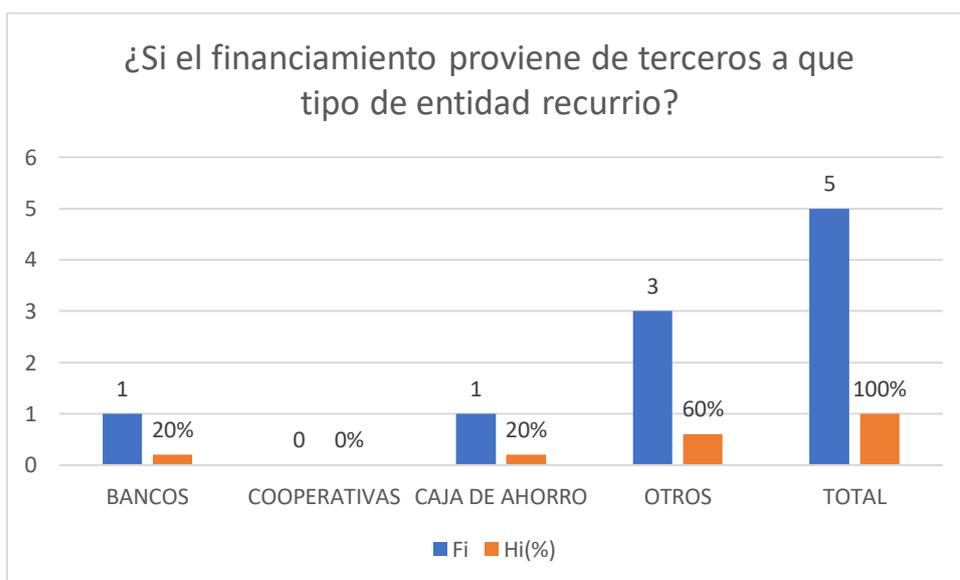
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 6. ¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?**

Opción	Fi	Hi (%)
Bancos	1	20%
Cooperativas	0	0%
Cajas de Ahorro	1	20%
Otros	3	60%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 3.**



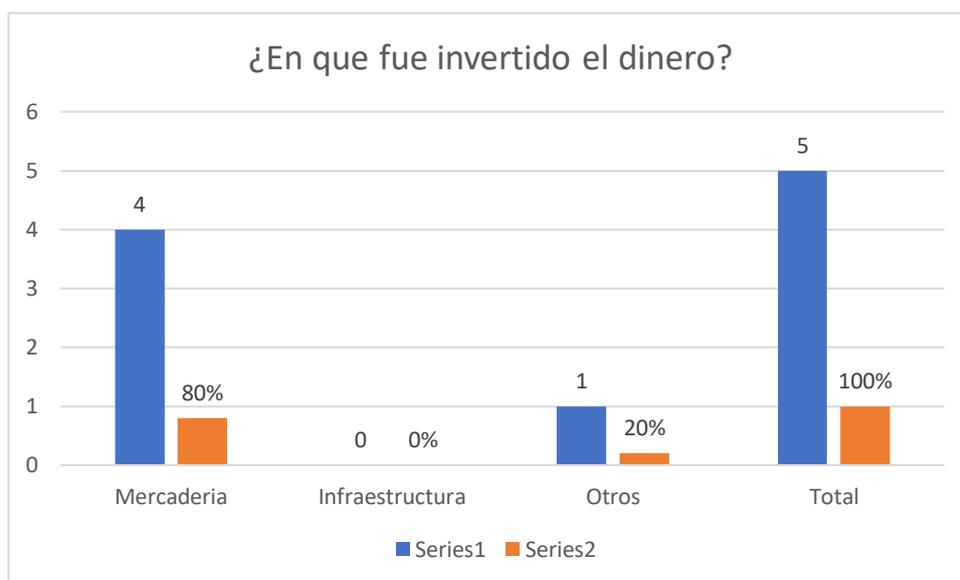
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 7. ¿En que fue invertido el crédito?**

Opción	Fi	Hi (%)
Mercadería	4	80%
Infraestructura	0	0%
Otros	1	20%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 4.**



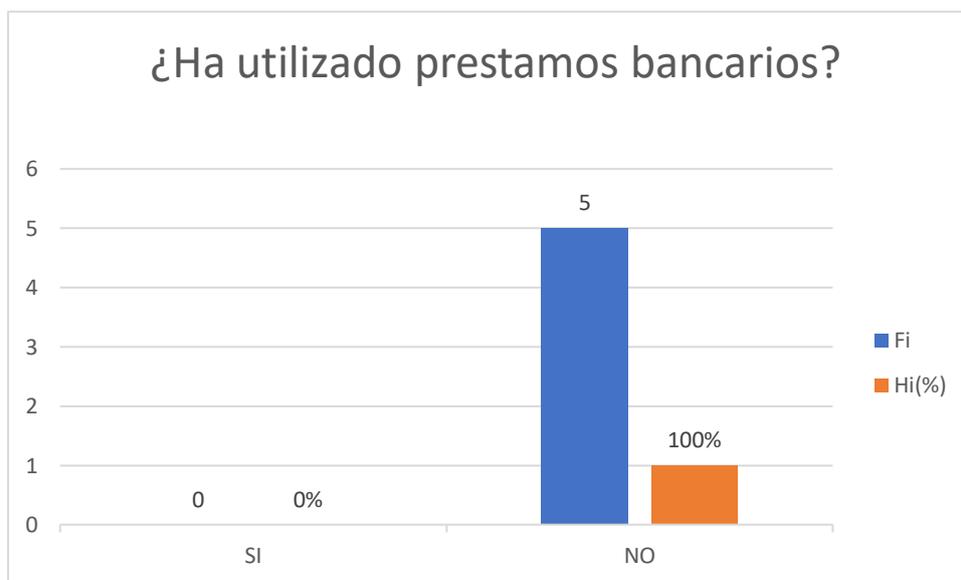
**Fuente:** Elaboración propia

**Cuadro 8. ¿Ha utilizado préstamos bancarios?**

<b>Opción</b>	<b>Fi</b>	<b>Hi (%)</b>
SI	0	0%
NO	5	100%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 5.**



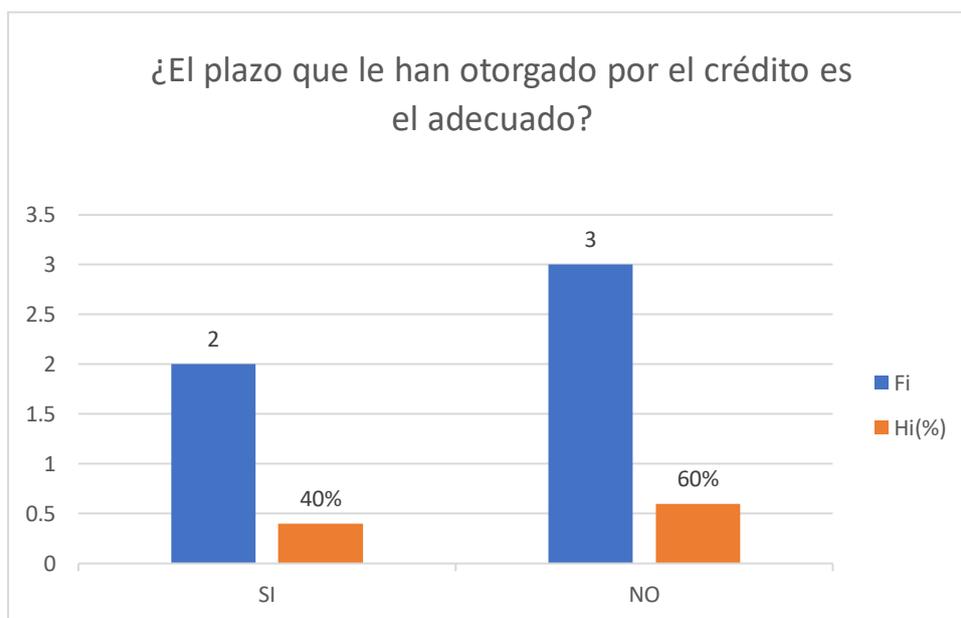
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 9. ¿El plazo que le han otorgado por el crédito es el adecuado?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	2	40%
NO	3	60%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 6.**



