



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Factores asociados a la morosidad en los clientes de la
empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa,
Chepén-2022**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Contador Público**

AUTORAS:

Chilon Nuñez, Yency Marcia (ocird.org/ 0000-0002-4922-3411)
Suarez Valladares, Darlene Fabiola (ocird.org/ 0000-0002-1228-9302)

ASESOR:

Dr. Chávez Vergara, Fernando Bernabé (ocird.org/ 0000-0002-5926-9878)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA :

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHEPEN - PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedicamos principalmente a Dios por iluminarnos en cada etapa de nuestro entendimiento para llevar a cabo la realización del presente trabajo de investigación, y por habernos permitido llegar hasta este momento crucial de nuestra formación como profesionales, también dedicado a nuestros padres por su apoyo incondicional que nos brindan para poder ser unas personas de bien profesional, así mismo a nuestro docente y compañeros para que de esta manera podamos ampliar y enriquecer nuestros conocimientos con el respectivo trabajo de investigación.

Las Autoras

Agradecimiento

Agradecemos sinceramente a Dios por permitirnos alcanzar nuestras metas y a nuestros padres porque a través de sus guías y amor inalcanzable, que siempre nos han apoyado para así poder alcanzar nuestras metas en el transcurso de nuestras vidas.

Nuestro agradecimiento también a la directora Yrma Meri Poemape López de Rojas por su afecto y confianza brindada al ser parte de la empresa que nos ha brindado información para la investigación respectiva.

Finalmente agradecer al Dr. Fernando Bernabé Chávez Vergara docente de la Universidad Cesar Vallejo por compartirnos su conocimiento y por ser nuestro guía en la presente investigación.

Las Autoras

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I.INTRODUCCIÒN	1
II.MARCO TEÒRICO	4
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización.....	12
3.3. Población, muestra y muestreo.....	13
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5 Procedimientos	16
3.6 Método de análisis de datos	16
3.7 Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	17
4.1 Desarrollo del objetivo específico 1	17
4.1 Desarrollo del objetivo específico 2	18
4.2 Desarrollo del objetivo específico 3	19
4.3 Desarrollo del objetivo específico 4	19
4.4 Desarrollo del objetivo general	20
V. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES.....	26
VII. RECOMENDACIONES	28
REFERENCIAS	29
ANEXOS.....	34

Índice de tablas

Tabla 1: Nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yрма Poemape Lopez E.I.R.L	17
Tabla 2: Factores demográficos en los clientes de la empresa Yрма Poemape Lopez E.I.R.L	18
Tabla 3: Factores geográficos en los clientes de la empresa Yрма Poemape Lopez E.I.R.L	19
Tabla 4: Factores económicos en los clientes de la empresa Yрма Poemape Lopez E.I.R.L	20
Tabla 5: Relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yрма Poemape Lopez E.I.R.L	21

Índice de figuras

Figura 1: Nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L	17
---	----

Resumen

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de determinar la relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022. En el cual se planteó el siguiente problema: ¿Cuál es la relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022?, así mismo tiene como objetivo general Determinar la relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022; y cuya hipótesis es: Existe relación entre los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Esta investigación consideró un estudio de enfoque cuantitativo, transversal correlacional multivariado, con diseño no experimental en el cual se aplicó una muestra de 100 clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa que se encuentra en la ciudad de Chepén. Los cuestionarios se aplicaron a toda la muestra para la recopilación de datos informativos.

Finalmente, esta investigación termina concluyendo que si existe una relación directa de los factores demográficos, geográficos, económicos con la morosidad de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L; es por ello que estos factores inciden significativamente en la gestión de las cuentas por cobrar comerciales de la empresa.

Palabras clave: Factores, morosidad, clientes.

Abstract

The present investigation was developed with the purpose of determining the relationship of the factors associated with delinquency in the clients of the company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L of direct sales, Chepen-2022. In which the following problem was raised: What is the relationship of the factors associated with delinquency in the clients of the company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L of direct sales, Chepen-2022?, Likewise, its general objective is to determine the relationship of the factors associated with delinquency in the clients of the direct sales company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L, Chepen-2022; and whose hypothesis is: There is a relationship between the Factors associated with delinquency in the clients of the company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L of direct sales, Chepén-2022.

This research considered a study with a quantitative, cross-sectional, multivariate correlational approach, with a non-experimental design in which a sample of 100 clients of the direct sales company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L located in the city of Chepen, was applied. The questionnaires were applied to the entire sample for the collection of informative data.

Finally, this investigation ends up concluding that if there is a direct relationship between demographic, geographical, economic factors with the delinquency of the clients of the company Yrma Poemape Lopez E.I.R.L; That is why these factors have a significant impact on the management of the company's trade accounts receivable.

Keywords: Factors, delinquency, clients.

I.INTRODUCCIÓN

La economía es un componente muy fundamental para el desarrollo de un sector o una organización, considerando el crecimiento económico que se encuentra a medida en el que se desarrolla la economía, así mismo está también trae como consecuencia a factores negativos como la morosidad creando una amenaza directa a las empresas; es por ello que limitar el efecto de la morosidad es uno de los objetivos clave, por lo que es importante que las empresas conozcan los factores que determinan el índice de morosidad. Prieto, W. et al. (2017).

En ese contexto, la morosidad es uno de los problemas que más cuesta sobrellevar y que afecta a la situación socioeconómica actual; por las situaciones que está atravesando el mundo; En Argentina, surgió una gama de cualidades específicas, las cuales incluye variables individuales como “edad, nacionalidad, género, educación, estado civil” y características del hogar (región de residencia, situación económica, tamaño del hogar), para explicar el comportamiento de los clientes hacia los pagos y las causas que inciden en sus retrasos. Bekerman y Golman (2021).

En Perú este problema no es la excepción de los riesgos que pueda causar la morosidad, los autores Bueno y Arias (2022) dan a conocer que la morosidad en tiempos de pandemia trajo como consecuencia el incumplimiento de sus obligaciones de pago, siendo este un gran problema para las empresas afectadas en el cual incrementa los niveles e indicadores de morosidad.

Para esta investigación se realizó un estudio a la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022, la cual se dedica a comercializar cosméticos de belleza; así mismo se vio las causas y motivos que llevan a los clientes a la falta de pago de sus cuentas. Además, es necesario identificar los factores con un alto índice de morosidad.

La presente investigación consideró como problema general la siguiente interrogante: ¿Cuál es la relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022? Por tal motivo, se justifica teóricamente debido a que el tema de investigación es un problema social de actualidad a nivel mundial, que afecta a las empresas de venta directa. Además, se presenta una justificación práctica porque permite determinar cómo se presentan los factores relacionados a la morosidad para los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022, por lo que se ha realizado una revisión completa para tener una comprensión clara del tema. Asimismo, esta investigación es considerada de manera práctica ya que servirá de apoyo para futuras investigaciones, de tal manera que al usar dichos datos puedan generar un tema de total interés.

Finalmente se justifica metodológicamente porque se empleó procedimientos para poder llegar a los resultados, así mismo se usa la técnica de investigación cuantitativa y la síntesis en relaciones entre ambas variables.

El objetivo general que se ha planteado en la presente investigación es: Determinar la relación de los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Como objetivos específicos tenemos:

OE 01: Determinar el nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

OE 02: Determinar los factores demográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

OE 03: Determinar los factores geográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

OE 04: Determinar los factores económicos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

De la misma manera, se formuló como hipótesis de investigación: Existe relación entre los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

II. MARCO TEÓRICO

Para los antecedentes a nivel internacional se ha encontrado como base los que a continuación detallamos:

Mancheno, D. (2018), tuvo como objetivo: establecer los factores que conducen a la morosidad. El método utilizado es no experimental, la técnica que se ha aplicado fue un cuestionario. La población es la costa del Ecuador. Concluyó que el costo del crédito extendido fue la causa del incumplimiento de sus pagos. Para el autor, los altos costos crediticios son el principal problema, ya que al incrementar las tasas de interés obligan a los clientes a incumplir dichos pagos, así mismo recomendó que las tasas de interés deben analizarse a favor de ambas partes.

Buitrón y De la Cruz (2017), tuvo como objetivo: evaluar los índices que están afectando a la morosidad en el pago que se realizan al crédito. Su metodología fue exploratoria. Con una población de 20 tiendas. Técnica mediante un cuestionario. Concluyó que la mayor parte de sus clientes tienen un alto nivel de morosidad a consecuencia de su mala administración de su dinero. Según los autores recomiendan analizar la forma y porcentaje del crédito otorgado, para ver cómo afecta el comportamiento de los clientes ante la falta de pago.

