



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - UNIQUE, Provincia Pacasmayo – 2018”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORES:

Giuliana Lizbeth Burgos Abanto
Mayte Marisell Vigo Esteves

ASESOR METODÓLOGO:
MsC. Elmis Jonatan García Zare

ASESOR ESPECIALISTA:
Mg. Karen Edith Mostacero Ventura

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Marketing

CHEPÉN – PERÚ

2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 4

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Giullana Lizbeth Burgos Abanto, cuyo título es: "Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L. - Unigue, Provincia Pacasmayo. - 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ..18.....[número]
dieciocho.....[letras].

Filial Chepén 21 de Diciembre del 2018.

Mg. Liliana Correa Rojas

PRESIDENTE

Mg. Karen Mastacero Ventura

SECRETARIO

Mg. Elmis Jonatan Garcia Zare

VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) MAYTE MARISELL VIGO ESTEVES título es: "Factores demográficos, geográficos y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa CAED E.I.R.L – UNIQUE Provincia de Pacasmayo – 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...18...(número)
dieciocho.....(letras).

Filial Chepén 21 de Diciembre del 2018.



.....
Mg. Liliana Correa Rojas
PRESIDENTE



.....
Mg. Karen Mostacero Ventura
SECRETARIO



.....
Mg. Elms Jonatan Garcia Zare
VOCAL

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada al, Sr. Burgos Cabrera Wily Antonio, Sra. Abanto Abanto de Burgos María Luisa y Sr. Vigo Leyba Juan Pastor, Sra. Esteves Salcedo Corina Isabel, nuestros padres, que han sido un pilar fundamental en nuestra formación como profesional, por brindarnos la confianza, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo, y por último y no menos importante a nuestros verdaderos amigos con los que compartimos todos estos años juntos.

AGRADECIMIENTO

A Dios:

Quien como guía estuvo presente en el caminar de nuestras vidas, bendiciéndonos y dándonos fuerzas para poder culminar nuestras carreras como Administradoras.

Un sincero agradecimiento al MsC. Elmis Jonatan García Zare por sus valiosos conocimientos, gran apoyo incondicional y a su paciencia en cada momento de consulta, quien con su experiencia y profesionalismo permitió el desarrollo de esta tesis.

También a nuestra asesora especialista la Mg. Karen Mostacero Ventura por el apoyo para la realización de este trabajo de investigación.

Nuestro agradecimiento también a la Directora Edita Valdez Espinoza por su afecto y confianza brindada al ser parte de la Empresa multinivel CAED E.I.R.L – Unique.

Declaración De Autenticidad

Yo, Giuliana Lizbeth Burgos Abanto con DNI N° 72036183, a efecto a cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad Cesar Vallejo.

Chepén, Diciembre del 2018



Giuliana Lizbeth Burgos Abanto

Declaración De Autenticidad

Yo, Mayte Marisell Vigo Esteves con DNI N° 71570286 , a efecto a cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad Cesar Vallejo.

Chepén, Diciembre del 2018



Mayte Marisell Vigo Esteves

PRESENTACIÓN

Estimados señores miembros del jurado:

En cumplimiento al reglamento de grado y títulos de la facultad de ciencias empresariales universidad cesar vallejo presentamos ante ustedes la Tesis titulada “Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación con la finalidad de obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Bch. Burgos Abanto, Giuliana Lizbeth

Bch. Vigo Esteves, Mayte Marisell.

Índice

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaración de autenticidad.....	v
Presentación.....	vii
Indice.....	viii
Resumen.....	xi
Abstrac	xii
I.Introducción.....	2
1.1, Realidad problemática	2
1.2, Trabajos previos	4
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	5
1.3.1 Morosidad.....	5
1.3.2 Variables Demográficas.....	5
1.3.3 Variables Geográficas	5
1.3.4 Variables Económicas	5
1.3.5 Clientes morosos.....	5
1.3.5.1 Cliente moroso:.....	5
1.3.5.2 Cliente moroso definitivo	5

1.3.6	Sistema multinivel	5
1.3.7	Modelo de Regresión Logística	6
1.3.8	Venta Directa:	7
1.3.9	Proceso de venta	8
1.4	Formulación del problema	9
1.5	Justificación del estudio	9
1.5.2	Conveniencia	9
1.5.3	Relevancia Social	9
1.5.4	Implicaciones Prácticas	9
1.6	Hipótesis	10
1.7	Objetivos	10
1.7.2	Objetivo General	10
1.7.3	Objetivos Específicos	10
II.	Método	11
2.1	Diseño de investigación	11
2.1.1	No experimental:	11
2.1.2.1	Correlacional multivariado:	11
2.2	Variables de estudio	12
2.2.1	Variable dependiente	12
2.2.2	Variables independientes	12
2.3	Operacionalización	14
2.4	Población y Muestra	16
2.4.1	Población	16
2.4.2	Muestra	16
2.4.3	Criterios de selección	17
2.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez	17

2.5.1	Técnica.....	17
2.5.2	Instrumento.....	17
2.5.3	Validez.....	17
2.6	Métodos de análisis de datos	18
2.7	Aspectos éticos	18
III.	Resultados.....	19
IV.	Discusion	26
V.	Conclusiones.....	28
VI.	Recomendaciones	29
VII.	Referencias	30
VIII.	Anexos	31
	ANEXO 1: Ficha de registro del cliente	31
	ANEXO 2: Base de datos de clientes	32
	ANEXO 3: Carte de autorización	38
	ANEXO 4:Tablas.....	39
	ANEXO 5: Constancias de validación.....	52

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con la finalidad de determinar los Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, en la Provincia de Pacasmayo. En virtud de lo mencionado, se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son los factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa de venta multinivel CAED E.I.R.L, en la Provincia de Pacasmayo para el 2018?, cuya hipótesis es: Los factores demográficos, están o no asociados al riesgo de morosidad en los clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo para el año 2018.

Se utilizó un diseño de investigación no experimental, transversal correlacional multivariado, se trabajó con una ficha de registro a un total de 163 hombres y mujeres clientes de las consultoras de la empresa inversiones y servicios CAED en la campaña 9 - Unique residentes en la provincia de Pacasmayo del año 2018. Se usó el modelo de regresión logística binaria multivariada como método de análisis estadístico.

Así se concluyó que existen factores demográficos que reducen el riesgo de morosidad en clientes, con lo cual se demostró la hipótesis inicial, además se determinaron más factores (geográficos y económicos) que se correlacionan con la morosidad en clientes. La solución a tal situación, es identificar las características del perfil de un cliente no moroso y moroso de las consultoras de la empresa inversiones y servicios CAED - Unique, provincia de Pacasmayo del año 2018; para así mejorar la capacidad de ventas de las consultoras y hacer sostenible la empresa.

Palabras clave: cliente moroso, red multinivel, morosidad.

ABSTRACT

The present research was developed with the aim of determining demographic, geographic and economic factors associated to the delinquency in clients of the multilevel company CAED E.I.R.L - Unique, in the province of Pacasmayo. By virtue of the foregoing, the following problem arose: What are the demographic, geographic and economic factors associated to the delinquency with the clients of the company's sale late multilevel in CAED

E.I.R.L – Unique in the province of Pacasmayo for 2018?, whose hypothesis is: Demographic factors, they are or not associated with the risk of delinquency in the clients of the multilevel company CAED E.I.R.L - Unique, Pacasmayo province to the year 2018.

We used a nonexperimental research design, cross-sectional multivariate we worked with a record sheet to a total of 163 men and women clients out of the company consultant's investment and services CAED E.I.R.L campaign 9 - Unique residents in the province of Pacasmayo. The multivariate binary logistic regression model was used as a statistical analysis method.

Thus, it was concluded that there are demographic factors that reduce the risk of delinquency in customers, with which the initial hypothesis H_1 was demonstrated, and further factors (geographic and economic) that correlate with delinquency in clients were determined. The solution to this situation is to identify the characteristics of the profile of a non-delinquency and delinquency client of the consultants of the investment and services company CAED - Unique, province of Pacasmayo, 2018; in order to improve the sales capacity of the consultants and make the sustainable.

Keywords: delinquent client, multilevel network, delinquency.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El marketing multinivel es una estrategia en la que sus miembros son recompensados no solo por las ventas que ellas generan, sino también por las ventas de las otras personas que forman parte de la red.

En Perú existe diversas empresas con este sistema de marketing multinivel, las que tienen mayor presencia en el mercado son: YANBAL, Avon, Natura, Ésika, L'BEL, entre otras. Estas empresas ofrecen productos de belleza, bijouterie y los vendedores asociadas son predominantemente mujeres. Y por tanto esta oportunidad de negocio está dirigido a mujeres que desean tener ingresos de forma independiente, con un horario flexible y siendo su propio jefe. Además, estas empresas dan la posibilidad de la creación de empresas independientes (creación de medianas empresas) que permiten una mejor productividad de la red que lo conforma (grupo de personas asociadas a esta empresa independiente).

Este tipo de empresas también están presentes en la provincia de Pacasmayo, lo que implica que este tipo de negocios se ha convertido en una opción en el mercado laboral, al representar la oportunidad de crear empresa y generación de empleo resulta ser una opción atractiva para personas que quieren generar ingresos adicionales o que buscan avanzar en la escalera del éxito, el cual consiste de diferentes peldaños por los cuales toda consultora de UNIQUE tiene que pasar para poder ascender a los diferentes niveles o estatus que ofrece esta escalera. Cada nivel será alcanzado de acuerdo al número de consultoras incorporadas y el monto total de ventas de estas mismas.

Inversiones y Servicios CAED E.I.R. es una empresa independiente de UNIQUE su presencia en el mercado es a nivel de la provincia de Pacasmayo, desde enero del 2016, con un total de 77 consultoras activas, el monto mínimo de venta requerido para estar activa como consultora es de 310 por campaña (por mes), y las formas de poder pasar pedidos.