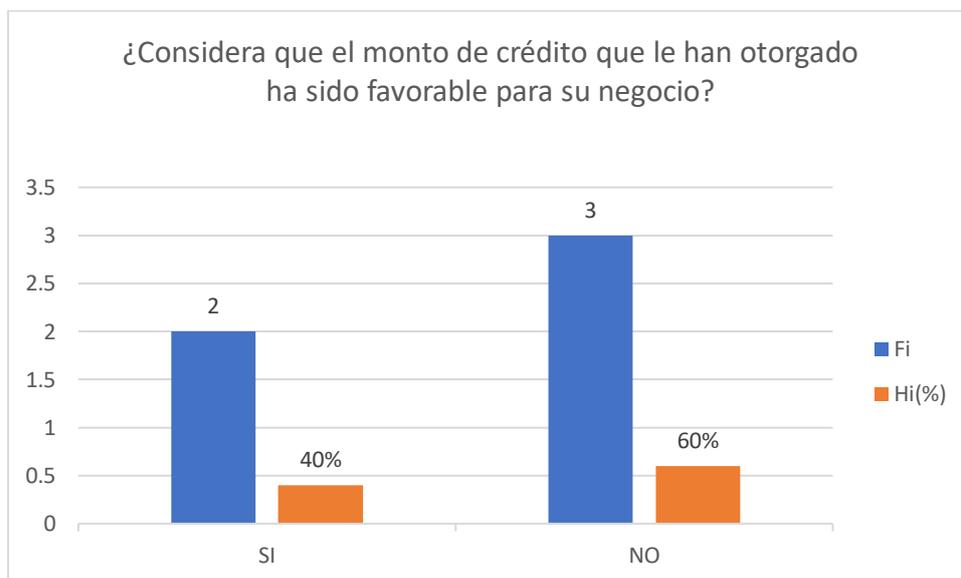
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 10. ¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	2	40%
NO	3	60%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 7.**



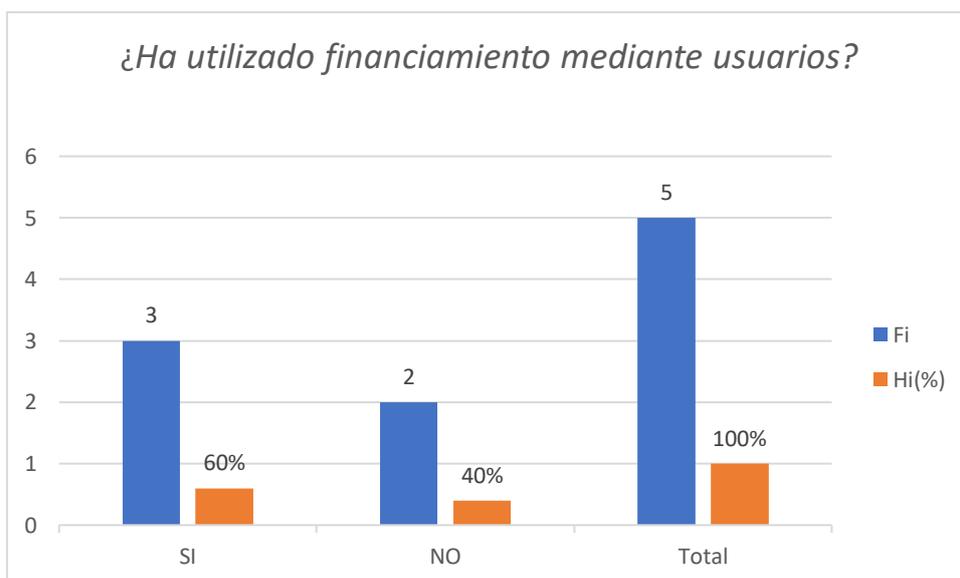
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 11. ¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	3	60%
NO	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los dueños de las MyPes, 2019.

**Figura 8.**



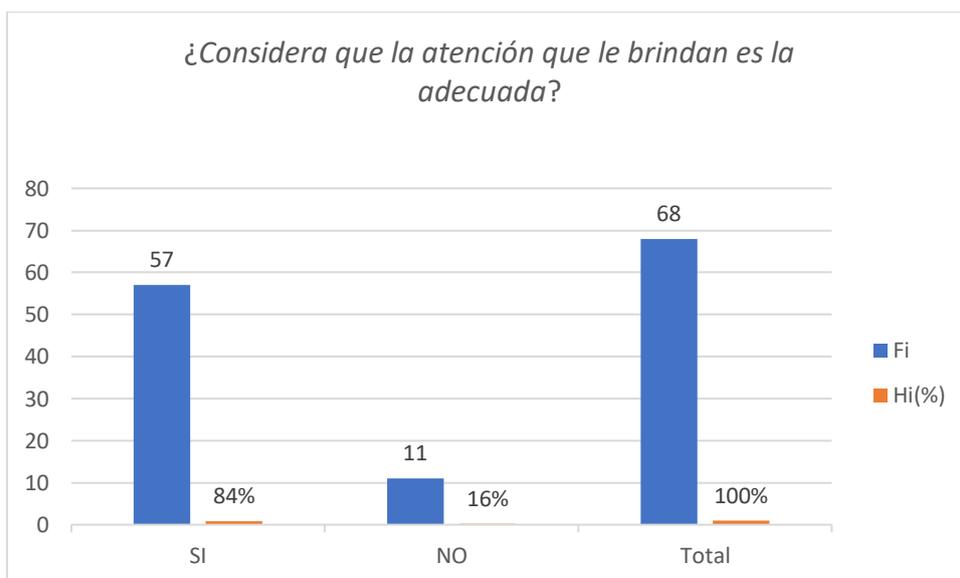
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 12. ¿Considera que la atención que le brindan es la adecuada?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	57	84%
NO	11	16%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019.

**Figura 9.**



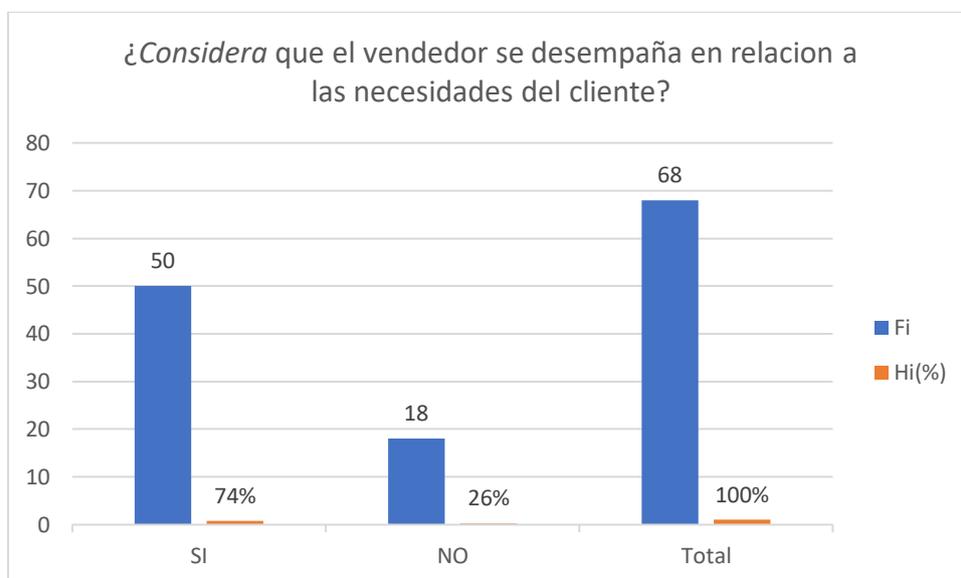
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 13. ¿Considera que el vendedor se desempeña en relación a las necesidades del cliente?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	50	74%
NO	18	26%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019.