Neema, B. L. (2019), nos da a conocer mediante su artículo que su objetivo principal es comprender cuales son las causas que canaliza la morosidad PYMES que se lleva a cabo en Dares Salaam, Tanzania. Este estudio tuvo un desarrollo inductivo, así mismo se empleó medidas de selección de datos tanto primarios como secundarios. Este autor concluye que se obtuvo un impacto positivo en la morosidad, por lo que significa que hubo un pequeño aumento de deuda ya que se tomó un préstamo para lanzarse a mercados nuevos, trayendo como consecuencia un aumento en la reincidencia crediticia.

Martínez et al. (2022), nos da a conocer que su principal objetivo es determinar las estrategias de cobranza que causan la morosidad, su investigación es no experimental y con técnica de dos cuestionarios, estableció su población con 26 personas que laboran en la empresa Martyni, así mismo tiene como muestra a 6 trabajadores. Estos autores concluyen que las estrategias de cobranza en esta empresa son inapropiadas esto debido a que no se ha estado llevando un buen control respecto al crédito otorgado a los clientes.

Abera A. (2019), en su artículo científico tuvo como objetivo principal evaluar las consecuencias que puede ocasionar la cartera de crédito en la morosidad, este artículo utilizó como herramienta una entrevista a 6 trabajadores y un cuestionario a 56 clientes, utilizando un método porcentual. Así mismo este autor llegó a la conclusión que el efecto de morosidad que conllevan los clientes se debe a que hay una falta de conocimiento por parte del personal ya que no se está evaluando al cliente antes de otorgar el préstamo.

Altuye y Hurtado (2018), el objetivo principal de esta investigación fue examinar los factores que causan un efecto en la morosidad del sistema bancario. Su metodología es explicativa y tiene un diseño correlacional, así mismo el instrumento de investigación que se empleó en este estudio es una encuesta, la muestra son los residentes fiscales de las cajas municipales del gobierno venezolano, un conjunto de ciudadanos venezolanos, llegando a una conclusión que la morosidad afecta el territorio de Venezuela esto se debe a la conducta de falta de pago de los ciudadanos y determina que sus factores macroeconómicos pueden afectar significativamente el financiamiento de las cajas de ahorro.

Fiallos J. (2017), su principal objetivo fue dar a conocer cómo afectan esta variable macroeconómica a la morosidad. Este autor enfoca mayormente en el uso de la estadística en su metodología. Su población cuenta con reportes a los clientes que se les han otorgado el crédito. Concluyendo que descubrió que los préstamos otorgados y los microcréditos se emitían con mayor frecuencia.

Según el conocimiento del autor, las variables microeconómicas tienen un fuerte impacto en la morosidad bancaria en el Ecuador.

Chandía y Carrasco (2015), tuvo como objetivo principal examinar los factores que causan algún efecto en la morosidad en los créditos universitarios. Esta investigación fue cuantitativa, de la misma manera para llegar a obtener sus resultados se hizo un estudio descriptivo, esta investigación tuvo como población de estudio a la universidad de la sede Concepción y Chillán, particularmente a los alumnos que fueron egresaron en el año 2012 en donde financiaron sus estudios con el crédito universitario, finalmente llega a la conclusión de que siendo una muestra menor se presentan que los estudiantes del sexo masculino son los que tienen un alto nivel de morosidad.

Para los antecedentes a nivel nacional se ha encontrado como base los que a continuación detallamos:

García, E (2021), su principal objetivo dar a conocer como la morosidad se relaciona con los clientes de estas empresas privadas y de venta directa, su estudio fue no experimental, esta investigación realizada conto con una muestra de 116 clientes, finalmente el autor llega a la conclusión que la condición económica del cliente influye de manera drástica en la morosidad, por ende, la mayoría de los clientes son morosos.

Burgos y Vigo (2018), su principal objetivo es determinar dichos factores que se relacionen con el grado de morosidad así mismo tiene como muestra 163 clientes en el cual finalmente termina concluyendo que el factor económico es el que genera mayor nivel de morosidad debido a que esto es de acuerdo a los ingresos que el cliente genere y al número de productos que el cliente adquiera.

Saénez, V (2021), tuvo como objetivo principal establecer cuáles son las fases que influyen en la reducción de morosidad de los clientes de esta empresa. Así mismo se utilizó como técnica una encuesta contando con una población de 528 clientes y con una muestra de 132 clientes. Concluyendo que las fases de cobranza si tienen una relación muy significativa con la morosidad,

en el cual de esta manera se puede evidenciar que dichas fases afectan de manera directa a la reducción de la morosidad en dichos clientes de esta empresa.

Cavero, J (2020), da conocer que su principal objetivo fue sugerir estrategias de cobranza para limitar la morosidad, empleando una investigación descriptiva, con diseño no experimental, así mismo utiliza la técnica del cuestionario. De la misma manera obtuvo como población al personal de la empresa Electronorte SA. Este autor concluye que estas estrategias de cobranza se deben fortalecer con el único propósito de reducir el índice de morosidad y a la misma vez mejorar la liquidez de la empresa.

Manya, E (2018), tuvo como objetivo principal especificar, analizar la magnitud del efecto de la morosidad sobre las ganancias. Su metodología es descriptiva. Cuenta con una población de 536 empresas. Así mismo usó como herramienta un cuestionario. Concluyó que las ganancias no se vieron afectadas por la morosidad. Este autor también demuestra que la morosidad no afecta las utilidades, estas métricas también deben analizarse de manera incremental, porque la utilidad es fundamental en cualquier empresa.

Chalco, A (2021), tuvo como principal objetivo determinar el nivel que tiene la morosidad entre las estrategias de sus obligaciones de pago, esta investigación tuvo un diseño no experimental, contando con una población de 40 colaboradores, este autor concluye en su investigación de que estas estrategias de cobranza guardan relación con los altos índices de morosidad.

Godoy, Y (2018), tuvo como principal objetivo: cuales son las relaciones que determinan la morosidad. El estudio fue descriptivo, así mismo tuvo una población de 32 colaboradores. Su instrumento utilizado fue una entrevista. En el cual este autor concluye que en realidad la gestión de cobranza tiene una relación muy significativa con la morosidad. Según este autor, la empresa debe disponer de herramientas o sistemas que ayuden hacer los seguimientos correspondientes para analizar las causas a los niveles de morosidad, esto

debe ser efectivamente diseñado y relacionarse directamente con los miembros de la organización.

Castillo y Rojas (2022), nos da a conocer que su principal objetivo fue examinar el nivel que está relacionado con cobranza y la morosidad, cuenta con un diseño experimental transeccional, utiliza la técnica de un cuestionario, así mismo cuenta con una población de 11, 000 clientes y determina su muestra con 372 clientes de dicha empresa. De esta manera el autor concluye su investigación de que las estrategias de cobranza si tienen relación significativa con la morosidad.

Espinoza et al. (2020), con el objetivo principal de establecer los factores que determinan la morosidad en los administradores financieros, en instituciones primarias específicas, este estudio es un estudio cualitativo exploratorio en el contexto de COVID-19, concluyendo que él estos factores tienen relación con la morosidad es decir la variable macroeconómica que generalmente se estudia como factor explicativo, generalmente en las siguientes formas: tasa de cambio del PIB real, salarios, tasas impositivas, desempleo, inflación, tipos de cambio, tasas de interés.

Guevara, A (2020), su principal objetivo fue analizar el impacto que tiene estos factores en relación a la morosidad de una empresa que brinda su servicio al sector financiero. Se trata de un estudio descriptivo con punto de vista cuantitativo, y no experimental, en el que la muestra estuvo conformada por 70 clientes morosos; utilizar el cuestionario de recogida de datos como herramienta. Los resultados finales señalaron que el 81% de las personas encuestadas indicó que los factores que llevaron a la demora fueron el nivel de ingresos, así como la duración del préstamo y por ende la tasa de interés. Por lo tanto, concluyen que los factores causantes a dicha morosidad en el sector financiero son los ingresos, la actividad, la educación, la salud y las costumbres.

Dentro de las definiciones teóricas tenemos a la primera variable morosidad.

La morosidad, en las empresas se refiere a los intereses que se da al no cumplir con sus obligaciones de pago, es decir que se le considera moroso al cliente que no haya pagado sus cuentas en la fecha establecida (Majaski, C. 2019). Así mismo la falta de pago se considera una obligación de tal manera que se debe agregar un interés al moroso (Chen y Murphy 2019), esto se da en repetidas veces en el cual se exige un pago para cumplir sus obligaciones (Kimberley, U. 2014), de tal manera estas faltas quedan registradas para que la persona morosa no pueda adquirir otro beneficio, ya que se registrara y se verá el incumplimiento de sus obligaciones de pago. (Pedroza, S. 2016).