La estrategia de venta consiste en mostrar el catalogo al cliente según sus preferencias de compras, luego el cliente elije su pedido y la consultora detalla las condiciones del plazo de entrega y pago del mismo, posteriormente se registra en la boleta de venta en la cual se detalla los días de pago y entrega del producto, luego se concreta el pedido haciéndose la respectiva entrega del producto y la total cancelación.

Al realizar dicho pedido se corre el riesgo de que no se cierre la venta en el periodo pactado, considerándose este un acto de morosidad por parte del cliente, en consecuencia afectando a la consultora y posteriormente a la líder de la red(directora) quedando asi como directora en riesgo, si en el monto total de ventas de toda la red existe un índice de morosidad igual o mayor al 6 %, no recibe su sueldo como directora productiva, ya que representa una deuda alta para la empresa. Esta problemática se debe en su mayor parte a factores externos como una mala evaluación del perfil del cliente (capacidad y voluntad de pago, falta de antecedentes del cliente, sobreendeudamiento de los clientes por la existencia de productos de otras marcas, entre otros), asimismo el descuido del seguimiento y recuperación de las deudas oportunamente; otra causa de morosidad es la fuerte competencia con las otras empresas que usan la misma estrategia de marketing multinivel.

La palabra moroso se viene utilizando para destinar al deudor que demora en el pago de sus deudas. Sin embargo el concepto de incurrir en mora puede ser más complejo, puesto que depende de la legislación a la que esté sometido el deudor. Algunas legislaciones nacionales consideran que solo incurren en mora los obligados a hacer el pago si son realmente culpables de dicho retraso por haber actuado con mala intención o de forma negligente; en cambio, no existe mora cuando el incumplimiento ha sido originado por hechos fortuitos o de causa mayor. Brachfield, P. J. (2007)

Esta morosidad genera perjuicios económicos a la consultora de ventas, trasladando este efecto a la red representada por la empresa. Si este efecto de morosidad es multiplicador en las consultoras de la red y esto a su vez se repite en todas sus redes de la provincia de Pacasmayo esto implica que hay una cantidad considerable de la población que se vería afectada en este tipo de negocio.

Por lo tanto, en la presente investigación planteamos las siguientes preguntas:
¿Cuáles son los factores demográficos asociados al riesgo de morosidad en los clientes?,
¿Cuáles son los factores económicos asociados al riesgo de morosidad en los clientes? y
¿Cuáles son los factores geográficos asociados al riesgo de morosidad en los clientes?

1.2. Trabajos previos

Rodríguez (2016) comento lo siguiente:

Consta una relación directa entre el nivel de emprendimiento y el desarrollo de marketing multinivel por las directoras de Siltamy, dentro de los resultados tienen un nivel medio de emprendimiento y un aprovechamiento medio del marketing multinivel de Unique.

Condoy (2017) comentó:

Las consultoras no pagan puntuales sus facturas debido a que no logran recaudar el dinero de la venta de los productos, puesto que los clientes no les pagan a tiempo y al no tener capital propio caen en mora.

En esta investigación se determinó las razones por las que surge la impuntualidad y falta de pago de los pedidos, por parte de las consultoras y se recomienda tomar en cuenta estos factores al momento de otorgar el crédito, para luego hacerle un seguimiento al proceso de venta.

Chero y paredes (2016) concluyo:

Los resultados demuestran que la aplicación de las estrategias ha permitido incrementar del 67% a 80%. Por lo tanto se concluye que el riesgo de impago (morosidad) ha reducido de un 60% a 23%, en ese sentido se observa que la investigación ha permitido a la empresa en estudio incrementar el retorno de los créditos otorgados.

Esta investigación tuvo como objetivo primordial aplicar estrategias crediticias para reducir el Índice de morosidad del Banco Azteca.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Morosidad. Condición adquiere un cliente al no efectuar el pago

1.3.2 Variables Demográficas. Son un conjunto de atributos que describen las características de una población humana. Entre ellas tenemos edad, sexo, tamaño de familia, nivel educativo, etc.

1.3.3 Variables Geográficas. Son atributos que caracterizan la división territorial de países, regiones, ciudades, provincias, distritos, etc.

1.3.4 Variables Económicas. Se divide en ingresos(s/.) y abono por parte del cliente.

1.3.5 Clientes morosos.

1351 *Cliente moroso:* Persona que no cumple su obligación tras una fecha pactada y no concreta la venta por motivo de no contar con liquidez en el tiempo establecido.

1352 *Cliente moroso definitivo:* Es aquella persona que nunca salda su deuda.

1.3.6 Sistema multinivel.

Rodríguez (2016) afirma que “es considerado como uno de los diferentes métodos de organizar a los vendedores en un negocio de venta directa. Se entiende como un mecanismo de comercialización de productos y servicios directamente al consumidor fuera de locales minoristas permanentes” (pág.44).

El sistema multinivel consiste en una forma de negocio en la que la empresa fabricante Yanbal (Unique) vende sus productos a sus clientes finales a través de una red de consultoras, liderada por una Directora. Los agentes que intervienen en esta red son las consultoras que mediante este modelo obtienen un margen de ganancia o comisiones sobre el precio de venta al público y por expandir la red incorporando más consultoras.

El personal que labora en esta empresa se convierte en una consultora de belleza independiente (vendedora) y va adquiriendo logros, dicho posicionamiento esta denominado como Escalera del éxito, algunos de estos niveles son los siguientes: consultora, emprendedora, directora junior, directora regional entre otras.

- a. Directora.** Es la persona encargada de incorporar o reclutar consultoras que conforman la red de la empresa independiente asociada a Unique, encargándose de capacitar y potenciar las habilidades de ventas de las consultoras y promover la expansión de la red.
- b. Consultora.** Es la persona que se encuentra en el primer nivel de la escalera del éxito, se encarga de realizar las ventas directas y de incorporar más consultoras para formar su propia red con miras de formar su propia empresa independiente asociada a Unique.
- c. Cliente.** Es la persona que adquiere el producto de acuerdo a sus gustos, necesidades o preferencias.

1.3.7 Modelo de Regresión Logística.

El modelo de Regresión Logística se utiliza para predecir el resultado de una variable categórica (2 o más categorías) en función de una o más variables independientes. La expresión matemática de la ecuación del Modelo es:

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Donde:

p_i : probabilidad de ocurrencia de un evento

β 's: Coeficientes del modelo de Regresión Logística

X 's: Variables independientes

Además,

Sea

$$\frac{p(x)}{1 - (x)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

Donde:

$$\frac{p(x)}{1 - (x)}$$

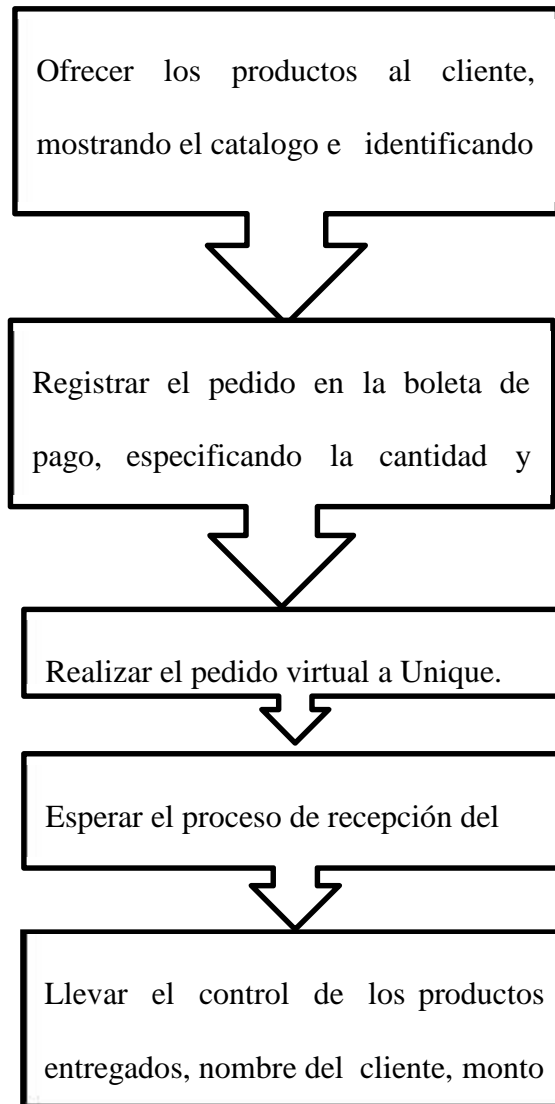
Es el odds, que indica cuanto es más probable es la ocurrencia de un evento (cliente moroso) que su no ocurrencia.

1.3.8 Venta Directa:

Thompson, Iván (como se citó en Rodríguez, 2016) Este tipo de transacción consiste en ofrecer y vender productos o servicios directamente a los clientes finales.

1.3.9 Proceso de venta:

Figura N° 1. Proceso de ventas de productos de catálogos Unique – Yanbal.



Fuente: *Elaboración de las consultoras de la empresa Inversiones y Servicios CAED E.I.R.*

1.4 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa de venta multinivel Inversiones y Servicios CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018?

1.5 Justificación del estudio

1.52 Conveniencia. Permitirá realizar el perfil del cliente con menor riesgo de morosidad, esto beneficiará a la vez a todas las consultoras que conforman la empresa Unique Inversiones y Servicios CAED E.I.R.L, ubicada en la provincia de Pacasmayo.