**Figura 10.**



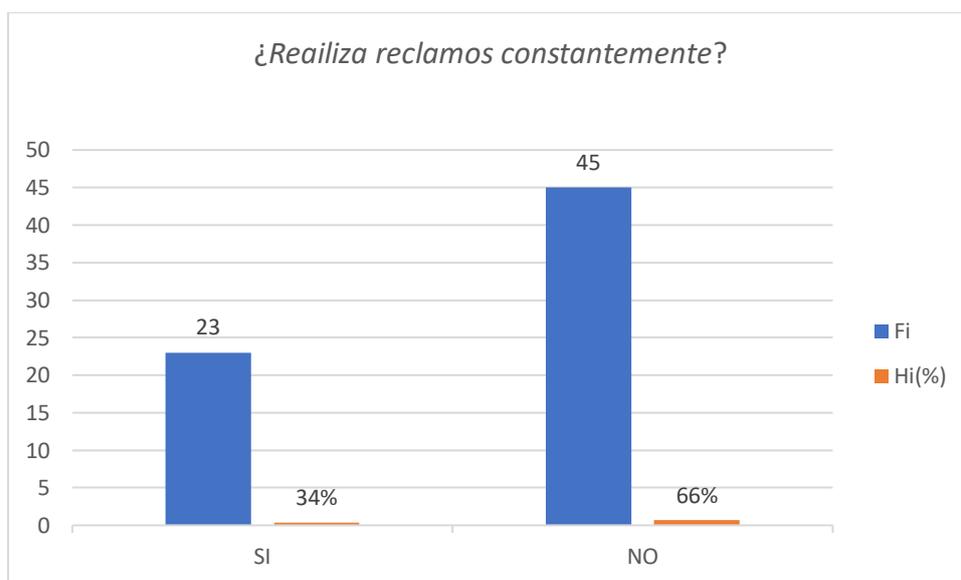
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 14.** ¿Realiza reclamos constantemente?

Opción	Fi	Hi (%)
SI	45	66%
NO	23	34%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019

**Figura 11.**



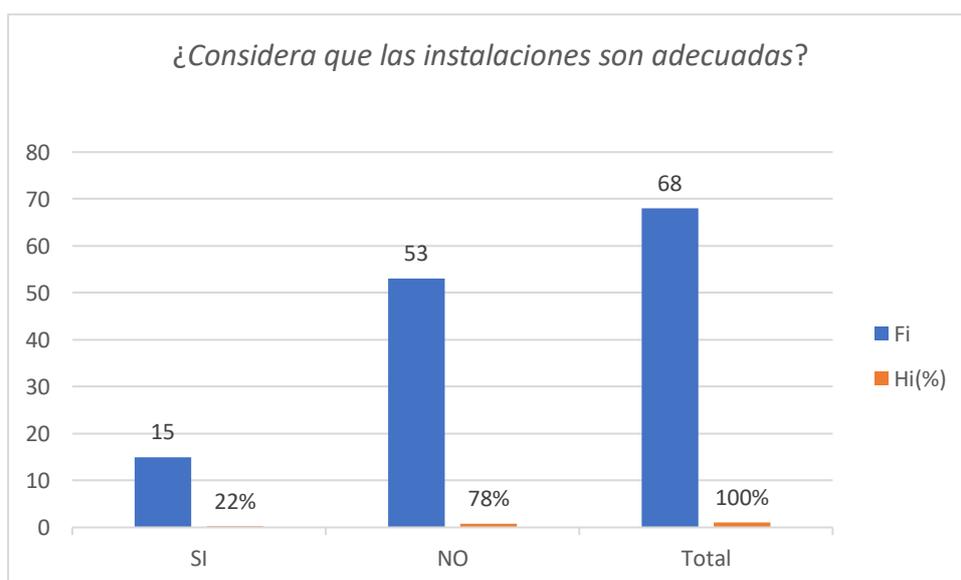
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 15. ¿Considera que las instalaciones son adecuadas?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	15	22%
NO	53	78%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019

**Figura 12.**



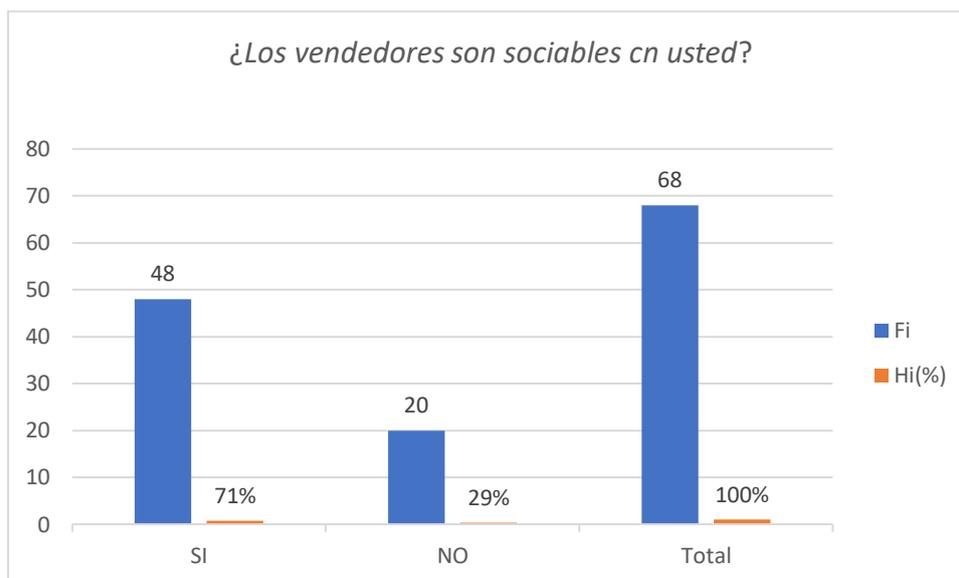
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 16.** *¿Los vendedores son sociables con usted?*

Opción	Fi	Hi (%)
SI	48	71%
NO	20	29%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019.

**Figura 13.**



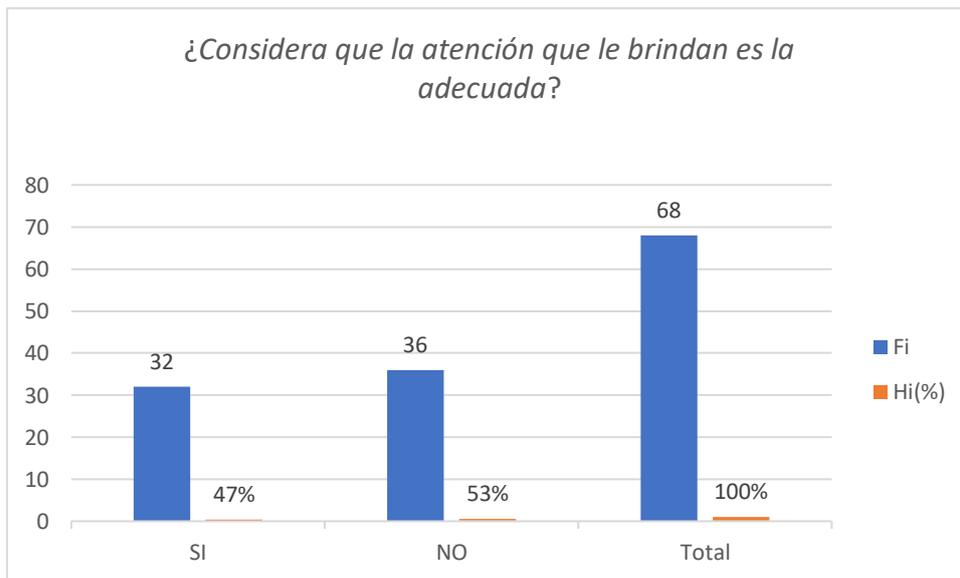
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 17. ¿Los vendedores utilizan términos adecuados o correctos?**

Opción	Fi	Hi (%)
SI	32	47%
NO	36	53%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019