Bustamante, M y Bustamante, L (2018), menciona que la morosidad es un indicador de riesgo clave del grado de vulnerabilidad de un cliente con respecto a las obligaciones de pago vencidas, mostrando no solo el pasivo principal sino también los intereses ganados. Agregan que el término se refiere a una condición jurídica en la que una persona se encuentra morosa por la falta de pago en sus deudas.

Periche, G (2020). Conceptualiza a la morosidad como un incumplimiento de pago que tiene una empresa o una persona de forma negativa hacia quien recibe las obligaciones pactadas en una determinada fecha, ya sea por un producto o servicio adquirido por la otra parte.

Paredes, M (2015), describe a la morosidad como la falta de pago el cual tiene como consecuencia una mora, esto puede ser inducido ya sea por ausencia de ingresos que puede llevar a situaciones de incumplir de sus obligaciones de pago.

Asimismo se tuvo en cuenta las teorías relacionadas a la segunda variable que se divide en tres Factores demográficos, factores geográficos y factores económicos:

Pacheco, D (2018) nos dice que los factores demográficos se refieren a los aspectos y modelos culturales, creencias, actitudes y rasgos que identifican

a una población. Asimismo edad, género, nivel educativo, ingresos, estado civil, ocupación, religión, tasa de natalidad, tasa de mortalidad, composición familiar.

Douglas (2021) nos da a entender que los factores geográficos es el espacio físico de una persona por ejemplo su lugar de procedencia, zona, región, etc., para que de esta manera este factor se pueda identificar fácilmente como favorece esto a su actividad económica de la persona o empresa.

Peñafiel, L (2015) define los factores económicos como acciones que encaminan y amplían la capacidad de producción de bienes y servicios en la economía, satisfaciendo las necesidades sociales de las personas, determinando el grado de influencia por la coyuntura económica, así mismo enfatiza la demanda que define la liquidez de la empresa, así mismo podemos decir que si la economía del país es baja, este no le será indiferente.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

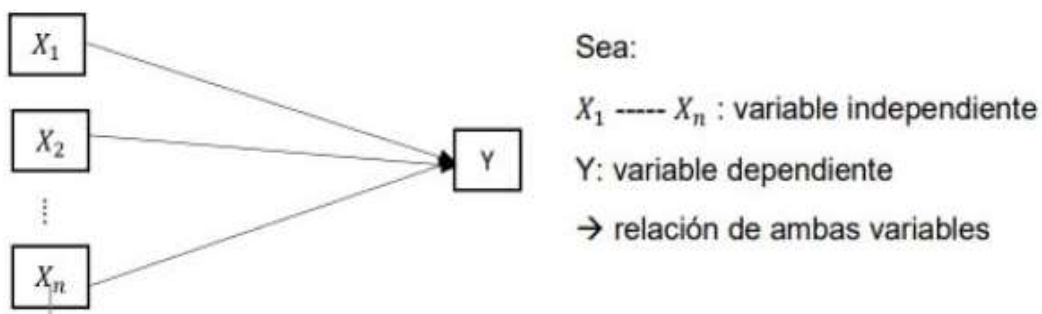
3.1.1 Tipo de investigación:

Esta investigación es considerada aplicada, por lo que está encaminada a resolver problemas emergentes y así gratificar a la sociedad, el estudio de hechos y fenómenos puede ser de beneficio práctico (Valderrama 2013). Así mismo CRAI. (2018) el trabajo de investigación es aplicable, porque tiene como finalidad indagar las teorías relacionadas con el tema para encontrar soluciones a los problemas encontrados.

3.1.2 Diseño de investigación

El estudio se desarrolló con diseño no experimental, porque se llevo a cabo sin distorsionar las variables y los datos que se han recolectado durante la investigación son solo para observación y análisis. No obstante, este es un levantamiento transversal ya que se tomó con una sola medición, con correlación multivariante se propone la existencia de una relación entre una variable dependiente y dos o más variables independientes.

Según su enfoque de la presente investigación fue cuantitativo, el cual Cadena et al. (2018) refiere que la investigación cuantitativa es cuando se recopilan los datos a base de un proceso estadístico por lo que el valor que se mide es cuantificable, por ejemplo: los porcentajes, las frecuencias y otros datos numéricos.



3.2. Variables y operacionalización

Variable dependiente: Morosidad

- Definición conceptual

Quintana, J (2018), expresa que la morosidad es aquello que nos indica una indiferencia del acto de no pagar a tiempo, es decir, el deudor paga tarde pero no paga a tiempo.

- Definición Operacional

Se operacionaliza con una dimensión: Deuda, con el fin de conocer las causas por la falta de pago, usando como técnica un cuestionario.

- Indicadores: si/no.
- Escala de medición: nominal.

Variable independiente: Factores demográficos, Factores geográficos, Factores económicos.

- Definición conceptual

Según Burgos y Vigo (2018), expresan que los factores demográficos son cualidades que describen a una población para que esta se distinga de otra, así mismo también podríamos decir que son características descriptivas de un grupo de personas, entre ellas se considera a la edad, el sexo, número de hijos, estado civil, nivel educativo.

- Definición Operacional

Se operacionaliza con seis dimensiones: Edad, sexo, hijos, estado civil, nivel de educación, ocupación, con el fin de conocer cuál de esta dimensión es la que más afecta al cumplimiento de las obligaciones de pago, usando como técnica un cuestionario.

- Indicadores: años cumplidos, masculino/femenino, número de hijos, educación (primaria, secundaria, superior), unión conyugal, trabajo.
- Escala de medición: razón, nominal, ordinal.

- Definición conceptual

Reis Digital (2022) define que los factores geográficos como apariencias que ayudan a identificar una sección territorial de un área específica, de la misma manera también se determina la zona ya sea rural o urbana en donde los pobladores residen.

- Definición operacional

Este factor se operacionaliza con dos dimensiones: procedencia, zona con el fin de conocer cuál de estas dimensiones es la causa de la falta de pago por parte de los clientes, usando como técnica un cuestionario.

- Indicadores: Chepén, Pacanga, Pueblo Nuevo, rural/urbano.
- Escala de medición: nominal.

- Definición conceptual

Según Chambi, J (2020) expresa que los factores económicos es una actividad que describe los aspectos monetarios en una organización o ingreso familiar, así mismo también determina el estado financiero y la economía de la persona o una empresa.

- Definición operacional

Este factor se operacionaliza con tres dimensiones: ingresos, situación laboral, inversión, con el fin de ver cómo afecta la falta de pago por parte de los clientes a la liquidez de la empresa, usando como técnica un cuestionario.

- Indicadores: Soles, activo/inactivo.
- Escala de medición: razón, nominal.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población:

La actual investigación se llevó a cabo en la Ciudad de Chepén, en donde se dio a conocer que estuvo conformado por 388 clientes que realizaron la compra de cosméticos de belleza en la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

Criterios de inclusión:

Se ha considerado a la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L. por los siguientes criterios:

Factores demográficos:

- Edades mayores de 23 años

Factores geográficos:

- Que se encuentren cerca de la jurisdicción donde se encuentre ubicada la empresa.

Factores económicos:

- Personas con ingresos equivalentes a la remuneración mínima vital.

Criterios de exclusión:

Factores demográficos:

- No se ha considerados a personas menores de 18 años.

Factores geográficos:

- No se ha considerado a personas que no se encuentren cerca de la jurisdicción donde está ubicada la empresa.

Factores económicos:

- No se han considerado a personas que no obtengan ingresos equivalentes a la remuneración mínima vital.

Muestra:

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Nos da a conocer que una muestra tiende a ser un subconjunto que se considera parte de un modelo de una población, estos datos que se han recopilado se extraerán de la muestra y la población mencionadas en investigación.

La muestra que se ha elegido estuvo constituida por un total de 100 clientes que realizaron la compra de cosméticos de belleza en la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

Muestreo:

En esta investigación se manejó un muestreo probabilístico.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Técnica

Young, T (2015), Afirma que la finalidad de la encuesta es para llevar a cabo una serie de preguntas sucesivas, con el único fin de recoger dicha información que será útilmente necesaria de un conjunto particular de sujetos o según lo indique el investigador. Por lo tanto, la encuesta se utilizó como método de recopilación de datos.