1.53 Relevancia Social. Esta investigación beneficiará de manera directa a las consultoras de la red representada por la empresa Inversiones y Servicios CAED E.I.R.L. ubicada en la provincia de Pacasmayo, y así mismo obtener un logro empresarial que permita un crecimiento continuo y oportunidad en el mercado laboral.

1.54 Implicaciones Prácticas. Al considerar que los clientes son lo más importantes del negocio. Por ello, la consultora podrá identificar las características específicas de un cliente con menor riesgo de morosidad y que en consecuencia permitirá tomar decisiones en la oferta de productos de sus clientes, además esto servirá de apoyo para futuras investigaciones que posteriormente se actualizarán con información destacada e importante y de esta manera aplicarlos en distintos contextos.

1.6 Hipótesis

Hi: Los factores demográficos reducen el riesgo de morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Ho: Los factores demográficos aumentan el riesgo de morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

1.7 Objetivos

1.7.2 Objetivo General.

Determinar los factores demográficos, geográficos y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

1.7.3 Objetivos Específicos.

O1. Identificar qué factores demográficos minimizan el riesgo de morosidad en los clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L – Unique.

O2. Identificar qué factores geográficos minimizan el riesgo de morosidad en los clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L – Unique.

O3. Identificar qué factores económicos minimizan el riesgo de morosidad de la empresa multinivel CAED E.I.R.L – Unique.

O4. Realizar el perfil del cliente con menor riesgo de morosidad de la empresa multinivel CAED E.I.R.L-Unique.

O5. Realizar el perfil del cliente con mayor riesgo de morosidad de la empresa multinivel CAED E.I.R.L-Unique.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

2.1.1 No experimental:

“El diseño de la investigación es no experimental, lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (pág. 151)”. (Fernández 2010)

En esta investigación, se realizará sin manipular las variables de estudio, los datos recopilados sólo se observarán en su estado natural para luego ser analizados.

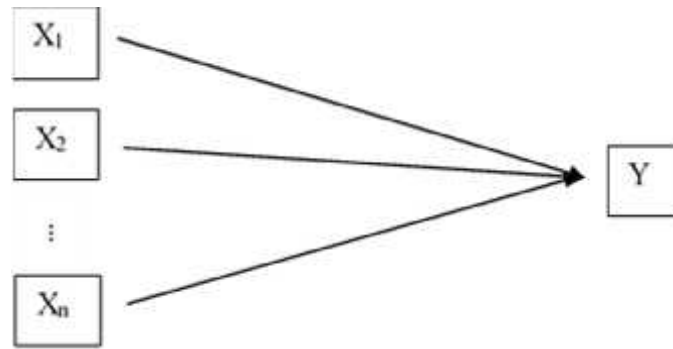
2.1.2 Tipo de Investigación.

2.1.2.1 *Correlacional multivariado:*

Hernandez (2003) afirma lo siguiente:

La investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como fin estudiar la relación que exista entre dos o más variables, categorías o conceptos. Los estudios cuantitativos correlacionados miden el grado de relación entre esas dos o más variables .Es decir, miden cada variable previsiblemente relacionada y después también miden y analizan la correlación.Tales correlacionales se expresan en hipótesis sometidas a prueba. (p.121).

Esta investigación, plantea una relación entre una variable dependiente y varias independientes.



Dónde:

X_1 ----- X_n : variables independientes

Factores Demográficos, Geográficos y Económicos de clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Y: variable dependiente

Condición de Morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

→ : Relación que existe entre variables.

2.2 Variables de estudio

2.2.1 Variable dependiente:

- Morosidad

2.2.2 Variables independientes:

- Edad
- Sexo
- Hijos
- N° de hijos
- Estado civil
- Nivel educativo
- Situación laboral

- Procedencia
- Pedido
- Tipo de pedido
- Gasto en pedido
- Aporte inicial
- Compra en otras empresas similares

2.3 Operacionalización

Tabla 1.

Operacionalización de variables

RELACIÓN	DEMENSIONES	VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR	ESCALA
dependiente		morosidad	condición de morosidad pasado el tiempo transcurrido para la concreción de la venta		si / no	nominal
	demográficos	edad	edad que refiere el sujeto en el momento del estudio condición orgánica que	años cumplidos a la fecha de la investigación	años cumplidos	razón
		sexo	distingue los hombres de las mujeres		masculino/ femenino	nominal
		hijos	hijos que de penden económicamente del cliente		si / no	nominal
		número de hijos	cantidad de hijos		número de hijos	razón

independientes	estado civil	situación civil del cliente	soltero, conviviente, casado, viudo, divorciado	nominal
----------------	--------------	-----------------------------	--	---------

	nivel educativo	nivel alcanzado referido por el cliente al momento de la investigación	educación primaria, educación secundaria, educación superior	ordinal
geográficas	procedencia	subdivisión territorial de la provincia de Pacasmayo	Jequetepeque, Pacasmayo, San José, San Pedro de Lloc, Guadalupe	nominal
	situación laboral	situación cuya actividad productiva recibe un ingreso monetario	trabaja / no trabaja	nominal
	cantidad de productos	cantidad de productos solicitados por el cliente	número de productos	razón
económicas	tipo de producto	productos adquiridos según la necesidad del cliente	Bijouterie, Fragancias, Cuidado del rostro, Cuidado corporal, Maquillaje	nominal
	gasto en productos	precio del producto	Soles (s/.)	razón
	aporte inicial	cantidad de dinero que aporta el cliente como parte de pago	si / no	nominal
	compra a otras empresas	adquisición de producto de otra empresa multinivel	si / no	nominal

Fuente: *Fundamentos del Marketing, por Kotler y Armstrong (2006)*

2.4 Población y Muestra

2.4.1 Población.

Para el presente estudio se cuenta con 616 clientes que realizaron las compras de productos Unique a las consultoras de la empresa inversiones y servicios CAED en la campaña 9- Provincia de Pacasmayo 2018.

2.4.2 Muestra.

Está constituida por un total de 163 hombres y mujeres clientes de las consultoras de la empresa inversiones y servicios CAED en la campaña 9 - Unique residentes en la provincia de Pacasmayo -2018, se tomara una muestra estratificada.

Donde:

N : tamaño de la población ($N= 616$)

$P: 0.35$ $Z: 1.96$

n : tamaño de la muestra

$Q : 1 - P$ $E^2: 0.05$

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

$$n = \frac{616(1.96^2)0.35.65}{(616 - 1) * 0.05^2 + (1.96^2)0.35.65}$$

Entonces:

$$n = 223.251031$$

FC°: 163

2.4.3 Criterios de selección.

- a. Clientes que hayan adquirido productos en la campaña 9-2018.
- b. Consultoras que hayan pasado pedido en la campaña 9-2018. (consultoras activas).
- c. Clientes que pertenecen a la provincia de Pacasmayo.
- d. Clientes y consultoras que están relacionados a empresa inversiones y servicios CAED.

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos y validez

2.5.1 Técnica.

Documentación.

2.5.2 Instrumento.

Ficha de Recolección de Datos.

2.5.3 Validez.

La validación del instrumento - para la presente investigación fue revisada por 2 expertos y 1 metodólogo con fines de Validación de la Ficha de Recolección de Datos.

2.6 Métodos de análisis de datos

- a.** Tablas de frecuencia
- b.** Gráficos estadísticos
- c.** Regresión Logística

2.7 Aspectos éticos

Se respetara la confidencialidad de los datos tomados a partir de la encuesta.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados

Tabla 2.

Coefficientes del modelo de regresión logística para evaluar el riesgo de morosidad.

	Coefficientes	Error Estándar	Z	Pr(> z)	
Intercepto	4.64569	1.79526	2.588	0.00966	**
X1: Edad	-0.03876	0.0207	-1.872	0.06122	.
X2: Educación(secundaria)	-2.71161	1.00517	-2.698	0.00698	**
X3: Educación(superior)	-3.22985	1.05067	-3.074	0.00211	**
X4: Situación Laboral(Trabaja)	1.44489	0.66794	2.163	0.03053	*
X5: Procedencia(Jequetepeque)	-1.9883	0.8138	-2.443	0.01456	*
X6: Procedencia(Pacasmayo)	-1.49411	0.73242	-2.04	0.04135	*
X7: Procedencia(San José)	-2.14145	1.24863	-1.715	0.08634	.
X8: Procedencia(San Pedro de Lloc)	0.06111	1.09623	0.056	0.95554	
X9: Cantidad de productos	-1.17752	0.45336	-2.597	0.0094	**

Nota: (.) significancia al 10% (*) significancia al 5% (**) significancia al 1%

Modelo estimado de Regresión Logística para evaluar el riesgo de morosidad

$$\ln \left(\frac{p}{1-p} \right) = 4.645 - 0.039X_1 - 2.711X_2 - 3.229X_3 + 1.445X_4 - 1.988X_5 - 1.494X_6 - 2.141X_7 + 0.061X_8 - 1.178X_9$$

Interpretación:

En la Tabla 2, observamos los coeficientes del modelo de regresión logística con las variables que mejor se correlacionan con la condición de morosidad. Dichos coeficientes poseen signos negativos que representan la minimización del riesgo de morosidad, en tanto que los coeficientes con signos positivos aumentan dicho riesgo. La columna de Pr(>|z|) representa el nivel de importancia de las variables en el modelo de regresión logística que explica la condición de morosidad, el nivel de educación, situación laboral, procedencia y cantidad de productos adquiridos representan factores importantes para identificar el riesgo de morosidad.

Tabla 3.

Determinación del porcentaje de correcta estimación del modelo de regresión logística que evalúa el riesgo de morosidad de clientes.

		Pronóstico	
		Cliente no moroso	Cliente moroso
Condición real	Cliente no moroso	129 (79.1%)	3 (1.8%)
	Cliente moroso	25 (15.3%)	6 (3.7%)

Nota: $79.1\% + 3.7\% = 82.8\%$ de correcta estimación

Interpretación.