**Figura 14.**



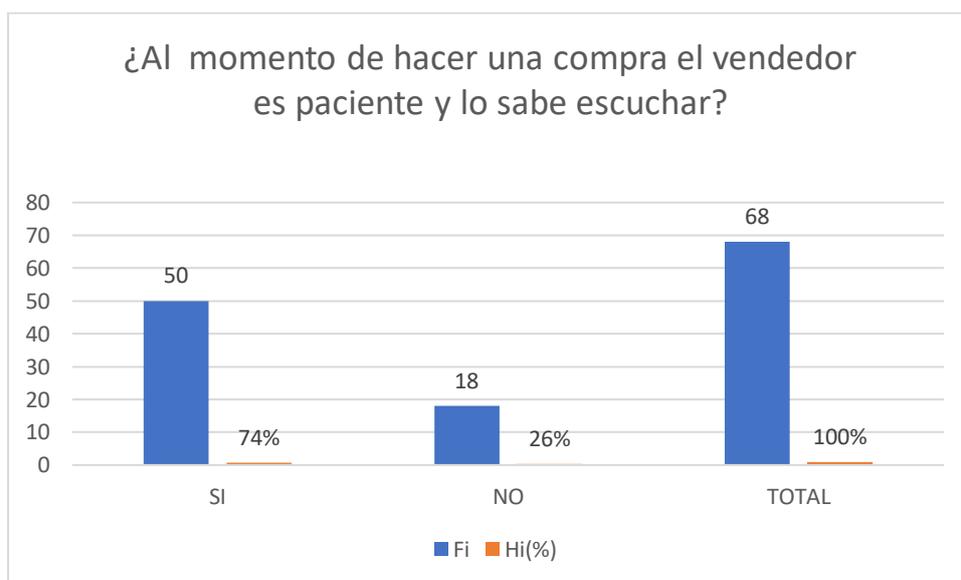
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 18.** ¿Al momento de hacer una compra el vendedor es paciente y lo sabe escuchar?

Opción	Fi	Hi (%)
SI	50	74%
NO	18	26%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019

**Figura 15.**



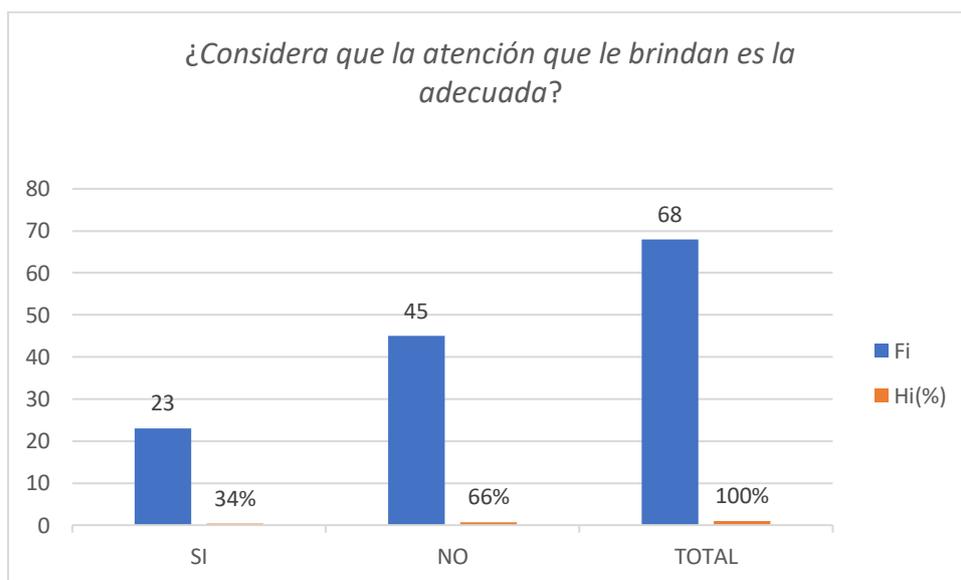
**Fuente:** Elaboración propia

**Tabla 19.** ¿Considera que el vendedor es creativo al mostrarle los productos?

Opción	Fi	Hi (%)
SI	23	34%
NO	45	66%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de las tiendas de ropa, 2019

**Figura 16.**



**Fuente:** Elaboración propia

## 5.2. Análisis de resultados

**En el cuadro 5**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 60% (3) manifestaron que si han solicitado algún tipo de crédito financiero y el 40% (2) manifestaron que no han solicitado algún tipo de crédito financiero se corrobora con el autor (Dioses, 2019) . Según la revelación de los empresarios respecto al financiamiento, la principal fuente de este sector son los recursos propios y los préstamos de instituciones no bancarias son la última fuente financiamiento para capital de trabajo, esto se debería a las altas tasa de interés que cobran estas empresas del sector financiero.

**En el cuadro 6**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 100% (5) manifestaron que no tuvieron dificultad al solicitar un crédito financiamiento se corrobora con el autor (Patiño & Cardona, 2018) En su investigación en el sector financiero el 62% de las Mypes no cuenta con acceso a prestamos financieros y su mortalidad es muy alta ya que el 50% en un año quiebra y el 20% logra llegar al tercer año y el resto permanece ya que tiene menos competencia. Las empresas en sociedades registran en activos 21 millones y las personas naturales registran un activo de 2 millones en ese rubro.

**En el cuadro 7**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes del 100% (5) manifestaron que el financiamiento proveniente de terceros el 20% (1) recurrió a los Bancos, 20%(1) recurrió a cajas y el 60% (3) recurrió a otros tipos de financiamiento se corrobora con el autor (Correa , 2017) concluyó que los resultados obtenidos el financiamiento participa mejorando la capacidad de utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades.

**En el cuadro 8**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes del 100% (5) manifestaron que del crédito invertido el 80%(4) lo utilizaron en mercadería y el 20%(1) utilizaron el crédito invertido en otros, se corrobora con el autor (Martinez & Guercio, 2019) los empresario de aspectos particulares a la forma de financiación de la actividad de la forma como realizan las compras de la mercaderia, tanto al inicio de la puesta en marcha del emprendimiento como en la actualidad. Tercero, no existen estudios similares que reúnan dichas características y permitan esbozar políticas de financiamiento que se adecuen a las necesidades del sector.

**En el cuadro 9**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 100% (5) manifestaron que no han utilizado préstamos bancarios se corrobora con el autor (Dioses, 2019) . Según la revelación de los empresarios respecto al financiamiento, la principal fuente de este sector son los recursos propios y los préstamos de instituciones no bancarias son la última fuente financiamiento para capital de trabajo, esto se debería a las altas tasa de interés que cobran estas empresas del sector financiero.

**En el cuadro 10**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 40% (2) manifestaron que el plazo que le otorgaron por el crédito si es el adecuado y el 60% (3) manifestaron que el plazo que le otorgaron por el crédito no es el adecuado, se corrobora con el autor (Correa, 2017) el financiamiento que obtuvieron fue mediante cajas municipales, a corto plazo debido a que las entidad presta servicio a bajas tasas de interés, su principal necesidad para ocurrir a este financiamiento fue para la compra de mercadería.

**En el cuadro 11**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 40% (2) manifestaron que consideran que el monto de crédito que le han otorgado

si ha sido favorable para su negocio y el 60% (3) manifestaron que consideran que el monto de crédito que le han otorgado no ha sido favorable para su negocio, se corrobora con el autor (Correa, 2017) Respeto a la rentabilidad: el representante de la empresa manifiesta que otorgo acogida en el mercado, motivo que su negocio es rentable, así mismo su rentabilidad no ha disminuido en los dos últimos años. Finalmente, se concluyó que los resultados obtenidos el financiamiento participa mejorando la capacidad de utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades.

**En el cuadro 12**, luego de aplicar la encuesta a los propietarios de las MyPes el 60% (3) manifestaron que si han utilizado financiamiento mediante usuarios y el 40% (2) manifestaron que no han utilizado financiamiento mediante usuarios, se corrobora según el autor (Dioses,2019) la principal fuente de este sector son los recursos propios y los préstamos de instituciones no bancarias son la última fuente financiamiento para capital de trabajo, esto se debería a las altas tasa de interés que cobran estas empresas del sector financiero.