- Instrumento

Meneses, J (2016), Logró identificar el cuestionario como una herramienta útil para recolectar datos en diversas encuestas cuantitativas, y también se puede decir que es una herramienta esencial si los investigadores quieren recolectar información a través de este cuestionario ya sea con preguntas específicas y estructuradas sobre una población o una muestra. Por lo tanto, en este estudio, el cuestionario se utilizó como herramienta de recolección de datos.

- Validez

Para desarrollar el estudio se realizó la validación del instrumento por 3 expertos en el área de finanzas, para sustentar el cuestionario utilizado para la recolección de datos.

- Confiabilidad

Este trabajo de investigación no requiere una evaluación de confiabilidad porque las escalas son nominales.

3.5 Procedimientos

La presente investigación se realizó en cooperación directa con la organización, dando mayor seguridad a dicha información necesaria para lograr acceder y cumplir con los objetivos. Del mismo modo, los datos se recopilaron utilizando las herramientas mencionadas anteriormente. Junto con la información obtenida del cliente, se tabulo en una hoja de Excel, en el que fue analizado posteriormente. De igual manera, se tomó en cuenta el software SPSS para procesar algunos de los datos.

3.6 Método de análisis de datos

Este trabajo de investigación sus variables se utilizaron en una tabla de frecuencias, además de completar la encuesta mediante regresión logística, a través de la cual se recolectan datos para el análisis e investigación.

3.7 Aspectos éticos

Dicha investigación se lleva a cabo para así concluir con la idea de realizar investigaciones de manera responsable, siguiendo principios y estándares éticos, asegurando así el manejo adecuado de las comunicaciones recopiladas y refutando cualquier hecho del mal comportamiento científico. Así mismo, se han respetado la orientación dada por la Universidad Cesar Vallejo.

IV. RESULTADOS

4.1 Desarrollo del objetivo específico 1

Determinar el nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Tabla 1

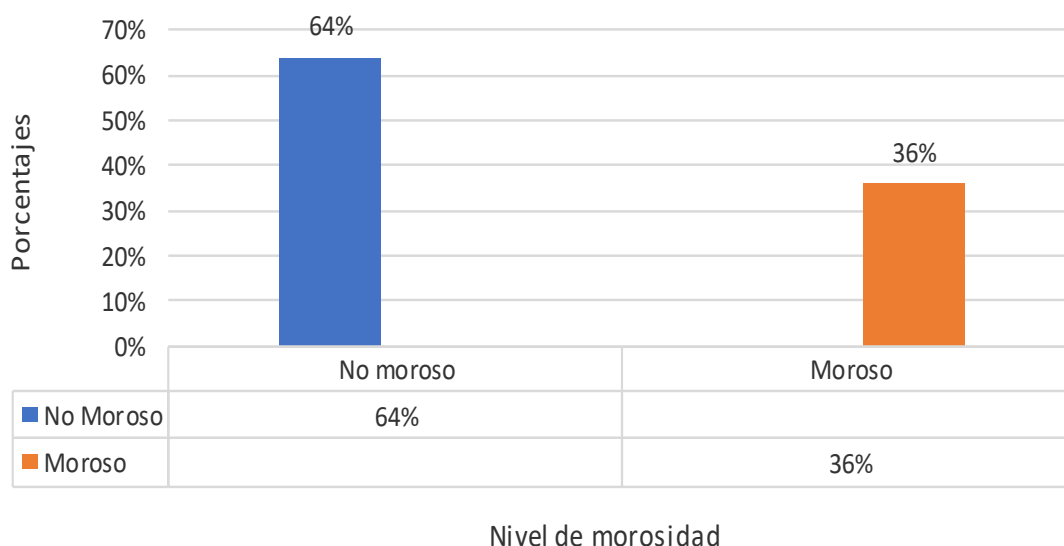
Nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

NIVEL	N°	%
No moroso	64	64
Moroso	36	36
Total	100	100

Nota. Datos obtenidos de la muestra

Figura 1

Nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.



Nota. Nivel de morosidad en los clientes de la empresa

En la tabla 1 nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén - 2022, se muestra que un 36% de dichos clientes han incurrido en morosidad.

4.1 Desarrollo del objetivo específico 2

Determinar los factores demográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Tabla 2

Factores demográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

FACTORES DEMOGRÁFICOS		N°	%
Edad	23 a 28	19	19
	29 a 34	33	33
	35 a 40	23	23
	41 a 46	17	17
	47 a 52	1	1
	53 a 65	7	7
Sexo	Femenino	88	88
	Masculino	12	12
Hijos	Sin hijos	14	14
	1 hijo	15	15
	2 a 3 hijos	64	64
	Más de 3 hijos	7	7
Estado civil	Soltero	16	16
	Casado	39	39
	Viudo	1	1
	Divorciado	8	8
	Conviviente	36	36
Nivel educativo	Primaria	1	1
	Secundaria	28	28
	Superior	71	71
Total		100	100

Nota. Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 2, se observa que el 33% de los clientes tienen una edad entre 29 a 34 años; el 88% son del sexo femenino; el 64% tienen entre 2 a 3 hijos; el 39% de los clientes son casados; el 71% tienen un nivel educativo superior.

4.2 Desarrollo del objetivo específico 3

Determinar los factores geográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Tabla 3

Factores geográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

FACTORES GEOGRÁFICOS		N°	%
Procedencia	Chepén	61	61
	Pacanga	22	22
	Pueblo Nuevo	17	17
Zona	Rural	33	33
	Urbano	67	67
Total		100	100

Nota. Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 3, se observa que el 61% de los clientes proceden de la ciudad de Chepén; y el 67% viven en una zona urbana.

4.3 Desarrollo del objetivo específico 4

Determinar los factores económicos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Tabla 4

Factores económicos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

FACTORES ECONÓMICOS	N°	%
Ingresos	1 a 600	10
	601 a 800	11
	801 a 1000	13
	1001 a 1200	30
	1201 a más	36
Situación laboral	Activo	71
	Inactivo	29
Dinero para inversión	1 a 50	5
	51 a 100	71
	101 a 150	18
	151 a más	6
Total	100	100

Nota. Datos obtenidos de la muestra

En la tabla 4, se observa que 36% de los clientes tiene ingresos de S/1201 a más soles; el 71% de los trabajadores tienen una situación laboral activa; el 71% de los clientes invierten en S/51 a S/100 soles.

4.4 Desarrollo del objetivo general

Determinar la relación de los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Tabla 5

Relación de los factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

CONCEPTO	B	Sig.
Constante	7.357	0.543
X1: Edad	0.199	0.032
X2: Sexo	0.388	0.312
X3: Hijos	3.450	0.022
X4: Estado civil	0.942	0.451
X5: Nivel educativo	0.769	0.254
X6: Procedencia	0.642	0.118
X7: Zona	1.003	0.208
X8: Ingresos	2.973	0.004
X9: Situación Laboral	9.980	0.001
X10: Dinero para inversiones	3.963	0.011

Nota. Datos obtenidos de la muestra

Modelo de regresión logística binaria: $Y = 7.357 + 0.199X_1 + 0.388X_2 + 3.45X_3 + 0.942X_4 + 0.769X_5 + 0.642X_6 + 1.003X_7 + 2.973X_8 + 9.98X_9 + 3.963X_{10}$

En la tabla 5 la Relación de los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022; se observa que las constantes que se relacionan directamente con la morosidad son la edad, tiene un 0.03; hijos tiene una significancia de 0.02; los ingresos tienen un 0.00; la situación laboral tiene un 0.00; finalmente el dinero para inversiones tiene un 0.011.

V. DISCUSIÓN

A partir de los resultados encontrados en función a los objetivos planteados en la presente investigación, podemos inferir lo siguiente:

En relación al objetivo específico número 1, el cual es determinar el nivel de morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022, según la tabla número 1 se observa que un 36% de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L han incurrido en morosidad lo que significa una reducción directa a la liquidez de la empresa. Lo dicho anteriormente guarda relación con lo concluido por García, E (2021), en su tesis titulada “Morosidad y su relación con características de clientes y proceso de venta en empresas privadas de venta directa, Trujillo - 2020”, donde señala que el 31.9% de los clientes están en condición de morosos. Por lo analizado se evidencia que la morosidad es un problema recurrente en la mayoría de empresas de venta directa que afecta notoriamente su economía y su flujo de caja. Por lo señalado de acuerdo a los resultados y a la información documental ya existente, estos autores consideran que existe un nivel de morosidad en la cartera de clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L.