En la tabla 3, contrastamos la condición de morosidad estimada por el modelo de regresión logística con la condición real de los clientes, mostrando un porcentaje total de 82.8% de correcta estimación, lo que puede interpretarse como el porcentaje de certeza del modelo. Además se observa que la mayor cantidad de clientes correctamente estimados corresponde a los clientes no morosos, por tanto, se deduce que dicho modelo sirve para identificar con más certeza a los clientes con esta condición.

Tabla 4.

Determinación de la probabilidad de riesgo según los factores identificados en el modelo de Regresión Logística

Factores	OR (Odds ratio)	Reducción de riesgo
Intercepto	104.1354	
Edad	0.962	-3.8%
Educación(secundaria)	0.0664	-93.36%
Educación(superior)	0.0396	-96.04%
Situación Laboral(Trabaja)	4.2414	+
Procedencia(Jequetepeque)	0.1369	-86.31%
Procedencia(Pacasmayo)	0.2244	-77.56%
Procedencia(San José)	0.1175	-88.25%
Procedencia(San Pedro de Lloc)	1.063	+
Cantidad de productos	0.308	-69.2%

(+) Aumento del riesgo de morosidad

Interpretación:

En la tabla 4, se observa que en el factor demográfico, la educación secundaria y superior, reduce en gran porcentaje el riesgo de morosidad de los clientes (-93.3% y -96.04% respectivamente); además, el “lugar de procedencia” generan una reducción del riesgo de morosidad en más de 77% en Jequetepeque, Pacasmayo y San José.

Un resultado muy particular se observa en los clientes que “*si trabajan*” (Situación Laboral), el OR=4.24, refleja que dicha condición laboral implica 4.24 veces más riesgo de morosidad que aquellos clientes que “*no trabajan*”, lo que es motivo de análisis posterior.

Tabla 5.

Número de hijos según clientes que Trabajan (factor de riesgo de morosidad).

Número de hijos	Cantidad	Porcentaje
1 hijo	43	55.8%
2 hijos	27	35.1%
3 hijos	4	5.2%
4 hijos	3	3.9%
Total	77	100.0%

Tabla 6.

Estado civil según clientes que Trabajan (factor de riesgo de morosidad).

Estado Civil	Cantidad	Porcentaje
Casado	34	44.2%
Conviviente	28	36.4%
Soltero	15	19.5%
Total	77	100.0%

En la tabla 6, mostramos estadísticas de clientes que “si trabajan”, que evidencian un 44.2% que tienen de 2 hijos a más. Además en la tabla 5, el 80,5% son casados o convivientes. Todo esto permite deducir que la carga familiar representa una característica determinante en clientes que “si trabajan” y que esta condición representa en ellos un alto riesgo de morosidad.

Tabla N° 7.

Perfil del cliente con menor riesgo de morosidad

Características del cliente	disminución del riesgo
Edad	-3.80%
Educación secundaria	-93.36%
Educación superior	-96.04%
Jequetepeque	-86.31%
Pacasmayo	-77.56%
San José	-88.25%
Cantidad de Productos	-69.20%

Tabla N° 8.

Perfil de un cliente con alto riesgo de morosidad

Características del cliente	Aumento del riesgo
trabaja	4.24 veces más
San Pedro de Lloc	1.06 veces más

IV. DISCUSION

El presente estudio permitió identificar los factores (características) que representan determinado riesgo de morosidad en los clientes que compran productos Unique de la empresa CAED EIRL de la Provincia de Pacasmayo, 2018.

Se estimó un modelo de regresión logística binaria multivariada a fin de identificar los factores de riesgo de morosidad (ver Tabla 1), encontrándose que el nivel de educación, situación laboral, procedencia y la cantidad de productos representan factores importantes a considerar. Para evaluar la calidad de pronóstico del modelo se contrastó la condición real del cliente con la condición pronosticada por el modelo propuesto (ver Tabla 2), encontrándose que 79.1% de los clientes considerados como “cliente no moroso” fueron pronosticados por el modelo en la misma condición; respecto a la condición de “cliente moroso”, el modelo pronostica dicha condición un 3.7% de manera correcta. De estos resultados, deduce que el porcentaje de correcto pronóstico es de 82.8% para ambas condiciones, pero que el modelo tiene mayor capacidad predictiva para identificación de “clientes no morosos”.

Con respecto a los factores demográficos, se identificó que a mayor edad el riesgo de morosidad disminuye -3.8%; y que el nivel de educación secundaria y superior disminuye más de 90% el riesgo de morosidad.

Con respecto a los factores económicos, se identificó que la cantidad de productos que pide el cliente disminuye -69.2%, esto quiere decir que los clientes que piden más cantidad de productos son los que tienen mayor seguridad de efectuar el pago, en tanto que aquellos que tienen menor seguridad de efectuar el pago, prefieren pedir menos cantidad de productos. Además, se encontró que la situación laboral aumenta el riesgo de morosidad, es decir, un cliente que si trabaja tiene 4 veces riesgo de morosidad que aquel cliente que no trabaja, esto puede parecer contradictorio ante las aparentes ventajas económicas que

representa el tener trabajo, sin embargo, se realizaron estadísticas respecto a este grupo de clientes, y se encontró que más del 90% (ver Tabla 4) tiene carga familiar (de 1 a 2 hijos), y que más del 80% (ver Tabla 5) es casado o conviviente, lo que implica que los pagos de los productos que adquieren, pueden verse afectados debido a estas prioridades y responsabilidades.

Respecto a los factores geográficos, el lugar de procedencia resulta ser determinante en la condición de morosidad, por ejemplo, San José, Jequetepeque y Pacasmayo representan lugares donde los clientes tienen menor riesgo de morosidad (ver Tabla 4), en cambio, los clientes que proceden de San Pedro de Lloc, aumenta cierto grado de morosidad.

De acuerdo al modelo realizado, se puede identificar el perfil de un cliente con menor y alto riesgo de morosidad, en la cual se cuenta con las características necesarias para poder ser identificado y tomar la decisión de ofrecerle determinados productos.

El perfil de un cliente con menor riesgo de morosidad, lo determina un cliente de acuerdo a su edad, el nivel de educación alcanzado, la cantidad de productos que solicita y el lugar de procedencia. En tanto que el perfil de cliente con mayor grado de morosidad lo determina su situación laboral y la procedencia.

V. CONCLUSIONES

- 1) De acuerdo a los resultados de la investigación, se 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.
- 2) También se ha obtenido como resultado del factor geográfico; la procedencia, son los clientes procedentes de los distritos de Pacasmayo, Jequetepeque y San José.
- 3) El factor económico que reduce el riesgo de morosidad es la cantidad de productos que el cliente adquiere.
- 4) De acuerdo al perfil del cliente con menor riesgo de morosidad el cliente debe contar con las siguientes características: determinada edad del cliente, que proceda del distrito de Jequetepeque, Pacasmayo y san José, y tenga una educación superior a la de secundaria.
- 5) El perfil con alto riesgo de morosidad es un cliente que reside en el distrito de san pedro de Lloc y que su situación laboral de trabajo esté asociada a determinada carga laboral.

VI. RECOMENDACIONES

Después de haber determinado los Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018, podemos recomendar siguiente:

Tomar en cuenta para un siguiente estudio de investigación, de preferencia y para que sean más eficaz los resultados, tomar una mayor muestra porque a mayores datos de cliente mayor confiabilidad le da a la investigación y así se obtendrá resultados más concretos.

REFERENCIAS

- Brachfield, P. J. (2007). *Recobrar impagados y negociar con morosos*. Barcelona, España: Ediciones gestión 2000.
- Chero, K, & Paredes, M. (2016). *Estrategias crediticias para disminuir el índice de morosidad en el banco azteca, Chepén 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.
- Condoy, K. (2017). *Análisis del índice de morosidad del grupo 8042 de Yanbal Ecuador S.A, periodo enero a Julio 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
- Kotler, P. & Amstromng, G. (2016). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson Educación
- Rodríguez, J. (2016). *Relación entre el nivel de emprendimiento y el desarrollo del marketing multinivel por las directoras del Siltamy- Unique en el distrito de Trujillo-2015* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Vara, A. (2015). *7 pasos para elaborar una tesis*, Lima, Perú: Macro.
- Hosmer, D.; Lemeshow, S. & Sturdvant, R. (2013) *Applied Logistic Regression*. New York, EE.UU. Ed. Wiley

ANEXO 1:

FICHA DE REGISTRO DEL CLIENTE

Universidad César Vallejo

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Académico Profesional de Administración

FICHA DE REGISTRO ELABORADA CON FINES DE LA INVESTIGACIÓN

“FACTORES DEMOGRÁFICOS, GEOGRÁFICO Y ECONÓMICOS ASOCIADOS

A LA MOROSIDAD EN CLIENTES DE LA EMPRESA MULTINIVEL CAED

E.I.R.L - UNIQUE, PROVINCIA PACASMAYO – 2018”

Información demográfica		Información económica		
Edad:	<input type="text"/>	Situación laboral (si/no)	<input type="text"/>	
Sexo (M/F):	<input type="text"/>	Cantidad de Productos	<input type="text"/>	
Hijos(Si/No):	<input type="text"/>	Tipo de Producto	<input type="text"/>	
Número de hijos:	<input type="text"/>	Monto de pedido (S/.)	<input type="text"/>	
Estado Civil:	Soltero	Abono (S/.)	<input type="text"/>	
	Casado			
	Viudo			
	Divorciado			
		Condición de Morosidad		
		Saldo (S/.)	<input type="text"/>	
Nivel educativo:	Primaria	Información geográfica		
	Secundaria	<input type="text"/>		
	Superior	<input type="text"/>		
		Distrito:	Jequetepeque	<input type="text"/>
			Pacasmayo	<input type="text"/>
			San Pedro de Lloc	<input type="text"/>
			Guadalupe	<input type="text"/>
			San José	<input type="text"/>

ANEXO 2:

Base de datos de clientes que han adquirido productos en la empresa CAED E.I.R.L, campaña 9-2018 Provincia de Pacasmayo.