**En el cuadro 13**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 84% (57) manifestaron que consideran que la atención que le brindan es la adecuada y el 18% (26) consideran que la atención que le brindan no es la adecuada, se corrobora según el autor (Quinde, 2018) la empresa generalmente muestra cordialidad en la atención, además concluyo que el personal se compromete con orientar al cliente.

**En el cuadro 14**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 74% (50) manifestaron que si consideran que el vendedor se desempeña en relación a las necesidades del cliente y el 26% (18) consideran que el vendedor no se desempeña en relación a las necesidades del cliente, se corrobora según el autor (Toussaint,

2017) Estudio el programa de capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio

**En el cuadro 15**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 22% (15) manifestaron que si realizan reclamos constantemente y el 78% (53) manifestaron que no realizan reclamos constantemente, (Dominguez, 2019) aplica la innovación en los productos y la proactividad de los colaboradores, así mismo las estrategias de atención al cliente que usan en mayor porcentaje es la rapidez de atención y la amabilidad y finalmente los beneficios que obtiene las MYPE al brinda una buena atención al cliente es la lealtad y la difusión gratuita.

**En el cuadro 16**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 47% (32) manifestaron que consideran que las instalaciones si son adecuadas y el 53%(36) manifestaron que consideran que las instalaciones no son adecuadas, se corrobora según el autor (Guzman, 2020) determino que existen una deficiencia creando un malestar a las personas que acuden a la empresa, también carece de una estructura organizacional lo cual a provocado que e personal no sepa cual es su función afectando en el desempeño de ellos mismos al momento de brindas los productos en la compañía.

**En el cuadro 17**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 66% (45) manifestaron que los vendedores si son sociables y el 34% (23) manifestaron que los vendedores no son sociables, se corrobora según el autor (Domingues,2019) Con respecto a los elementos de competitividad se identificó que las MYPE aplican la innovación en los productos y la proactividad de los colaboradores, así mismo las estrategias de atención al cliente que usan en mayor porcentaje es la rapidez de atención y la amabilidad y finalmente los beneficios que obtiene las MYPE al brinda una buena atención al cliente es la lealtad y la difusión gratuita.

**En el cuadro 18**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 71% (48) manifestaron que los vendedores si utilizan términos adecuados o correctos y el 29% (20) manifestaron que los vendedores no utilizan términos adecuados o correctos, se corrobora según el autor (Guzman, 2020) que la situación actual determino que existen una deficiencia al momento de la atención al cliente, creando un malestar a las personas que acuden a la empresa, también carece de una estructura organizacional lo cual a provocado que e personal no sepa cual es su función afectando en el desempeño de ellos mismos al momento de brindar los productos en la compañía.

**En el cuadro 19**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 74% (50) manifestaron que al momento de hacer una compra el vendedor si es paciente y lo sabe escuchar y el 26% (18) manifestaron que al momento de hacer una compra el vendedor no es paciente y no lo sabe escuchar, se corrobora según el autor (Domingues, 2019) utilizan estrategias de atención al cliente que usan en mayor porcentaje es la rapidez de atención y la amabilidad y finalmente los beneficios que obtiene las MYPE al brinda una buena atención al cliente es la lealtad y la difusión gratuita.

**En el cuadro 20**, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 34% (23) manifestaron que consideran que el vendedor si es creativo al mostrarle los productos y el 66% (45) manifestaron que el vendedor no es creativo al mostrarle los productos, se corrobora con el autor (Toussaint, 2017) Estudio el programa de capacitación en personal training y habilidades de atención al cliente para mejorar la calidad de servicio.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. Las tiendas de ropa en la provincia de Zarumilla tuvieron que pedir préstamos bancarios a terceros para invertir en mercadería e infraestructura.
2. Los propietarios están de acuerdo con el plazo establecido de los préstamos pero o están de acuerdo con la tasa de intereses ya que son elevada para ellos.
3. La población manifestó que si se encuentran satisfechos con los productos que ofrece dichas tiendas ya que no tienen que ir a la frontera (aguas verdes) porque en las tiendas encuentras variedad de ropa.
4. El 50% de la población indicaron que el producto que reciben son de calidad y a buen precio, que las tiendas de ropa si cumplen con las expectativas ya que son creativos al mostrarle los productos son sociables y saben escuchar al cliente.
5. Como resultado del estudio concluimos que las MyPes en la provincia de Zarumilla tiene oportunidad de permanecer en el mercado por su variedad de productos y buen trato a sus clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, C. (2018). *Caracterización de la competitividad y financiamiento de las Mypes, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018*. [Universidad Católica Los Angeles De Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8166>
- Aguilar, S. A., & Esperanza, C. R. (2017). “Fuente de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las Mypes de la provincia de Huancayo.”
- Alberti, J. (1992). *Caracterización, inserción y promoción de pequeñas unidades productivas - José Pedro Alberti, Alicia Melgar - Google Libros* (C. 1992 (ed.)). [https://books.google.com.pe/books?id=8w-7AAAAIAAJ&q=caracterizacion+del+FINANCIAMIENTO&dq=caracterizacion+del+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiBI7uesq\\_pAhVvRN8KHhYhQAK04ChDoAQg1MAI](https://books.google.com.pe/books?id=8w-7AAAAIAAJ&q=caracterizacion+del+FINANCIAMIENTO&dq=caracterizacion+del+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiBI7uesq_pAhVvRN8KHhYhQAK04ChDoAQg1MAI)
- Alvarado, D. (2018). *EL CONTROL INTERNO Y EL DESEMPEÑO EMPRESARIAL DE LAS PYMES COMERCIALES*.
- Alvarado, O. (2018). *Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las Mypes del Sector Comercio del Rubro Tiendas de Ropa para Damas en el Distrito de Tumbes, 2017*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.
- Anguian, G. (2003). *Financiamiento del desarrollo con mercados de dinero y capital globalizados - Guadalupe Mántey de Anguiano, Noemi Levy Orlik - Google Libros* (P. M. Anguel (ed.); 1 Edición). [https://books.google.com.pe/books?id=6Orggg-ozPMC&pg=PA339&dq=financiamiento+bancario&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi2tJ\\_n6a3pAhWHUt8KHafFDd4Q6AEILjAB#v=onepage&q=financiamiento bancario&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=6Orggg-ozPMC&pg=PA339&dq=financiamiento+bancario&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi2tJ_n6a3pAhWHUt8KHafFDd4Q6AEILjAB#v=onepage&q=financiamiento bancario&f=false)
- Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036*. - Carmen Arenal Laza - Google Libros (T. EditorialFormacion.ES (ed.); 1 Edición). [https://books.google.com.pe/books?id=F2-\\_DwAAQBAJ&pg=PA89&dq=tiendas+de+ropa+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjFvdm71q7pAhUjnuAKHTcED90Q6AEIQDAD#v=onepage&q=tiendas de ropa atencion al cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=F2-_DwAAQBAJ&pg=PA89&dq=tiendas+de+ropa+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjFvdm71q7pAhUjnuAKHTcED90Q6AEIQDAD#v=onepage&q=tiendas de ropa atencion al cliente&f=false)
- Belen, M. L., & María, G. (2019). *La Estructura del Financiamiento de las Mypes en*

*Video Juegos en Argentina*. 13. <https://doi.org/10.24215/23143738e033>

- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente - Andrew Brown - Google Libros* (D. de S. S.A (ed.)). Butterworth-Heinemann. <https://books.google.com.pe/books?id=634hBJasWI4C&printsec=frontcover&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj34CyjKHPAhWBm-AKHdNuDv4Q6AEILjAB#v=onepage&q=ATENCION AL CLIENTE&f=false>
- Calva, J. (2007). *Financiamiento del crecimiento económico - Google Libros* (M. A. Porrua (ed.); 1 Edicion). Fomento Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=qcoZM3KZH7cC&pg=PA20&dq=concepto++DE+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwui643g5K3pAhWEZd8KHVEGCCAQ6AEIODAC#v=onepage&q=concepto DE FINANCIAMIENTO&f=false>
- Correa, N. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso comercial de abarrotes “Campos” del distrito de Tumbes, 2017*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Delgado, D. (2018). Las Pymes en el Ecuador y sus fuentes de financiamiento, El presente. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 1–18. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/04/pymes-ecuador-financiamiento.html>
- Dioses, K. (2019). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector comercio prendas de vestir de dama en Aguas Verdes-Tumbes 2019* [Universidad Católica Los Angeles de Chimbote]. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11666>
- Dominguez, M. (2019). *Caracterización de Competitividad y Atención al Cliente en MYPES rubro ropa damas en el mercado Juan Velasco Alvarado, Piura 2017*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Douglas, F. (2000). *Fundamentos de administración financiera - Douglas R. Emery, John D. Finnerty, John D. Stowe - Google Libros*. <https://books.google.com.pe/books?id=isR9DyNXdDwC&pg=PA585&dq=FINAN>