Respecto con el objetivo específico número 2 que consiste en determinar los factores demográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022 según el resultado plasmado en la tabla 2 se evidencia que el 33% de la cartera de clientes tienen una edad entre 29 a 34 años; el 88% de la cartera clientes son del sexo femenino; el 64% de la cartera de clientes tienen entre 2 a 3 hijos; el 39% son casados; el 71% tienen un nivel educativo superior. Lo expresado guarda relación con lo concluido por Burgos y Virgo (2018) “Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - UNIQUE, provincia Pacasmayo – 2018” donde afirma que los factores demográficos que minimiza el riesgo de morosidad son 2, la edad y la educación es la cual reduce un gran porcentaje el riesgo de morosidad de los clientes, y en efecto dichos factores coinciden en la presente investigación. Por lo analizado estos autores consideran que hay un nivel de

semejanza entre los resultados obtenidos y lo evidenciado por otros autores al sostener que los principales factores demográficos de la morosidad de las empresas de venta directa son el nivel educativo y la edad.

Respecto con el objetivo específico número 3 que consiste en determinar los factores geográficos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022 según el resultado plasmado en la tabla 3 se evidencia que el 61% de la cartera de clientes proceden de Chepén y el 67% son de una zona urbana. Lo expresado guarda relación con lo concluido por Burgos y Virgo (2018) “Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - UNIQUE, provincia Pacasmayo – 2018” donde afirma que los factores geográficos que minimiza el riesgo de morosidad son 2, la procedencia y la zona, los cuales reducen un gran porcentaje el riesgo de morosidad de los clientes, y en efecto dichos factores coinciden en la presente investigación. Por lo analizado estos autores consideran que hay un nivel de semejanza entre los resultados obtenidos y lo evidenciado por otros autores al sostener que los principales factores geográficos de la morosidad de las empresas de venta directa son la procedencia cercana a la venta y la zona urbana como principales causas de la morosidad.

Respecto al objetivo específico número 4 que consiste en Analizar los factores económicos en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022 según el resultado plasmado en la tabla 4 se evidencia que el 36% de la cartera de clientes cuenta con ingreso de S/1,201.00 a más, el 71% de la cartera de clientes tienen una situación laboral activa y que el 71% hacen una inversión de S/51.00 a S/100.00. Lo expresado guarda relación con lo concluido por Burgos y Virgo (2018) “Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - UNIQUE, provincia Pacasmayo – 2018” donde afirma que los factores geográficos que minimiza el riesgo de morosidad son 3, los ingresos, su situación laboral y la inversión, los cuales reduce un gran porcentaje el riesgo de morosidad de los clientes, y en efecto dichos factores coinciden en la presente investigación. Por lo analizado estos

autores consideran que hay un nivel de semejanza entre los resultados obtenidos y lo evidenciado por otros autores al sostener que los principales factores económicos de la morosidad de las empresas de venta directa dependen de los ingresos, si cuentan con trabajo y el monto otorgado al crédito.

Con respecto al objetivo general que es determinar la relación de los Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022, en los resultados de significancia que se obtuvieron de acuerdo a cada factor: Edad 0.032, Sexo 0.032, Hijos 0.022, Estado civil 0.451, Nivel educativo 0.254, Procedencia 0.118, Zona 0.208, Ingresos 0.004, Situación Laboral 0.001, Dinero para inversiones 0.011, de esta manera los factores ya mencionados anteriormente tengan relación con la morosidad y su significancia debe ser menor del 0.05 es por ello que de acuerdo a los datos obtenidos los factores que tienen esta relación son la edad, tiene un 0.03; hijos tiene una significancia de 0.02; los ingresos tienen un 0.00; la situación laboral tiene un 0.00; finalmente el dinero para inversiones tiene un 0.011. Lo mencionado anteriormente guarda relación con lo concluido de García, E (2021), en su tesis titulada “Morosidad y su relación con características de clientes y proceso de venta en empresas privadas de venta directa, Trujillo - 2020”, la situación socioeconómica tiene una relación con la morosidad el cual se detalla de la siguiente manera: La edad del cliente no está significativamente relacionada (p -valor=0.701). El matrimonio está significativamente relacionado (p -valor: 0,003), por lo que estar casado tiene 6,2 veces más probabilidades de tener un riesgo de morosidad que el factor de soltero. El empleo de una persona es una característica importante (p -valor: 0,035) y por lo tanto un cliente empleado reduce el riesgo de morosidad en un 73%.

Así mismo también se puede observar que guarda una relación con lo concluido por Saénz (2021) en su tesis titulada “Estrategias de Cobranza para Reducir la Morosidad de los Clientes de la Empresa Electro Pangoa S.A. EPASA Satipo – 2020” donde dice que existe una relación muy significativa entre la estrategia de cobranza con la morosidad mostrando que los procesos

que se efectúan en las estrategias de cobranza afectan severamente a la reducción de la morosidad de los clientes de la Empresa. Así mismo la relación de estas variables (Estrategias de cobranza y morosidad), tienen una significancia del (0.000), en el cual esto repercute una reducción de morosidad en los clientes de la empresa.

VI. CONCLUSIONES

A partir del análisis de los resultados en función a los objetivos planteados en la presente investigación, podemos concluir lo siguiente:

1. Se concluye que existe un alto nivel de morosidad de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L, esto representa el 36% del total de la cartera de clientes, que no pueden cumplir sus obligaciones de pago, lo que afecta económicamente a la liquidez de la empresa.
2. Se concluye que los factores demográficos en cuanto a los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L corresponden al sexo femenino, el 33% de la cartera de clientes tienen un rango de edad entre 29 y 34 años, así mismo el 64% de estos tienen entre 2 a 3 hijos, a la vez el 71% de la cartera de clientes tienen un nivel educativo superior.
3. Se concluye que en los factores geográficos el 61 % de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L, proceden de la ciudad de Chepén, así mismo el 67% de la cartera de clientes pertenecen a una zona urbana; lo cual determina que la ubicación geográfica no repercute en la capacidad de pago de los clientes de la empresa.
4. Se concluye que los factores económicos el 41% de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L; tienen ingresos más de 1201 soles, así mismo el 71% de los clientes tienen una situación laboral activa, por lo que se observa que los clientes tienen capacidad de pago, sin embargo, no tienen una buena cultura financiera de cumplir con el pago de esas deudas.
5. Se concluye que si existe una relación directa de los factores demográficos, geográficos, económicos con la morosidad de los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L; es por ello que

estos factores inciden significativamente en la gestión de las cuentas por cobrar comerciales de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones en la presente investigación, podemos recomendar lo siguiente:

Se recomienda al titular gerente evaluar los factores demográficos, geográficos y económicos de la cartera de clientes revisando su situación financiera para establecer límites de crédito a fin de que la empresa no este expuesta a riesgo de morosidad.

Se sugiere al titular gerente, la implementación de un sistema de gestión de cobranza para que así se identifique de manera rápida a los clientes que tienen adeudo con la empresa, y minimizar el riesgo de que las cuentas por cobrar se conviertan en incobrables.

Se le recomienda al titular gerente, contratar con anticipación servicios financieros para transformar sus ventas al crédito en operaciones al contado, como el factoring para mejorar la capacidad de financiación del negocio.

Se le recomienda al titular gerente establecer por escrito una política de créditos que garantice a la empresa la recuperación de las cuentas por cobrar dentro de los plazos acordados con los clientes y la previsión de cuentas incobrables.

REFERENCIAS

- Abera A. (2019). Loan Portfolio and Effect of Delinquency :(Case of Wisdom Micro Finance Institution, Soddo Branch). Journal of Poverty, Investment and Development, 49, pp. 29-36.
- Altuye y Hurtado (2018) “Análisis de los Factores que influyen en la morosidad del sistema bancario venezolano (2005 – 2015)” Recuperado de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/364/36457129005/html/index.html>
- Bekerman y Golman (2021). ¿Qué determina la morosidad en las micro finanzas? El caso de la Asociación Civil Avanzar. Problemas Del Desarrollo. Revista Latinoamericana De Economía. DOI: <https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2018.195.62527>
- Bueno y Arias (2022) La morosidad de las Cajas Municipales del Perú en la era pre y post covid. Análisis del sector microempresarial obtenido de: <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/1352>
- Burgos y Vigo (2018). Factores económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - UNIQUE, provincia Pacasmayo – 2018. La Libertad, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/34094>.
- Bustamante, M y Bustamante, L (2018). Influencia de la morosidad en la rentabilidad del sector bancario peruano, periodo 2012-2016
- Buitrón y De la Cruz (2017). Análisis de los niveles de: morosidad en el pago de créditos a las tiendas de víveres y su incidencia en la dinámica operacional de las micro - empresas ubicadas en el cantón Santa Cruz - barrio Alborada. Obtenido de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/11385>