ID	EDAD	HIJOS	SEXO	CIVIL	EDUCACION	OCUPACION	PROCEDEN	CANT. PRODU.	TIPO	GASTO PRODUC.	APORTE INI.	OTRO EMPRESA	MORO-SIDAD
1	46	4	FEMENINO	CONVIVIENTE	SECUNDARIA	AMA DE CASA	SAN JOSÉ	3	BIJOUTERIE	120	NO	SI	NO
2	32	1	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	SAN JOSÉ	2	BIJOUTERIE	80	NO	SI	NO
3	52	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	SAN JOSÉ	4	BIJOUTERIE	230	NO	SI	NO
4	27	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	150	NO	SI	NO
5	59	2	MASCULINO	CASADO	TECNICO	INDEPENDIENTE	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	180	SI	NO	NO
6	34	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	SECUNDARIA	AMA DE CASA	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	130	NO	SI	NO
7	21	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	GUADALUPE	1	FRAGANCIAS	89	NO	SI	SI
8	30	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	MAQUILLAJE	82	SI	SI	NO
9	20	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	70	SI	SI	NO
10	22	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	SAN PEDRO DE LLOC	1	BIJOUTERIE	135	SI	SI	SI
11	29	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	MAQUILLAJE	87	NO	SI	NO
12	29	1	MASCULINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	77	NO	SI	NO
13	23	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	CUIDADO DE ROSTRO	68	NO	SI	NO
14	29	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	108	NO	SI	NO
15	32	1	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	115	NO	SI	NO
16	27	1	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	CUIDADO CORPORAL	29	SI	SI	NO
17	50	3	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	70	SI	SI	NO
18	25	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	70	SI	SI	NO
19	48	3	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	88	SI	NO	NO
20	39	2	MASCULINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	226	SI	NO	NO
21	54	3	MASCULINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	119	SI	SI	NO
22	23	1	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	24	NO	SI	NO
23	24	3	FEMENINO	CONVIVIENTE	ANALFABETO	AMA DE CASA	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	36	SI	NO	NO

24	33	3	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	41	NO	SI	NO
25	45	1	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	MAQUILLAJE	51	SI	NO	NO
26	52	1	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	21	SI	NO	NO
27	49	3	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	GUADALUPE	1	CUIDADO CORPORAL	28	NO	SI	NO
28	29	1	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	59	SI	SI	SI
29	53	4	FEMENINO	SOLTERO	PRIMARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	100	SI	NO	SI
30	81	9	MASCULINO	CASADO	PRIMARIA	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	59	SI	NO	NO
31	52	4	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	78	NO	SI	SI
32	30	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	25	SI	NO	SI
33	22	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	CUIDADO DE ROSTRO	36	NO	SI	SI
34	53	3	FEMENINO	CASADO	PRIMARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	56	SI	NO	SI
35	24	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	CUIDADO DE ROSTRO	62	SI	SI	NO
36	27	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	120	SI	NO	NO
37	24	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	69	SI	SI	NO
38	25	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	SAN PEDRO DE LLOC	1	FRAGANCIAS	70	NO	SI	SI
39	36	4	FEMENINO	CASADO	TECNICO	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	36	NO	SI	SI
40	28	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	3	BIJOUTERIE	180	NO	SI	NO
41	35	0	MASCULINO	SOLTERO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	230	SI	SI	NO
42	33	1	MASCULINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	109	SI	SI	NO
43	19	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	140	NO	SI	NO
44	26	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	2	MAQUILLAJE	80	NO	SI	NO
45	25	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	MAQUILLAJE	70	SI	SI	NO
46	29	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	210	NO	SI	NO
47	31	2	MASCULINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	3	FRAGANCIAS	320	NO	NO	NO
48	20	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	110	SI	SI	NO
49	24	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	210	NO	SI	NO
50	23	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	SAN JOSÉ	2	FRAGANCIAS	180	NO	SI	NO
51	25	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	200	NO	SI	NO
52	28	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	MAQUILLAJE	85	NO	SI	NO
53	43	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	3	MAQUILLAJE	115	SI	SI	NO
54	72	6	FEMENINO	CASADO	ANALFABETO	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	140	NO	NO	NO
55	43	2	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	120	NO	SI	NO
56	46	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	200	NO	SI	NO
57	58	2	MASCULINO	CASADO	TECNICO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	140	NO	SI	NO

58	49	2	FEMENINO	CASADO	ANALFABETO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	CUIDADO DE ROSTRO	55	SI	SI	NO
59	21	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	100	NO	SI	NO
60	20	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	CUIDADO CORPORAL	45	NO	SI	NO
61	57	4	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	1	BIJOUTERIE	80	NO	SI	NO
62	35	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	CUIDADO CORPORAL	45	NO	SI	NO
63	43	2	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	32	NO	SI	NO
64	18	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	100	NO	SI	NO
65	43	3	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	4	BIJOUTERIE	230	NO	SI	NO
66	26	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	3	FRAGANCIAS	240	NO	SI	NO
67	27	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	3	MAQUILLAJE	68	NO	SI	NO
68	24	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	180	NO	SI	NO
69	22	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	3	MAQUILLAJE	110	SI	SI	NO
70	20	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	110	SI	SI	NO
71	34	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	2	MAQUILLAJE	90	NO	SI	NO
72	35	1	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	SAN PEDRO DE LLOC	1	FRAGANCIAS	100	SI	SI	NO
73	25	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	3	BIJOUTERIE	130	SI	NO	NO
74	54	2	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	SAN PEDRO DE LLOC	2	BIJOUTERIE	170	SI	NO	NO
75	46	2	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	120	SI	NO	NO
76	55	4	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	NO TRABAJA	PACASMAYO	2	MAQUILLAJE	55	NO	SI	NO
77	35	4	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	CUIDADO DE ROSTRO	32	NO	SI	NO
78	44	3	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	GUADALUPE	1	CUIDADO DE ROSTRO	45	NO	SI	NO
79	24	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	GUADALUPE	2	MAQUILLAJE	65	NO	SI	NO
80	23	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	130	SI	SI	NO
81	21	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	70	SI	NO	NO
82	23	1	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	99	NO	SI	NO
83	42	0	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	89	NO	SI	NO
84	27	1	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	46	SI	SI	NO
85	29	1	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	1	FRAGANCIAS	109	NO	SI	NO
86	25	1	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	SAN PEDRO DE LLOC		CUIDADO DE ROSTRO	120	SI	SI	SI
87	34	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	CUIDADO DE	49	NO	SI	NO

									ROSTRO				
88	18	1	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO		FRAGANCIAS	125	SI	SI	SI
89	36	1	MASCULINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	45	NO	SI	NO
90	45	0	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	109	SI	SI	SI
91	40	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	CUIDADO CORPORAL	48	NO	SI	NO
92	38	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	CUIDADO DE ROSTRO	55.7	NO	SI	NO
93	22	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	SAN PEDRO DE LLOC	2	CUIDADO CORPORAL	25.8	NO	SI	NO
94	34	2	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	46	NO	SI	NO
95	27	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	75	SI	SI	NO
96	68	2	FEMENINO	VIUDO	PRIMARIA	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	2	CUIDADO DE ROSTRO	68	SI	SI	NO
97	24	0	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	NO TRABAJA	SAN PEDRO DE LLOC	1	MAQUILLAJE	29.9	NO	SI	NO
98	26	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	3	BIJOUTERIE	155	SI	SI	NO
99	19	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	150	NO	SI	NO
100	17	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	110	NO	SI	SI
101	16	0	MASCULINO	SOLTERO	SECUNDARIA	NO TRABAJA	PACASMAYO	3	CUIDADO DE ROSTRO	135	NO	SI	NO
102	28	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	CUIDADO DE ROSTRO	68	NO	SI	NO
103	27	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	100	NO	SI	NO
104	28	2	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	200	NO	SI	NO
105	28	1	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	110	NO	SI	NO
106	20	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	3	CUIDADO DE ROSTRO	175	NO	SI	NO
107	26	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	2	FRAGANCIAS	170	NO	SI	SI
108	53	1	FEMENINO	CASADO	PRIMARIA	AMA DE CASA	JEQUETEPEQUE	3	CUIDADO DE ROSTRO	140	SI	NO	SI
109	24	1	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	119	SI	SI	NO
110	27	1	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	170	SI	NO	NO
111	29	0	MASCULINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	115	SI	SI	NO
112	22	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	125	SI	SI	NO
113	20	0	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	BIJOUTERIE	210	NO	NO	SI
114	28	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	109	NO	SI	SI
115	56	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	CUIDADO	25	SI	SI	NO