CIAMIENTO+a+corto+y+largo+plazo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj\_urm1tqLpAhWwmuAKHthLATwQ6AEIQTAD#v=onepage&q=FINANCIAMIENTO a corto y largo plazo&f=false

Escudero, M. (2017). *Comunicación y atención al cliente 2.ª edición* - MARÍA JOSÉ ESCUDERO SERRANO - Google Libros (Paraninfo (ed.); 2 Edición). <https://books.google.com.pe/books?id=mdXLDgAAQBAJ&pg=PA315&dq=atencion+al+cliente+dentro+del+mercado&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj2-uTi163pAhVHT98KHc-rDt4Q6AEIODAC#v=onepage&q=atencion al cliente dentro del mercado&f=false>

Fernandez, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado* - Ángel Fernández Nogales - Google Libros (2 Edición). <https://books.google.com.pe/books?id=LnVxgMkEhkgC&pg=PA89&dq=caracteristicas++principales+de+atencion+al+cliente+en+una+tienda+de+ropa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi1k5DX0q3pAhVwUN8KHfN9APEQ6AEIJjAA#v=onepage&q=caracteristicas principales de atencion al cli>

Francisco, R. J. S. J. (2013). *Economía y Financiamiento de la Salud* - Rios, Jorge Francisco - Google Libros (E. Dunker (ed.); 1 Edición). <https://books.google.com.pe/books?id=mjdfAgAAQBAJ&pg=PA45&dq=como+se+caracteriza+el+financiamiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjU3rOquK7pAhUFVt8KHV7cA1AQ6AEIQzAD#v=onepage&q=como se caracteriza el financiamiento&f=false>

Garcia, E. (2014). *Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio* - ENRIQUE GARCÍA PRADO - Google Libros (Nobel S.A). Ediciones Paraninfo S.A. <https://books.google.com.pe/books?id=jYizCgAAQBAJ&pg=PA91&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE+en+comercio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjks6nFsa3pAhVqUt8KHQ5jBcsQ6AEIMjAB#v=onepage&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE en comercio&f=false>

Garcia, M. (2008). *Las claves de la publicidad* - Mariola García Uceda - Google Libros (ESIC Editorial (ed.); 6 Edición). Libros Profesionales de Empresa ESIC. [https://books.google.com.pe/books?id=MSV9\\_aUxVzMC&pg=PA424&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-](https://books.google.com.pe/books?id=MSV9_aUxVzMC&pg=PA424&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-)

419&sa=X&ved=0ahUKEwjIsrmvrq3pAhUIInOAKHaBfDbkQ6AEIQTAD#v=one  
page&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE&f=false

Gonzales, P. (2016). *Gestión de la inversión y el financiamiento. Herramientas para la toma de ...* - Pedro Armengol Gonzales Urbina - Google Libros (1 edición).  
<https://books.google.com.pe/books?id=0LeaDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=financiamiento&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjSp-KZyKDpAhUNmuAKHUybCHcQ6AEIKzAB#v=onepage&q=financiamiento&f=false>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (Sexta). Mc Graw Hill.

Iriarte, E. (2013). *Alerta Laboral: Ley N° 30056 que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, el desarrollo productivo y el crecimiento* | IRIARTE & ASOCIADOS. Alerta Laboral: Ley N° 30056 Que Modifica Diversas Leyes Para Facilitar La Inversión, El Desarrollo Productivo y El Crecimiento.  
<http://www.iriartelaw.com/laboral22>

Lindao, M. (2018). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD DE LAS MYPES, SECTOR COMERCIO, RUBRO TIENDAS DE ROPA PARA DAMAS EN EL DISTRITO DE TUMBES, 2017*. Universidad Nacional los Angeles de Chimbote.

LLacsahuache, E. (2017). *Caracterización del Financiamiento y Rentabilidad de las Mypes en el Perú: Caso Ferretería "VARSAPI S.R.L". Tumbes-2016*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Lopez, S. (2018). *Estado del Arte sobre Problemática Financieras en Mypes: Estudio para América Latina*. 1–18.

Menez, L. (2019). Expectativas de supervivencia o cierre de las mypes en el estado de Morelos. Caso: Municipio de Jiutepec. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 8(16), 30–47.  
<https://doi.org/10.23913/ricea.v8i16.133>

MERTON, R. (2004). *Finanzas - Zvi Bodie, Robert C. Merton* - Google Libros.  
<https://books.google.com.pe/books?id=jPTppKDvIv8C&pg=PA418&dq=TIPOS+DE+FINANCIAMIENTO&hl=es->

419&sa=X&ved=0ahUKEwjOg6jGq6LpAhVEnuAKHVmYDBMQ6AEIJjAA#v=onepage&q=TIPOS DE FINANCIAMIENTO&f=false

Michael, E., & Brigham, E. (2007). *Finanzas Corporativas - Michael C. Ehrhardt, Eugene F. Brigham - Google Libros* (2 Edicion). Cengage Learning Editore S.A. [https://books.google.com.pe/books?id=bLOKcYHC0dsC&pg=PA544&dq=FINANCIAMIENTO+a+corto+y+largo+plazo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj\\_urm1tqLpAhWwmuAKHthLATwQ6AEINzAC#v=onepage&q=FINANCIAMIENTO a corto y largo plazo&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=bLOKcYHC0dsC&pg=PA544&dq=FINANCIAMIENTO+a+corto+y+largo+plazo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_urm1tqLpAhWwmuAKHthLATwQ6AEINzAC#v=onepage&q=FINANCIAMIENTO a corto y largo plazo&f=false)

Ministerio, P. (2015). *Estudio de la Situación Actual de las Empresas Peruanas*. 1–182.

Molina, D. (2017). *EL FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE AS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO LAVANDERIAS DE LA PROVINCIA DE HUARAZ-PERÍODO 2015*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote.

Motto, M., & Fernandez, M. (2014). *UF0259 - Servicio y atención al cliente en restaurante - MARINA MOTTO LÓPEZ, MIGUEL ÁNGEL FERNÁNDEZ MENÉNDEZ - Google Libros* (Paraninfo). Ediciones Paraninfo S.A. [https://books.google.com.pe/books?id=MwMfBQAAQBAJ&pg=PA113&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjt\\_6bCqa3pAhVDZN8KHby-AIQ6AEIKTAA#v=onepage&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=MwMfBQAAQBAJ&pg=PA113&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjt_6bCqa3pAhVDZN8KHby-AIQ6AEIKTAA#v=onepage&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE&f=false)

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). *Bioética y Ética en la UNESCO*. UNESCO.

Orlando, C. P., & Jhonatan, C. H. (2018). *Caracterización de los Sistemas de Financiamiento Utilizados por los Microempresarios de la Localidad de Bosa*. La Gran Colombia.