Cadena et al. (2018) Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales: <https://www.redalyc.org/pdf/2631/263153520009.pdf>

Castillo y Rojas (2022) “Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la empresa Emapa Huaral S.A. Lima 2020”, obtenido de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96206/Castillo_HZDP-Rojas_HFE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cavero, J (2020). Estrategias De Cobranza Para Reducir La Morosidad de los Clientes de la Empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019. Pimentel - Perú: Universidad Señor de Sipan

Chalco, A (2021), Estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranzas de Lima – 2021, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72750/Chalco_CA-SD.pdf?sequence=8&isAllowed=y

Chambi, J (2020). Factores externos y la morosidad de la Facultad de Ingeniería y Arquitectura, de la Universidad Peruana Unión, año 2019. Lima: Universidad Peruana Unión

Chandía y Carrasco (2015). Factores que inciden en la morosidad de los deudores de crédito universitario en la Universidad del Bío-Bío. Chile: Universidad del Bío-Bío. Obtenido de: <http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/1508/1/Chandia%20Reyes%2C%20Manuel%20Alejandro.pdf>

Chen y Murphy (2019). Default. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/d/default2.asp>

CRAI. (2018). Centro de Recursos para el aprendizaje y la investigación. Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Douglas (2021) Qué es segmentación geográfica obtenido de:
<https://www.zendesk.com.mx/blog/segmentacion-geografica/>

Espinoza et al. (2020), Defaulting: motivating factors for financial managers, in the context of COVID-19. (artículo científico),
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1395

Fiallos J. (2017) Determinantes de morosidad macroeconómicos en el sistema bancario privado del Ecuador.

García, E (2021) Morosidad y su relación con características de clientes y proceso de venta en empresas privadas de venta directa, Trujillo - 2020 obtenido de:
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63887/Garc%c3%ada_ZEJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y%20\(P.10\)](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63887/Garc%c3%ada_ZEJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y%20(P.10))

Godoy, Y (2018). Gestión de cobranzas y morosidad en la Empresa Inversiones JC & Asociados S.A.C., Lima, 2018.

Guevara, A (2020). Factores económicos, sociales y culturales y su influencia en la morosidad de la Financiera Ed pyme Alternativa S.A. Agencia Chota, 2018. La Libertad: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de:
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/7578>.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018). Metodología de la Investigación. McGRAW-HILL. México. Obtenido de: ISBN: 978-1-4562-2396-0

Kimberley, U. (2014). las políticas de ventas al crédito y su influencia en la morosidad de los clientes de la empresa import export. universidad privada Antenor orrego.

Majaski, C. (2019). Delinquent. Retrieved from
<https://www.investopedia.com/terms/d/delinquent.asp#axzz1t2m8wLFy>

- Mancheno, D. (2018). Determinantes de la morosidad sectorial en el Ecuador. Ecuador. Obtenido de: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/2794018>
- Manya, E (2018). Morosidad y su incidencia en la rentabilidad de los comerciantes mayoristas de abarrotes del distrito de la Victoria, 2017.
- Martínez et al. (2022). Estrategias de cobranza como instrumento para reducir la morosidad en la empresa Martyni, Colombia obtenido de: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1984>
- Meneses, J (2016). El cuestionario. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de: <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario>
- Neema, B. L. (2019). Causes of Loan Delinquency by Small and Medium Enterprises in Dar Es Salaam Tanzania. Journal of International Business, Innovation and Strategic Management, 2(2), pp. 1-16: https://www.academia.edu/42217466/Causes_of_Loan_Delinquency_by_Small_and_Medium_Enterprises_in_Dar_Es_Salaam_Tanzania
- Pacheco, D (2018). Factores demográficos, socioeconómicos y académicos que influyen sobre los resultados del componente genérico de la prueba saber pro. Obtenido de https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2645/1/TGT_1259.pdf
- Pedroza, S. (2016) Definiciones de morosidad obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/morosidad.html>
- Peñafiel, L (2015). Propuesta de un sistema de costos por órdenes de producción, en la empresa de productos químicos biodegradables proquipac cia ltda. trabajo, 3(2), 54– 67.

- Paredes, M (2015). El riesgo de crédito y su incidencia en el índice de morosidad de la cooperativa de ahorro y crédito San Francisco Ltda., de la ciudad de Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato
- Periche, G (2020). Delinquencies in the confinement of Covid-19 in the Rural Savings and Root Credit Fund, Perú. UNHEVAL, 206-212. ISSN: 1995 - 445X.
- Prieto, W. et al. (2017). La ciencia económica en tiempos de crisis. Apuntes del Cenes. DOI: <https://doi.org/10.19053/01203053.v36.n64.2017.5937>
- Reis Digital (2022) ¿Cómo pueden los factores geográficos afectar a tu empresa? Obtenido de: <https://reisdigital.es/empresa/factores-geograficos-de-una-empresa/>
- Saézn, V (2021) Estrategias de Cobranza para Reducir la Morosidad de los Clientes de la Empresa Electro Pangoa S.A. EPASA Satipo – 2020 obtenido de: https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2860/T037_47294085-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quintana, J (2018). “Factores de morosidad que inciden en la recaudación tributaria de la Municipalidad Provincial de Huaraz en el año 2017.” Universidad César Vallejo. Obtenido de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/28127>
- Valderrama (2013). Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica. 2ª Ed. Lima: Edit. San Marcos, 2013,495pp. ISBN: 9786123028787
- Young, T (2015). Research Methods in Intercultural Communication: A Practical Guide, Questionnaires and Surveys. Oxford: Newcastle University UK. DOI: 10.1002 / 9781119166283.ch11

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Operacionalización

TITULO: Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Relación	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Escala
<i>Dependiente</i>	Morosidad	La morosidad es aquello que nos indica una indiferencia del acto de no pagar a tiempo, es decir, el deudor paga tarde pero no paga a tiempo. (Quintana, J. 2018)	Se operacionaliza con una dimensión: Deuda, con el fin de conocer las causas por la falta de pago, usando como técnica un cuestionario.	Deuda	sí/no	nominal
<i>Independientes</i>	<i>Factores demográficos</i>	Factores demográficos son cualidades que describen a una población para que esta se distinga de otra, así mismo también podríamos decir que son características descriptivas de un grupo de personas. (Burgos y Vigo 2018).	Se operacionaliza con seis dimensiones: Edad, sexo, hijos, estado civil, nivel de educación, ocupación, con el fin de conocer cuál de estas dimensiones es la que más afecta al cumplimiento de las obligaciones de pago, usando como técnica un cuestionario.	Edad	años cumplidos	razón
				Sexo	masculino/femenino	nominal
				Hijos	Número de hijos	razón
				Estado Civil	Casado, soltero, viudo, divorciado, conviviente.	nominal
				Nivel de educación	Educación primaria, educación secundaria, educación superior	Ordinal
	Ocupación	Trabajo, labor o que hacer.	nominal			
	<i>Factores geográficos</i>	Los factores geográficos son apariencias que ayudan a identificar	Este factor se operacionaliza con dos dimensiones:	Procedencia	Chepén, Pacanga, Pueblo Nuevo	nominal

		una sección territorial de un área específica. (Reis Digital 2022)	procedencia, zona con el fin de conocer cuál de estas dimensiones es la causa de la falta de pago por parte de los clientes, usando como técnica un cuestionario.	Zona	Urbana/rural	nominal
	<i>Factores económicos</i>	Los factores económicos es una actividad que describe los aspectos monetarios en una organización o ingreso familiar, así mismo también determina el estado financiero y la economía de la persona o una empresa. (Chambi, J. 2020)	Este factor se operacionaliza con tres dimensiones: ingresos, situación laboral, inversión, con el fin de ver cómo afecta la falta de pago por parte de los clientes a la liquidez de la empresa, usando como técnica un cuestionario.	Ingresos	soles (s/.)	razón
				Situación laboral	Activo inactivo	nominal
				Inversión	soles (s/.)	razón

ANEXO 02: Muestra

Donde:

N: tamaño de población = 388

n: tamaño de muestra

N	388
Z	1.96
P	0.78
Q	0.22
e	0.07

$$n = \frac{NZ^2}{(N-1)E^2 + Z^2 pq} =$$

$$\frac{388 (1.962) * 0.78 * 0.22}{(388 - 1) * 0.072 + (1.962) * 0.78 * 0.22}$$

$$n = 100.09$$

ANEXOS 03: EL CUESTIONARIO VIRTUAL

Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.
Señale usted si presenta alguna deuda al momento de ser encuestado. <input type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO
Edad Tu respuesta
Sexo <input type="radio"/> Femenino <input type="radio"/> Masculino
Señale usted su número de hijos <input type="radio"/> Sin hijos <input type="radio"/> 1 hijo <input type="radio"/> 2 a 3 hijos <input type="radio"/> Más de 3 hijos
Señale usted su estado civil actual <input type="radio"/> Casado <input type="radio"/> Soltero <input type="radio"/> Viudo <input type="radio"/> Divorciado <input type="radio"/> Conviviente
Señale usted su nivel de educación <input type="radio"/> Educación Primaria <input type="radio"/> Educación Secundaria <input type="radio"/> Educación Superior
Ocupación y/o trabajo Tu respuesta
Indique usted su lugar de procedencia <input type="radio"/> Chepén <input type="radio"/> Pacanga <input type="radio"/> Pueblo Nuevo
Indique usted la zona en la que reside actualmente <input type="radio"/> Rural <input type="radio"/> Urbana
Señale usted el intervalo más cercano a sus niveles de ingresos. <input type="radio"/> 1-600 <input type="radio"/> 601-800 <input type="radio"/> 801-1000 <input type="radio"/> 1001-1200 <input type="radio"/> 1201 a más
Indique usted el estado de su situación laboral. <input type="radio"/> Activo <input type="radio"/> Inactivo
Señale usted el intervalo más cercano al monto destinado para invertir en productos. <input type="radio"/> 1-50 <input type="radio"/> 51-100 <input type="radio"/> 101-150 <input type="radio"/> 151 a más LINK DE LA ENCUESTA: https://forms.gle/w3MDZGyd5dPaTPSTA

N°	DEUDA (MOROSIDAD)	EDAD	GENERO	N°HIJOS	ESTADO CIVIL	NIVEL EDUCATIVO	INGRESOS	SITUACIÓN LABORAL	DINERO PARA INVERSIONES
1	NO	26	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
2	NO	28	Femenino	3	Divorciado	Educación Superior	801-100	Activo	51-100
3	NO	23	Femenino	0	Casado	Educación Superior	801-100	Activo	101-150
4	NO	25	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
5	NO	27	Femenino	0	Conviviente	Educación Primaria	801-100	Activo	51-100
6	NO	26	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	801-100	Inactivo	51-100
7	NO	23	Femenino	3	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
8	SI	27	Masculino	0	Casado	Educación Superior	1201 a más	Inactivo	51-100
9	NO	28	Masculino	2	Casado	Educación Superior	1001-1200	Inactivo	101-150
10	NO	26	Masculino	2	Conviviente	Educación Superior	801-100	Activo	51-100
11	NO	24	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
12	NO	25	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
13	SI	23	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
14	NO	24	Femenino	2	Soltero	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
15	NO	28	Femenino	0	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
16	SI	26	Femenino	0	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
17	NO	23	Femenino	0	Conviviente	Educación Secundaria	1201 a más	Activo	51-100
18	NO	27	Masculino	0	Soltero	Educación Secundaria	1201 a más	Activo	51-100
19	NO	25	Femenino	0	Conviviente	Educación Secundaria	1201 a más	Activo	51-100
20	NO	30	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
21	NO	31	Femenino	0	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
22	NO	34	Masculino	2	Conviviente	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
23	NO	30	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
24	NO	32	Femenino	3	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
25	NO	33	Femenino	4	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100

26	NO	31	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
27	NO	29	Femenino	4	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	151 a más
28	NO	30	Femenino	2	Conviviente	Educación secundaria	1201 a más	Activo	101-150
29	NO	31	Femenino	0	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
30	NO	34	Masculino	2	Conviviente	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
31	NO	33	Femenino	2	Viudo	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
32	NO	29	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
33	NO	30	Femenino	0	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
34	NO	30	Femenino	2	Conviviente	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
35	NO	29	Masculino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
36	NO	31	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
37	NO	32	Femenino	2	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
38	NO	33	Femenino	3	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
39	NO	29	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
40	NO	29	Femenino	2	Conviviente	Educación secundaria	1201 a más	Activo	51-100
41	NO	31	Masculino	3	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
42	NO	30	Femenino	3	Casado	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
43	NO	33	Masculino	2	Soltero	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
44	NO	34	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1201 a más	Activo	101-150
45	NO	31	Femenino	4	Conviviente	Educación Superior	1201 a más	Activo	51-100
46	NO	32	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	1-600	Activo	101-150
47	NO	33	Masculino	2	Conviviente	Educación Superior	1-600	Activo	101-150
48	SI	29	Femenino	0	Conviviente	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
49	NO	34	Masculino	2	Conviviente	Educación Superior	1-600	Activo	51-100
50	NO	33	Femenino	4	Conviviente	Educación secundaria	1-600	Activo	51-100
51	NO	31	Femenino	2	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
52	NO	29	Femenino	3	Soltero	Educación secundaria	1-600	Activo	51-100
53	SI	35	Femenino	0	Soltero	Educación secundaria	1001-1200	Activo	101-150
54	NO	43	Masculino	2	Conviviente	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100

55	SI	36	Femenino	4	Conviviente	Educación Superior	1001-1200	Activo	101-150
56	NO	36	Femenino	2	Conviviente	Educación secundaria	1001-1200	Activo	51-100
57	NO	38	Femenino	0	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	101-150
58	SI	37	Femenino	2	Soltero	Educación secundaria	1001-1200	Activo	51-100
59	NO	38	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	101-150
60	NO	35	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
61	NO	36	Femenino	2	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
62	NO	39	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
63	SI	40	Femenino	1	Casado	Educación secundaria	1001-1200	Inactivo	51-100
64	SI	40	Femenino	1	Casado	Educación secundaria	1001-1200	Activo	51-100
65	NO	37	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	801-100	Inactivo	101-150
66	SI	38	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
67	NO	39	Femenino	2	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
68	NO	40	Femenino	1	Soltero	Educación secundaria	801-100	Inactivo	101-150
69	SI	35	Femenino	2	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
70	SI	35	Femenino	1	Soltero	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
71	SI	35	Femenino	2	Soltero	Educación secundaria	801-100	Inactivo	101-150
72	NO	37	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
73	NO	39	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	1-50
74	SI	39	Femenino	1	Divorciado	Educación Superior	1001-1200	Activo	1-50
75	NO	35	Femenino	4	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	1-50
76	SI	41	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
77	SI	46	Femenino	3	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
78	NO	46	Femenino	1	Divorciado	Educación secundaria	801-100	Inactivo	1-50
79	NO	45	Femenino	1	Casado	Educación Superior	1001-1200	Activo	51-100
80	NO	43	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	801-100	Inactivo	1-50
81	SI	41	Femenino	4	Casado	Educación Superior	1001-1200	Inactivo	51-100
82	SI	42	Femenino	3	Divorciado	Educación Superior	1-600	Inactivo	51-100
83	SI	41	Femenino	2	Divorciado	Educación Superior	1-600	Inactivo	51-100

84	SI	43	Femenino	3	Casado	Educación Superior	1-600	Inactivo	51-100
85	SI	42	Femenino	2	Casado	Educación Superior	1-600	Inactivo	51-100
86	SI	45	Femenino	2	Casado	Educación Secundaria	1-600	Inactivo	51-100
87	SI	40	Femenino	1	Casado	Educación secundaria	801-100	Inactivo	51-100
88	SI	41	Femenino	3	Divorciado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
89	SI	46	Femenino	3	Casado	Educación secundaria	801-100	Inactivo	51-100
90	SI	46	Femenino	2	Casado	Educación Superior	801-100	Inactivo	51-100
91	SI	42	Femenino	2	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
92	SI	41	Femenino	2	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
93	SI	53	Femenino	1	Divorciado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
94	SI	53	Femenino	2	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
95	SI	60	Femenino	1	Divorciado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
96	SI	59	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	601-800	Inactivo	51-100
97	SI	57	Femenino	3	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
98	SI	48	Femenino	2	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
99	SI	56	Femenino	3	Casado	Educación Superior	601-800	Inactivo	51-100
100	SI	57	Femenino	2	Casado	Educación secundaria	601-800	Inactivo	51-100

(ANEXO 4)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ANEXO 5 DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 001-2022-VI-UCV
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20602385737
YRMA POEMAPE LOPEZ E.I.R.L	
Nombre del Titular o Representante legal:	
YRMA MERI POEMAPE LOPEZ DE ROJAS	
Nombres y Apellidos	DNI:
YRMA MERI POEMAPE LOPEZ DE ROJAS	19206358