									CORPORAL				
116	45	1	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	59	SI	NO	NO
117	49	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	99	SI	SI	NO
118	50	0	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	75	SI	NO	NO
119	52	0	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	50	SI	NO	NO
120	57	3	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	AMA DE CASA	PACASMAYO	1	CUIDADO DE ROSTRO	58	SI	NO	NO
121	68	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	NO TRABAJA	PACASMAYO	2	CUIDADO DE ROSTRO	84	SI	NO	NO
122	22	2	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	99	SI	SI	NO
123	32	2	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	AMA DE CASA	GUADALUPE	2	FRAGANCIAS	180	NO	SI	NO
124	32	1	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	AMA DE CASA	GUADALUPE	3	BIJOUTERIE	145	NO	SI	NO
125	26	0	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	GUADALUPE	2	BIJOUTERIE	90	NO	SI	NO
126	19	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	GUADALUPE	1	FRAGANCIAS	110	NO	SI	NO
127	23	1	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	GUADALUPE	3	BIJOUTERIE	180	NO	SI	NO
128	65	3	FEMENINO	CASADO	PRIMARIA	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	50	NO	SI	NO
129	38	2	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	2	CUIDADO DE ROSTRO	155	SI	NO	NO
130	34	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	NO TRABAJA	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	28	NO	SI	NO
131	37	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	SECUNDARIA	AMA DE CASA	JEQUETEPEQUE	1	CUIDADO CORPORAL	25.8	NO	SI	NO
132	60	4	FEMENINO	VIUDO	PRIMARIA	NO TRABAJA	JEQUETEPEQUE	1	CUIDADO DE ROSTRO	28	NO	NO	NO
133	30	1	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	CUIDADO CORPORAL	56	NO	SI	NO
134	51	2	FEMENINO	CASADO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	MAQUILLAJE	17	NO	SI	NO
135	39	0	MASCULINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	77	SI	NO	NO
136	42	1	MASCULINO	CASADO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	FRAGANCIAS	85	SI	NO	NO
137	31	0	FEMENINO	SOLTERO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	56	SI	NO	NO
138	38	1	MASCULINO	SOLTERO	SECUNDARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	98	SI	SI	NO
139	28	1	FEMENINO	SOLTERO	PRIMARIA	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	BIJOUTERIE	78	NO	SI	SI
140	35	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	AMA DE CASA	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	59	NO	SI	NO
141	55	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	32	NO	SI	NO
142	38	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	2	BIJOUTERIE	120	SI	SI	NO
143	30	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	115	SI	NO	SI
144	38	1	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	35	NO	NO	SI
145	30	1	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	110	NO	NO	NO
146	39	2	MASCULINO	CONVIVIENTE	TECNICO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	115	SI	NO	SI

147	45	3	FEMENINO	CASADO	TECNICO	DEPENDIENTE	PACASMAYO	1	FRAGANCIAS	115	SI	NO	NO
148	29	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	PACASMAYO	1	BIJOUTERIE	85	NO	NO	SI
149	49	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	1	MAQUILLAJE	32	NO	NO	NO
150	20	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	SAN JOSÉ	1	MAQUILLAJE	45	NO	NO	SI
151	47	2	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	SAN JOSÉ	1	CUIDADO DE ROSTRO	62	NO	NO	NO
152	53	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	GUADALUPE	1	MAQUILLAJE	32	SI	NO	SI
153	22	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	GUADALUPE	1	MAQUILLAJE	28	SI	NO	SI
154	46	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	GUADALUPE	1	MAQUILLAJE	32	SI	NO	SI
155	45	2	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	GUADALUPE	1	MAQUILLAJE	38	NO	SI	SI
156	46	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	42	NO	SI	NO
157	26	0	FEMENINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	36	NO	SI	NO
158	45	3	FEMENINO	CASADO	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	48	NO	SI	SI
159	45	2	FEMENINO	CONVIVIENTE	UNIVERSITARIO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	32	NO	SI	NO
160	20	0	MASCULINO	SOLTERO	UNIVERSITARIO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	BIJOUTERIE	135	SI	SI	SI
161	32	0	FEMENINO	SOLTERO	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	115	NO	SI	SI
162	45	1	FEMENINO	CONVIVIENTE	TECNICO	DEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	FRAGANCIAS	115	SI	NO	NO
163	43	1	FEMENINO	CASADO	TECNICO	INDEPENDIENTE	JEQUETEPEQUE	1	MAQUILLAJE	38	NO	SI	NO



ANEXO 3:

Chepén, 20 de Abril de 2018

CARTA DE AUTORIZACION

Yo Edita Valdez Espinoza, identificado con DNI 19234841 en mi calidad de representante de la empresa INVERSIONES Y SERVICIOS CAED E.I.R.L, autorizo a Burgos Abanto Giuliana Uzbeth y Vigo Esteves Mayte Marisell, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo, a utilizar el nombre e información de la empresa para su proyecto de elaboración de tesis, titulado "Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo - 2018".

Atentamente,

Edita Valdez Espinoza



ANEXO 4:

Tabla N° 9.

Distribución de la edad los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Edad	Cantidad	Porcentaje
16 - 29	66	40.5%
29 - 42	44	27.0%
42 - 55	40	24.5%
55 - 68	9	5.5%
68 - 81	4	2.5%

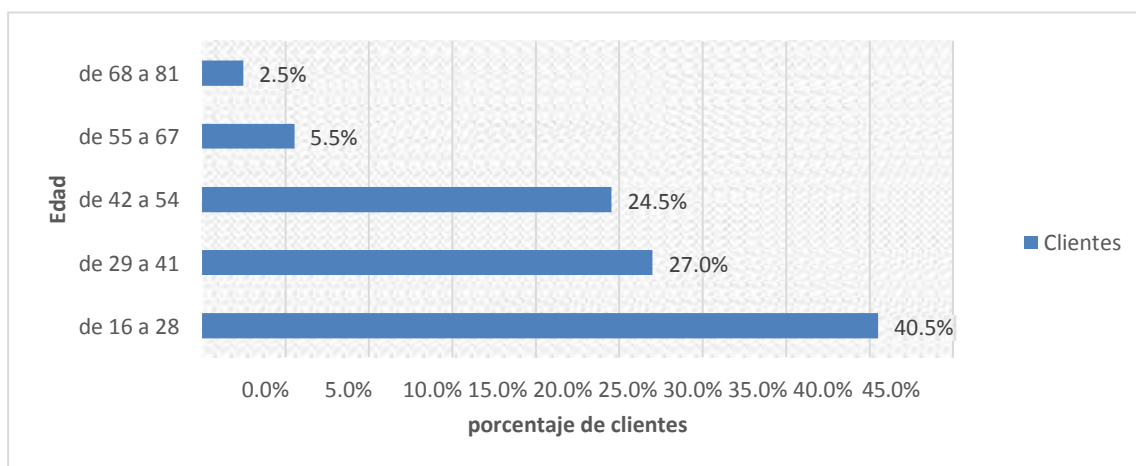


Figura 02. Distribución de la edad de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

Solo el 32.5% de los clientes que compraron productos de belleza tiene más de 40 años; mientras que el 40% los conforman clientes menores de edad y jóvenes.

Tabla N° 10.

Hijos y número hijos de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Número de hijos	Cantidad	Porcentaje
No tienen hijos	54	33.1%
Solo 1 hijo	54	33.1%
De 2 a 3 hijos	45	27.6%
De 4 a mas	10	6.1%

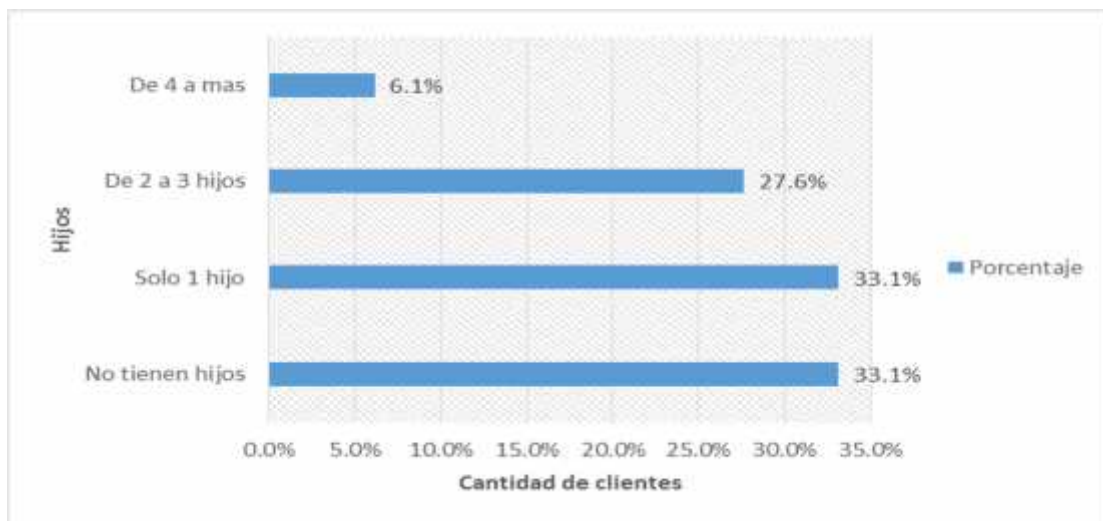


Figura 03. Distribución según el factor de hijos de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

Un 66.9% de los clientes evidencian tener de 2 hijos a más, el 33.1% no tienen hijos.

Tabla N°11.

Sexo de clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Sexo	Cantidad	Porcentaje
Femenino	116	71%
Masculino	47	29%

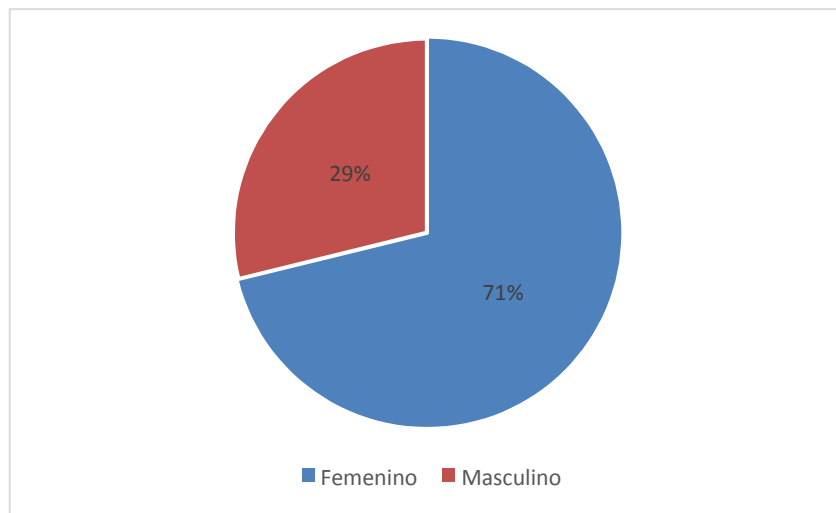


Figura 04. Distribución según el sexo de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El género femenino predomina en la compra de productos de belleza, con un 71% de los clientes.