Oyola, K. (2018). *La Formalización de la Mype y su Influencia en la Evasión Tributaria en la Empresa Fask Express S.A.C.*

Palomo, M. (2014). *Atención al cliente - MARÍA PALOMO MARTÍNEZ - Google Libros* (P. S.A (ed.); 1 Edicion). <https://books.google.com.pe/books?id=WWWgBwAAQBAJ&printsec=frontcover>

&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-  
419&sa=X&ved=0ahUKEwj34CyjKHpAhWBm-  
AKHdNuDv4Q6AEISDAE#v=onepage&q&f=false

Perez, J. (2013). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al ...* - José Antonio Pérez Fernández de Velasco - Google Libros (E. Editorial (ed.)).  
Cultura Empresarial e Innovación.  
[https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE\\_EgC&pg=PA106&dq=caracteristicas+de+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWwerKza3pAhVBm-AKHUcAHcQ6AEIODAC#v=onepage&q=caracteristicas de atencion al cliente&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=2ibhVMNE_EgC&pg=PA106&dq=caracteristicas+de+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjWwerKza3pAhVBm-AKHUcAHcQ6AEIODAC#v=onepage&q=caracteristicas de atencion al cliente&f=false)

Perez, V. (2007). *Calidad Total en la Atención Al Cliente* - 'Vanessa Carolina Pérez Torres' - Google Libros (E. V. Ideas Propias2006 (ed.); 1 Edición). Ideas Propias.  
<https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=caracteristicas+de+atencion+al+cliente&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwipwry8yK3pAhWSc98KHRL3DsgQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false>

Pinson, L. (1998). *Veinte pasos para desarrollar tu negocio* - Linda Pinson, Jerry Jinnett - Google Libros (E. P. Mexico (ed.)). Upstar Publishing Company.  
[https://books.google.com.pe/books?id=RRWh-Hhcy0wC&pg=PA135&dq=PASOS+PARA+DESARROLLAR+EL+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie2MG5qK\\_pAhUDheAKHXbqBcgQ6AEIJjAA#v=onepage&q=PASOS PARA DESARROLLAR EL FINANCIAMIENTO&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=RRWh-Hhcy0wC&pg=PA135&dq=PASOS+PARA+DESARROLLAR+EL+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie2MG5qK_pAhUDheAKHXbqBcgQ6AEIJjAA#v=onepage&q=PASOS PARA DESARROLLAR EL FINANCIAMIENTO&f=false)

PUBLICACIONES, M. (2010). *Atención al cliente* - Google Libros (1 Edición). Vertice.  
[https://books.google.com.pe/books?id=SMcDP4U5z\\_AC&printsec=frontcover&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjF3I7nhqHpAhUFUt8KHfhaD-IQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=SMcDP4U5z_AC&printsec=frontcover&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjF3I7nhqHpAhUFUt8KHfhaD-IQ6AEIJjAA#v=onepage&q&f=false)

Publicaciones, V. (2010). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios* - Equipo Vértice - Google Libros (VERTICE (ed.)). Publicaciones Vertice S.L.  
<https://books.google.com.pe/books?id=h1hwqKvwW0wC&printsec=frontcover&d>

q=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj34CyjKHpAhWBm-AKHdNuDv4Q6AEINzAC#v=onepage&q&f=false

Quinde, J. (2018). “*Caracterización de la atención al cliente y financiamiento de las MYPES, sector servicio rubro hospedajes en el centro de Tumbes, 2018*”. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

Rebeca, G. G. (2020). *Estrategia para mejorar la Atención al Cliente del centro ferretero “MEGACUMBAS” matriz de la ciudad de Puyo*. [Universidad Regional Autónoma de los Andes]. <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10987/1/PIUPADM0005-2020.pdf>

Ruiz, M. (2018). *Más del 50% de mypes cierran antes de 3 años Economía | Peru21*. 1. <https://peru21.pe/economia/50-mypes-cierran-3-anos-405727-noticia/>

Salen, H. (2004). *Los secretos del merchandising activo o Cómo ser el número 1 en el punto de ... - Henrik Salén - Google Libros* (D. de S. S. 1994 (ed.); 1 edición). [https://books.google.com.pe/books?id=tQhYWzVqFMQC&pg=PA142&dq=definiciones+de+tiendas+de+ropa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi2tbOAXa7pAhXoUN8KHcPrDF0Q6AEIJjAA#v=onepage&q=definiciones de tiendas de ropa&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=tQhYWzVqFMQC&pg=PA142&dq=definiciones+de+tiendas+de+ropa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi2tbOAXa7pAhXoUN8KHcPrDF0Q6AEIJjAA#v=onepage&q=definiciones+de+tiendas+de+ropa&f=false)

Sancho, J. (2012). *Dependiente de comercio - José Amador Sancho Frías - Google Libros*. Publicacionesl Vertice S.R.L. [https://books.google.com.pe/books?id=uMJMrE8SV8QC&pg=PA56&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE+en+comercio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwijo\\_mJu63pAhXHTd8KHcHhALUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE en comercio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=uMJMrE8SV8QC&pg=PA56&dq=ELEMENTOS+CLAVES+DE+ATENCION+AL+CLIENTE+en+comercio&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwijo_mJu63pAhXHTd8KHcHhALUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=ELEMENTOS CLAVES DE ATENCION AL CLIENTE en comercio&f=false)

Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor - Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk - Google Libros* (8 edición). Pearson Pertgen Hall. [https://books.google.com.pe/books?id=Wqj9hlxqW-IC&pg=PA185&dq=definicion+de+atencion+al+clientes+en++tiendas+de+ropa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjzktHo7K\\_pAhUNJt8KHQT-](https://books.google.com.pe/books?id=Wqj9hlxqW-IC&pg=PA185&dq=definicion+de+atencion+al+clientes+en++tiendas+de+ropa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjzktHo7K_pAhUNJt8KHQT-)

BhsQ6AEIMTAB#v=onepage&q=definicion de atencion al clientes en tiendas de ropa&f=false

Torres, V. (2006). *Calidad Total en la Atención Al Cliente - 'Vanessa Carolina Pérez Torres ' - Google Libros* (Ideas Apropriadas Editorial Vigo (ed.); 1 Edicion). <https://books.google.com.pe/books?id=xXdBBinORegC&printsec=frontcover&dq=ATENCION+AL+CLIENTE&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj34CyjKHpAhWBm-AKHdNuDv4Q6AEIPzAD#v=onepage&q=ATENCION AL CLIENTE&f=false>

Toussaint, S. (2017). *Capacitaciones en Personal Training y Habilidades de Atención Al Cliente para Mejorar la Calidad del Servicio brindando en el Area de Deportes de la tienda de ropa Ripley, en la ciudad de Trujillo en el año 2016*. Universidad Privada Antenor Orrego.

Código de Ética para la Investigación, Pub. L. No. Versión 002, 1 (2019).

## ANEXOS

### Anexo 01: Encuesta

#### ENCUESTA

**ESTA ENCUESTA TIENE COMO PROPOSITO IDENTIFICAR Y DAR A CONOCER LOS INTERESES DEL PUBLICO RESPECTO A LAS TIENDAS DE ROPA DE LA PROVINCIA DE ZARUMILLA – 2019.**

1.- ¿Considera que la atención que le brindan es la adecuada?

SI  NO

2.- ¿Considera que el vendedor se desempeña en relación a las necesidades del cliente?

SI  NO

3.- ¿Realiza reclamos constantemente?

SI  NO

4.- ¿Considera que las instalaciones son adecuadas?

SI  NO

5.- ¿Los vendedores son sociables con usted?

SI  NO

6.- ¿Los vendedores utilizan términos adecuados o correctos?

SI  NO

7.- ¿Al momento de hacer una compra el vendedor es paciente y lo sabe escuchar?

SI  NO

8.- ¿Considera que el vendedor es creativo al mostrarle los productos?

SI  NO

## ENCUESTA

ESTA ENCUESTA TIENE COMO PROPOSITO IDENTIFICAR Y DAR A CONOCER LA VARIABLE FINANCIAMIENTO EN LAS TIENDAS DE ROPA DE LA PROVINCIA DE ZARUMILLA – 2019.

1.- ¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?

SI

NO

2.- ¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiero?

SI

NO

3.- ¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?

BANCOS.

CAJAS DE AHORRO – CREDITO

COOPERATIVAS

OTROS

4.- ¿En que fue invertido el crédito?

MERCADERIA

INFRAESTRUCTURA

OTROS

5.- ¿Ha utilizado préstamos bancarios??

SI

NO

6.- ¿El plazo que le otorgaron por el crédito es el adecuado?