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
FACTORES ASOCIADOS A LA MOROSIDAD EN LOS CLIENTES DE LA EMPRESA YRMA POEMAPE LOPEZ E.I.R.L DE VENTA DIRECTA, CHEPEN-2022.	
Nombre del Programa Académico:	
DESARROLLO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
YENCY MARCIA CHILON NUÑEZ	70816282
DARLENE FABIOLA SUAREZ VALLADARES	70465491

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

YRMA POEMAPE E.I.R.L

Firma:


Yrma Meri Poemape Lopez de Rojas

TITULAR

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Eduardo Roberto González Poémape	Contador	Cuestionario sobre Morosidad	Chilon Nuñez Yency Marcia Suárez Valladares Darlene Fabiola
Título del estudio: Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

	DIME NSIO NES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARI DAD			OBJET IVIDAD			ACTUA LIDAD			ORGA NIZACI ÓN			SUFICI ENCIA			INTEN CIONA LIDAD			CONSI STENC IA			COHE RENCI A			METOL ODOL OGIA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B			
Morosidad	Demográficas	Edad de cliente	Edad			x			x			x			x			x			x			x			x				
		Sexo del cliente	Sexo	Femenino/ Masculino			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Número de hijos del cliente	Señale usted su número de hijos	Sin hijos 1 hijo 2 a 3 hijos Más de 3 hijos			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Estado Civil	Señale usted su situación civil actual	Casado, soltero, viudo, divorciado, conviviente.			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Nivel de educación	Señale usted su nivel de educación	Educación Primaria Educación Secundaria Educación Superior			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Ocupación	Ocupación y/o trabajo				x			x			x			x			x			x			x			x			
Geográficas	Procedencia del cliente	Indique usted su lugar de procedencia	Chepén Pacanga Pueblo Nuevo			x			x			x			x			x			x			x			x				
	Zona	Indique usted la zona en que reside actualmente.	Rural/Urba			x			x			x			x			x			x			x			x				

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Carlos Augusto Estrada Aguilar	Contador	Cuestionario sobre Morosidad	Chilon Nuñez Yency Marcia Suárez Valladares Darlene Fabiola
Título del estudio: Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

	DIME NSIO NES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARI DAD			OBJET IVIDAD			ACTUA LIDAD			ORGA NIZACI ÓN			SUFICI ENCIA			INTEN CIONA LIDAD			CONSI STENC IA			COHE RENCI A			METOL ODOL OGIA		
					M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B			
Morosidad	Demográficas	Edad de cliente	Edad			x			x			x			x			x			x			x			x				
		Sexo del cliente	Sexo	Femenino/ Masculino			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Número de hijos del cliente	Señale usted su número de hijos	Sin hijos 1 hijo 2 a 3 hijos Más de 3 hijos			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Estado Civil	Señale usted su situación civil actual	Casado, soltero, viudo, divorciado, conviviente.			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Nivel de educación	Señale usted su nivel de educación	Educación Primaria Educación Secundaria Educación Superior			x			x			x			x			x			x			x			x			
		Ocupación	Ocupación y/o trabajo				x			x			x			x			x			x			x			x			
Geográficas	Procedencia del cliente	Indique usted su lugar de procedencia	Chepén Pacanga Pueblo Nuevo			x			x			x			x			x			x			x			x				
	Zona	Indique usted la zona en que reside actualmente.	Rural/Urba			x			x			x			x			x			x			x			x				

Económicas	Ingresos	Señale usted el intervalo más cercano a sus ingresos	1-600 601-800 801-1000 1001-1200 1200 a más																		X									X										X							
	Situación laboral	Indique usted su estado de situación laboral.	Activo/Inactivo																																						X					X	
	Inversión y ahorro	Señale usted el intervalo más cercano al monto destinado para sus inversiones u ahorros.	1-50 51-100 101-150 151 a más																																								X				

Leyenda: M: Malo R: Regular B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

x	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Chepén 10/07/2022	44627305	 Carlos A. Estrada Aguilar CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO MAT. 04-4806	943146711
Lugar y fecha	DNI. Nº	Firma y sello del experto	Teléfono

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN MEDIANTE JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres del especialista	Cargo e institución donde labora	Nombre del instrumento	Autor(a) del instrumento
Malca Mentanza Aidee	Gerente General	Cuestionario sobre Morosidad	Chilon Nuñez Yency Marcia Suárez Valladares Darlene Fabiola
Título del estudio: Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

DIME NSIO NES	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTA	CLARI DAD			OBJET IVIDAD			ACTUA LIDAD			ORGA NIZACI ÓN			SUFICI ENCIA			INTEN CIONA LIDAD			CONSI STENC IA			COHE RENCI A			METOL ODOL OGIA			
				M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	M	R	B	
Morosidad	Demográficas	Edad de cliente	Edad			x			x			x			x			x			x			x			x			x	
		Sexo del cliente	Sexo	Femenino/ Masculino			x			x			x			x			x			x			x			x			x
		Número de hijos del cliente	Señale usted su número de hijos	Sin hijos 1 hijo 2 a 3 hijos Más de 3 hijos			x			x			x			x			x			x			x			x			x
		Estado Civil	Señale usted su situación civil actual	Casado, soltero, viudo, divorciado, conviviente.			x			x			x			x			x			x			x			x			x
		Nivel de educación	Señale usted su nivel de educación	Educación Primaria Educación Secundaria Educación Superior			x			x			x			x			x			x			x			x			x
		Ocupación	Ocupación y/o trabajo				x			x			x			x			x			x			x			x			x
Geográficos	Procedencia del cliente	Indique usted su lugar de procedencia	Chepén Pacanga Pueblo Nuevo			x			x			x			x			x			x			x			x			x	

	Zona	Indique usted la zona en que reside actualmente.	Rural/Urbana																																																																																																																																																																																																				
Económicas	Ingresos	Señale usted el intervalo más cercano a sus ingresos	1-600 601-800 801-1000 101-1200 1200 a más																																																																																																																																																																																																				
	Situación laboral	Indique usted su estado de situación laboral.	Activo/Inactivo																																																																																																																																																																																																				
	Inversión y ahorro	Señale usted el intervalo más cercano al monto destinado para sus inversiones u ahorros.	1-50 51-100 101-150 150 a más																																																																																																																																																																																																				

Leyenda:

M: Malo R: Regular B: Bueno

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

x	Procede su aplicación.
	Procede su aplicación previo levantamiento de las observaciones que se adjuntan.
	No procede su aplicación.

Chepén 04/07/2022	43790772		95664246
Lugar y fecha	DNI. N°	Firma y sello del experto	Teléfono

**Anexo N.º 7 DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ DE
ÉTICA EN INVESTIGACIÓN**

Ficha de evaluación de los proyectos de investigación

Título del proyecto de Investigación: Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.

Autora: CHILON NUÑEZ, YENCY MARCIA


Especialidad del autor principal del proyecto:(para PID) Contabilidad

Escuela profesional: Contabilidad

Coautores del proyecto: (para PID) SUAREZ VALLADARES, DARLENE FABIOLA


Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): Chepén, La Libertad, Perú.

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----


Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente


Dr. Fernández Bedoya
Victor Hugo
Vicepresidente


Dra. Ramos Farroñán Emma
Verónica
Vocal 1


Mgtr. Huamani Paliza
Frank David
Vocal 2 (opcional)

**Anexo N.º 8 DEL PROTOCOLO PARA LA REVISIÓN DE LOS
PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN POR PARTE DEL COMITÉ DE
ÉTICA EN INVESTIGACIÓN**

Dictamen del Comité de Ética en Investigación

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales, deja constancia que el proyecto de investigación titulado “Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022”, presentado por los autores CHILON NUÑEZ YENCY MARCIA y SUAREZ VALLADARES DARLENE FABIOLA, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable() observado() desfavorable().

....., de de 2022


Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Facultad de Ciencias Empresariales

**Mgtr. Macha Huamán Roberto
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Facultad de Ciencias Empresariales**

C/c

• Sr., Dr..... investigador principal.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CHAVEZ VERGARA FERNANDO BERNABE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHEPEN, asesor de Tesis titulada: "Factores asociados a la morosidad en los clientes de la empresa Yrma Poemape Lopez E.I.R.L de venta directa, Chepén-2022.", cuyos autores son SUAREZ VALLADARES DARLENE FABIOLA, CHILON NUÑEZ YENCY MARCIA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

CHEPÉN, 01 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CHAVEZ VERGARA FERNANDO BERNABE DNI: 18100695 ORCID: 0000-0002-5926-9878	Firmado electrónicamente por: CHVERGARA el 09- 12-2022 12:13:27

Código documento Trilce: TRI - 0466702