Tabla N°12.

*Estado civil de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L
- Unique, Provincia Pacasmayo – 2018*

Estado Civil	Cantidad	Porcentaje
Casado	56	34%
Conviviente	38	23%
Soltero	67	41%
Viudo	2	1%

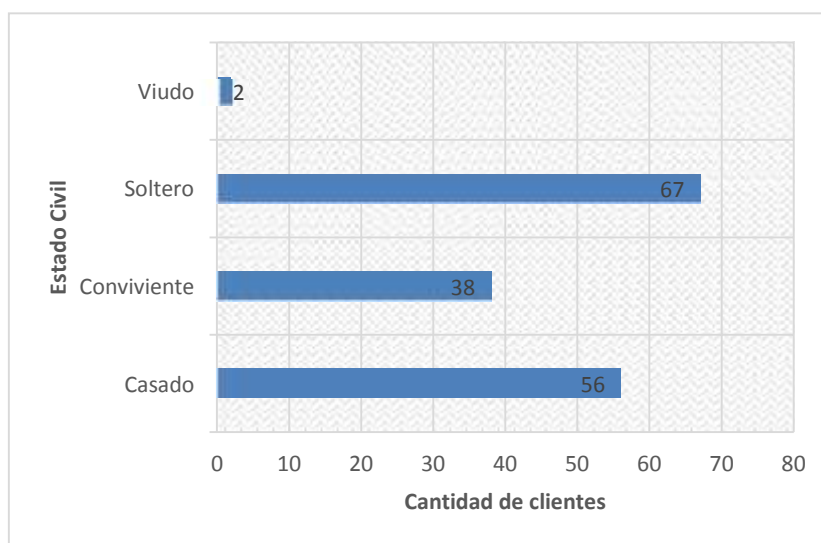


Figura 05. Distribución según el estado civil de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

Más del 50% de los clientes son casados o conviven en pareja.

Tabla N° 13.

Nivel educativo de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Nivel educativo	Cantidad	Porcentaje
Primaria	11	7%
Secundaria	36	22%
Superior	116	71%

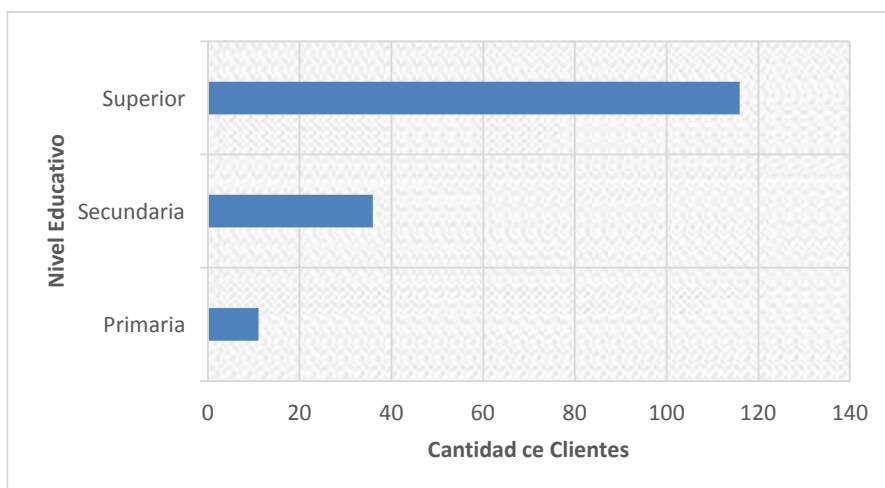


Figura 06. Distribución según nivel educativo de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

Un total de 71% de clientes son de un nivel educativo superior, sin embargo el 7% de los clientes aún tienen estudios de nivel primario.

Tabla N° 14.

Situación laboral de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Situación laboral	Cantidad	Porcentaje
no trabaja	41	25%
trabaja	122	75%

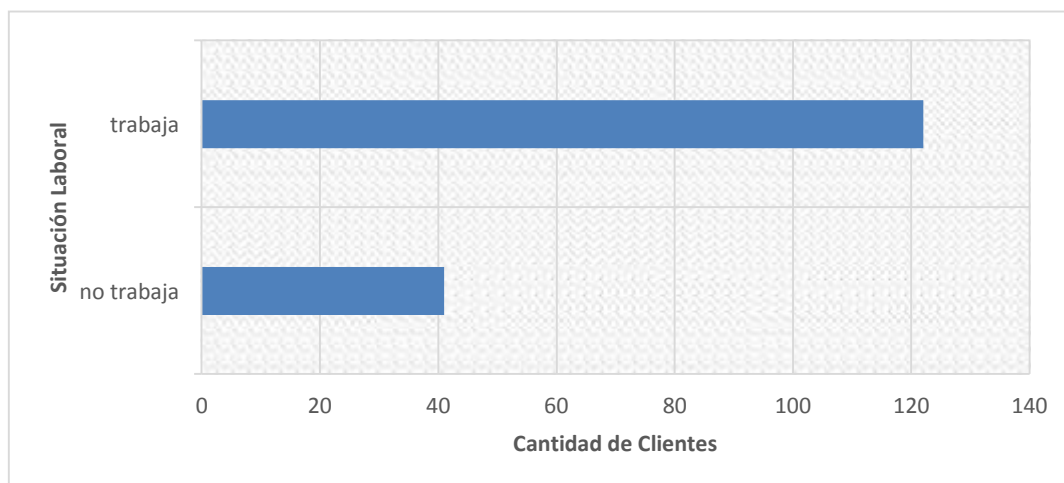


Figura 07. Distribución del factor situación laboral de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L- Unique, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

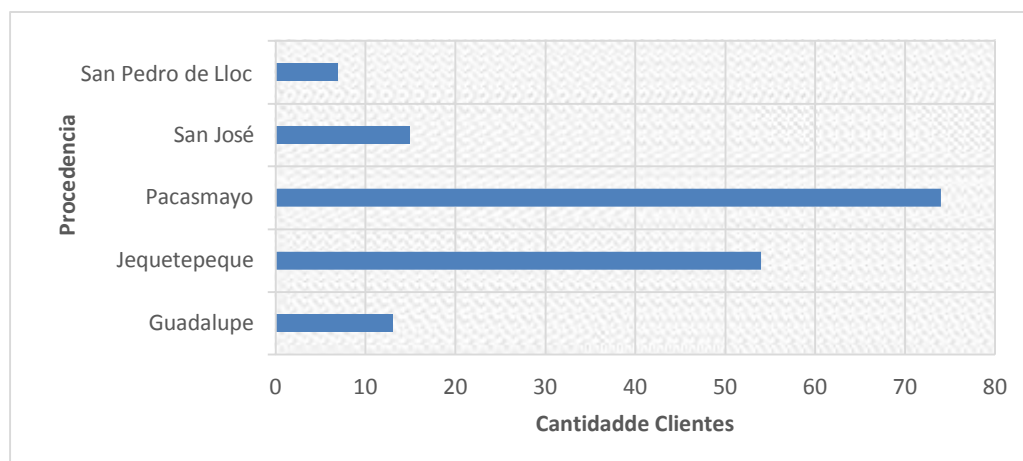
Se observa en los clientes que hay un 75% que cuentan con la condición laboral.

Tabla N° 15.

Procedencia de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Procedencia	Cantidad	Porcentaje
Guadalupe	13	8%
Jequetepeque	54	33%
Pacasmayo	74	45%
San José	15	9%
San Pedro de Lloc	7	4%

Figura 08.
Dist



ribución según la procedencia de los clientes que compran productos Unique de la Empresa EIRL CAED Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El 78 % de los clientes proceden de los Distritos de Pacasmayo y de Jequetepeque por lo que se considera que en esos distritos hay mayor demanda en la compra de productos de Belleza.

Tabla N° 16.

Cantidad de productos adquiridos por los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Cantidad de Productos	Cantidad	Porcentaje
1 producto	96	59%
2 producto	51	31%
3 producto	14	9%
4 producto	2	1%

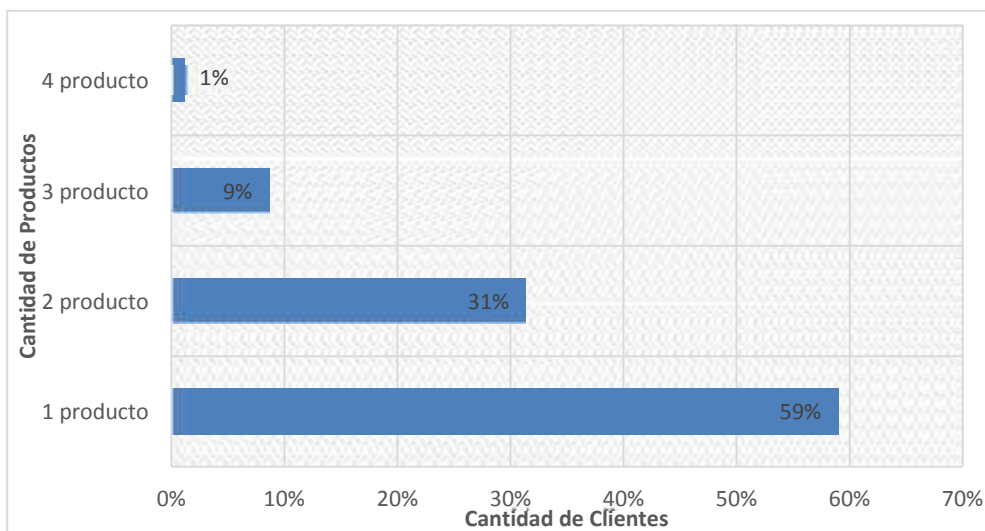


Figura 09. Distribución según la cantidad de productos adquiridos por los clientes que compran productos Unique de la Empresa EIRL CAED Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

Los clientes muy poco compran de 3 a 4 productos, esto se ve reflejado por el 10% de clientes que muestran esta condición, lo que constituye que casi el 60% de los clientes tienden a sólo comprar 1 Producto.