SI

NO

7.- ¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?

SI

NO

8.- ¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios?

SI

NO

**Anexo 2: Validación de encuesta**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo DARWIN EBERT ABUILAR CHUQUIZUTA

Identificado con DNI 45812667 Carnet de Colegio N° 11825

Con el grado de: Mg. Lic. en administración

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 el estudiante **Melody Taboada Cárdenas**, 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 en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 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, Junio de 2019**

  
Mg. Darwin Aguilar Chuquizuta  
CLAP 11825  
DOCENTE TUTOR

Sello y Firma.

Scanned by TapScanner

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización del Financiamiento y Atención al Cliente en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 2018

AUTOR: Taboada Cárdenas Melody

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
<b>FINANCIAMIENTO</b>									
10E	<b>Identificar la Caracterización del Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
1	¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
2	¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
3	¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?	✓			✓		✓		✓
4	¿En que fue invertido el crédito?	✓			✓		✓		✓
20E	<b>Determinar los Tipos de Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
5	¿Ha utilizado préstamos bancarios?	✓			✓		✓		✓
6	¿El plazo que le otorgaron por el crédito es el adecuado?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?	✓			✓		✓		✓
8	¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios ?	✓			✓		✓		✓

Mg. Darwin Aguilar Chuquiza  
 CLAP 11825  
 DOCENTE TUTOR

Scanned by TapScanner

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización del Financiamiento y Atención al Cliente en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 2018

AUTOR: Taboada Cárdenas Melody

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
<b>FINANCIAMIENTO</b>									
10E	<b>Identificar la Caracterización del Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
1	¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
2	¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
3	¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?	✓			✓		✓		✓
4	¿En que fue invertido el crédito?	✓			✓		✓		✓
20E	<b>Determinar los Tipos de Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
5	¿Ha utilizado préstamos bancarios?	✓			✓		✓		✓
6	¿El plazo que le otorgaron por el crédito es el adecuado?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?	✓			✓		✓		✓
8	¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios ?	✓			✓		✓		✓

Mg. Darwin Aguilar Chuquiza  
 CLAP 11825  
 DOCENTE TUTOR

Scanned by TapScanner



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

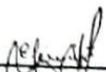
Yo, EDUARDO JIMENEZ IZQUIERDO

Identificado con DNI... 00327893 ..... Carnet de Colegio N°... 02621 .....

Con el grado de: BACHILLER EN ADMINISTRACION

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 el estudiante **Melody Taboada Cárdenas**, 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 en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 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, Junio de 2019

  
\_\_\_\_\_  
Dr. Eduardo Jimenez Izquierdo  
RUC - CLAD N° 02621  
Sello y Firma.

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN

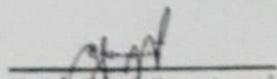
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TÍTULO: Caracterización del Financiamiento y Atención al Cliente en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 2018

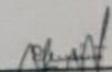
AUTOR: Taboada Cárdenas Melody

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso aqiescente?		¿Se necesita más items para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
<b>FINANCIAMIENTO</b>									
10E	<b>Identificar la Caracterizacion del Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
1	¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
2	¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiamiento?	✓			✓		✓		✓
3	¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?	✓			✓		✓		✓
4	¿En que fue invertido el crédito?	✓			✓		✓		✓
20E	<b>Determinar los Tipos de Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
5	¿Ha utilizado préstamos bancarios?	✓			✓		✓		✓
6	¿El plazo que le otorgaron por el crédito es el adecuado?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?	✓			✓		✓		✓
8	¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios ?	✓			✓		✓		✓

  
 Lic. Adm. Edgar Jiménez Izquierdo  
 RUC - CLAD N° 82623

ATENCION AL CLIENTE								
30E	<b>Determinar los Elementos Claves de Atención al Cliente en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018</b>							
9	¿Considera que la atención que le brindan es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
10	¿Considera que el vendedor se desempeña en relación a las necesidades del cliente?	✓		✓		✓		✓
11	¿Realiza reclamos constantemente?	✓		✓		✓		✓
12	¿Considera que las instalaciones son adecuadas?	✓		✓		✓		✓
40E	<b>Determinar los Factores de Atención al Cliente en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>							
13	¿Los vendedores son sociables con usted?	✓		✓		✓		✓
14	¿Los vendedores utilizan términos adecuados o correctos?	✓		✓		✓		✓
15	¿Al momento de hacer una compra el vendedor es paciente y lo sabe escuchar?	✓		✓		✓		✓
16	¿Considera que el vendedor es creativo al mostrarle los productos?	✓		✓		✓		✓

  
 Lic. Adm. Edgardo Jimenez Izquierdo  
 RUC - CLAD N° 92621



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS**

Yo *Edita Jerid Periche Castro*.....

Identificado con DNI *41799958*..... Carnet de Colegio N° *04038*.....

Con el grado de: *Maestría con mención en 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 el estudiante **Melody Taboada Cárdenas**, 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 en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 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.

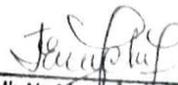
**Tumbes, Junio de 2019**

  
Ms. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro  
CLAD - 04038

-----  
**Sello y Firma.**

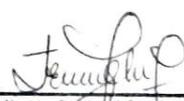
Scanned by TapScanner

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE									
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN									
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN									
TÍTULO: Caracterización del Financiamiento y Atención al Cliente en las Mypes Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa en la Provincia de Zarumilla 2018									
AUTOR: Taboada Cárdenas Melody									
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
<b>FINANCIAMIENTO</b>									
10E	<b>Identificar la Caracterización del Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
1	¿Ha solicitado algún tipo de crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
2	¿Tuvo dificultad al solicitar un crédito financiero?	✓			✓		✓		✓
3	¿Si el financiamiento proviene de terceros a qué tipo de entidad recurrió?	✓			✓		✓		✓
4	¿En que fue invertido el crédito?	✓			✓		✓		✓
20E	<b>Determinar los Tipos de Financiamiento en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>								
5	¿Ha utilizado préstamos bancarios?	✓			✓		✓		✓
6	¿El plazo que le otorgaron por el crédito es el adecuado?	✓			✓		✓		✓
7	¿Considera que el monto de crédito que le han otorgado ha sido favorable para su negocio?	✓			✓		✓		✓
8	¿Ha utilizado financiamiento mediante usuarios ?	✓			✓		✓		✓

  
 Mg. Lic. Adm. Edita Jery Pineda  
 CLAD - 04038

Scanned by TapScanner

ATENCION AL CLIENTE								
30E	<b>Determinar los Elementos Claves de Atención al Cliente en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018</b>							
9	¿Considera que la atención que le brindan es la adecuada?	✓		✓		✓		✓
10	¿Considera que el vendedor se desempeña en relación a las necesidades del cliente?	✓		✓		✓		✓
11	¿Realiza reclamos constantemente?	✓		✓		✓		✓
12	¿Considera que las instalaciones son adecuadas?	✓		✓		✓		✓
40E	<b>Determinar los Factores de Atención al Cliente en las MYPES Sector Comercio, Rubro Tienda de Ropa, en la Provincia de Zarumilla, 2018.</b>							
13	¿Los vendedores son sociables con usted?	✓		✓		✓		✓
14	¿Los vendedores utilizan términos adecuados o correctos?	✓		✓		✓		✓
15	¿Al momento de hacer una compra el vendedor es paciente y lo sabe escuchar?	✓		✓		✓		✓
16	¿Considera que el vendedor es creativo al mostrarle los productos?	✓		✓		✓		✓

  
 Mg. Lic. Adm. Edith Jervis Peñiche Castro  
 CLAD - 04038

Scanned by TapScanner

### Anexo 3: Turnitin

Tablero del curso 

Mis entregas

Ocultar barras laterales

Sección 1

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Revisión turnitin: informe final - Sección 1	19 ene 2021 - 00:00	16 mar 2021 - 00:00	16 mar 2021 - 23:59

 Actualizar entregas

	Titulo de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
 Ver recibo digital	<a href="#">TESIS</a>	1532646169	14/03/2021 13:01	4% 	Entregar Trabajo   --