Tabla N° 17.

Tipo de productos adquiridos por los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Tipo de producto	Cantidad	Porcentaje
Bijouterie	28	17%
Cuidado Corporal	9	6%
Cuidado del Rostro	19	12%
Fragancias	72	44%
Maquillaje	35	21%

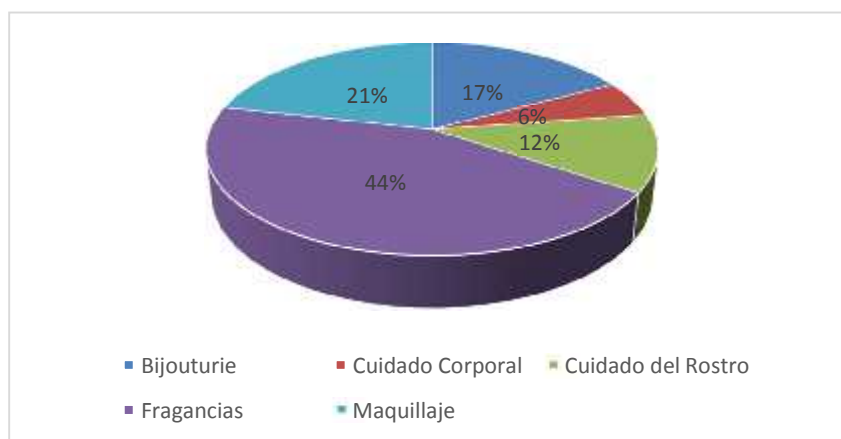


Figura 10. Distribución según el tipo de productos adquiridos por los clientes que compran productos Unique de la Empresa E.I.R.L CAED Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El 44% de los clientes se inclinaron más por la compra de fragancias, es muy poca la cantidad (6%) de clientes que compraron productos de cuidado de rostro y Bijouterie. (Productos con precios altos).

Tabla N° 18.

Gasto por producto adquirido por los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Gasto por producto	Cantidad	porcentaje
17 - 118	116	71%
118 - 219	41	25%
219 - 320	6	4%

Interpretación:

Más del 71% de los clientes pagan entre s/17.00 y s/118.00 por productos de belleza, y por su parte el 4% solo gastan en productos de precios altos.

Tabla N° 19.

Aporte inicial por los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Aporte inicial	Cantidad	Porcentaje
No	94	58%
SI	69	42%

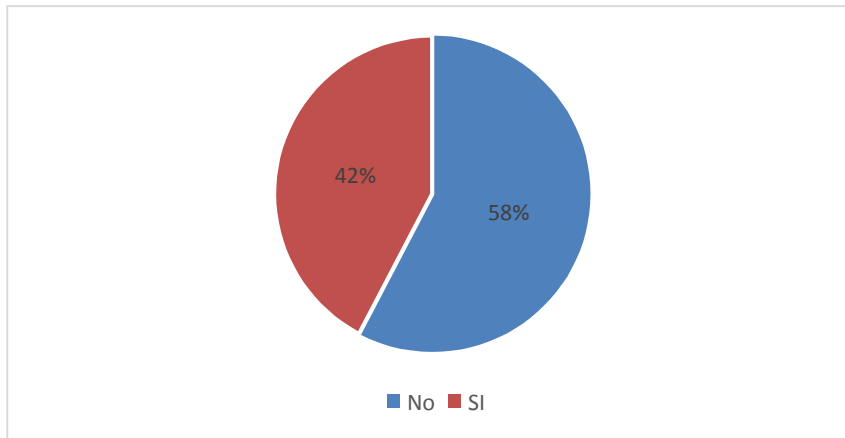


Figura 11. Distribución según el aporte inicial por los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El aporte inicial es muy importante para el proceso de compra en este tipo de empresas multinivel, de acuerdo a los datos existe más del 40% de clientes que no dan una parte como adelanto para lograr la venta de un producto, lo que constituye que se vende a crédito.

Tabla N° 20.

Compra a otra empresa por parte de los clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Compra de otra empresa	Cantidad	Porcentaje
NO	43	26%
SI	120	74%

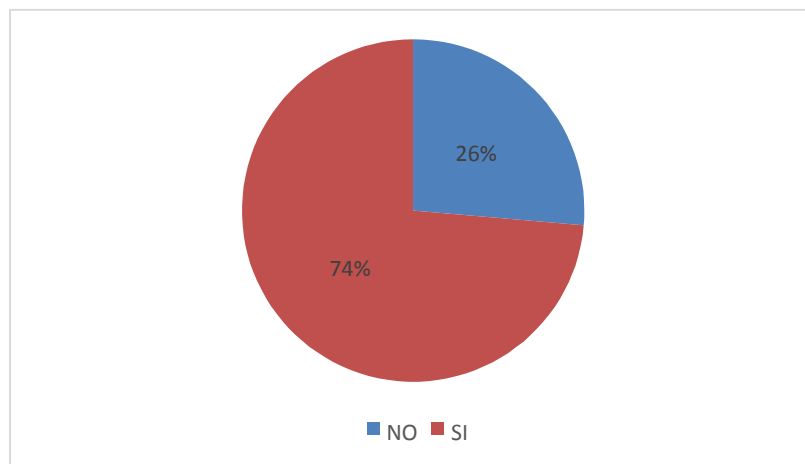


Figura 12. Distribución según el factor de compra a otra empresa por parte de los clientes de la Empresa CAED E.I.R.L- Unique, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El 74% de los clientes que compraron productos de Yanbal – Unique admitieron que además compran en otras empresas similares ya que hay muy buenos precios en el mercado. Tan solo el 26% dijo que solo compraban a esta empresa.

Tabla N° 21.

Factor condición de morosidad de los clientes que compran productos de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo – 2018.

Condición de morosidad	Cantidad	Porcentaje
NO	132	81%
SI	31	19%

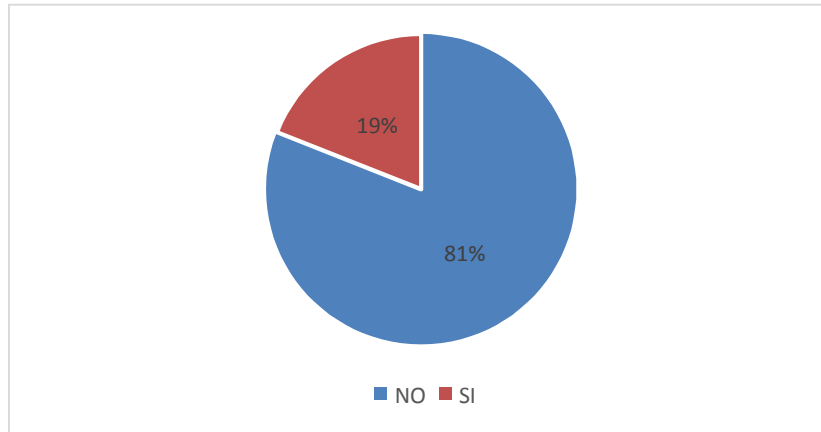


Figura N° 13. Distribución según la condición de morosidad de los clientes que compran productos Unique de la Empresa CAED E.I.R.L, Provincia Pacasmayo 2018.

Interpretación:

El 81% de los clientes tienen un alto índice de no ser morosos, sólo el 19% muestra la condición de clientes morosos.



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : PG6-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 2 de 4

Yo, Elmis Jonatan García Zare, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Filial Chepén, revisor (a) de la tesis titulada "Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo - 2018", del (de la) estudiante Giuliana Lizbeth Burgos Abanto, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chepén, 21 de Diciembre del 2018.

Firma

Elmis Jonatan García Zare

DNI: 43124406

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 4

Yo, Elmis Jonatan García Zare, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional Administración de la Universidad César Vallejo Filial Chepén, revisor (a) de la tesis titulada "Factores demográficos, geográfico y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa multinivel CAED E.I.R.L - Unique, Provincia Pacasmayo - 2018", del (de la) estudiante Mayte Marisell Vigo Esteves, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Chepén, 21 de Diciembre del 2018.

Firma

Elmis Jonatan García Zare

DNI: 43124406

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La escuela de administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Burgo Abanto Giuliana Lizbeth

INFORME TITULADO:

Factores demográficos geográficos y económicos asociados a la morosidad en clientes de la empresa Multinivel CAED EIRL-UNIQUE, Provincia Pacasmayo 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 21 de diciembre de 2018

NOTA O MENCIÓN: 18



Rodriguez Paul

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

la escuela de administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Vigo Esteves Hayti Huisell

INFORME TITULADO:

Factores demográficos, geográficos y económicos asociados a la morosidad en el cliente de la empresa Multinivel CAED EIRL-UNIQUE, Provincia Pucallpa 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 21 de diciembre de 2018

NOTA O MENCIÓN: 18



Rodrigo Paul

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

